

# ASEGURANDO

PRESENTE & FUTURO



LOS PAS ANTE EL  
DESAFÍO DE LA  
PANDEMIA



FABIÁN RAMOS IRAZOQUI  
EL ASESORAMIENTO DEL  
PAS ANTE LOS  
SINIESTROS SEGÚN LA  
LEY 22.400

NUEVE ASEGURADORES OPINAN ACERCA DE  
LAS HERRAMIENTAS DIGITALES  
EL CAMBIO TECNOLÓGICO  
EN LA PANDEMIA

REVISTA BIMESTRAL · AÑO 15 · Nº 65 · 2020



**FAPASA**  
*Te Ayuda a Ayudar*

Mandanos un video de un famoso diciendo la frase

**“Con un Productor Asesor es más Seguro”**

y participá por estos premios que donaremos  
a la institución de bien público que elijas.

**\$100.000**

**\$60.000**

**2º**

**1º**

**\$40.000**

**3º**

# Somos Berkley Argentina futuro + seguro

**Crecemos:** tecnología + oportunidades

**Avanzamos:** estrategia + innovación

**Cumplimos:** compromiso + valores

**BiSmart**  
La App de Berkley



Berkley International ART S.A.

[www.berkley.com.ar](http://www.berkley.com.ar)

Berkley International Seguros S.A.

 **Berkley Argentina ART**  
| a Berkley Company

 **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](http://www.argentina.gob.ar/ssn)

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

# La voz de los Productores Asesores de Seguros



AGUSTÍN DE LA UZ

ALEJANDRA FRIAS

JUAN IGNACIO MERODIO

LUIS MARINI

DANIEL ASSALE

En esta edición de Asegurando nos alegra presentar el concurso “FAPASA te Ayuda a Ayudar”. El mismo consiste en crear un contenido audiovisual de la mano de una persona destacada del mundo de la cultura o del deporte en el que se exprese la frase “Con un Productor Asesor es más seguro”. La intención es desarrollar la imagen del PAS y contribuir a crear conciencia aseguradora. Al cierre de esta edición ya hemos recibido los primeros vídeos.

En este número también hacemos foco en la respuesta que los PAS están brindando a los asegurados en esta particular situación signada por la pandemia. Dirigentes de la Federación se refieren a esta situación en uno de los artículos centrales de esta edición.

Asimismo, informamos sobre la actividad de las APAS durante los últimos 60 días, sus webinars y servicios a los PAS.

La actividad política de FAPASA se encuentra muy activa, con gestiones permanentes ante la SSN y las cámaras empresarias del sector, entre otros actores. En ese marco, informamos sobre la suspensión de los cursos presenciales de PCC del segundo cuatrimestre y la toma de exámenes en modalidad virtual dispuesta por la SSN a instancias de FAPASA.

Siguiendo con la actividad política de la Federación, damos cuenta de las gestiones que se están realizando para lograr el correcto encuadramiento de la actividad del PAS en el código fiscal de la Provincia de Buenos Aires.

Y nos enorgullece haber sido parte de la primera reunión (Virtual) del Consejo Directivo de la Confederación Panamericana de Productores de Seguros

(COPAPROSE), llevada a cabo el pasado 27 de agosto. FAPASA participó de la misma junto a más de 20 dirigentes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Uruguay.

Con profundo pesar despedimos a dos amigos: Osvaldo Tornello y Luis Tais, que partieron recientemente dejándonos su lucha y su enseñanza siempre vigente.

Por otra parte, entrevistamos a nueve aseguradores líderes acerca de la capacidad de adaptación de los PAS para desarrollar nuevos negocios en este particular entorno.

En nuestra sección perfiles presentamos al colega Carlos Yebra.

El Dr. Fabián Ramos Irazoqui analiza el curso bajo modalidad E-Learning previsto para el segundo cuatrimestre de este año cuyo tema es “El asesoramiento del productor asesor de seguros ante los siniestros según la Ley 22.400”.

En nuestra sección “Lo mejor de los medios” reproducimos una entrevista realizada al Presidente de la Federación, Jorge L. Zottos, en la que habla sobre la situación del productor asesor y los desafíos que enfrenta.

Y, como es habitual, presentamos la columna del Dr. Eduardo Toribio “Fallos comentados para ser comentados” sobre dos causas relativas al Seguro de Personas (ambas son de la misma aseguradora y en uno gana y en otro pierde) y sobre RC.

¡Hasta la próxima!



## CONSEJO DIRECTIVO DE FAPASA

**Presidente** Sr. Jorge Luis Costas Zottos

**Vicepresidente** Sra. María Teresa Teves

**Secretario** Sr. Eugenio Luis Donda

**Prosecretario** Sr. Santiago José Ripoll

**Tesorero** Sra. Agustina Decarre

**Protesorero** Sra. María Julia García Vilariño

**Vocal Titular 1°** Sr. Alejandro Bianchi

**Vocal Titular 2°** Sra. Alejandra Liliana Frias

**Vocal Titular 3°** Sr. Daniel Alberto Assale

**Vocal Titular 4°** Sra. Martha Noemí Tapia

**Vocal Titular 5°** Sra. Ana María Lazópulos

**Vocal Titular 6°** Sr. Agustín Antonio de la Uz

**Vocal Suplente 1°** Sr. Luis Alfredo Marini

**Vocal Suplente 2°** Sr. Daniel Dimaría

**Vocal Suplente 3°** Sr. Juan Ignacio Merodio

**Vocal Suplente 4°** Sr. Horacio Miguel Moreno

## JUNTA FISCALIZADORA

**Titular 1°** Sra. Norma Graciela Masague

**Titular 2°** Sr. Sergio Rubén Alonso

**Titular 3°** Sr. Horacio Benjamín Lavaisse

**Suplente 1°** Sr. Sebastián Ignacio Clavero

**Suplente 2°** Sra. Mariela Leticia Echeverría

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

María Teresa Teves

### Coordinación

Consejo Ejecutivo de FAPASA

### Redacción

Lic. Aníbal Cejas

### Asistente

Eugenio Luis Donda

### Colaboradores

Dr. Eduardo Toribio  
Fabián Ramos Irazoqui

### Diseño

Santiago Arce  
www.santiagoarce.com

### Administración

Graciela Palermo

### Publicidad

Karina Mastroberardino  
Jorgelina Fernández Calderón

# SUMARIO



FAPASA  
TE AYUDA A AYUDAR

## LOS PAS ANTE EL DESAFÍO DE LA PANDEMIA

Agustín de la Uz, Alejandra Frias, Juan Ignacio Merodio, Luis Marini, Daniel Assale.



8

## EL SEGURO, LA PANDEMIA Y LA POSPANDEMIA

Carta abierta a mis estimados colegas:



14

EL ASESORAMIENTO DEL PRODUCTOR  
ASESOR DE SEGUROS ANTE LOS  
SINIESTROS SEGÚN LA LEY 22.400  
Fabián Ramos Irazoqui



18

DESPEDIMOS A DOS AMIGOS  
Osvaldo Tornello y Luis Tais



22

## FEDERALES



24

## EL CAMBIO TECNOLÓGICO EN LA PANDEMIA

Nueve aseguradores opinan acerca de las herramientas digitales



28

PERFILES  
Carlos Yebra



34

"LA PANDEMIA PUSO DE MANIFIESTO EL  
VALOR DIFERENCIAL DEL ASESORAMIENTO  
PROFESIONAL DEL PAS"

Jorge Luis Zottos



38

## NOTICIAS DEL MERCADO



42

JURISPRUDENCIA  
Dr. Eduardo Toribio



50



FAPASA lanzó un concurso que persigue dos objetivos: reforzar la imagen del PAS en la sociedad y contribuir con nuestra comunidad. El concurso se encuentra abierto a todos los Productores Asesores de Seguros con matrícula vigente ante SSN.

## ¿EN QUÉ CONSISTE?

Los PAS podrán enviar un video grabado con alguna persona destacada del deporte, espectáculo, música, u otra actividad cultural o artística, con la frase **“Con un Productor Asesor es Más Seguro”**. La participación del invitado deberá ser consentida, absolutamente desinteresada y gratuita. Esos videos serán utilizados por FAPASA para la campaña de Conciencia Aseguradora y de Imagen y posicionamiento del Productor Asesor de Seguros.

Se premiará a las piezas audiovisuales que, a criterio del jurado, mejor representen los aspectos positivos de la campaña de Conciencia Aseguradora y de Imagen y posicionamiento del Productor Asesor. Las piezas se reciben hasta el 30 de septiembre. Podrá enviar el video ingresando a la web de FAPASA -[www.fapasa.org.ar](http://www.fapasa.org.ar)- donde también encontrará las bases y condiciones del concurso.

Los PAS ganadores deberán indicar una entidad de bien público (escuela, comedor, club, asociación civil) a la cual transferir el monto de los premios, que son:

- PRIMER PREMIO: \$100.000 (PESOS CIEN MIL)
- SEGUNDO PREMIO: \$60.000 (PESOS SESENTA MIL)
- TERCER PREMIO: \$40.000 (PESOS CUARENTA MIL)

Estos elementos o bienes materiales serán entregados por FAPASA a la institución elegida en nombre de ésta, el productor asesor de seguros ganador y el famoso o personalidad invitada.

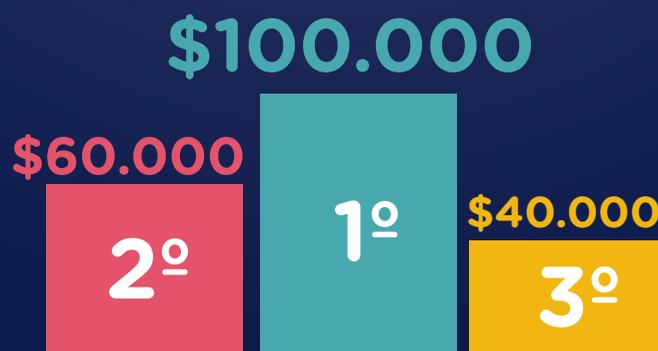
¡A ponerse las pilas! ¡Esperamos la participación de todos!



# FAPASA

## Te Ayuda a Ayudar

Mandanos un video de un famoso diciendo la frase  
**“Con un Productor Asesor es más Seguro”**  
y participá por estos premios que donaremos  
a la institución de bien público que elijas.



# LOS PAS ANTE EL DESAFÍO DE LA PANDEMIA

¿Qué respuesta han brindado los PAS a las consecuencias que ha generado la pandemia?

Las restricciones derivadas de la emergencia sanitaria por el riesgo de contagio de COVID-19 hizo todavía más compleja la actividad de intermediación en seguros y el asesoramiento profesional a los clientes.

Y, nuevamente, se pone en evidencia la importancia de desarrollar más las ramas No-Autos y No-ART, para agrandar la 'torta' y crecer. A la vez, hubo que redoblar el esfuerzo para contener a los asegurados y minimizar la pérdida de cartera.

¿Durante la pandemia se acrecentó la venta ilegal de seguros? ¿Qué pueden hacer los PAS para combatir este delito? ¿Qué pasará en el tramo final del año con el mercado?

Sobre todos estos temas dialogamos con cuatro dirigentes de FAPASA, que ocupan las vocalías de nuestro Consejo Directivo: Daniel Assale (APAS Córdoba), Agustín Antonio de la Uz (APAS Bahía Blanca), Luis Marini (APAS Centro de la Prov. de Buenos Aires), Alejandra Frias (APAS Rosario) y Juan Ignacio Merodio (AMPAS-Mar del Plata).

**Revista Asegurando (RA): ¿Cuál es el aspecto más complejo de la pandemia para la actividad del PAS?**



**Daniel Assale:**

Sin duda lo más complejo, fue que tuvimos que cambiar, la forma de atender, asesorar y comunicar a nuestros asegurados. Pasamos de un formato personalizado a comunicarnos mediante medios electrónicos de un día para otro, al 100% de los asegurados, y ser psicólogos en el rubro asegurador.



**Agustín de la Uz:**

Desde el comienzo de las restricciones laborales (dependiendo de cada jurisdicción) la actividad del PAS y la interacción entre el asegurado y la aseguradora se llevó a cabo virtualmente, bajo la modalidad home office. Si bien ello no afectó nuestro trato con cada cliente, debimos

afrontar algunas dificultades como la falta de provisión de repuestos tanto de automotor como electrodoméstico. Sin embargo, supimos contener estas y otras situaciones relacionadas con asegurados por canales de venta NO-PAS. Una vez más quedó demostrado por qué somos el canal mayoritario elegido por los asegurados.



**Alejandra Frias:**

El aspecto más complejo es la falta de respuesta en tiempo y forma por parte de la aseguradora que fuere, lo que me impide muchas veces brindar al cliente el servicio que se merece y que me ha generado esta situación, la pérdida del mismo por esta dificultad que escapa de mis manos.



**Luis Marini:**

A mi entender los Productores Aseguradores de Seguros hemos pasado una

prueba de fuego inimaginable; cuando se produjo allá por el mes de marzo el aislamiento social obligatorio en Fase 1, tuvimos que reinventarnos para dar una respuesta inmediata al asociado cliente utilizando toda la tecnología que cada uno pudo tener en pos de mantener nuestra cartera y satisfacer necesidades. Esto nos dio la pauta y reforzó la teoría de que somos irremplazables en la actividad Aseguradora. Hoy a pesar de las diferentes situaciones entre Provincias y Ciudades, día a día seguimos gambeteando y acelerando en los momentos claves para dar respuestas inmediatas. Por supuesto que en muchos casos y depende de la cartera de cada uno por ahí se ha notado una baja en la misma pero no tengo dudas de que cada PAS trabajará y estará preparado para el futuro venidero.



### Juan Ignacio Merodio:

El aspecto más complejo que enfrenta la actividad durante esta cuarentena es la situación económica adversa que se transita. Esto hace que la productividad caiga y cueste cada vez más sostener la cartera vigente.

**R. A.: ¿Qué hay que hacer para desarrollar más las ramas No-Autos y No-ART del mercado para ampliar los negocios? ¿Cuáles son esas ramas que hay que desarrollar más?**

**Agustín de la Uz:** Observo que cada vez son más los asegurados que contratan sin pensar en la obligatoriedad sino privilegiando el transferir los riesgos. Ya experimentaron que el sistema funciona por lo que ello se traduce en una mayor conciencia aseguradora. Asimismo, como PAS, debemos continuar trabajando con el fin de incluir a los que aún están fuera del sistema, asegurando tanto la vida del individuo como su patrimonio y su actividad. Nuestra respuesta a las medidas restrictivas tomadas por causa de la pandemia ha demostrado que la modalidad home office, en nuestro rubro, resultó altamente efectiva.

Una de las bases de nuestra actividad es ofrecer un servicio de calidad a valores competitivos. El seguro técnico de equipos electrónicos en tránsito, es una de las ramas que requieren de mayor impulso en lo inmediato, dado que el activo más valioso de las empresas/individuos es la información que portan estas herramientas tecnológicas.

**Daniel Assale:** Se debería reforzar las capacitaciones y los Productores Asesores de Seguros, especializarse, a efectos que puedan maximizar las oportunidades de negocios, que le ofrece el mercado según las zonas, que opera, como las grandes urbes, se pueden ofrecer seguros de bicicletas, celulares, caución de alquileres, notebook, integrales de consorcio y comercio, accidentes personales, vida, responsabilidad civil; en zonas rurales se debe apuntar a seguros de maquinaria rurales, granizo, transporte de mercaderías, seguros de ganado y en otras zonas, seguros embarcación, res-

pensabilidad civil de caza, etc.

**Luis Marini:** Hoy las Aseguradoras están apuntando a la diversificación de sus carteras. Si bien no todas, la mayoría posee un gran porcentaje en Autos – Motos y por tal motivo están tratando de colocar otras ramas denominadas varias como Combinado Familiar, Integrales de Comercio, Caución, Vida, Incendio, Técnicos, Responsabilidad Civil, Accidentes Personales, etc. Los PAS tenemos claro este tema de diversificación y si bien se están estudiando muchos métodos para incursionar fuertemente en varias, desde hace tiempo que estamos realizando cruces de información para poder tener al asegurado anclado con todos sus riesgos. Por supuesto que las Aseguradoras tienen que poner lo suyo por cuanto brindar buenas coberturas y dar respuesta a la brevedad y a la hora de tener un siniestro.

**Alejandra Frias:** Vender Vida y Retiro, por ejemplo. También es cierto que la comercialización de seguros de personas es difícil porque no vivimos en una sociedad con conciencia aseguradora. El otro tema es cuantitativo: el PAS está acostumbrado a que todos los meses cobra su comisión, en cambio en estas ramas la percibe una única vez.

**Juan Ignacio Merodio:** Desde mi punto de vista, lo primero que hay que hacer es capacitarse constantemente, lo que permite conocer en profundidad los productos no convencionales y poder evaluar los riesgos que poseen cada uno de nuestros clientes para asesorarlos integralmente.

Es un buen momento para desarrollar todo lo referente a seguro de personas como Vida, Salud y Sepelio. También es ideal asesorar bien al cliente en los seguros de combinado familiar ya que, al haber más circulación en las viviendas, hay más riesgo y la inseguridad se ha incrementado, lo que podría llevar a que nuestros clientes queden descubiertos e imposibilitados de reponer sus bienes.

**R. A.: ¿Qué medidas tomaron para evitar las bajas de póliza durante la pandemia?**

**Luis Marini:** Claramente en este tema el Productor Asesor de Seguros fue fundamental. Nuestro trabajo se vio y se ve acrecentado en la comunicación diaria con los asegurados, ofreciendo alternativas varias a quien lo necesita de acuerdo a su actividad y al impacto que tiene la pandemia sobre él, como por ejemplo, cambio de coberturas, cambio de forma de pago, etc., logrando de esta forma minimizar bajas de pólizas y contener al asegurado que en su momento tenía un desconcierto tremendo por la cantidad de información errónea que se manejó por parte de personas que no tienen ni idea de cómo se mueve el mercado asegurador y lo único que hacen es entorpecer la operatoria. Por todo ello las aseguradoras que protegieron verdaderamente a los Productores Asesores de Seguros, que han sido visionarias y que apostaron a la digitalización desde hace tiempo, van un paso más adelante y no solamente mantuvieron muy bien sus carteras sino también obtuvieron muy buen índice de cobrabilidad, cosa que les permite seguir

funcionando y adaptándose en este contexto en Argentina y el mundo donde la situación socio económica se ve totalmente deteriorada. Asimismo, es sumamente importante aclarar el tema de la Transformación Digital en el interior, porque estoy totalmente convencido de qué es lo que se viene pero también soy realista y creo que por el momento y durante un período prudencial lograr una transformación total llevará un tiempo donde convivirán ambas metodologías de trabajo hasta lograr el objetivo. Sabemos que cada localidad posee su idiosincrasia. Tomemos, por ejemplo, CABA, donde sin lugar a dudas es y será más fácil dicha transformación. En el interior donde se tendrá que trabajar más para poder lograrlo en un futuro no muy lejano, porque como dice el refrán, Dios es argentino, pero atiende en Buenos Aires.

**Alejandra Frias:** Acompañé a mis clientes con descuentos en la rama automotores durante los tres primeros meses de la pandemia y sigo haciéndolo actualmente, pero en un porcentaje menor.

**Daniel Assale:** Tuvimos que interactuar más que nunca con los asegurados y transmitir tranquilidad e indicarles que se comuniquen con su Productor Asesor de Seguros para transmitir sus necesidades, sobre todo porque hubo mucha incertidumbre debido a comentarios de personas que hablaron y hablan sin conocimiento de la operatoria del mercado asegurador, como lo relativo a la falsa idea de suspensión de cobertura durante el aislamiento.

**Agustín de la Uz:** Los PAS disponíamos de herramientas tecnológicas que fueron incluso mejoradas en este período de pandemia. Una de ellas es haber contado con la póliza digital que con su implementación facilitó nuestra tarea.

Las primeras medidas que tomamos ante estos cambios abruptos en la forma de comunicarnos con el cliente fueron llevar tranquilidad a los asegurados mediante comunicaciones por WhatsApp.

Dejar abierto este canal de diálogo y asistencia permanente ante las dudas (por ej.: cobertura sí o no, rebajas generalizadas por el no uso del automóvil, etc. Proporcionamos al cliente la contención necesaria en un momento crítico. Comunicados oportunos y aclaratorios de nuestra Federación (FAPASA) y de la SSN también contribuyeron a llevar tranquilidad al sector. Aun cuando inicialmente me planteé la posibilidad de pérdida de cartera o disminución de prima por baja de coberturas, a la fecha, en mi zona de influencia, no se produjo tal escenario.

**Juan Ignacio Merodio:** A pesar de todas las dificultades e incertidumbre que se presentaron con la viralización de los descuentos y la posibilidad de suspensión de las coberturas, terminó siendo una excelente herramienta para evitar la caída de la cartera.

**R. A.: ¿Observa que la venta directa ha ganado terreno durante la pandemia? ¿Por qué?**

**Luis Marini:** No poseo datos precisos

a la fecha, pero seguramente con la aceleración digital que conlleva todo este escenario en lugares específicos seguramente algo debe haber crecido, pero aun a mi criterio no es significativo porcentualmente. El panorama que hoy se está presentando con las Aseguradoras son dos: las que se preparan para realizar venta directa y dar servicios a distancia con estructuras pequeñas, y las Aseguradoras 'tradicionales' que siguen atendiendo con Oficinas Comerciales y Agencias distribuidas a lo largo y a lo ancho de

toda la República Argentina, dando respuesta directa de forma Presencial. Claro que estas últimas poseen una estructura de gastos muy superior a las 'digitales' y es por ello que de a poco las tradicionales se volverán también Digitales. Los PAS tenemos que ir de la mano con las Aseguradoras que eligen Digitalizarse con los PAS.

**Agustín de la Uz:** No me preocupa la venta directa. Estuvo antes de la pandemia, y solo capta al cliente 'golondrina', que desconoce el valor

del asesoramiento del PAS (único canal profesional que existe). El cliente 'directo' puede describirse como un cliente insatisfecho, que compra privilegiando el precio sin cotejar la cobertura y el servicio personalizado. Por lo general, termina pagando más, cuasi desamparado en el momento de requerir asesoramiento y con cobertura insuficiente porque no realizó el análisis de riesgo que el PAS le muestra cada vez que le ofrece un seguro.

**Juan Ignacio Merodio:** No creo que



**PROGRAMA DE INCENTIVOS**

**PRODUCTOR EQUITATIVO**

**Sos Productor?  
Participá del Programa de Incentivos de La Equitativa**

**Podés ganar fabulosos premios**

**Todavía estás a tiempo**

**Participá y ganá!**

✉ [comercial@laequitativa.com.ar](mailto: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](http://www.laequitativa.com.ar) | (011)5070 3000

**LA EQUITATIVA**  
COMPAÑÍA DE SEGUROS

la venta directa haya ganado terreno. Es más, la presencia de los PAS durante e la cuarentena fue fundamental dado que las compañías demoraron la apertura de sus oficinas y al día de hoy hay algunas que todavía cuesta verlas con personal dando respuesta a los clientes como a terceros en resolución de siniestros. Hemos detectado casos en los cuales clientes cautivos de los bancos recurrieron a colegas para tratar de solucionar problemas que ni los bancos ni los agentes institorios podían solucionar ya que estaban cerrados.

**Daniel Assale:** No, no crecieron. Las ventas no realizadas por un PAS son por imposición, ya sea de bancos o concesionarias. Además, muchas de las ventas que se consideran 'directas' tiene un PAS interviniendo en ellas.

**Alejandra Frias:** No, no creo que haya aumentado. En todo caso, la gente, en general, está muy angustiada y trata de distraerse consultando virtualmente otros temas que le permiten distraerse. Pero no veo que haya aumentado la venta de seguros por esta vía.

**R. A.: ¿Durante la pandemia se acrecentó la venta ilegal de seguros? ¿Qué pueden hacer los PAS para combatir este delito?**

**Luis Marini:** Siempre, en determinadas circunstancias, aparecen los pillos que aprovechan las oportunidades para operar ilegalmente, sobre todo en el interior del país donde los hay y muchos. Pero se acrecentaron con el aislamiento social obligatorio en

el que estábamos sumergidos, extendiendo certificados y recibos truchos. Los PAS poseemos canales de denuncias, tanto presenciales como anónimas, para que luego FAPASA, que agrupa a las 22 Asociaciones de PAS de la Argentina, actúe en conjunto con otros Organismos Nacionales para intervenir dichas operatorias.

**Agustín de la Uz:** La venta ilegal depende de la zona. Hay provincias en los que este delito está más expuesto a pesar del esfuerzo que realizan las mismas Asociaciones de PAS, FAPASA y la SSN. Hay casos en los que estos personajes tienen hasta oficinas con cartelería o bien son plataformas virtuales con sede en una provincia y se extienden a todo el país; en estos casos la oferta de seguros se hace a través de personas no matriculadas.

Además de denunciar este tipo de ilícitos los PAS (al igual que los clientes que en muchos casos terminan siendo estafados) requerimos un mayor control, así como la aplicación de sanciones por parte de la autoridad competente, cuyo primer eslabón deberían ser los Municipios. Por nuestra parte, reafirmamos nuestro compromiso de trabajar en pos de mayor conciencia aseguradora, que permita al asegurado visualizar los riesgos a los que se expone al permanecer sin cobertura o contratar seguros a través de personas no matriculadas.

Desde FAPASA se está realizando un esfuerzo económico importante con cartelería en las rutas más importantes de todo el país, con un mensaje contundente sobre la conveniencia de

contratar un seguro con un productor de seguros.

**Daniel Assale:** No tengo, conocimiento que se haya acrecentado la venta ilegal de seguros, durante la pandemia. Si algún PAS tuviera conocimiento de estos hechos debe comunicarlo a la asociación la cual pertenece para hacer la respectiva denuncia.

**Juan Ignacio Merodio:** La venta ilegal de seguros es algo que existe hace mucho tiempo. No creo que haya aumentado, pero tampoco disminuido. Ante la detección de cualquier actividad irregular, lo que hay que hacer es denunciarlos en el ente correspondiente. Hay que informar y asesorar a la ciudadanía que es indispensable que la persona con la que se intermedie esté debidamente matriculada. Si existen dudas, que exijan identificación y recibos oficiales de las compañías. Creo que la digitalización favorece al desarrollo legal del sector.

**Alejandra Frias:** Con respecto a la venta ilícita, hay que estar atentos y denunciar. El problema es que los inspectores no llegan al lugar o para cuando llegaron, estos vendedores ya se instalaron en otro lugar.

**R. A.: ¿Cómo avizora los próximos seis meses?**

**Luis Marini:** La verdad es que los números que se vienen pronosticando para estos últimos meses del año no son muy alentadores por cuanto la caída del Producto Bruto Interno será muy significativa, tanto en la Argentina como en el mundo, más

allá de todos los intentos de salvataje que puedan existir. Esto perjudicará a toda la actividad comercial. Indudablemente, también a la Aseguradora. Seguramente las Compañías buscarán la forma de no perder mercado y el mercado será aun más competitivo, tanto en coberturas como en precios. Pero no tengo duda que las que apostaron a seguir operando mediante los PAS saldrán adelante.

**Juan Ignacio Merodio:** Los próximos meses van a ser amesetados, con una gran actividad administrativa y de contención. Se va a ver una real mejoría a partir de la reactivación total de las actividades económicas.

**Alejandra Frias:** Avizoro un tiempo igual al que estamos atravesando, pero con la experiencia vivida en estos meses, lo que nos permite es-

tar más preparados y tomarlo como una oportunidad para preguntarme –¿Por qué no incorporo a mi cartera la venta de tal rama?, lo que implica investigar, prepararme, reinventarme. Y si la gente ya no usa tanto su auto o el colectivo y eso la lleva a comprarse una bici o un monopatín, venderé seguros por robo de estas unidades y de hecho lo comencé a hacer.

**Agustín de la Uz:** Será el retorno paulatino al trabajo en un ámbito modificado por medidas de prevención. Esto puede significar una modificación al proceso laboral, generando un riesgo distinto.

La cuarentena tan extensa que se aplicó por esta pandemia tiene como resultado la pérdida de determinados hábitos, así como la adquisición de otros nuevos, tanto para la con-

ducción de un automóvil como para aquellas tareas de trabajo manual, en equipo o unipersonales.

Debemos anticiparnos, preguntando a los asegurados qué cosas cambiaron en su ámbito, para evaluar nuevamente el riesgo y revisar las sumas aseguradas ante la posibilidad cierta de que lleguen mayor cantidad de siniestros.

**Daniel Assale:** A medida que se libere el confinamiento, la siniestralidad tiende a aumentar. En estas épocas, es cuando más seguros se deben tomar. Quiero ser muy optimista y pensar en que podamos levantar la economía, en todos los rubros. Si la economía crece, el mercado asegurador irá de la mano y también crecerá. Deseo que, en los próximos seis meses, por el bien de todos, vayamos saliendo de esto que estamos viviendo. ■

**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.

**AOSS**  
ASOCIACION DE ORGANIZADORES  
DE SANCOR SEGUROS



[www.aoss.com.ar](http://www.aoss.com.ar)



## EL SEGURO, LA PANDEMIA Y LA POSPANDEMIA

### CARTA ABIERTA A MIS ESTIMADOS COLEGAS:

La pandemia puso otra vez a prueba la enorme capacidad de los Productores Asesores de Seguros para servir al sistema asegurador y su irremplazable presencia para llevar sosiego a todo el tejido social sujeto a riesgos.

El cálculo de probabilidades ha sido siempre el principal aliado y la base científica de la actividad aseguradora. Los cálculos de las tarifas no podrían hacerse sin el auxilio de las estadísticas del pasado para proyectar el comportamiento futuro de los riesgos.

No obstante, siempre han aparecido riesgos nuevos en los que resulta difícil establecer un pronóstico por carecer de antecedentes que justipreciaran el valor del interés a asegurar.

La aparición del nuevo coronavirus, el COVID-19, ha resultado un evidente desafío para quienes han intentado efectuar pronósticos acerca del comportamiento respecto del daño que el virus podría causar. Los científicos más calificados del mundo entero o evitaron formular pronósticos o cuando los hicieron, con la exposición de sus errores, evidenciaron la imposibilidad de aventurar comportamientos.

Hasta que pueda encontrarse un retrovirus eficiente para su tratamiento, o la ansiada aparición de la vacuna, las probabilidades no aparecen en el cálculo de nadie. Solo se puede aceptar que el confinamiento de la población es el medio más efectivo de combatir la expansión del virus.

Tampoco podrán hacerse pronósticos con aceptable grado de confianza sobre la pospandemia, porque es difícil de apreciar el daño y su reparación. Pero si es posible formular algunas apreciaciones sobre el comportamiento de los diferentes actores durante la pandemia y pensar cómo sería el proceso de reconstrucción de la seguramente muy dañada economía y consecuentemente cómo repercutirá en la labor de los Productores Asesores de Seguros.

En cuanto al comportamiento durante la pandemia, al contrario de la digitalización impulsiva que impuso el aislamiento a la población en general, los Productores Asesores de Seguros, vieron recargada su labor, pues ni los procedimientos ordinarios de consultas ni los chats bot de la promocionada inteligencia artificial tuvieron la mínima capacidad para dar respuesta a las dificultades e inquietudes de los asegurados.

Ciertos intermediarios salieron a pescar en río revuelto, aprovechando el aislamiento, para intentar promover canales alternativos para ofrecer coberturas, asimismo fueron notorias las exigencias de algunas entidades financieras de imponer la contratación de seguros en canje por el otorgamiento de créditos a tasas promocionales.

Con preocupación observamos como aparecieron en gran escala los tradicionales vendedores ilegales de seguros, fundamentalmente en el Interior del país, colocando supuestos seguros de entidades que no existen o emitiendo falsos comprobantes para poder circular con vehículos automotores.

En cambio, como no podía ser de otro modo, los Productores Asesores de Seguros, han cumplido cabalmente con su rol de fortalecer los vínculos con sus asegurados, para protegerlos de los riesgos materiales a los que están expuestos o por lo menos mitigarlos en diferentes grados utilizando todos los medios, en la mayoría de los casos desde sus propios domicilios.

Los cálculos más optimistas estiman una caída en el Producto Bruto Interno de alrededor del 10%, en todos los países, sea cual fuera las medidas de protección que se tomaron durante la pandemia.

Tengo la ilusión que pronto volvamos a la normalidad y que con nuestro cotidiano esfuerzo podamos contribuir a superar los efectos de esta crisis. FAPASA y sus 22 Asociaciones de todo el país contribuirán seguramente en su logro. Todavía no hemos salido de esta pesadilla que se nos ha puesto en el camino y tal vez falte un tiempo para que podamos vislumbrar el futuro, pero sentí la necesidad de felicitar a todos los Productores de Seguros del país por su comportamiento y transmitir a mis colegas el orgullo que siento de ejercer esta noble profesión.

4 de Agosto de 2020.



Jorge Luis C. Zottos  
Presidente

## Ayudándonos mutuamente a tener éxito.

En Grupo San Cristóbal nos impulsa el compromiso de seguir creando un mejor mañana.

Porque no se trata solo de brindarte respaldo. Se trata de seguir caminando juntos, mejorando día a día.



**Nos une el compromiso.**  
[www.gruposancristobal.com.ar](http://www.gruposancristobal.com.ar)

**GRUPO  
SAN  
CRISTÓBAL**

## SOLICITAMOS CORRECTO ENCUADRE DE NUESTRA PROFESIÓN



**EL PASADO 28 DE AGOSTO, DIRECTIVOS DE LAS APAS DE BUENOS AIRES Y DE FAPASA SE REUNIERON CON LEGISLADORES DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES PARA SOLICITAR EL CORRECTO ENCUADRAMIENTO DE LA ACTIVIDAD DE LOS PAS EN EL CÓDIGO FISCAL PROVINCIAL.**

Dirigentes de las APAS con afiliados en la Provincia de Buenos se reunieron en forma virtual con los legisladores Micaela Morán y Guillermo Martín Escudero (Frente de Todos) y Nidia Moirano y José Andrés De Leo (Juntos por el Cambio).

De la misma participaron: Agustina Decarre (por FAPASA), Daniel González (APAS Noroeste de la Prov. de Buenos Aires), Miriam Riposatti, Lisandro Redivo, Daniela Boffa

(APAS Bahía Blanca), Roberto Saba, Manuel Lamas, Franco Cavicchia, Maximiliano Pérez, Mario Turkenich (AAPAS), Marcelo Vacas (APAS Centro de la Prov. de Buenos Aires), Pablo Cariddi (APAS La Pampa), y el Concejal de Pehuajó Jorge Mayor.

Esta reunión se enmarca en un trabajo político que desde hace un tiempo llevan adelante los PAS de la región en relación al tratamiento impositivo para nuestra profesión.

Concretamente se solicita el cambio de la categorización de los PAS en el código fiscal de la Provincia de Buenos Aires para que se deje de identificar al mismo como un comisionista y se lo considere como prestador de un servicio profesional. Este es un encuadre más justo y se adapta a un principio de realidad económica. Actualmente los PAS estamos asociados en el código fiscal provincial a las ac-

tividades financieras como los Bancos. En cambio, los PAS prestamos un servicio de asesoramiento.

Los legisladores recibieron el pedido muy favorablemente. De hecho, el senador Andrés De Leo ya tiene un proyecto de ley presentado en este mismo sentido.

“Pretendemos el reencadre impositivo en el código fiscal de la Provincia de Buenos Aires. Que los cuatro legisladores, de los bloques mayoritarios, hayan comprendido y aceptado el reclamo de FAPASA y las APAS es un hecho auspicioso. Es muy positivo. Quedamos en seguir avanzando y de hecho habrá una segunda reunión de trabajo en la que aportaremos más datos para justificar nuestra petición -destacó Decarre-.

Si bien este cambio puede implicar una reducción de la alícuota que pagamos los PAS, lo que más nos interesa es el correcto encuadramiento de la actividad del PAS en el código fiscal de la provincia de Buenos Aires. Nuestra pretensión es ser excluidos del actual encuadre de servicios financieros. Somos auxiliares de las compañías de seguros pero no somos aseguradores. El encuadre actual es erróneo; y nos perjudica, no sólo en cuanto a la aplicación de la tasa de IIBB, sino también en el acceso a créditos, en la calificación de PyMEs, y a nivel municipal, para la aplicación de la tasa de seguridad e higiene”.

## LA SSN ACEPTÓ LA PETICIÓN DE FAPASA: SE SUSPENDE EL CURSO PCC PRESENCIAL DEL SEGUNDO CUATRIMESTRE

La Superintendencia de Seguros de la Nación aceptó la petición de FAPASA y resolvió suspender la realización del cursos presencial del Programa de Capacitación Continua correspondiente al segundo cuatrimestre del presente año, a de-

sarrollarse entre el 15 de agosto y el 15 de diciembre. Recordamos a los PAS, que sigue vigente el curso E-Learning del segundo cuatrimestre. Éste debe cursarse entre el 15 de agosto y el 15 de diciembre del presente año, en forma gratuita, en

la plataforma del Ente Cooperador Ley 22.400.- En el sitio web de FAPASA se puede encontrar la Circular SSN 45534994 que suspende la actividad presencial para los cursos del PCC del segundo cuatrimestre de 2020.

## FAPASA PARTICIPÓ DE LA REUNIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO DE COPAPROSE

El 27 de agosto se realizó la reunión virtual de Consejo Directivo de COPAPROSE vía Zoom. Jorge L. Zottos participó representando a FAPASA.

Se convocaron más de 20 dirigentes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú y Uruguay. Entre otros

temas, se debatió sobre la reprogramación (por la pandemia) de las elecciones del organismo, las actividades del Plan Estratégico, el informe de Tesorería, las fechas tentativas para la realización de los futuros congresos, y cada país presentó un reporte de su situación. Para FAPASA es un orgullo participar de estos encuentros internacionales para unir fuerzas con los colegas del mundo para enfrentar

los múltiples y complejos desafíos de nuestra profesión. Es un anhelo desde hace varios años de la dirigencia de FAPASA.

Nuestro propósito es colaborar y aprender de las experiencias de los colegas de Latinoamérica, España y Portugal, y aportar las ideas y recursos de FAPASA y sus 22 Asociaciones miembro.



Nosotros disponemos de las **MEJORES COBERTURAS,** pero el valor agregado **SOS VOS.**

**TRIUNFO SEGUROS**

Sponsor Oficial de Las Leonas y Los Leones

triunfoseguros.com

# EL ASESORAMIENTO DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS ANTE LOS SINIESTROS SEGÚN LA LEY 22.400

LA SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN EN UN TRABAJO CONJUNTO CON FAPASA, A TRAVÉS DEL CENTRO FEDERAL DE CAPACITACIÓN, HAN ESTABLECIDO PARA EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN CONTINUADA DESTINADO A PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS DURANTE EL SEGUNDO CUATRIMESTRE DE ESTE AÑO, MEDIANTE LA MODALIDAD E-LEARNING, EL TEMA: “EL ASESORAMIENTO DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS ANTE LOS SINIESTROS SEGÚN LA LEY 22.400”.

En razón de haber tenido nuevamente el honor de desarrollar para el Ente Cooperador Ley 22.400 el material sobre el tema elegido en esta instancia, efectuaré a continuación algunas reflexiones respecto a la importancia que reviste para el Productor Asesor de Seguros (PAS) un adecuado conocimiento y capacitación en ese aspecto central de su actividad.

Siempre he señalado que el PAS tiene la difícil misión de comercializar un servicio, inicialmente intangible, que el cliente deberá utilizar cuando suceda aquello que desea no ocurra jamás, es decir, el siniestro. Y es en ese instante, donde aparecerá lo que podemos llamar como el “momento de la verdad”.

Los especialistas en calidad de servicios sostienen que allí el cliente se pondrá en contacto con el profesional asesor y, sobre la base de ese contacto y su resultado, se

formará una opinión acerca de la atención requerida como, asimismo, de la calidad de la misma.

Ese llamado “momento de la verdad”, señalan, no es por sí solo positivo o negativo, sino que la forma en que se lo gestione lo convertirá en una experiencia agradable o no, y marcará la futura lealtad del cliente con el PAS o su inexorable pérdida.

Por ello, resulta fundamental que el PAS se encuentre capacitado para brindar el asesoramiento necesario, con la finalidad de que el proceso a realizar por el asegurado ante el siniestro no resulte un camino desgastante. De lo contrario, el objetivo perseguido por el cliente al momento de contratar el seguro, esto es, contar con una adecuada cobertura que se manifieste en una rápida respuesta, pasará a ser una prestación incumplida.

Es importante recordar que la le-



gislación aplicable al ejercicio de la actividad del PAS (Ley 22.400) nos dice en el artículo 10, inciso h, que, entre sus deberes, se encuentra “asesorar al asegurado durante la vigencia del contrato acerca de sus derechos, cargas y obligaciones, en particular con relación a los siniestros”.

Para llevar a cabo, entonces, un acertado asesoramiento será esencial que el PAS conozca adecuadamente la normativa aplicable, brinde su atención al cliente en todo momento, especialmente en los “primeros pasos” del procedimiento a seguir, y luego permanezca cerca de su asegurado durante el proceso de verificación e inspección, colaborando y manteniéndose al tanto de las novedades que se vayan produciendo en la instancia de liquidación del siniestro. Cuando me refiero al conocimiento de la normativa aplicable, no sólo debe abarcar a la ley ya citada que rige el ejercicio de la actividad del PAS, sino también a la Ley de Segu-

ros 17.418 y demás normas y resoluciones del mercado asegurador.

Ello, sin perder de vista la Ley de Defensa del Consumidor 24.240, ya que diversos fallos han considerado reiteradamente que el contrato de seguro (más allá de ciertas disposiciones particulares en las que prevalece su especificidad micro sistémica) queda comprendido en el régimen protector del consumo, siendo las normas consumeristas preponderantemente imperativas y más favorables al consumidor.

No olvidemos que el Derecho del Consumidor ha tenido un importante crecimiento en los últimos años, en especial a partir de la reforma de la Constitución Nacional en 1994, y a la luz del artículo 42 de nuestra Carta Magna.

Resulta demostrativo de lo expuesto que, inclusive en algunas sentencias y más allá de las diversas opiniones que pueda generar lo decidido en

ellas, se hizo extensiva al PAS, por mal asesoramiento, la condena impuesta a la Aseguradora ante el incumplimiento de la prestación establecida en el contrato de seguro, considerando al productor como un vendedor de los servicios de la misma, aplicando el artículo 40 de la indicada Ley 24.240 que establece la responsabilidad solidaria del vendedor.

Por otra parte, debemos tener en cuenta que el artículo 12 de la Ley de Seguros 17.418, establece que “cuando el texto de la póliza difiera del contenido de la propuesta, la diferencia se considerará aprobada por el tomador si no reclama dentro de un mes de haber recibido la póliza” y, sin perjuicio que dicha norma aparece en el texto de la póliza, no siempre resulta debidamente destacada como el contenido del citado artículo lo requiere.

En la práctica, entonces, el asegurado que recibe su póliza (hoy gene-

ralmente a través de las vías tecnológicas), raramente observa en forma detallada las cláusulas o condiciones que la integran, por lo cual, no percibe si existe alguna diferencia entre lo que deseaba asegurar y lo que finalmente expresa el contrato celebrado.

Luego, puede suceder que algunos meses después ocurre el siniestro, vale decir, llega aquél “momento de la verdad” antes mencionado. El asegurado realiza la denuncia del mismo en tiempo y forma pero, inesperadamente, días más tarde recibe una notificación en la cual la aseguradora le hace saber que no cubrirá el hecho acaecido.

Si ese rechazo se debe a alguna cláusula sorpresiva que ni el asegurado ni tampoco el PAS advirtieron oportunamente, sucederá inexorablemente que el cliente dirigirá su mirada hacia el profesional asesor, requiriendo saber, en profundidad, el motivo de esa respuesta negativa de la aseguradora.

Y allí, cobrará notable importancia si el PAS cumplió con la disposición del artículo 10, inciso d), de la Ley 22.400, el cual, establece que es obligación del PAS: “ilustrar al asegurado o interesado en forma detallada y exacta sobre las cláusulas del contrato, su interpretación y extensión, y verificar que la póliza contenga las estipulaciones y condiciones bajo las cuales el asegurado ha decidido cubrir el riesgo”.

Por ello, un buen desempeño profesional en aquél momento en el cual

se concretó la emisión del seguro, permitirá al PAS, demostrar que su tarea fue acertada y que la referida declinatoria por parte de la entidad aseguradora, no se debió a un error suyo.

Podemos preguntarnos si realmente es tan significativo para el PAS tener en cuenta las normas que venimos analizando. La respuesta inmediata será un sí rotundo, ya que el asegurado no es el especialista técnico del contrato y generalmente no lee las condiciones contractuales de la póliza, mientras que, por el contrario, el PAS es el profesional encargado de asesorarlo.

A su vez, el acompañamiento del PAS a su asegurado/cliente durante el trámite de liquidación del siniestro permitirá evitar algunas situaciones, en las cuales, las aseguradoras pueden llegar a exceder los requerimientos al asegurado ante un siniestro, en circunstancias de solicitar información complementaria.

En efecto, el tercer párrafo del artículo 46 de la Ley 17.418, destaca que el asegurador puede requerir al asegurado prueba instrumental vinculada con el siniestro ocurrido, en tanto sea razonable que la suministre. Y no siempre ello es así, llegando a convertirse, en algunos casos, en una práctica abusiva hacia el cliente por parte de la aseguradora.

En tal sentido, distintos fallos lo han venido remarcando en los últimos años, destacando, al analizar la conducta de la aseguradora cuando

exige determinada información a los fines de liquidar un siniestro que, es contrario a la buena fe que preside al contrato de seguro, que la información complementaria autorizada por el art. 46 de la Ley 17.418 no se unifique en un único requerimiento y, por el contrario, se fraccione, innecesaria y sucesivamente en el tiempo, sobre todo cuando no se han explicado las razones que justificaron tal proceder.

Se ha considerado así, que el pedido de información complementaria dirigido al asegurado tendrá razonabilidad únicamente si los datos requeridos resultan estrictamente necesarios para la verificación del siniestro o la determinación de su extensión, pero no en caso contrario. Vale decir que, la facultad de la aseguradora de solicitar esa información complementaria no debe ser una excusa para retardar el cumplimiento de la indemnización correspondiente.

Todo lo expuesto resulta demostrativo de la importancia de la actuación, acompañamiento y presencia del PAS en ese instante crucial de la relación comercial forjada a través del seguro y, por ende, la significación de una necesaria capacitación para cumplir adecuadamente su tarea.

Finalmente, me permitiré recordar una frase de Aristóteles que a mi entender refleja claramente la trascendencia de un buen asesoramiento profesional: “somos lo que hacemos día a día; de modo que la excelencia no es un acto, sino un hábito”.

# Cursos de PCC obligatorios 2020

**2º CUATRIMESTRE / 15 de agosto al 15 de diciembre**

## **P R E S E N C I A L E S**

La actuación profesional  
del productor

Responsabilidad civil

Técnicas de venta

**SUSPENDIDOS**

## **E · L E A R N I N G**

El asesoramiento del PAS ante los  
siniestros según la Ley 22.400

## **Cursos gratuitos no obligatorios**

- Asesoramiento profesional en el ámbito del seguro y responsabilidad del PAS
- Herramientas de carácter digital para el marketing en la venta de seguros
- Manejo de objeciones, negociación y cierre de ventas
- El PAS y el asesoramiento en siniestros
- Técnicas de indagación en ventas
- Introducción al marketing digital
- Seguro de transporte terrestre
- Todo riesgo operativo
- Seguros agrícolas
- Seguro de retiro

### **Consejo de Administración**

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

#### S E D E

Chacabuco 77 · 1º Piso (C1069AAA) | Edificio FAPASA | CABA | 011 4342 0800 | [consultas@enteley22400.org.ar](mailto:consultas@enteley22400.org.ar)

#### A D M I N I S T R A C I Ó N

Av. de Mayo 695 | 1º Piso · Oficina B | CABA | 011 4331 6680 | [administracion@enteley22400.org.ar](mailto:administracion@enteley22400.org.ar)

# DESPEDIMOS A DOS AMIGOS

RECIENTEMENTE VIMOS PARTIR A DOS AMIGOS: OSVALDO TORNELLO Y LUIS TAIS. DIRIGENTES, LUCHADORES, PIEZAS FUNDAMENTALES DEL MOVIMIENTO DE PAS DE LA ARGENTINA.

**Oswaldo Tornello** se inició en la profesión allá por 1976. En abril de este año cumplió 44 años al servicio del seguro. Antes de convertirse en PAS fue empleado de las extintas aseguradoras Cabildo, Hemisferio y Huarpes.

Comenzó su participación en APAS Cuyo durante la presidencia de 'pepe' Martínez Valdivieso. Fue un destacado dirigente de la entidad cuyana y durante 8 años su Tesorero.

Fue uno de los artífices de la compra de la primera oficina de la entidad en la calle 9 de Julio.

Entre 2003 y 2014 ocupó distintos cargos en FAPASA. Integró la Junta Fiscalizadora (2003/2004, 2005/2008 y 2012/2014), fue vocal (2004/2005) y fue Tesorero de la Federación (2008/2012).

Amaba el seguro, amaba la actividad solidaria. Hinchaba de Chacarita. Le encantaba conversar. Su deseo fue dejar a sus hijos la pasión por el seguro, y lo logró. Hoy sus hijos Matías y Soledad continúan con su trabajo.

Falleció el mes pasado, a los 68 años.



**Luis Tais** se inició en el mercado asegurador apenas terminando el colegio secundario. Su papá Osvaldo trabajaba como gerente en Caruso Seguros. Empezó cobrando pólizas en bicicleta y terminó dejando la compañía para desempeñarse de forma independiente.

A sus veintitantos empezó a asegurar a esos clientes que lo acompañaron toda su carrera. Pasando por oficinas chicas y ocultas a más grandes y sofisticadas fue dándole una estructura cada vez más empresarial a su labor.

Llevó a Salta a compañías como Nación Seguros y La Holando, que al día de hoy continúan en la ciudad. En busca de nuevos clientes por otros terrenos, viajó por el interior de Salta y el resto de país asegurando en los diferentes rubros.

Su momento bisagra se dio al comprar la casa donde puso su oficina, en una avenida tradicional de Salta.

Dejando de lado su nombre, desarrolló una sociedad junto a su socia y amiga, y sus hijos productores, para crecer cada vez más. SAS Asesores de Seguros S.R.L.

Reconocido por su labor en las compañías más respetables del país, por el valor de su palabra, por su motivación hacia el resto de productores, y su carisma y amabilidad, en 2017 fue elegido como Presidente de APAS Salta.

De su gestión queda un edificio que hoy se encuentra en el centro de la ciudad, para dictar cursos, capacitaciones y ser un lugar para realizar reuniones y tareas administrativas de la actividad. Siempre dedicado a dejar huellas firmes de cada paso que dio.

Hoy su empresa continúa, con sus hijos y socia, asesorando y asegurando, respetando el espíritu que Luis le dio a la venta de seguros.



## ATPAS (TUCUMAN)



El 22 de julio, ATPAS comenzó el dictado del 2do curso del PCA y ya iniciaron la inscripción para el 3er curso de PCA. Asimismo, el 21 de Agosto se realizó la Asamblea General Ordinaria de la entidad, de la cual informaremos en nuestra

próxima edición

Por otra parte, el 2 de julio se llevó a cabo una capacitación para sus asociados bajo el título **“Los seguros de Caucción en modalidad on line”**.

## APASER



El especialista en Pymes y empresas familiares, Martín Quirós, brindó el jueves 2 de julio una conferencia titulada “Cómo atravesar esta tormenta al menor costo posible”, partiendo de las dificul-

tades que genera en la economía la crisis mundial provocada por la pandemia de Covid-19 y enfocada especialmente en la actividad de los Productores Asesores de Seguros.

## AMPAS (MAR DEL PLATA)



La entidad marplatense realizó una donación de \$ 50.000.- al Hospital Interzonal General de Agudos Dr. Oscar Alende, en solidaridad con el personal que realiza tareas de asistencia en esta pandemia, para la compra de insumos.

Además, comenzaron a realizar capacitaciones gratuitas vía Zoom, por un lado para los colegas noveles, en el marco del programa denominado ‘Primeros Pasos’ en la actividad. La primera de ellas, con un enfoque impositivo, con un disertante del plantel de docentes de la asociación. Para el resto de los colegas, realizaron una capacitación en julio sobre Caucción, patrocinada por Aseguradores de Caucciones, y otra en agosto sobre Todo Riesgo Operativo, auspiciada por Mercantil andina.

AMPAS sigue realizando sus reuniones de Consejo Directivo vía Zoom, y continúa participando con la misma metodología en las reuniones del Consejo Asesor de Seguridad Vial municipal, el cual integran desde su formación, en febrero de este año.

## APAS SALTA



La entidad salteña con gran actividad. Finalizaron una de sus aulas con el correspondiente examen a aspirantes a PAS con un total de 17 aprobados. El 22 de julio, realizaron la Capacitación Online con el disertante Gustavo

Unrein de Sancor Seguros sobre una Introducción a los Seguros de Retiro. También se llevaron a cabo seis webinarios gratuitos para capacitar a los productores brindados por Beneficio SA, sobre distintas temáticas.



# Más Herramientas. Mejor Servicio

Cambiamos el modo, pero no el Compromiso con nuestros **PRODUCTORES**



**FEDERACION PATRONAL  
SEGUROS S.A.**

[www.fedpat.com.ar](http://www.fedpat.com.ar)



## APAS SANTIAGO DEL ESTERO



El 22 de julio, la entidad realizó un Webimar sobre **Capacitación de Seguros de Retiro** a cargo de Gustavo Unrei de Prevención Retiro. Se invitó a los colegas de las APAS del NOA. Esta fue la primera experiencia en capacitación virtual y han quedado muy conformes con los re-

sultados. Por ese motivo estamos diseñando nuevas opciones para PAS y público en general.

Además, durante los últimos días del mes de julio APAS Santiago del Estero se trasladó a su sede al nuevo inmueble propio. “Es un sueño

hecho realidad para nuestra asociación, nos falta mucho aún, pero ya estamos disfrutando de nuestra CASA PROPIA”, destacó María Teresa ‘Lala’ Teves, dirigente de la entidad. Aquí presentamos las fotos del nuevo hogar de los PAS santiagueños.

## APAS CUYO



En los meses de julio-agosto la Comisión de Jóvenes de APAS Cuyo, con el apoyo de la Comisión Directiva, continuó con la organización de capacitaciones on line gratuitas para Productores Asesores de Seguros. Se realizaron talleres de Marketing Digital, capacitaciones de Vida, RC Profesional, Combinado de Hogar y Comercio, entre otras.

En julio y agosto APAS Cuyo firmó convenios con medios de comunicación para la difusión de actividades institucionales: Radio FM Amadeus, FM Popular y FM Sintonía, junto con el suplemento digital ‘AhoraMendoza’ y con el Diario de la República en la provincia de San Luis.

### Cumpleaños

El 22 julio, la entidad cuyana celebró 48 años de vida. Lo festejó con un brindis virtual junto a sus amigos, colegas, colaboradores y presidentes de las APAS de todo el

país. Jorge L. Zottos (Presidente de FAPASA) y María Teresa Teves Vicepresidenta, fueron parte del festejo y acompañaron a María Rosa Blanco. También estuvieron Patricia Hereter, de APAS Misiones; Daniel Gonzales, APAS Noroeste de Buenos Aires; Miriam Riposati, APAS Bahía Blanca; Marcelo Vacas, APAS Centro de Buenos Aires; Luis Santini, APAS Norpatagonia; Carlos Yebra, APAS Catamarca; Liliana Alzugaray, APAS Entre Ríos; Tito Espesot, APAS Corrientes; Daniel Rosemberg, Presidente del Ente Cooperador; y Ricardo Báez Nunes, APAS Salta.



**SEGUROS  
RIVADAVIA**



## UNA HISTORIA JUNTOS



Hace 75 años comenzábamos esta historia, emitiendo nuestra primera póliza. Todo cambió y evolucionó, y nosotros también, manteniendo el espíritu y la visión de nuestros fundadores.

Hoy, más de un millón de asegurados y seis mil productores confían en Seguros Rivadavia, en todo el país.

Por eso, queremos decir "simplemente, gracias".

Seguimos cumpliendo y creando un futuro juntos.

**75 años protegiendo  
lo que más te importa**

**75**  
Años

# EL CAMBIO TECNOLÓGICO EN LA PANDEMIA

CONSULTAMOS A NUEVE ASEGURADORES ACERCA DE LAS HERRAMIENTAS PUESTAS A DISPOSICIÓN DE LOS PAS PARA AFRONTAR UN MERCADO QUE SE VOLVIÓ MÁS DIGITAL Y COMPETITIVO.

Desde que estalló la pandemia por Coronavirus, las aseguradoras comenzaron a tomar medidas para estar a la altura de las circunstancias. La estrategia fue la contención y brindar herramientas para sostener la cartera o incluso buscar nuevas oportunidades de negocio, a pesar del contexto claramente adverso. En esta área es fundamental el constante avance en materia de tecnología.

Uno de los focos de esta tarea fue apoyar la adaptación al cambio tecnológico y a la abrupta necesidad de digitalizar sus comunicaciones con los clientes por la pandemia.

En este sentido, **Mario Teruya**, Director Comercial del Grupo Asegurador La Segunda, indicó: “Antes de la pandemia, que lo aceleró todo, nosotros ya veníamos en un proceso firme de cambio tecnológico con el objetivo de acompañar y potenciar al productor en este camino de transformación.

Pusimos foco en la ‘formación para la transformación’. Así lo hacemos a través de nuestra plataforma de capacitación ECA2, incluyendo por supuesto en los PCC siguiendo los programas de la SSN. Además, todo lo que significa el cambio tecnológico está cada día más incorporado a la cultura organizacional, y así nos proponemos

transmitirlo y compartirlo con nuestros equipos comerciales. Sustentados en esto, un proyecto clave que estamos llevando adelante es el cambio de nuestros sistemas centrales, el cambio de core, como se le llama. Este proyecto hoy está muy avanzado y busca brindarle al PAS un entorno de interacción digital que sea ágil y amigable, con alta seguridad y precisión en los datos y al mismo tiempo genuinamente útil para el crecimiento del negocio. Este es el eje de una estrategia que hoy puede mostrar diversas iniciativas que ya forman parte del ecosistema digital que proporcionamos a nuestros productores.

La automatización de procesos como la denuncia en cristales y robo de neumáticos; la mejora continua de las apps mobile para el PAS -NetPro- y el cliente -NetVos-, la creación de micrositios con toda la información de la agencia, productos, servicios, cotizador e-commerce incorporado; un sitio web exclusivo para que accedan directamente a todos los materiales de comunicación, y un servicio personalizado de asesoramiento en comunicación son algunos ejemplos de cómo llevamos el cambio tecnológico a la actividad del PAS. Y, por sobre todo, comprendemos que el apoyo constante, escuchar, aprender de su experiencia y construir conocimiento juntos,

son la mejor manera de potenciarnos y crear un círculo virtuoso para capitalizar el cambio”.

Luego, **Eduardo Estrada**, Director de Negocios y Marketing del Grupo Sancor Seguros, puntualizó: “Para los productores asesores, implementamos medidas y pusimos a su disposición recursos destinados a facilitar las tareas de cobranza y adaptarse a las particularidades del nuevo escenario. Además de disponer de cotizadores, en algunos ramos como Automotores y Accidentes Personales también cuentan con la posibilidad de cerrar la venta online, lo cual es una herramienta más para potenciar la comercialización a distancia.

Además, con la intención de brindarles diversos recursos que sirvan para hacer frente al contexto actual de la mejor manera, creamos un ciclo de webinars en el que recurrimos a especialistas de disciplinas tan diversas como la economía, el marketing y las neurociencias, con foco en el desarrollo comercial y el Marketing Digital. Por estos encuentros semanales ya pasaron figuras de renombre como los economistas Claudio Zuchovicki, Juan Carlos de Pablo y Luis Secco; el neurocientífico Facundo Manes, el Dr. López Rosetti; Andrés Repetto y Carlitos Páez.



Mario Teruya, Eduardo Estrada, Vanesa Rocca, Luis Pierrini, Adrián Serfaty, Carlos Grandjean, Julio Salvioli, Hernán Quintana, Luis Jorge Ferro,

Por otra parte, continuamos apostando a la permanente profesionalización de nuestro cuerpo de ventas. En esta oportunidad, en el marco de nuestro programa DALE Innovación, diseñamos un ciclo de cursos online sobre Marketing Digital, pensado especialmente para los Organizadores.

Se trata de un trayecto educativo a cargo de profesionales de prestigiosas universidades que tendrá una duración de dos meses, a lo largo de los cuales se dictarán tanto clases teóricas como prácticas y se abordarán temas como Redes sociales, marketing de contenidos, Facebook e Instagram ads, Google Ads, entre otros. El resultado es una capacitación diferente, más intensa, calificada y exclusiva, que invita a poner manos a la obra, con posibilidad de volcar al negocio todo lo aprendido y en forma inmediata.

Quiero aprovechar para reconocer a nuestros PAS y agradecer el trabajo que llevan adelante día a día, protegiendo la cartera de clientes y conteniendo a los asegurados en estos momentos tan complejos. Así lo sentimos en el Grupo Sancor Seguros y por eso hemos lanzado recientemente una campaña de comunicación que destaca el rol del productor asesor al momento de contratar un seguro”.

Posteriormente, **Vanesa Rocca**, Gerente General de San Cristóbal Seguros, puntualizó: “Tanto los ejecutivos de cuenta de cada sucursal como nuestro equipo de Marketing Digital brinda asesoramiento constante y acompaña a los PAS, con foco en el desarrollo de conocimientos y habilidades para la venta digital. Habíamos comenzado mucho antes de la pandemia, pero desde marzo, esto se intensificó para que nuestros productores puedan seguir en contacto con los clientes y puedan seguir operando comercialmente, pese a no estar en la calle.

Por ejemplo, lanzamos un ciclo de capacitaciones llamado ‘Digital Tour Virtual’, ofreciendo talleres virtuales sobre el negocio digital para apoyar a nuestro principal socio y colaborar con la continuidad de sus servicios durante esta coyuntura. Los encuentros remotos profundizan en la creación de Sitio Seguro, para que los PAS tengan su propia ‘oficina virtual’, disponible de forma completamente gratuita, todos los días de la semana y a toda hora.

A su vez, también se comparten las mejoras prácticas, desde la creación del logo hasta la descripción de su negocio o cómo mostrarse al cliente y formas efectivas de gestionar los leads que reciben en su sitio. Entre otras herramientas, los PAS acceden al Blog de Soporte

PAS, piezas de diseño para marketing digital, promociones exclusivas y participación de la Comunidad Digital de San Cristóbal en WhatsApp. Por otra parte, hace unos meses sellamos un acuerdo con Leadaki, la agencia digital que es Premier Partner de Google y especialistas en Marketing Digital. El objetivo de la alianza es posicionar a los Sitios Seguros para seguir potenciando la visibilidad y las ventas online. Los resultados indican que quienes están participando logran vender diez veces más que los que no invierten en medio digital, lo que demuestra la relevancia de estas campañas”.

Acto seguido, **Luis Pierrini**, Presidente de Triunfo Seguros, confió: “La mayoría de los PAS en nuestra compañía venían trabajando con herramientas digitales hace bastante tiempo. Y el resto, se acopló a esta realidad en este año.

Para lograr la máxima eficiencia en el uso de estos recursos tecnológicos, se desarrollaron pautas que hemos considerado indispensables:

- Puesta en funcionamiento de un sistema de altísimo nivel para el uso de los PAS.
- Consideración de haber implementado un sistema muy amigable.
- Desarrollo de un programa de capacitación continua.

- Armado de un grupo permanente de apoyo logístico.
  - Posibilidad de emitir póliza de manera inmediata.
  - Posibilidad de entregar certificados de cobertura al instante.
  - Implementación de una APP de Triunfo Seguros.
  - Implementación de un sistema de información permanente con respecto a sus ventas, comisiones, etc.
- Creo que la digitalización en la actividad aseguradora, ha venido para hacernos mejores a todos”.

Más adelante, **Adrián Serfaty**, Gerente Comercial de Federación Patronal Seguros, marcó: “Una de las herramientas que pusimos a disposición de los PAS consiste en una serie de capacitaciones a través de nuestro centro virtual, para orientar a los productores respecto al manejo de redes sociales y cómo administrar los recursos de la web para la venta. En nuestra plataforma SELF tenemos un área de marketing que permite hacer venta cruzada, crossselling, upselling, y promover seguros nuevos de manera digital. La plataforma permite hacer llegar al asegurado ofertas digitales. Estamos capacitando fuertemente a nuestros PAS en esta área.

De más está decir, que desde nuestra plataforma SELF, el productor puede cotizar, vender y emitir gran parte de los ramos. También estamos generando un portal de contacto dentro de la plataforma SELF para que pueda digitalizar todo lo que es el área de producción. Esta se suma a la funcionalidad ya disponible para gestionar siniestros y administración.

Además, en la plataforma SELF el PAS puede armar su perfil social, para tener una imagen digital en la red. Dentro de SELF el productor puede poner su logo, su firma, sus redes, su web, su foto, y cada vez que Federación Patronal envía un email con un archivo de póliza a un asegurado, va con la firma del productor. Cada vez que cualquier envío de Federación se hace desde ese productor, va con la firma que él mismo armó, si quiere poner su WhatsApp, sus redes sociales, su web, su logo de empresa o logo personal, le permitimos que él también tenga una identidad digital dentro del SELF, que todo lo que vaya tenga su identidad digital, y eso permite que su asegurado lo identifique por su WhatsApp, por su web si la tuviera. Es una identidad digital que le proporcionamos desde la web de la Compañía. También hicimos un desarrollo para compartir archivos y pólizas a través de la web.

Además, todo lo que Federación Patronal vende a través de su web va a parar a los productores. También generamos un dashboard de siniestros en SELF, una nueva forma de gestionar el siniestro por parte del productor. Permite que el productor sea muy proactivo en todo lo que es siniestros. En tarjetas de colores el sistema va mostrando todas las situaciones para gestionar, como las inspecciones pedidas, las entregas pendientes de respuesta, la cantidad de siniestros por tipo, etc., todo en un tablero de control de siniestros en el que el productor fácilmente identifica de manera proactiva dónde tiene que intervenir para agilizar la liquidación. Así evitamos situaciones como ‘me llamó el tallerista, no lle-

garon los repuestos’ o ‘me llamó el asegurado porque no fue el inspector’.

La idea es pagar siniestros lo más rápido posible y de la mejor manera. Todo esto gracias a la digitalización, de la mano del PAS.

A su turno, **Carlos Grandjean**, Presidente de La Equitativa del Plata, señaló: “Hemos generado diversas capacitaciones para PAS en marketing digital y redes sociales a través del envío vía mail de video tutoriales expresamente pensados para darles la mayor cantidad de información y herramientas para que puedan desarrollar sus negocios de manera virtual.

También impulsamos las ventas cruzadas, capacitando a los PAS en ramos a los que no se dedicaban previo a la pandemia. En ese sentido, hicimos trabajos de ventas cruzadas entre la base de asegurados de Reconquista ART, los asegurados de La Equitativa en patrimoniales y los asegurados de Vida. Y seguimos renovando nuestro Programa de Incentivos de Productor Equitativo (PIPE).

Como detectamos que Whatsapp se convirtió en un canal de ventas y servicios primordial, desarrollamos piezas publicitarias para los PAS, para que puedan promocionarse a través de sus estados de Whatsapp y sus historias de Instagram. Nuestro próximo objetivo es el lanzamiento de un canal exclusivo para nuestros PAS vía API de Whatsapp para darles a los PAS un servicio y una respuesta más ágil y más instantánea. Ya estamos en la etapa de pruebas y los resultados vienen sien-



# 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

do muy satisfactorios. Por otra parte, queremos destacar que desde siempre (casi 125 años ya) tanto en La Equitativa como en Reconquista ART hemos operado exclusivamente con Productores Asesores de Seguros y con Organizadores brindándoles confianza, solidez, trayectoria, conocimiento, servicio y atención personalizada y ahora también, tecnología y herramientas digitales. Esa es nuestra convicción. Entendemos que el Productor Asesor de Seguros es la mejor alternativa a la hora de ofrecer un producto tan complejo como es el seguro, que nos pone a prueba en situaciones muy diversas que no pueden ser reducidas a un simple algoritmo y en un mundo tan incierto, cambiante y sujeto a calamidades diversas. Tanto en La Equitativa como en Reconquista actuamos acorde a estas convicciones”.

En tanto, **Julio Salvioli**, Gerente de la Dirección Comercial de Seguros Rivadavia, destacó: “Desde hace varios años, nuestra empresa puso a disposición del Productor Asesor de Seguros una amplia gama de herramientas tecnológicas, de modo que tenga la posibilidad de resolver la mayor cantidad de situaciones con sus clientes sin necesidad de consultar a nuestras sucursales.

En el actual contexto, colaboramos en la comunicación con sus asegurados para ofrecer todas las plataformas de atención digitales disponibles, complementarias a la atención brindada. Pusimos a su alcance diversas campañas de concientización de los clientes respecto de la utilización de medios digitales y pagos bancarizados, entre otras accio-

nes. Independientemente del cambio tecnológico o la digitalización de procesos, hay algo que quedará marcado con posterioridad a la pandemia y eso es el protagonismo del Productor Asesor de Seguros. Siempre afirmamos que relacionar la venta digital con la función del PAS implica no solo desconocer la actuación profesional del productor, sino a su vez no comprender apropiadamente el funcionamiento del mercado asegurador.

Sin el rol fundamental del productor asesor durante la pandemia, en cuanto a contención, asesoramiento y solución de problemas, hubiese sido imposible atender los requerimientos y necesidades de los asegurados.

Por eso, más allá del apoyo que las aseguradoras hemos podido brindar a los productores, quedó demostrado que la ecuación resultó radicalmente inversa: los PAS ayudaron a las empresas en todo lo referente al mantenimiento de la producción y a la digitalización de la atención de los clientes.

Hubiese sido imposible enfrentar situaciones críticas como la que estamos viviendo sin la figura del Productor Asesor de Seguros. En nuestro caso, solo tenemos palabras de agradecimiento hacia ellos”.

Seguidamente, **Hernán Quintana**, Director Comercial de El Surco, informó: “La mayoría de nuestros PAS están altamente digitalizados, al punto que son ellos los que reclaman evoluciones constantes, tanto en nuestro portal para PAS como así también en todo nuestro entorno.

En este sentido, hemos trabajado sobre mejorar la experiencia digital de nuestros PAS y hemos puesto a disposición de aquellos que venían más atrasados nuestras herramientas de marketing digital para que las puedan usufructuar en beneficio propio, evitándoles así los altos costos tanto de implementación como aprendizaje que esto puede traer aparejado”.

Para cerrar, **Luis Jorge Ferro**, Gerente General de Cooperación Seguros, manifestó: “Nosotros tenemos un vínculo muy estrecho con nuestra red comercial en todos los aspectos, tanto en la comercialización y asesoramiento, como en lo administrativo y gestión de los siniestros.

Además, dedicamos gran parte de nuestros esfuerzos en dotarlos de herramientas cada vez mejores de gestión on line, además de procesos dinámicos que les den resultados concretos de cara al cliente.

En el caso de la digitalización puntualmente, los acompañamos con capacitación a través de nuestro Campus Virtual, apoyo constante de nuestras Unidades de Negocio Regionales, Mesa de Ayuda, asesoramiento de Marketing para redes sociales e incluso hemos realizado eventos de capacitación para el segmento joven en este tema. Aquí también hay que mencionar el cambio generacional al interior de la red comercial, pues muchos PAS fueron incorporando a sus hijos en el negocio, y nosotros identificamos esta necesidad y realizamos acciones concretas para acompañarlos en ese camino”.

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



Experta  
Seguros

No vi el auto del  
vecino y le di un



# TOQUE CITO

**QUÉ TEMA, ¿NO?** A menos que tengas  
un **NUEVO SEGURO DE AUTOS** que te  
acompañe siempre.

**EXPERTA**  
SEGUROS

**AUTOS**

Nº de inscripción en SSN  
0880

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control  
[www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)



**SSN**

SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

## PERFILES

## CARLOS YEBRA

CATAMARQUEÑO, PADRE, ESPOSO Y AMIGO. SOLIDARIO Y CON EMPUJE.

**Revista Asegurando (R. A.): ¿En cuál ciudad vive?**

Carlos Yebra (C. Y.): En San José, departamento Fray Mamerto Esquiú, en el valle central de la provincia de Catamarca.

**R. A.: ¿En qué zona desarrolla su actividad de PAS?**

C. Y.: En la provincia de Catamarca.

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

C. Y.: La tranquilidad y el contacto directo con la naturaleza.

**R. A.: ¿Quién trabaja con Ud. en su organización?**

C. Y.: Somos doce productores vinculados a la organización.

**R. A.: ¿Cuántos empleados tiene?**

C. Y.: Tres empleadas administra-

tivas.

**R. A.: ¿Trabajan familiares con Ud.?**

C. Y.: Sí, mi esposa Lorena que es PAS, mi hijo Sebastián también PAS y la valiosa colaboración de mi hijo mayor Ignacio.

**R. A.: ¿Cuáles libros ha leído últimamente?**

C. Y.: “Conversaciones para la Acción” de Fernando Flores, y “El mundo ha vivido equivocado” de Fontanarrosa.

**R. A.: ¿Cuáles son algunas de las últimas series de TV o películas que ha visto?**

C. Y.: La mini serie “Self Made”; en películas, el estreno de “Proyecto Power” y cumplí con lo prometido de ver completa y sin pausa “Lo que el viento se llevó”.

**R. A.: ¿Cómo lo afectó la pande-**

**mia en su vida profesional o personal?**

C. Y.: Aceleró el vuelco a lo digital que veníamos promoviendo en nuestros clientes, también tuvimos más carga administrativa por la operatoria reducida de las compañías y aumentaron las consultas y el asesoramiento por el tristemente famoso descuento obligatorio.

En lo personal e institucional me involucré mucho en colaborar para encontrar una solución a la situación en la que nos encontrábamos, aportando ideas, participando de reuniones con el gobierno, el COE Municipal y Provincial hasta que logramos descomprimir un poco la situación.

La restricción que más nos afecta hoy sigue siendo la imposibilidad de circular libremente por el país, de viajar y compartir.

**R. A.: ¿Cuál es la principal amenaza para la labor del PAS.?**



C. Y.: El apartamiento de las normas potenciado por el escaso control y castigo, permiten que surjan actores que perjudican no solo a los PAS sino a todo el mercado asegurador con ventas compulsivas, atadas o engañosas, intromisión, competencia desleal, ilegalidad a todo nivel, estafas y fraudes, socavando las bases de buena fe y la cultura aseguradora.

**R. A.: ¿Qué es para Ud. la Justicia?**

C. Y.: Es una virtud que me guía y cultivo, es un pilar fundamental en los valores de nuestra sociedad sin el cual es imposible imaginar un mundo mejor.

**R. A.: ¿Cuál es el ramo o nicho de negocio en el cual ve más chances de crecimiento de la producción de seguros?**

C. Y.: Principalmente Vida, que venimos pregonando hace tiempo y ahora empezó a activarse. No

hay que descuidar los nuevos riesgos o modalidades que la tecnología trae consigo.

**R. A.: ¿Por qué fundó su APAS?**

C. Y.: Decidimos fundarla y cambiar las cosas para poder darle a los PAS de Catamarca y La Rioja los servicios que no teníamos y esa posibilidad de acercarse a trabajar juntos por nuestros derechos.

**R. A.: ¿Qué piensa la gente del seguro?**

C. Y.: La gran mayoría desconoce sobre seguros, su única experiencia o contacto son los seguros obligatorios y lo toman como un mal necesario. Los menos, fruto de los golpes de los siniestros o del permanente trabajo de difusión de la cultura aseguradora, reconocen la importancia de contar con coberturas en el desarrollo de sus proyectos y en todas las etapas de la vida.

**R. A.: ¿En qué invierte su tiempo libre?**

C. Y.: En las cosas que disfruto, viajes, compartir en familia, acciones solidarias.

**R. A.: ¿Asado o pasta?**

C. Y.: Asado, pastas... ¿y de postre?

**R. A.: ¿Email o WhatsApp?**

C. Y.: WhatsApp, pero ahí sigue el e-mail.

**R. A.: ¿Facebook o Instagram?**

C. Y.: Solo los uso comercialmente dependiendo del segmento.

**R. A.: ¿Conoce Tik Tock?**

C. Y.: Si, le mostré Tick Tock a mi esposa, ella lo instaló y ahora todos los días me cuenta sus novedades.

**R. A.: Para vacaciones, ¿montaña, campo o playa?**

C. Y.: Disfruto de todas en distintas fechas del año y repito cada vez que puedo.

**R. A.: ¿Practica deportes?**

C. Y.: Sí, muy limitado ahora por las restricciones, así que solo algo de pesca, tiro y trekking.

**R. A.: Si pudiera pedir un deseo ahora mismo, ¿cuál sería?**

C. Y.: Tener deseos ilimitados así alcanzan!.

**R. A.: ¿Cuál es su actor y/o actriz preferido/a?**

C. Y.: Actriz sin duda Meryl Streep, actores tengo varios, a veces dependiendo de la película me llega su actuación y me emocionan.

**R. A.: ¿Un sinónimo de buen asesoramiento?**

C. Y.: Cliente fidelizado.

**R. A.: ¿Cuál es la fórmula del éxito?**

C. Y.: La sigo buscando y mientras tanto disfruto el camino, no bajo los brazos, trabajo con alegría en lo que me gusta, comprometido con mi familia, colegas y sociedad por una mejor calidad de vida y mantengo mi curiosidad aprendiendo todos los días en esa búsqueda de la excelencia.

**R. A.: ¿Por qué es importante la capacitación del PAS?**

C. Y.: Porque el conocimiento es lo que nos diferencia en el mercado. Como profesionales del seguro es nuestra obligación ser quienes estamos al tanto de las cosas que nos

concernen.

**R. A.: ¿Un mensaje a sus colegas?**

C. Y.: Disfruten de su trabajo, no lo regalen, representen a Compañías que los respeten y no compitan con ustedes, actualícense, acérquense a las APAS, participen, ocupen un lugar, trabajen por el bien común, vean a sus colegas como sus aliados, hay trabajo para todos los que trabajamos como manda la ley. Conozcan qué hacen FAPASA, su APAS, nuestra obra social OSSEG, el Ente Cooperador Ley 22.400- y todo organismo que tenga injerencia en nuestra profesión.

Reclamen y defiendan sus derechos, nadie mejor que nosotros sabemos qué necesitamos.

Entre todos podemos hacer un mercado y una sociedad mejor para vivir.



Conducción: Fernando G. Tornato y Marcelo E. Deve

**TIEMPO DE SEGUROS**

El programa radial del sector asegurador

**RADIO ARGENTINA AM 570**

*Un equipo con experiencia y trayectoria*

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

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



Suscribese a nuestro newsletter semanal:  
[info@tiempodeseguros.com.ar](mailto:info@tiempodeseguros.com.ar)  
Visite [www.tiempodeseguros.com.ar](http://www.tiempodeseguros.com.ar)

# Hacemos de las empresas un mejor lugar para trabajar.

## Prevención ART

de SANCOR SEGUROS

Cuidando a tu gente. Cuidando a tu empresa.

Contactate con tu Productor Asesor de Seguros o llamá al 0800 5555 278  
[www.prevencionart.com.ar](http://www.prevencionart.com.ar) | [info@prevencionart.com.ar](mailto:info@prevencionart.com.ar)



## “LA PANDEMIA PUSO DE MANIFIESTO EL VALOR DIFERENCIAL DEL ASESORAMIENTO PROFESIONAL DEL PAS”

EL PRESIDENTE DE FAPASA, JORGE L. ZOTTOS, FUE ENTREVISTADO POR EL SEGURO EN ACCIÓN (WWW.ELSEGUROENACCION.COM.AR), SOBRE CÓMO SE ESTÁ LLEVANDO A CABO EL TRABAJO A LO LARGO DE TODAS LAS REGIONES DEL PAÍS DENTRO DEL CONTEXTO DE LA PANDEMIA, Y LAS NOVEDADES EN MATERIA DE CAPACITACIÓN. ASIMISMO, INFORMÓ SOBRE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EN VÍA PÚBLICA CON EL MENSAJE QUE INDICA QUE «CON UN PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS ES MÁS SEGURO».

*Agradeciéndole por brindarnos su tiempo, ¿Podría comentarnos cómo se está llevando adelante el trabajo de los Productores Asesores de Seguros en las distintas regiones del país?*

Los PAS siguen trabajando en las jurisdicciones en las cuales se ha flexibilizado la cuarentena, aplicando los protocolos de prevención del contagio, y atendiendo a las distintas regulaciones de cada zona, considerando que en poco tiempo irá mejorando.

El PAS tiene por delante un desafío, que hoy en día es loable y se ven las diferencias en los lugares donde se puede trabajar más.

No somos ajenos a la realidad del país; en algunas zonas están trabajando flexiblemente liberados, en cierta parte, con muchas complicaciones. No podemos lograr que en la zona de AMBA y CABA puedan hacerlo con la flexibilización que tenían hasta el 1° de julio. Está de más decir que los números de la pandemia, tanto

de contagios como de fallecimientos, hoy día no ayudan para volver a tratar esta flexibilización del sector asegurador. Estamos conciliando con las cámaras de compañías, el sindicato, FAPASA, y con las autoridades.

*¿Cómo evalúa la reacción de las aseguradoras ante el desafío que impuso la restricción por la emergencia sanitaria y cómo nota la reacción de las aseguradoras en este momento, tanto hacia el asegurado como hacia el productor?*

Veníamos desde hace cuatro años en la capacitación obligatoria marcada por la Superintendencia, como el trabajo que hacíamos dirigencialmente y las mismas compañías de seguros, tratando de brindar las herramientas tecnológicas que el Productor Asesor de Seguros necesitaba tanto en la cobranza para bancarizarla como también digitalizar todas las operaciones posibles al respecto.

Si bien empezamos con automóvil, con vida, un poco con ART, después

apresuradamente fue avanzando, y el 20 de marzo nos vimos obligados a pasar el 100% a la tecnología. Esto ha llevado a que tanto compañías de seguros, productor de seguros, como asegurados o asegurables, tuvieran que utilizar este proyecto que venía tranquilamente progresando a nivel país.

Vimos que había una desorientación tanto de las compañías como nuestra, ni hablar de la parte de cobranza, porque si bien la bancarización es un tema, existe cobro de cheque diferido, cobro de transferencia electrónica en donde interviene sí o sí el Productor Asesor de Seguros. Y no me canso de decir que en ciudades capitales del país, en otras provincias como en ciudades chicas también de provincias grandes, el productor es la cara visible de las compañías. En Jujuy, Formosa, Corrientes, en Córdoba no hay 186 oficinas de todas las compañías de seguros oficialmente habilitadas, siempre es la cara visible el productor de seguros.



Creo que se ha dignificado el trabajo loable del Productor Asesor de Seguros, lo cual han ponderado bastante, y sabemos que somos los que un poco hemos llevado a buen término que muchas pólizas no se cayeran o no se anularan en el mercado, por esto de la intermediación voluntaria y social que tiene el productor de seguros.

No es una contestación fría que le da un call center, un empleado bancario o un empleado de una concesionaria de autos. El productor defiende sus intereses como los intereses de la compañía y también los intereses de los asegurados.

*El Presidente de FAPASA además destacó entre otras cuestiones, las ventajas de la digitalización del seguro que se vio acelerada por el Covid-19, aunque también enfatizó que no se puede dejar en manos de mecanismos exclusivamente virtuales el asesoramiento, la gestión de siniestros, la cobranza y la producción de seguros. Por ello, recordó que en mercados más desarrollados, como el español, los productores aún conservan una participación de mercado en la prima intermediada del orden del 65%.*

**¿Cómo sigue el programa de capacitación para productores? ¿En qué situación está ahora?**

Hace más de un mes, desde FAPASA, en un trabajo muy coherente y virtual que estamos haciendo con las nuevas autoridades de la Superintendencia de Seguros, logramos tanto la suspensión del PCC del primer cuatrimestre como la prórroga de la matrícula has-

ta el 30 de junio, como también la suspensión del segundo cuatrimestre del PCC presencial, no así del e-learning que sigue siendo obligatorio, y se llegó a esta preocupación que teníamos ya que con los aspirantes como con los productores que deben horas obligatorias de cursos de reválida de años anteriores, en el primer llamado de marzo tuvimos que suspenderlo con la cuarentena.

No se olviden que esto lamentablemente es presencial, pero la situación nos llevó a reclamos de aspirantes, también de un diputado nacional, y en la evaluación de las experiencias que se vivían con las universidades, FAPASA ha tomado una determinación de proponerle a la Superintendencia usar la plataforma que tiene en los cursos de regularidad en todo el país, y tratar de tomar el examen virtual tanto para aspirantes como para productores que adeudan la capacitación. Y esto lo vio bien la Superintendencia, logramos suspender el curso de PSC, y en esta semana salió ya el protocolo completo del curso de examen para septiembre para aspirantes y productores.

Esto va a ser por medio de la plataforma de FAPASA, como se le propuso, va a tener cierto grado de seguridad, no es fácil, no nos olvidemos que este país es muy extenso, hay aspirantes, productores que están en zonas que no tienen buen Wi-Fi, no pueden rendir, hay aspirantes y productores que no tienen una computadora con los suficientes recaudos que necesitamos nosotros para el control, no nos olvidemos de la parte tecnológi-

ca, si una computadora, una tablet o una notebook va a tener que tener como mínimo un Windows 8.1 y a la vez trabajar con el celular a la par en Zoom, donde va a ser controlado por parte del Ente Cooperador y la Superintendencia en lo que respecta a pedirle al alumno que dé un recorrido perimetral de si está solo, si no está usando ningún papel y si no está consultando ninguna página.

Entonces todas esas medidas de seguridad nos han llevado a que también reduzcamos la duración del examen. El examen va a ser de una hora y van a tener que contestar 30 preguntas, de las cuales 21 van a tener que estar correctas, o sea que en definitiva tienen dos minutos por pregunta para contestar. El alumno que vaya a ver las preguntas no va a poder ver la pregunta número 1, pasar a la pregunta número 5 y volver a la número 1. Tendrá que sí o sí hacer la número 1 para pasar a la siguiente, y así sucesivamente hasta las 30 preguntas.

En cuanto a los productores, tienen 30 minutos, son ocho preguntas, de las cuales cinco tienen que estar correctas.

**¿O sea que el próximo llamado a examen, tanto para aspirantes como para productores que adeudan cursos de años anteriores se va a realizar en forma virtual?**

Claro, porque se hizo la inscripción desde el 15 julio hasta el 10 de agosto. Ahora estamos en plena etapa de preparar las mesas. No van a exceder de 20 participantes por mesa, serán cua-

tro mesas simultáneas y se van a tomar tres turnos por día. Estamos hablando de 140 alumnos por día. Estimamos que va a haber 1.500 aspirantes y aproximadamente 600 productores que adeudan cursos anteriores.

**Nuestra última consulta. ¿Cuál es el mensaje de FAPASA para los productores en este momento?**

FAPASA está trabajando en muchos sectores, está buscando una consolidación en lo que es el sector asegurador en sí, que ya prácticamente lo tiene, trabaja constantemente en concordancia con la Superintendencia, con las cámaras de compañías. En ese sentido FAPASA tiene una labor fundamental, y no nos olvidamos de viejos reclamos. Estamos retomando esos reclamos, como la vigencia de todos los términos de la Res. 32.080, los reclamos por la Ley de Riesgos de Trabajo, ni hablar del mercado ilegal de las ventas de seguros y de las cláusulas abusivas

de los bancos al contratar un préstamo en lo cual se apoderan de alguna póliza o primas del sector. También hemos decidido hace tiempo trabajar más en una campaña de comunicación hacia la población, reforzando la imagen del productor de seguros y generando conciencia aseguradora.

Como se sabe, FAPASA ha lanzado en todo el país una campaña de cartelería. Justo la pandemia redujo la cantidad de vehículos en las rutas, pero tenemos fe que vamos a volver al tránsito. Hoy el transporte de cargas sigue circulando. Estamos poniendo la cartelería con el mensaje que dice ‘Con un productor asesor es más seguro’ en las rutas de todo el país, sobre todo en los accesos a las capitales de todo el país donde hay una asociación. También hay campañas de difusión de asociaciones, como las que se hacen en TV por el canal América, en las radios locales, donde interviene la asociación del lugar, y FAPASA está

buscando la forma de apoyar a las asociaciones para que lleven adelante dicho mensaje a la población. Nuestro mensaje se concentra en que somos el único canal profesional con asesoramiento idóneo y en la generación de conciencia aseguradora.

Es fundamental que la población entienda la importancia de tener un seguro y conocer los alcances de las coberturas, y que no se dejen engañar por personas que no tienen un título, que no tienen una credencial habilitante o no están autorizadas por la Superintendencia de Seguros de la Nación. Por ello, nuestro trabajo es constante por distintos factores y en distintos frentes. Además, estamos desarrollando una nueva dirigencia, estamos apoyando mucho a las asociaciones para que se acerquen los colegas y traten de intervenir en sus asociaciones y el día de mañana sean los futuros dirigentes de nuestra querida FAPASA. ■

**TODO RIESGO**  
en televisión  
Usted sigue estando seguro

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](http://www.todoriesgotv.com.ar)

Con Horacio Lachman y Horacio Levy  
Patricio Dunckel y Sebastián Silva



# Hacia la digitalización junto a los PAS

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

AVRIL  
Atención virtual



Portales de autogestión  
para asegurados y PAS



Unidades de  
atención digital



 **RUS**® *DIGITAL*

## MÁS OPERADORES EN AUTOS



En el marco de su expansión en el mercado de seguros, el Grupo Werthein informa que Experta Seguros lanza Experta Autos, un nuevo seguro para vehículos que viene a potenciar y complementar su propuesta en el sector, expandiendo las fronteras de la compañía en el país.

De esta manera, el rubro de los seguros generales contará desde ahora con un grupo de vasta experiencia que en forma constante apuesta por

la Argentina y se propone retomar el liderazgo que supo tener en este rubro.

“Nos encontramos ante un año de importantes lanzamientos. Nos interesa seguir creciendo y mantener nuestra marca en estándares de calidad, innovación y servicio diferencial. Nuestro objetivo es darles a nuestros canales comerciales y clientes las mejores herramientas y soluciones inteligentes”, explicó Fa-

bián Suffern Presidente de Experta Seguros.

Desde la compañía -integrada en un ciento por ciento por capitales nacionales- explicaron también que «el nuevo seguro automotor tendrá un factor diferencial, un producto simple, precio justo, probado y con respaldo. El nuevo producto será comercializado por Experta a través de su amplio canal de productores y brokers» comentó Roy Humphreys, CEO de Experta Seguros.

En la actualidad, el conjunto de operaciones de seguros del Grupo Werthein asciende a una prima consolidada de 25.000 millones de pesos anuales, ubicándolo entre los principales grupos aseguradores del país.

## SAN CRISTÓBAL SEGUROS PRESENTA SU NUEVO SEGURO DE CAUCIÓN



El producto, para viviendas particulares, entrega respaldo al propietario de un inmueble frente al cumplimiento del contrato de alquiler y facilita el acceso a garantías para los inquilinos.

San Cristóbal Seguros lanzó una nueva póliza para quienes buscan

alquilar: se trata de Alquiler Garantizado.

El servicio cubre alquileres impagos y multas por retrasos, así como el depósito de garantía exigido por el propietario o la inmobiliaria en la contratación del inmueble. Además, contempla las expensas comunes ordinarias, impuestos y tasas inmobiliarias y servicios de energía eléctrica, gas y agua corriente, cubriendo su rehabilitación y/o reinstalación, de ser necesaria.

De esta manera, Alquiler Garantizado beneficia a todas las partes intervinientes: la inmobiliaria, el propie-

tario y el inquilino.

Para hacerlo posible, San Cristóbal realiza un análisis riguroso del perfil de asegurabilidad de cada inquilino y garante, brindando tranquilidad y respaldo a propietarios e inmobiliarias.

De esta manera, se reemplaza y se soluciona el inconveniente de la exigencia de garantías propietarias. De acuerdo a los ingresos con los que cuente, con sólo un garante se entrega la póliza de Caucción emitida y regulada por la Superintendencia de Seguros de la Nación para presentar ante la inmobiliaria.

## SANCOR SEGUROS DIO INICIO A UNA CAPACITACIÓN VIRTUAL INTENSIVA PARA SUS PRODUCTORES ASESORES



Frente a un escenario en permanente transformación, SANCOR SEGUROS continúa apostando a la continua profesionalización de su cuerpo de ventas. En esta oportunidad, en el marco de su programa DALE Innovación, diseñó un ciclo de cursos on line sobre Marketing Digital, pensado especialmente para sus Organizadores.

Se trata de un trayecto educativo a cargo de profesionales de prestigiosas universidades que tendrá una duración de dos meses, a lo largo de los cuales se dictarán tanto clases teóricas como prácticas.

“El resultado es una capacitación diferente, más in-

tensa y exclusiva, que invita a poner manos a la obra, con posibilidad de volcar al negocio todo lo aprendido y en forma inmediata”, explicó el Director de Relaciones Públicas y Servicios al Productor Asesor de Seguros del Grupo SANCOR SEGUROS, Osiris Trossero, durante la apertura, que contó con la participación de más de 100 agentes.

Dado que está dirigido a Organizadores con presencia en plataformas virtuales, el curso aborda temas como redes sociales, marketing de contenidos y publicidad digital, divididos en cuatro módulos. Ello se complementa con un DALE CAMPUS, un espacio virtual que permite ampliar, con videos y documentación, todo lo que se explica en cada clase, recurso que constituye una herramienta más del ecosistema de capacitación exclusiva para la fuerza comercial de Sancor Seguros.

«Se trata de una herramienta que permitirá a nuestros PAS estar cada vez más preparados para los tiempos que corren. Nuestra intención es acompañarlos siempre en estos procesos, para que juntos lideremos los cambios que tienen lugar en nuestro mercado”, concluyó Trossero.

## SEGUROS RIVADAVIA LANZA UN CICLO DE CHARLAS VIRTUALES PARA SUS PRODUCTORES DE TODO EL PAÍS



En un contexto como el actual, caracterizado por el aislamiento y el distanciamiento social, preventivo y obligatorio, las empresas deben buscar nuevas formas de estar cerca de sus públicos clave, para mantener un contacto fluido con los mismos y generar encuentros que no dependan de la presencia física.

Con esta premisa, SANCOR SEGUROS planificó un ciclo de conferencias virtuales a cargo de especialistas y destinado a su cuerpo de ventas, que comenzó en el mes de mayo como una forma de dar continuidad al acompañamiento y a las instancias de capacitación.

Por ejemplo, el martes 16 de junio, los Productores Asesores de SANCOR SEGUROS participaron de un webinar sobre “Actitud innovadora”, donde se abor-

dó cómo nos está transformando la pandemia, qué habilidades se hacen esenciales y qué puede quedar de este tiempo de aprendizaje para nuestras vidas y trabajos futuros.

Esta charla fue dictada por Martina Rúa, periodista que cuenta con 21 años de experiencia en la industria de la comunicación. Investiga sobre innovación, productividad y tecnología, y es coautora del libro “La Fábrica de Tiempo”, sobre productividad personal.

Por este espacio ya pasaron figuras de renombre como los economistas Claudio Zuchovicki, Juan Carlos de Pablo y Luis Secco, el neurocientífico Facundo Manes, el Dr. López Rosetti y Sebastián Paschmann, consultor de empresas en temas de marketing estratégico y digital, quienes aportaron conceptos de gran valor y alineados al momento que estamos viviendo.

A través de esta iniciativa, SANCOR SEGUROS contribuye con la continua profesionalización de su cuerpo de ventas

## LA SEGUNDA FESTEJÓ SUS 87 AÑOS JUNTO A MANU GINÓBILI



El Grupo Asegurador La Segunda celebró su 87° aniversario con un encuentro virtual junto a Manu Ginóbili. Durante una charla distendida y profunda el extraordinario ex jugador de básquet contó grandes anécdotas de su carrera, se refirió a su presente fuera de la cancha y reflexionó sobre el impacto de la pandemia que afecta a todo el planeta, también expresó su satisfacción por el lazo que se

formó desde hace más de 10 años al ser parte del equipo de La Segunda.

En tiempos de COVID-19 los festejos de la aseguradora se trasladaron al mundo virtual, de esta manera, los colaboradores de La Segunda, junto con los Organizadores Zonales y Productores Asesores, disfrutaron del relato de Manu mediante una plataforma de streaming.

La apertura de la jornada estuvo a cargo de Isabel Larrea, presidente del Grupo Asegurador, quien luego de sus palabras de bienvenida dio lugar al Director Comercial, Mario Teruya para realizar la presentación de la Evolución del Negocio.

Más tarde Alberto Grimaldi, Di-

rector Ejecutivo del Grupo Asegurador La Segunda, estuvo a cargo de abrir la charla virtual con Manu, quien actualmente se encuentra en la ciudad estadounidense de San Antonio. «Esperemos que pronto esto sea una anécdota, y nada más, que nos ayude a que cuando todo vuelva a la normalidad podamos disfrutar de aquellas pequeñas cosas que antes no valorábamos», reflexionó Manu.

El lazo entre este extraordinario ex jugador de básquet y La Segunda lleva unos 10 años y sobre el camino recorrido Manu no sólo manifestó sentirse orgulloso de haber visto el crecimiento de la compañía, sino que también destacó el compartir los mismos valores: trabajo en equipo, sacrificio, planifi-

cación y entrega.

Tras una larga charla, José M. Novo, Gerente de Marketing y Comunicación del Grupo Asegurador La Segunda, abrió el juego y compartió con Manu las preguntas que realizó el público de forma on line.

A modo de resumen y para agradecer a todos los asistentes virtuales haberse sumado a los festejos por el 87º aniversario del grupo asegurador, Grimaldi destacó que el espíritu de juego, el trabajo en equipo, la resiliencia y la adaptación a los cambios que transmite Manu, contagian en los colaboradores de La Segunda las ganas de emprender permanentemente y seguir creciendo «con transparencia y honestidad».

## EN JUNIO LA PRODUCCIÓN DE SEGUROS CAYÓ 7,9%

Es en relación al mismo mes del año anterior, a valores constantes, según datos de la SSN. La producción de otros ramos también bajó, a valores constantes:

- Automotores: 12,4%.
- Riesgos del Trabajo: 13,7%.
- Vida Colectivo: 10,2%.
- Retiro: 17,2%.

Crecieron en términos reales:

- Vida Individual: 6,2%.
- RC: 2,6%.

La estimación de la Producción Total de Seguros para el mes de Junio de 2020 fue de 54.254 Millones, de los cuales el 83,0 % corresponde a los Seguros Patrimoniales, el 15,6 % a los Seguros de Vida y el 1.4 % a los Seguros de Retiro.

Ramos	Producción Junio 2020	Variación		Variación <sup>(1)</sup>	
		respecto del mes anterior	mismo mes del año anterior	respecto del mes anterior	mismo mes del año anterior
	en millones de \$	Valores Corrientes		Valores Constantes	
<b>Total</b>	<b>54.254</b>	<b>5,4</b>	<b>31,5</b>	<b>3,1</b>	<b>-7,9</b>
<b>Seguros Daños Patrimoniales</b>	<b>45.024</b>	<b>5,1</b>	<b>31,3</b>	<b>2,8</b>	<b>-8,0</b>
Automotores	20.759	5,1	25,1	2,8	-12,4
Transporte Público	116	5,6	1,1	2,7	-29,3
Responsabilidad Civil	1.142	23,5	46,5	20,7	2,6
Riesgos del Trabajo	12.486	-0,2	23,2	-2,4	-13,7
Resto Ramos Patrimoniales	10.521	10,1	57,8	7,7	10,5
<b>Seguros de Vida</b>	<b>8.482</b>	<b>6,6</b>	<b>33,9</b>	<b>4,3</b>	<b>-6,2</b>
Vida Individual	2.450	13,2	51,6	10,7	6,2
Vida Colectivo	4.235	3,3	28,2	1,1	-10,2
Resto Ramos Vida	1.797	6,2	26,9	3,9	-11,1
<b>Seguros de Retiro</b>	<b>749</b>	<b>10,2</b>	<b>18,1</b>	<b>7,8</b>	<b>-17,2</b>
Retiro	749	10,2	18,1	7,8	-17,2
Rentas de Riesgos del Trabajo	-	-	-	-	-

<sup>(1)</sup> Las variaciones porcentuales se calculan con cifras a valores constantes del período informado ajustado por el Índice de Precios determinado por la Resolución Nº 539/18 y la Resolución Técnica Nº6 de la Junta de Gobierno de la Federación Argentina de Consejos Profesionales en Ciencias Económicas.

## AVIRA CELEBRÓ SU 25° ANIVERSARIO EL 10 DE AGOSTO DE 2020



Lo que comenzó como un sueño en 1995, se consolidó a lo largo de este cuarto de siglo agrupando a las 43 principales aseguradoras de vida y retiro del mercado. Empresas públicas, privadas, nacionales, internacionales y cooperativas, integran una asociación que, desde sus inicios, se convirtió en la voz institucional del sector, su representante ante las autoridades, otras cámaras, organizaciones y consumidores y se constituyó como referente del sector ante los medios de comunicación.

Sus objetivos, siguen más firmes que nunca, en un momento de la humanidad en el que los seguros de vida y de retiro demostraron ser imprescindibles para la salud económica de las familias y para garantizar su bienestar, más allá de los imprevistos. La pandemia enfrentó a la sociedad global con su propia vulnerabilidad y las coberturas, junto con el aislamiento, parecen ser las herramientas más eficaces para subsanar esta impensada situación.

La misión, delineada en 1995, guarda

absoluta vigencia y está centrada en: Estimular en la sociedad la conciencia acerca de la protección y el ahorro; Representar los intereses del sector ante las autoridades y funcionarios del área, así como frente a otras instituciones, cámaras y organizaciones; Promover seguros que garanticen beneficios a largo plazo para los clientes; Priorizar la ética comercial, la transparencia y la solvencia; Luchar contra el seguro ilegal; Apoyar con nuestras carteras de inversión el crecimiento y consolidación del mercado de capitales nacional.

En 2020, estos principios permitieron que la industria pudiera adaptarse rápidamente a las condiciones del aislamiento para proteger a sus profesionales, sin dejar de dar servicio a sus clientes. A medida que avanza el desconfiamento, constituyen la base para reafirmar nuestro propósito: que cada día más argentinos comprendan la importancia que tienen como herramientas financieras de protección y previsión los seguros de vida y retiro, respectivamente. “Desde AVIRA, entendemos que éste es nuestro

momento para dar un salto cuantitativo en la producción- afirma su presidente Mauricio Zanatta-. Hay una población sensibilizada, y compañías con productos adecuados para cada necesidad, al mismo tiempo que se multiplicaron los canales de acceso a la población. Sabemos de las restricciones presupuestarias de las familias, pero eso no debería ser un obstáculo que detenga nuestra propuesta, ya que esta pandemia nos enseñó a separar lo urgente de lo importante y así revalorizar la protección de la vida estando preparados para el mañana”.

### **Pasado, presente y futuro.**

En sus 25 años de existencia, AVIRA ha cumplido un rol clave para el sector y su crecimiento, generando espacios que permitieron: La discusión y los acuerdos en cuestiones regulatorias. La actualización de los incentivos fiscales. La lucha contra los seguros ilegales. Acciones para la promoción de la conciencia aseguradora, como el Concurso de Creatividad, que nos conecta con jóvenes estudiantes de universidades y terciarios de todo el país, a los que involucramos en la temática. Actividades de formación y actualización del sector a través del Seminario Internacional, ya en su 13ª edición; el Programa Ejecutivo del Seguro de Personas, PESOP, junto con la Pontificia Universidad Católica Argentina, actividades desarrolladas en conjunto con organizaciones del nivel de LIMRA. Participación en múltiples talleres con la SSN, AMBA, Facultad de Ciencias Económicas, entre otros.

“Apuntamos a un industria creciente, que alcance cada día a más argentinos y genere más puestos de trabajo; en este sentido, nos enorgullece decir que, más del 51.5% de nuestros colaboradores son mujeres.

En paralelo con el crecimiento de la producción, queremos fortalecer nuestro rol de inversores institucio-

nales, aumentando el volumen de nuestros portfolios en beneficio de la actividad económica productiva, salvaguardando la solvencia de las compañías y generando rentabilidad para nuestros clientes. Los últimos datos disponibles hablan de una cartera conjunta del sector que asciende a Según los últimos datos de que disponemos, el sector de Vida y Retiro, en

su conjunto estaría gestionando una cartera casi \$240 mil millones. En Retiro \$146 MM y en Vida \$93MM.

Hoy más que nunca, los seguros de personas desempeñan un rol fundamental, no solo en términos individuales, sino corporativos, colectivos y de impacto relevante en la economía nacional”, afirma Zanatta.

## EL GOBIERNO BONAERENSE APROBÓ EL PROTOCOLO COVID-19 PARA LA INDUSTRIA ASEGURADORA

El boletín de noticias de la AACS informó que el Gobierno bonaerense aprobó el protocolo COVID-19 para la Industria Aseguradora.

El Gobierno bonaerense aprobó el protocolo COVID-19 para la Industria Aseguradora, que será de implementación obligatoria para los empleadores y trabajadores de la actividad en todo el territorio de la provincia de Buenos Aires.

Lo hizo a través de la resolución 239 del Ministerio de Trabajo, publicada con fecha 31 de julio en el Boletín Oficial del distrito.

El protocolo establece las tareas a desarrollar en las oficinas de las compañías aseguradoras, limitando a una atención al público con turno previo y siempre que sea estrictamente necesario, al personal para tasaciones, peritajes, liquidaciones de siniestros, inspección de riesgos, personal de gerencia o nivel de decisión que requieran gestión presencial y recursos humanos mínimos para llevar adelante las tareas indispensables.

Asimismo, dispone la modalidad de trabajo de los Productores Asesores de Seguros, asesores en capitalización y ahorro, y brokers, con matrícula vigente, así como previsiones para la actividad desarrollada fuera de las oficinas (preventores, verificadores de siniestros).

Se excluye de realizar tareas a los mayores de 60 años; trabajadoras con embarazo en curso; quienes hayan ingresado al país proveniente del exterior en los últimos 14 días o hayan tenido síntomas compatibles con el virus en los últimos 14 días; quienes posean las enfermedades preexistentes de riesgo determinadas por la autoridad pública.

El protocolo contempla también la comunicación a los trabajadores en cuanto a recomendaciones y medidas de prevención en los ámbitos laborales, desplazamiento hacia y desde su trabajo, utilización de elementos de protección personal y correcta colocación y retiro de protector respiratorio. En el protocolo, la industria aseguradora se com-

promete “a fomentar y mantener lo máximo posible el trabajo remoto en esta coyuntura, para preservar la salud de sus empleados, sus clientes y la sociedad en general”.

Además, determina las pautas a adoptar ante la presencia de trabajadores con síntomas compatibles con la enfermedad provocada por la COVID-19, y dispone la obligación de las empresas de informar a la representación gremial la cantidad de integrantes de los equipos rotativos que desarrollarán tareas en las distintas áreas.

También se dispone dar a conocer a los representantes de los trabajadores las medidas de prevención e higiene y seguridad implementadas.

Establece que se llevarán a cabo gestiones ante los municipios, reparticiones públicas, fuerzas de seguridad pública, defensa civil y quien corresponda, para velar por el distanciamiento interpersonal, la seguridad edilicia y de las personas.

## EMISIÓN AUTOMÁTICA EN SEGUROS DE PROPIEDADES DE COOPERACIÓN SEGUROS



A partir del mes de agosto toda nuestra red comercial de Cooperación Seguros tiene on-line la

emisión automática de propuestas nuevas de Ramas Varias: Incendio (excepto Todo Riesgo Operativo), Cristales, Combinado Familiar, Integral de Comercio e Industria, Seguro Técnico, Integral Agropecuario e Integral de Consorcio.

La reciente implementación es una continuidad de lo anteriormente implementado en la Rama Automotores. Posibilita a sus más de 830 Productores de Seguros ejecutar con mayor rapidez y seguridad sus

operaciones, aplicando reglas de negocios de suscripción autorizadas, a la vez que permite la entrega de la póliza emitida al asegurado “en el momento”.

Esta mejora se enmarca dentro del accionar planificado al avance de servicios on line que la Compañía está desarrollando en forma permanente, con el objetivo en brindar a sus socios estratégicos una ventaja competitiva en la venta de cara al nuevo cliente.

## EL 51% DE LAS EMPRESAS EN ARGENTINA PLANIFICA LA VUELTA DE SUS TRABAJADORES EN UN PLAZO DE 6 A 12 MESES



Durante el mes de junio, Mercer Marsh Beneficios desarrolló un estudio regional sobre el retorno laboral seguro en Argentina. Esta encuesta analiza la realidad de distintas empresas del país en tiempos del COVID-19, las medidas que están tomando y los factores que consideran para un retorno laboral seguro, adaptando sus operaciones a las exigencias regulatorias y adoptando prácticas que les permitan garantizar la seguridad de sus colaboradores.

Según el estudio sobre Plan de Retorno Laboral Seguro, el 76% de las empresas ya elaboraron un plan de retorno seguro al trabajo, basados en medidas preventivas de salud y seguridad, planes de capacitación y comunicación, entre otros. Sin embargo, solo el 59% de las empresas encuestadas dicen contar con un programa de capacitación para proteger la seguridad y salud de sus trabajadores, siendo éste fundamental para la construcción de una cultura de autocuidado y prevención.

De acuerdo con el informe realizado, hay una fuerte preocupación de las organizaciones por preservar la salud de sus colaboradores, para lo cual están trabajando en equipos interdisciplinarios para el diseño de planes de retorno laboral, funda-

mentados principalmente en las exigencias legales, las recomendaciones de instituciones referentes, así como en las buenas prácticas corporativas.

El 83% de las empresas encuestadas ya tienen elaborados protocolos para proteger a sus trabajadores durante el retorno laboral, enfocándose en medidas para garantizar la inocuidad del ambiente, promover los hábitos de higiene personal, restringir actividades presenciales y entregar equipos de protección personal, etcétera.

Entre las medidas priorizadas, se encuentran la limpieza y desinfección con mayor frecuencia/rigurosidad, promoción de higiene de manos y provisión de implementos, restricción temporal de reuniones o activi-

dades grupales esenciales, entrega de barbijos a trabajadores y promoción de higiene respiratoria.

El 60% de las empresas encuestadas no han suspendido sus operaciones ya que forman parte de los sectores esenciales, y vienen implementando medidas para proteger la salud de sus trabajadores y clientes. No obstante, hay mucha cautela en las organizaciones frente al retorno laboral, el cual se viene planificando

de forma escalonada con énfasis en el cuidado de la salud y en el marco de la continuidad del negocio.

De acuerdo con los resultados del estudio, cuando el Gobierno finalmente levante la cuarentena obligatoria, el 32% de empresas solo iniciará el retorno para las áreas críticas del negocio, mientras que el 48% permanecerá trabajando de manera remota, hasta el retorno total de toda la compañía. Solo el 13% de

las empresas encuestadas ha planteado el retorno total de sus trabajadores.

Ante el planteamiento de estas y otras medidas de retorno laboral, el 51% de las empresas retornará a sus colaboradores entre 6 meses y un año a partir del levantamiento de la cuarentena, mientras que el 36% de ellas lo hará dentro de los próximos 3 a 6 meses. Solo el 13% volverá en los próximos 3 meses.

## 126 AÑOS DE LA AACS



El 20 de julio de 1894, autoridades de doce entidades aseguradoras, dieron el paso inicial para representarlas mediante la conformación del Comité de Aseguradores Argenti-

nos. Ciento veintiséis años después, como entidad continuadora de esos visionarios, la Asociación Argentina de Compañías de Seguros sigue siendo fiel representante de sus afiliadas, con una sólida trayectoria en defensa de las buenas prácticas aseguradoras, proponiendo todas aquellas normas generales que mejoren la transparencia, solvencia y protección de los asegurados.

Habiendo transitado estos ciento

veintiséis años de la historia nacional y enfrentado los cambiantes escenarios que en ellos se presentaron, nos enorgullece continuar representando a más del 60% del mercado asegurador, tomando como premisa un fuerte compromiso de continuar construyendo lazos junto a las Asociaciones colegas y al Organismo de Control, para trabajar todos juntos en la consolidación y crecimiento de nuestro mercado.

## UN POOL DE ASEGURADORAS DESARROLLÓ UN PROGRAMA DE SEGURO MULTIRRIESGO PARA LA PROVINCIA DE CHACO

En respuesta a la solicitud del Gobierno de la provincia de Chaco, un pool de aseguradoras integrado por cuatro compañías (Sancor Seguros, La Segunda, San Cristóbal y Nación Seguros) desarrolló el Programa de Seguro Multirriesgo para Girasol, que constituye una operatoria global inédita en el país.

La cobertura resultante está orien-

tada a pequeños y medianos productores (entre 50 y 300 hectáreas), alcanzando las 100.000 hectáreas. El seguro cubre todo tipo de contingencia climática y en todos los departamentos productivos de la provincia.

El Gobierno provincial subsidia parte de la prima y financia el anticipo de la operatoria, mientras que

el productor paga la prima con producción a cosecha, con lo cual no debe afrontar el costo del seguro al momento de la siembra.

A través de esta operatoria, los pequeños y medianos productores chaqueños de girasol contarán con una herramienta de previsión que permitirá dotar de mayor sustentabilidad a su actividad.



# FALLOS JUDICIALES COMENTADOS PARA SER COMENTADOS

Como anticipamos en nuestra edición anterior vamos a analizar, conjuntamente, dos fallos sobre Seguro de Personas (incapacidad). Ambas son de la misma aseguradora y en uno gana y en otro pierde. Así es la vida.

## SEGURO POR INCAPACIDAD - SEGURO ADICIONAL COBERTURA - EXCLUSION DE LA COBERTURA – RETICENCIA - RECONOCIMIENTO DEL DERECHO - SILENCIO DE LA ASEGURADORA.

1.- Corresponde confirmar la sentencia de grado que rechaza la reticencia y la consiguiente nulidad de contrato de seguro, a la vez que admite la existencia de una incapacidad total y absoluta cuando en la pericia se fija una incapacidad inferior al 66%, pues no se acreditó el hecho de la omisión de información relevante por parte del asegurado en oportunidad de suscribir la declaración jurada referida a su estado de salud, cuando declaró el padecimiento que en ese momento lo aquejaba y por el cual era tratado, sin que la recurrente en su calidad de sujeto profesional, con auditoria médica y legal calificada, le requiriera más información o estudio complementario, la cual sin objeción alguna, procedió a asegurarlo.

2.- La reticencia que determina la nulidad del contrato o que habilita el incumplimiento de la cobertura asumida, no requiere solamente de la ocultación de información relevante, lo cual no resulta acreditado en el presente caso, sino que, además, exige que tal omisión hubiese impedido el contrato o modificado sus condiciones, no pudiendo acreditarse esta circunstancia por cualquier medio de prueba, sino que por mandato legal (art. 5º Ley 17.418) tiene que surgir del juicio de peritos, configurando la misma una prueba tasada. 3.- La aseguradora tiene obstado ahora impugnar la concurrencia del porcentaje de incapacidad, atento a que ello implicaría una amplia-

ción de los motivos argumentados inicialmente, con afectación del derecho de defensa, en tal sentido resulta de aplicación el art. 56 de la Ley de Seguros, significando que lo que no fue oportunamente introducido, ha sido aceptado.

**“Lardit Carlos Antonio C/ Sancor Coop. de Seguro Ltda. S/ Cobro De Seguro Por Incapacidad” - Cámara de Apelaciones en lo Civil, Comercial, Laboral y de Minería - I Circunscripción Judicial Sala III - (Expíe.: Exp 473337/2012) Sentencia: S/N Fecha: 23/05/2019 Seguros.**

## DERECHO PROCESAL: ACTOS PROCESALES. COSA JUZGADA – EFECTOS - TERCEROS NO LITIGANTES - SEGURO DE VIDA COLECTIVO - INFORME PERICIAL - PORCENTAJE DE INCAPACIDAD.

1.- Toda vez que los efectos de la cosa juzgada pueden alcanzar a terceros no litigantes, en tanto y en cuanto hayan sido citados o intervenido en el juicio en tal carácter y con garantía de ejercicio de su derecho de defensa, no alcanza a la recurrente la autoridad de la cosa juzgada en los autos señalados precedentemente. (“Aedo, Mirtha Graciela c/ Instituto de Seguridad Social del Neuquén s/ Acción procesal administrativa”, del día 29 de marzo de 2012, en donde la compañía aseguradora aquí demandada no ha sido parte, ni citada tampoco en ningún carácter). En consecuencia, tampoco corresponde se dé primacía a la pericia producida en aquellos autos, en los cuales además se debatió el reconocimiento de un derecho tal como es el acceso al beneficio de la jubilación por invalidez, distinto del que es objeto de debate en los presentes –cobro de un seguro de vida colectivo–.

2.- La sentencia que hizo lugar a la demanda por cobro de un seguro de vida colectivo debe ser revocada, por cuanto



no se ha logrado acreditar que se hubiera alcanzado el 66% de incapacidad, porcentaje mínimo a partir del cual se configura el riesgo cubierto por el contrato de seguro. La pericia médica, que no fue impugnada por las partes, dictaminó un porcentaje de incapacidad del 30,62%, por lo que no se encuentra acreditado el presupuesto de admisibilidad de la acción.

**“Aedo Mirtha Graciela C/ Sancor Coop. de Seguros Ltda S/ Cobro de Seguro por Incapacidad” - Cámara de Apelaciones en lo Civil, Comercial, Laboral y de Minería - I Circunscripción Judicial - Sala II – 76 (Expíe.: EXP 474852/2013) – Sentencia: S/N – Fecha: 14/05/2019.**

### Comentario

*La distinta suerte de la aseguradora deriva de la diferencia de las cuestiones planteadas. En el primero, se había declarado la incapacidad del Asegurado y Sanfor lo que hizo fue plantear que no correspondía la indemnización en razón de la reticencia en la declaración del riesgo por parte del Asegurado. Resulta de la sentencia que, en su oportunidad, el Asegurado había declarado su dolencia, sin que se formulara objeción, emitiéndose la póliza. Más allá de que esa omisión hubiera bastado, a mi criterio, para rechazar el planteo de reticencia, llegados al proceso judicial la aseguradora no ofreció la prueba que hubiera sido requerida para definir su existencia. Recuerden que, por el art. 5 de la Ley 17418, la reticencia se configuraría cuando el Asegurado, de haber sido anoticiado de la información, no hubiera tomado el riesgo o hubiera modificado sus condiciones. Pero, para determinar esa situación, debe fundarse ineludiblemente en un informe (“juicio de peritos”) en que un perito en seguros lo defina.*

*En el otro caso, la sentencia la favorece porque la cuestión no era la reticencia sino la insuficiencia de la incapacidad de la Asegurada para configurar una incapacidad total y permanente. Aquí, la actora había sustentado su postura en una determinación que habría sido llevada a cabo en una actuación procesal administrativa. La sentencia rechaza la validez de ese antecedente, por razones formales (la aseguradora no había sido parte en ese proceso, por lo que no queda sujeta a su resultado) y por razones sus-*

*tanciales, porque la pericia médica llevada a cabo en este juicio determinó una incapacidad muy inferior al 66% requerido para configurar la incapacidad total.*

### DEFENSA DEL CONSUMIDOR: DÉBITO AUTOMÁTICO PARA EL PAGO DE LA PRIMA DE SEGURO. FALTA DE AUTORIZACIÓN DEL CLIENTE. CONTRATOS CONEXOS. RESPONSABILIDAD SOLIDARIA DEL BANCO EMISOR DE LA TARJETA Y DE LA COMPAÑÍA DE SEGURO.

El a quo tiene por acreditado el accionar antijurídico de las demandadas consistente en el débito automático en la tarjeta de crédito del actor de un servicio no solicitado -seguro-, colocándolo en la necesidad de pronunciarse por la negativa para que dicho cargo no siga efectivizándose. Ante ello, la apelante -Banco emisor de la tarjeta- no aporta elemento alguno que permita desvirtuar la conclusión del Juez de primera instancia, limitándose a negar su participación en la contratación que diera origen al referido débito automático y a admitir que operó sólo como un medio de pago a partir del alta solicitada por la aseguradora codemandada. El a quo constata la conexidad referida mediante el informe actuarial, destacando en particular que el Banco ha puesto su marca en sitios web correspondientes a la aseguradora, lo cual evidencia un nexo comercial o negocial entre ambas entidades demandadas, vinculación que incluso es admitida por el Banco en su contestación de demanda cuando, reconoce que la aseguradora comercializa sus productos a clientes del banco. En consecuencia, no queda duda sobre la responsabilidad solidaria de las codemandadas, en los términos del art. 40 de la Ley N° 24.240, por los daños causados al actor, sin perjuicio de las acciones de repetición que entre ellas pudieren corresponder. Por lo demás, en cuanto a la responsabilidad de quien permite usar su nombre o colocar su marca en la producción o comercialización de productos o servicios, resulta de la confianza que dicha individualización despierta en el público, lo cual es un modo de aceptar implícitamente la responsabilidad derivada de ello (cfr. FARINA, Juan M., Defensa del consumidor y del usuario, p. 457, Astrea, Buenos Aires, 2004).-

Dres.: Moisa - Leone Cervera.  
 Cámara Civil Y Comercial Común - Sala 2  
 S/ Sumarísimo (Residual). Prov. de Tucumán  
 Nro. Expte: 2057/17  
 Nro. Sent: 548 Fecha Sentencia 15/11/2019

### Comentario

*Lo interesante de este fallo no es tanto la resolución del caso en particular (la frecuente e ilegítima emisión de una cobertura de seguro sin la aceptación ni el conocimiento del cliente, debitada de la cuenta bancaria). Más significativo es el fundamento de la responsabilidad solidaria de la Aseguradora y el Banco frente a dicha maniobra. Así, el fallo señala como elementos fundantes (a) el Banco ha puesto su marca en sitios web correspondientes a la aseguradora, lo cual evidencia un nexo comercial o negocial entre ambas entidades demandadas; b) el Banco admite que la Aseguradora comercializa sus productos a clientes del banco; c) quien permite usar su nombre o colocar su marca en la comercialización de productos o servicios, apunta a la confianza que ello despierta en el público, etc.). En este caso, ante la reiteración y la resistencia a la devolución de las sumas, se condenó por daño moral y se aplicaron daños punitivos.*

*El fallo le aplica el art. 40 de la Ley de Defensa del Consumidor en cuanto a la responsabilidad solidaria de quienes integran esa cadena de comercialización (sin perjuicio de las acciones de repetición que pueda haber entre ellas). Este principio podría llegar a aplicarse en otro tipo de situaciones, en las operaciones de seguros que realizan los bancos y otro tipo de empresas, ya sea a través de sus Agentes Institorios o de convenios particulares de participación. Las deficiencias o irregularidades que pudiera darse en esas coberturas (las posibilidades son amplias) podrían reclamarse indistintamente contra uno u otro de los participantes de la operatoria. Bueno es tenerlo presente al momento de elegir cuál de ellos (o ambos) deberá recibir la demanda.*

**CONTRATO DE SEGURO. RESPONSABILIDAD CIVIL FRENTE A TERCEROS. LÍMITE DE COBERTURA. SUSTITUCIÓN DEL VALOR HISTÓRICO POR EL VALOR VIGENTE PARA EL**

### MISMO TIPO DE CONTRATO AL MOMENTO DE LA LIQUIDACIÓN DEL DAÑO ORDENADA EN LA SENTENCIA.

La sentencia cuestionada, en el punto V de los considerandos, resolvió extender sus efectos a la –aseguradora citada en garantía, en la medida del seguro. Tanto el actor como la demandada se quejan señalando que el límite de cobertura por responsabilidad civil según póliza es de \$..., suma que resulta mínima y no llega siquiera a cubrir el importe histórico de condena. El accionante pide en consecuencia que la aseguradora responda en la medida del seguro, pero considerando el límite vigente en contratos similares a la fecha de ejecución de la sentencia, en tanto que el demandado solicita que se extienda dicho límite hasta cubrir el capital más intereses y costas.

La cuestión sujeta a controversia ha sido dirimida recientemente por la Corte Suprema local en sentencia de fecha 16/04/2019 recaída en los autos caratulados Trejo Elena Rosa y otro vs. Amud Héctor Leandro s/ Daños y Perjuicios. En tal precedente, el Superior Tribunal resolvió que ... la revisión equitativa del contrato originario debe extender el seguro contratado incorporando la cobertura básica vigente al momento de la liquidación judicial del daño ordenada en la sentencia definitiva, en sustitución de su valor histórico, llevando en el caso la garantía a la suma dispuesta por la SSN, vigente a la fecha en que se proceda a la liquidación del daño. Con cita de la sentencia dictada 21/02/18 en la causa “Martínez, Emir contra Boito, Alfredo Alberto. Daños y perjuicios” por la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires, el Alto Tribunal local, refirió que El transcurso del tiempo, el diferimiento del cumplimiento de la obligación de garantía a cargo de la aseguradora y la valuación judicial actual del daño ocasionado han provocado la desnaturalización del vínculo contractual por la sobreviniente disminución de la incidencia de la cobertura contratada en la cuantía de la indemnización finalmente resultante.

Asimismo recaló que ...Si bien las cláusulas de delimitación del riesgo asumido por la compañía no pueden ser consideradas ab initio abusivas, en tanto implican una limitación del riesgo por encima o debajo de la cual se

carece de cobertura, es posible de todos modos que -considerando la situación global del contrato-, su aplicación frente a ciertas situaciones sobrevinientes pueda resultar- lo, como consecuencia de provocar un desequilibrio en los derechos y obligaciones, reduciendo sustancialmente las cargas de una de las partes en perjuicio de la otra (conf. arts. 42, Const. nac.; 3, 37 y concs., Ley N° 24240 y Dec. 1798/94), volviendo irrisoria la medida del seguro inicialmente contratado (“pacta sunt servanda rebus sic stantibus”).

El orden público económico de protección al asegurado y a la víctima impone en estos casos, sin dilatar la esfe-

ra obligacional de la aseguradora, una revisión equitativa del contrato originario, lo que ha de implicar -por lo que se viene diciendo- incluir en la medida del seguro al valor de la garantía mínima vigente al momento de la valuación del daño contenida en la sentencia definitiva (Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires, 21/02/18, “Martínez, Emir contra Boito, Alfredo Alberto. Daños y perjuicios”) (CSJT, sentencia n° 490 de fecha 16/04/2019). Resultando análogo en lo sustancial el caso autos, corresponde seguir la doctrina del Superior Tribunal antes citada. En consecuencia, confirmar la sentencia cuestionada en cuanto extiende sus efectos a la aseguradora en la medida del seguro -de manera que esta



 **ALBA CAUCION**  
ALBA COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.  
*Especialistas en Seguros de Caución*

**Estamos donde  
tus proyectos nos  
necesitan**

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

**Centro Comercial Online 0810-220-9411  
www.albacaucion.com.ar**

N° de inscripción en SSN 0329 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn |  **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

debe responder hasta el límite de la cobertura -, pero con valores vigentes para el mismo tipo de contrato al momento de la liquidación judicial del daño ordenada en la sentencia definitiva, en sustitución de su valor histórico.-  
DRES.: BEJAS - IBAÑEZ.

**Cámara Civil y Comercial Común - Sala 2**  
**S/ Mediación -Cumplimiento Contrato-Incidente de Embargo Preventivo**  
**Nro. Expte: 3123/16-II. Provincia de Tucumán.**  
**Nro. Sent: 468 Fecha Sentencia 03/10/2019**

### Comentario

*Significativo fallo de esta Cámara Civil y Comercial de Tucumán que, además cita jurisprudencia en el mismo sentido de los más altos tribunales de las provincias de Tucumán y Buenos Aires. La decisión desafía al concepto tradicional de que la suma asegurada expresada en el contrato es el límite superior de la responsabilidad del Asegurador. Lo hace teniendo en cuenta el tiempo transcurrido y el consecuente impacto de la desvalorización monetaria sobre el valor "real" de esa suma. La Cámara confirma en ese sentido el fallo de 1ª Instancia.*

*Dice el fallo: "El orden público económico de protección al asegurado y a la víctima impone en estos casos, sin di-*

*latar la esfera obligacional de la aseguradora, una revisión equitativa del contrato originario...". Como suelo reiterar en estos comentarios, la experiencia con los juicios contra las aseguradoras es que duran muchos años y ello genera, en ocasiones, resultados irrisorios si se aplicaran a rajatabla las pautas nominales del contrato.*

*En este caso, se debe estar tratando de la porción obligatoria del seguro de automotores, en tanto se utiliza como parámetro de revalorización del límite la variación registrada entre las cifras originales y las actuales. Fallos como el presente pueden tener distintos efectos: podemos quejarnos de los jueces o bien acelerar los tiempos de resolución de los conflictos. Más allá de las especulaciones financieras de un mercado que a las pérdidas técnicas procura compensarlas con beneficios de inversión, o de la poca vocación cumplidora de algunas de ellas, parece claro cuál es éticamente la mejor respuesta. Si pensamos que es predecible una disminución sensible de los rendimientos financieros, será cada vez más valiosa la pronta resolución. Por otro lado, evitar en lo posible las acciones judiciales mejorará los resultados, entre ellos los de la imagen institucional, tanto de los Aseguradores como de nuestros Tribunales (para nada ajenos a la extensión temporal de los juicios).*

**EL SEGURO Y LA PREVENCIÓN**  
**Martes de 17 a 18 horas**  
**Radio Cultura FM 97.9 Mhz** 

**Toda la información del mercado asegurador y reasegurador**

 El Seguro y la Prevención  
 @Elseguroylaprevencion

# 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](mailto:fapasa@fapasa.org.ar) . [www.fapasa.org.ar](http://www.fapasa.org.ar)

# La Segunda en tu celular a un par de clicks.



Pagá tus pólizas



Consultá tus pólizas



Denunciá siniestros



Descargá tus pólizas y certificados



Solicitá asistencia



Localizá agencias

Todo más simple, seguro.



[www.lasegunda.com.ar](http://www.lasegunda.com.ar)



LO PRIMERO SOS VOS

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

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control  
[www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)

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