

# ASEGURANDO

PRESENTE & FUTURO



COOPERACIÓN  
PARA AVANZAR



ENTREVISTA AL  
PRESIDENTE DE  
ATPAS, JORGE SAGUIR



LA COMUNICACIÓN  
EN LAS RELACIONES  
INTERPERSONALES  
JULIO BUSCONI

REVISTA BIMESTRAL · AÑO 16 · Nº 70 · 2021

AGUSTINA DECARRE

“EL INTERCAMBIO  
Y LA COLABORACIÓN  
NOS ENRIQUECEN A TODOS”

# 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



Agustina Decarre

Carlos Grandjean

Soledad Mastragostino

Alberto Durán

Jorge Saguir

Osiris Trossero

La colaboración y la solidaridad son herramientas poderosas que se pueden utilizar para mejorar la sociedad. La pandemia ha impactado en la vida de todos, sin excepción. Ha impactado en las personas y en las organizaciones, sin distinción de actividades, ni de geografías. Y ello ha generado un cierto sentimiento de unidad o hermandad frente a la adversidad. En consecuencia, podemos decir que la pandemia ha dejado algún tipo de enseñanza, en medio de tanta muerte y temor: la cooperación para el cambio.

Con tantos sectores de la economía paralizados y tantas personas confinadas o limitadas en sus actividades, nos hemos dado cuenta que –con las dificultades que todos conocemos– el sector asegurador está saliendo bastante bien de esta crisis. Pero hay que seguir agudizando el ingenio, redoblar los esfuerzos, y apostar a la colaboración. En esta línea, FAPASA sigue dando muestras de su espíritu de cooperación con todos los actores y organizaciones del mercado. Es por ello que esta edición dedica gran parte de sus páginas a los convenios que la Federación está llevando adelante con entidades como ADEAA, RUS, AALPS, y la Red Mujeres en Seguros. Además, los titulares de dichas entidades dan fe, en sendas entrevistas, de los motivos que sustentan el trabajo conjunto con la Federación, y nos cuentan de primera mano cuáles son las metas que se pretenden alcanzar, y brindan su punto de vista sobre el rol del PAS en la sociedad y en el mercado. A continuación, informamos sobre la participación de FAPASA en el Congreso Virtual de COPAPROSE llevado a cabo en el mes de mayo. Y presentamos la denuncia que hicimos a la SSN sobre los graves incumplimientos detectados en el ofrecimiento de seguros por parte de Mercado Libre.

Más adelante, damos cuenta de la actividad de las

Asociaciones primarias que conforman la Federación: nuevas autoridades, avances en sus infraestructuras y una presentación que alerta ante posibles distorsiones en la intermediación.

A continuación, entrevistamos al flamante Presidente de ATPAS (Tucumán), el colega Jorge Saguir. Luego, Julio Busconi, consultor en habilidades blandas, nos advierte que la comunicación expande o reduce nuestro horizonte en el campo de las relaciones interpersonales.

En nuestra sección ‘Perfiles’, la PAS Mariela Echeverría, de Junín, provincia de Buenos Aires, nos cuenta quién es y qué pretende para el desarrollo de la profesión.

Después, Osiris Trossero, Director de RRPP y Servicios al Productor Asesor de Seguros del Grupo Sancor Seguros, explicó por qué, según su criterio, el PAS está llamado a reconvertirse para potenciar el asesoramiento y la transición hacia lo digital.

Y entregamos un informe de la Asociación Argentina de Compañías que Seguros que revela que en el año 2020 los asegurados aportaron al fisco 168.000 millones de pesos, lo que equivale, a valores actuales, a 230.000 millones de pesos. Celebrando sus 40 años de vida, Aseguradores del Interior de la República Argentina emitió un documento donde señala que las aseguradoras se ponen a la vanguardia de la transformación digital.

Además, presentamos información sobre los balances, vehículos expuestos a riesgos, y la habitual columna del Dr. Eduardo Toribio, ‘Fallos comentados para ser comentados’.



## CONSEJO DIRECTIVO DE FAPASA

**Presidente** Agustina Decarre

**Vicepresidente** María Teresa Teves

**Secretario** Jorge Luis C. Zottos

**Prosecretario** Santiago José Ripoll

**Tesorero** Gilberto Spessot

**Protesorero** María Julia García Vilariño

**Vocal Titular 1°** Alejandro Bianchi

**Vocal Titular 2°** Alejandra Liliana Frias

**Vocal Titular 3°** Micaela Via

**Vocal Titular 4°** María Gabriela Merlo

**Vocal Titular 5°** Laura Alejandra Matos

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

**Vocal Suplente 1°** Horacio Zacarías

**Vocal Suplente 2°** Daniel Dimaría

**Vocal Suplente 3°** Juan Ignacio Merodio

**Vocal Suplente 4°** Juan María González Pessolani

## JUNTA FISCALIZADORA

**Titular 1°** Norma Graciela Masague

**Titular 2°** Horacio Benjamin Lavaisse

**Titular 3°** Sergio Alonso

**Suplente 1°** Silvia Itati Carrozzi

**Suplente 2°** Horacio Miguel Moreno

Edificio FAPASA . Chacabuco 77  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina  
Área Comunicacional Tel. 011 4343 0003  
fapasa@fapasa.org.ar  
www.fapasa.org.ar

## STAFF

### Director

Cdra. Agustina Decarre

### Editor

Jorge Luis C. Zottos

### Coordinación

Consejo Ejecutivo de FAPASA

### Redacción

Lic. Aníbal Cejas

### Colaboradores

Dr. Eduardo Toribio

### Diseño

Santiago Arce

[www.santiagoarce.com](http://www.santiagoarce.com)

### Administración

Graciela Palermo

### Publicidad

Karina Mastroberardino

Jorgelina Fernández Calderón

# SUMARIO

**"EL INTERCAMBIO Y LA COLABORACIÓN NOS ENRIQUECEN A TODOS"**  
Agustina Decarre

6

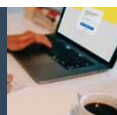


10

**INSTITUCIONALES**  
Carlos Grandjean  
Alberto Durán  
Soledad Mastragostino

**INSTITUCIONALES**  
**DENUNCIA A MERCADO LIBRE**

22



24

**FEDERALES**

**"EL PAS DEBERÍA ESTAR ATENTO A TRABAJAR CON LAS COMPAÑÍAS QUE LO RESPETAN Y APOYAN"**  
Jorge Saguir

26



28

**LA COMUNICACIÓN EXPANDE O REDUCE NUESTRO HORIZONTE EN EL CAMPO DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES**  
Julio Busconi

**PERFILES**  
Mariela Echeverría

32

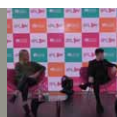


34

**"EL PAS ESTÁ LLAMADO A RECONVERTIRSE PARA POTENCIAR LA TRANSICIÓN HACIA LO DIGITAL"**  
Osiris Trossero

**NOTICIAS DEL SECTOR Y RSE**

36



54

**JURISPRUDENCIA**  
Dr. Eduardo Toribio



## “EL INTERCAMBIO Y LA COLABORACIÓN NOS ENRIQUECEN A TODOS”

EN ESTE ARTÍCULO, AGUSTINA DECARRE, PRESIDENTE DE FAPASA, DA CUENTA DE LA IMPORTANCIA DEL RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE LA FEDERACIÓN Y DEL BENEFICIO QUE ELLO REPRESENTA PARA EL CRECIMIENTO Y PROFESIONALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD DEL PAS.

FAPASA está llevando adelante una tarea de relacionamiento con diversas entidades, tanto del sector asegurador, como ONGs y representantes empresarios de otras actividades, con los organismos de control de la actividad, y legisladores. Una tarea que no es nueva, sino que continúa la tradición iniciada hace por lo menos más de 15 años.

Muchas de esas acciones se han plasmado en los convenios de colaboración que presentamos en las páginas siguientes.

Este tipo de acciones colaborativas con las instituciones que forman parte del mercado asegurador tienen que ver con la necesaria interacción con actores con quienes compartimos objetivos como el crecimiento y profesionalización del sector.

La idea es poder pensar en soluciones

y caminos de forma complementaria. Una estrategia para que todos juntos busquemos profesionalizar la actividad, e incrementar la penetración del seguro en la sociedad.

Asimismo, queremos aunar esfuerzos para llegar con el mensaje de mayor conciencia aseguradora a toda la sociedad. Para ello, nos hemos empeñado en pensar en acciones conjuntas que potencien nuestras capacidades.

En este marco, pensamos que es posible hallar objetivos complementarios con las cámaras aseguradoras, con la asociación de liquidadores, con las compañías, y ONGs, en suma, con las distintas instituciones con las que logramos convenios de cooperación. Porque la actividad del PAS y los objetivos de las 22 asociaciones que conforman FAPASA son complementarias, en muchos aspectos.

A continuación, encontrarán información específica sobre tales acuerdos. Observarán que esas instituciones y FAPASA piensan muy parecido sobre varios temas, y tenemos algunos objetivos comunes, o muy parecidos.

Es en esta línea que se enmarca el trabajo de FAPASA. Una línea de trabajo que se viene desarrollando desde hace varios años, pero que la pandemia ha potenciado. Sí, la pandemia generó un cambio, un quiebre, en muchas formas de trabajar. Está demostrado que solos, aislados, no podremos salir adelante. Es necesario trabajar en forma colaborativa, y asociarnos para –entre todos– llegar al mejor resultado. Es menester potenciar nuestras acciones, y reforzar aquello que cada uno de nosotros podemos hacer bien, para el crecimiento de los PAS, de las aseguradoras, defendiendo los derechos de los asegurados.

El pilar fundamental de este accionar colaborativo es ampliar la mirada, generar conciencia aseguradora en la sociedad, instalar el rol del Productor Asesor de Seguros, que –como ya hemos señalado en estas páginas– ha sido un protagonista indiscutido durante la pandemia, estando cerca del cliente, ofreciendo a este la tranquilidad de poder apoyarse en el servicio que el PAS puede brindarle.

Como observarán en las entrevistas que se transcriben más adelante, todos los actores han resaltado la función del PAS en la sociedad y en el mercado.

### En todos los frentes

A lo anterior, hay que sumar el trabajo que venimos llevando adelante con la Superintendencia de Seguros de la Nación, y específicamente en las distintas mesas de trabajo que se han constituido con otros actores

del sector asegurador. Puertas adentro, es muy intenso el trabajo con las Asociaciones primarias que conforman la Federación y con los PAS, en los proyectos de capacitación, y profesionalización de la actividad. También, tenemos que recordarlo, seguimos trabajando para la puesta en marcha efectiva de nuestra mutual, AMUPASA, con el objetivo de constituir un fondo para el retiro de los PAS.

Por otra parte, seguimos enriqueciéndonos con el aporte y la interacción con nuestros colegas de la región, a través de nuestra participación en COPAPROSE.

El hilo conductor de estas acciones es el trabajo colaborativo con distintos actores de la actividad para lograr mejores resultados. Con la mirada federal que caracteriza a FAPASA como entidad representativa de todos los PAS del país.

### Crecimiento

La capacitación, sin dudas, es uno de los ejes de nuestra labor. Pero también, una actividad de representación institucional, para que la sociedad vea la importante función que cumple el PAS.

Por ello es que nuestra tarea no se limita a los representantes de los distintos estamentos de la actividad aseguradora, sino que también mantenemos una importante interacción con legisladores, nacionales y provinciales, Consejos Profesionales, y cámaras que representan a los comerciantes y PyMes.

En suma, esperamos que estos convenios nos permitan aunar esfuerzos desde las miradas compartidas, para crecer profesionalmente y hacer más grande nuestra actividad. Porque el intercambio y la colaboración nos enriquece a todos.

## ADEAA Y FAPASA



*Agustina Decarre,  
Presidente de FAPASA*



*Carlos Grandjean  
Presidente de  
ADEAA*

El miércoles 5 de mayo se celebró una reunión entre la Asociación de Aseguradores Argentinos (ADEAA) y FAPASA para organizar el trabajo

conjunto de ambas instituciones con el fin de desarrollar acciones tendientes a la profesionalización del PAS, destacar la figura del Pro-

ductor Asesor de Seguros en la sociedad, y el crecimiento profesional del mercado.

Por ADEAA participaron el Lic. Carlos Grandjean, Presidente; Lic. Daniel R. Salazar, Vicepresidente 1º; Dr. Adrián Mateo, Vicepresidente 2º; Dr. Alejandro M. Sultani, Secretario; Dra. Marina A. Fal, Tesorero; y el Dr. Daniel Salazar, Director Ejecutivo.

Por FAPASA, Agustina Decarre, Presidente; Jorge L. Zottos, Secretario; y el cuerpo de asesores de la Federación.

## CONVENIO CON LOS LIQUIDADORES

FAPASA firmó un convenio de colaboración con la Asociación Argentina de Liquidadores y Peritos de Seguros (AALPS) para trabajar en acciones conjuntas y desarrollar planes de capacitación en distintos niveles, para el crecimiento del sector. Los equipos técnicos ya están trabajando en



la elaboración de los programas de formación, que estarán disponibles en breve.

Por la AALPS participaron Alberto Duran, Presidente; Ernesto Bodeneheimer, Vicepresidente; Virginia Alarcia, Secretaria; y Tomas Fourcade, Protesorero. Por FAPASA, Agustina Decarre, Presidente; y Jorge L. Zottos, Secretario, firmaron el compromiso de trabajo.

## FAPASA FIRMÓ UN CONVENIO CON RÍO URUGUAY SEGUROS



En el marco del trabajo con distintos operadores del mercado, FAPASA se complace en anunciar la firma de un convenio con Río Uruguay Seguro. Este entendimiento posibilitará unir nuestras acciones de defensa de la actividad del PAS, la importancia de la sinergia entre la Compañía y el Productor Asesor de Seguros, campañas para generar Conciencia Aseguradora,

mejorar la imagen del seguro en la sociedad, y realizar jornadas de capacitación especializadas.

La capacitación será diseñada e implementada en forma conjunta por los profesionales de la Universidad Corporativa URUS, y los docentes del Centro Federal de Capacitación de FAPASA, mediante una plataforma virtual.

## FAPASA JUNTO A RED MUJERES EN SEGUROS



FAPASA celebró un convenio de colaboración con la Red Mujeres en Seguros con el objetivo de promover la difusión del Seguro y de las problemáticas que puedan afectarlo, capacitación técnica, comercial o institucional, y para el desarrollo de capacidades y habilidades blandas para el ejercicio de la actividad, promover el profesionalismo en la intermediación, y promover conductas preventivas que contribuyan a una disminución de la frecuencia de siniestros.

La firma del convenio tuvo por un lado a Agustina Decarre, Presidente de FAPASA, y por otro a Soledad Mastragostino, PAS, y Presidente de la RedMS.



# Lanzamos el Seguro de Retiro Colectivo.

Llegó **Retiro Colectivo**, para que cada miembro de esa gran familia que es tu empresa, pueda prever su retiro con una inversión que lo ayude a concretar lo que quiera hacer con su futuro.

Entrá en [prevencionretiro.com.ar](http://prevencionretiro.com.ar) y conocé más.

## Prevención Retiro

de SANCOR SEGUROS

Prevé tu futuro, ahora.



CARLOS ENRIQUE  
GRANDJEAN



**“EN NUESTRAS  
ASEGURADORAS,  
LA TECNOLOGÍA  
ESTÁ AL SERVICIO  
DEL PRODUCTOR  
ASESOR”**

ASEGURANDO DIALOGÓ CON EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE ASEGURADORES ARGENTINOS (ADEAA) CARLOS ENRIQUE GRANDJEAN, QUIEN VALORÓ LA COLABORACIÓN DE LA CÁMARA CON FAPASA, Y EL ROL DEL PAS EN EL MERCADO.

Hace unos meses, coincidiendo con la designación de nuevas autoridades en FAPASA, los miembros de la comisión directiva de la Asociación de Aseguradores Argentinos (AdeAA) y de la Federación mantuvieron una reunión virtual en la que rápidamente quedaron de manifiesto los puntos en común de la agenda de trabajo de ambas instituciones.

“Más allá de la presentación de Agustina Decarre, como nueva Presidente de la Federación, pudimos explayarnos sobre la actual mirada que tenemos respecto del mercado de seguros y la intermediación, así como sobre los objetivos de ambas cámaras, una en representación de las aseguradoras de capitales nacionales de tamaño medio y chico en todo el país, y la otra en representación de los PAS del país de todas las Asociaciones que los agrupan.

Fruto de ese diálogo espontáneo, surgió la concordancia en una comunidad de intereses y de puntos de vista. Y frente a esta misma mirada, surge la idea de colaborar con FAPASA y obviamente, con todos los Productores Asesores de Seguros (PAS)”, destacó Carlos Enrique Grandjean, Presidente de AdeAA.

Luego, habló sobre los temas en común de ambas cámaras: “Tenemos una mirada federal de nuestro mercado de seguros, donde se le dé cabida a todas las provincias y a todas las Asociaciones, independientemente del tamaño de las mismas.

Una mirada democrática, en la que

todos los actores tengan participación y voto, independientemente del tamaño y volumen de la cartera.

Una mirada nacional del mercado de seguros, en donde desde ya se permita la inversión extranjera, que es bienvenida, pero que la política del mercado de seguros se fije en función a los intereses nacionales, en función a los intereses de nuestro querido país.

Una mirada en la que haya pluralidad de actores tanto en lo que hace a las aseguradoras como a la intermediación, en la que se evite la excesiva concentración del mercado, que siempre es en detrimento de los intereses de los consumidores.

Cabe destacar también que una excesiva concentración del mercado de seguros también es en detrimento de los intereses de los PAS, y en ese sentido, deberíamos trabajar en conjunto para contrarrestar las fuerzas que buscan concentrar aún más el mercado.

Una mirada que defiende y fomenta la solvencia, la integridad y la profesionalidad de las aseguradoras y de los productores asesores.

Una mirada igualitaria en la que siempre se le dé lugar a las minorías y con perspectiva de género.

Por último, una mirada en la que se reconozca al Productor Asesor de Seguros íntegro y profesional, como la mejor alternativa a la hora de contratar un seguro”.

En sintonía con este concepto, afirmó: “El PAS es el elemento vital y esencial en toda la vida del producto de seguros, tanto en la fase previa a la contratación, con el relevamiento de los riesgos, su análisis, el asesoramiento y la cotización, como en la fase posterior, con todo el servicio postventa, el seguimiento de los riesgos, la contención, la atención personalizada, y también al momento del siniestro como en su pago.

El producto de seguros materializado en una póliza -explicó- es un producto intangible complejo y despersonalizado. El PAS es quien le otorga a ese frío cuerpo que es la póliza, un espíritu, una calidez, una tangibilidad, y una simplicidad que ningún algoritmo puede ofrecer.

Y el PAS es también el aceite que permite que los engranajes complejos de la operación de seguros roten adecuada y armónicamente.

Sinceramente, no entra en nuestra imaginación un mercado de seguros sin la figura esencial del productor asesor. Son personas a quienes nos debemos las aseguradoras, y son quienes nos acercan infinidad de asegurables posibles. El Productor Asesor de Seguros es quien le da humanidad a un producto tan despersonalizado como es una póliza de seguros”.

## Agenda

Más adelante, Grandjean informó sobre las acciones de las aseguradoras enroladas en AdeAA para apoyar

...“NOS TOCA VIVIR EN UN MUNDO ABSOLUTAMENTE COMPLEJO, HIPERCOMPETITIVO, QUE NOS EXIGE AL MÁXIMO, QUE CONSTANTEMENTE NOS PONE A PRUEBA TANTO EN NUESTRA EFICIENCIA COMO EN NUESTRA EFICACIA”

la labor que realizan los PAS: “Los nombres de las aseguradoras que integran la Asociación de Aseguradores Argentinos (AdeAA) hablan por sí solos del compromiso que mantienen con los productores asesores.

Las acciones que se toman son diversas pero todas tienen por objeto priorizar al PAS al momento de elegir la forma de la intermediación. Muchas de las aseguradoras de AdeAA operan de manera exclusiva con los PAS y establecen relaciones y alianzas de largo plazo.

Se trabaja constantemente en la capacitación técnica y comercial, se ofrecen préstamos para financiar proyectos de estructura de largo plazo, se cumple con la palabra empeñada, se les brinda herramientas digitales que faciliten la labor y que posibiliten la generación de nuevos clientes, se les acerca nuevos clientes generados en los portales y en las redes sociales. Y un punto importante es que las aseguradoras de AdeAA son en su mayoría medianas y chicas y esto muchas veces posibilita ofrecer una atención personalizada al PAS.

Por otra parte, muchas de ellas son aseguradoras de nicho, ya sea por re-

giones o por líneas de negocios específicas, lo que permite brindar un conocimiento regional o de especialización en el ramo, que no están en condiciones de ofrecer otro tipo de aseguradoras”.

### El mercado

Indicó, asimismo, que la situación del mercado de seguros en este momento es difícil, pero por otro lado es favorable al productor asesor: “Es difícil porque a todos nos toca vivir en un mundo absolutamente complejo, hipercompetitivo, que nos exige al máximo, que constantemente nos pone a prueba tanto en nuestra eficiencia como en nuestra eficacia”.

Y enfatizó: “Tanto aseguradoras como productores asesores, hemos tenido que aprender en los últimos años a competir con una diversidad de nuevos actores que han generado una fuertísima presión a la baja tanto de las tasas de prima como de las comisiones, y la supervivencia bajo este difícil escenario nos exige mucho más que antes.

No obstante, la figura del productor asesor ha salido fortalecida por el enorme valor agregado que brinda tanto a las aseguradoras como a sus clientes, los asegurados. Afortunadamente, destacó, todos valoramos el buen servicio, la atención personalizada y el buen asesoramiento que brinda un productor asesor íntegro y profesional. Y entendemos que esto va a seguir en los próximos años.

Como decía anteriormente, el mercado de seguros vive una situación parecida a la de los productores. Un mercado hipercompetitivo en el que conviven aseguradoras nacionales,

internacionales, cooperativas, entes provinciales y nacionales, multinacionales, bancassurance, Insurtech.

Todo esto presiona a la baja las tarifas y hace que todos tengamos un nivel de exigencia muy alto. Y a este concepto agregamos que nos genera una cierta satisfacción poder ver cómo las aseguradoras nacionales agrupadas en AdeAA, especialmente las pequeñas y medianas, se adaptan a esta situación, ofrecen un alto nivel de servicio, cumplen con un fin que es bueno para la sociedad y para la economía en su conjunto y se fortalecen. Ya son varias las aseguradoras que se han sumado a AdeAA en los últimos años, y también muchas de las aseguradoras de AdeAA han podido aumentar su cuota de participación en el mercado”.

Con relación a la tecnología, señaló: “Su uso depende del tipo de aseguradora. Para algunas, la tecnología **ES** la intermediación. Para otro tipo de aseguradoras, la tecnología es una herramienta que facilita la gestión y la intermediación del productor asesor.

Estas aseguradoras, por convicción, entienden que el PAS es la mejor alternativa a la hora de contratar un seguro. En las primeras, la tecnología sustituye al PAS. En las segundas, la tecnología no solo lo complementa, sino que también está al servicio del productor asesor. Y afirmó, en AdeAA podemos decir con total tranquilidad y convicción que este es el camino elegido por nuestras aseguradoras”.

ADEAA

# RUS es la primera aseguradora del país

en vender seguros para celulares 100% virtual a través de los **Productores Asesores de Seguros.**



**Segurocell**



ALBERTO  
DURÁN



# CAPACITACIÓN EN SINIESTROS

EN ESTA ENTREVISTA,  
ALBERTO DURÁN,  
PRESIDENTE DE  
LA ASOCIACIÓN  
ARGENTINA DE  
LIQUIDADORES Y  
PERITOS  
DE SEGUROS

**Revista Asegurando (RA): ¿Qué es lo que más valora del acuerdo llevado adelante con FAPASA?**

Alberto Durán (AD): Fundamentalmente la voluntad colaborativa de las partes y la posibilidad de acercarnos para interactuar con otras Asociaciones del ámbito asegurador, y en el particular de FAPASA ofrecerles capacitación para sus asociados en materia de coberturas y de siniestros, que entendemos es muy importante en la formación del PAS y en lo que el cliente – Asegurado - espera de él.

**RA: ¿Cuáles son las razones por las que la AALPS decide establecer esta colaboración con FAPASA?**

AD: Desde la actual CD de la AALPS nos hemos propuesto activar una apertura hacia el mercado, con el objeto de hacer más visible y jerarquizar nuestra profesión. Por eso seguimos trabajando en la idea de estrechar vínculos con la gente de la SSN y de las Asociaciones de Cías., de PAS, medios de prensa, canales digitales, etc., e incluso con nuestros propios asociados; de todo lo cual podemos decir que estamos satisfechos con los avances logrados.

**RA: ¿Cuáles son los recursos humanos y técnicos que la Asociación pondrá a disposición para llevar adelante este acuerdo?**

AD: Su aplicación dependerá de los requerimientos de FAPASA

con relación a los temas que más le interesan y el formato en que podrían ofrecerse a través de los medios digitales hoy disponibles. Hablamos de charlas y coloquios sobre temas específicos, y cursos integrales que abarquen un programa más amplio que desarrollaremos en conjunto.

**RA: ¿Cuál es el rol de los Liquidadores y Peritos de seguros en el mercado?**

AD: Si bien el rol del Liquidador debería ser el de Asesor Técnico de las Aseguradoras y/o Reaseguradoras que nos designan para la atención de sus siniestros, hoy la demanda de servicio de nuestros clientes es cada vez más amplia, requiriendo de una prestación que excede el marco técnico y nos lleva a brindar una asistencia de carácter integral, incluyendo trámites administrativos, diligenciamientos investigativos, asesoramiento sobre aspectos legales, comerciales, de suscripción, etc.

**RA: ¿Cómo se obtiene la matrícula de perito liquidador de siniestros?**

AD: La matrícula de Perito Liquidador la otorga la SSN, y se requiere la aprobación de un examen de competencia que se divide en 2 etapas.

En primer lugar, una por sistema “multiple choice” y, superado ésta, una segunda instancia oral. Hoy se practica de manera virtual median-

te una plataforma creada al efecto, y la mesa examinadora la conforman representantes del Organismo de control y de la CD de nuestra Asociación.

La AALPS auspicia un curso denominado Gestión de Siniestros, también desarrollado por vía Web, con charlas de apoyo y coloquios a cargo de socios activos que aportan su conocimiento y experiencia para la formación de los aspirantes.

Dicho curso tiene una duración de 6 meses, y si bien aborda un amplio temario que incluye todos los ramos y coberturas del Seguro, NO pretende el rango de una carrera de grado sino el de una capacitación general en la materia.

Al respecto cabe mencionar que no es necesario hacer el curso para presentarse al examen, ni la única finalidad del mismo.

Hay muchos aspirantes que rinden el examen y obtienen su matrícula sin haber tomado el curso, otros que solo lo hacen para formarse sin la intención de presentarse a examen, y muchos otros que se matriculan para no ejercer la profesión por dedicarse a otra actividad incompatible, por ejemplo PAS y empleados de Aseguradoras.

**RA: ¿Cuáles dificultades enfrenta la labor del perito de seguros en las actuales condiciones del mercado de seguros?**

AD: Naturalmente nuestra profe-

sión no es ajena a la realidad por la que atraviesa el país. El flagelo de la inflación no solo hace estragos la rentabilidad del negocio sino dificulta la labor cotidiana en el ajuste de los siniestros; determinación de daños, justiprecio de Valores a Riesgo, cálculo indemnizatorio, etc.

Todo ello requiere de una labor mucho más compleja, cargada de incertidumbre y desconfianza en los Asegurados, de mayor preocupación por parte de los PAS, y de dificultades para las Aseguradoras en cuanto a establecer sus Reservas.

**RA:** *¿Con qué frecuencia y en cuáles ramos/tipos de pólizas encuentran infraseguro?*

AD: La frecuencia es diaria y en los ramos patrimoniales todos, Incendio, Seguro Técnico, TRO e Integrales. La realidad en nuestro medio son las pólizas con Sumas Aseguradas contratadas en pesos, mayoritariamente NO revisadas – actualizadas al momento de suscripción – renovación, y con cláusulas de ajuste promedio no mayores al 20% en el mejor de los casos. Ello determina una recurrente situación de Infraseguro en casi todos los riesgos con coberturas de prestación A Prorrata.

El Infraseguro es el resultado de varios factores que van desde el desconocimiento de los Asegurados de las prestaciones A Prorrata, hasta la falta de asesoramiento de

“EL ROL DEL PAS  
ES FUNDAMENTAL  
PARA UN MERCADO  
CUYO CRECIMIENTO  
DEMANDA DE UNA  
MAYOR CONCIENCIA  
ASEGURATIVA EN UNA  
SOCIEDAD QUE NUNCA  
SE HA CARACTERIZADO  
POR LA VOCACIÓN  
DE PRESERVAR SU  
PATRIMONIO.”

los PAS, la carencia de rigurosidad profesional en la suscripción, las limitantes económicas, la periodicidad de las vigencias, etc.

**RA:** *¿Cuál es el impacto de la tecnología en la liquidación de siniestros?*

AD: Hoy podemos decir que en el actual estado de pandemia, gracias a la tecnología hemos podido llevar adelante nuestra labor profesional valiéndonos de los medios digitales disponibles, que nos permitieron sortear la limitación de una intervención no presencial para la atención de siniestros cuya complejidad así lo permita.

Por supuesto, no sucede lo mismo en los siniestros de magnitud y alta complejidad técnica que necesariamente requieren de análisis casuísticos y verificaciones de riesgos en el lugar de ocurrencia.

**RA:** *¿Cómo evalúa el rol de los PAS en el mercado?*

AD: Sin dudas el rol del PAS es fundamental para un mercado cuyo crecimiento demanda de una mayor conciencia asegurativa en una sociedad que nunca se ha caracterizado por la vocación de preservar su patrimonio.

Salvo en las coberturas obligatorias dentro de determinados Ramos como Automotores, ADT, AP, Vida, Mala Praxis, etc., surge evidente que el acercamiento del PAS a los Asegurados y el adecuado asesoramiento profesional que estos sepan brindar sigue siendo la herramienta más efectiva para que el instituto del Seguro adquiera la importancia social que debería tener.

**RA:** *Por último, y agradeciendo su valioso tiempo, ¿cuál es papel de la capacitación?*

AD: Es fundamental. No existen posibilidades de un crecimiento sólido y sostenido sin que todos los actores del mercado nos impongan la necesidad de aprender, analizar y conocer más, interactuar, y tener la inquietud de profundizar no sólo en el ámbito de nuestra competencia sino en todos los aspectos relacionados. Es imprescindible retomar el camino de la lectura, el estudio, y la cultura del trabajo.





CONSULTÁ CON TU PRODUCTOR  
ASESOR DE SEGUROS

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



beeingular

*Que si los necesito,  
estén*



Todo eso que querés para  
el seguro de tu auto

**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

SOLEDAD  
MASTRAGOSTINO



“EN LA  
INTERMEDIACIÓN DE  
SEGUROS **SON POCAS**  
**LAS ORGANIZACIONES**  
**LIDERADAS POR**  
**MUJERES”**

DIALOGAMOS CON SOLEDAD MASTRAGOSTINO, DIRECTORA DE LA RED MUJERES EN SEGUROS (REDMES), SOBRE LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL SECTOR, SU INCLUSIÓN Y DESARROLLO EN LA INDUSTRIA DEL SEGURO, Y EL CONVENIO DE COLABORACIÓN CELEBRADO CON FAPASA.

Mastragostino afirmó que el acuerdo celebrado con FAPASA refuerza el compromiso de trabajo colaborativo entre los actores del mercado para el crecimiento de las mujeres en la industria de seguros y potencia el desarrollo de sinergias que permitan cumplir con ese propósito.

Consultada sobre las razones por las cuales la Red Mujeres en Seguros se propuso esta colaboración con FAPASA, manifestó que la Federación cumple un rol central en la articulación con las asociaciones regionales para la capacitación y soporte a la tarea de los productores de seguros y eso impacta directamente sobre el desarrollo de la actividad de intermediación. “Nuestra red –explicó-, está conformada por mujeres de todo el país y poder integrar las capacidades de las asociaciones de productores al soporte que brindamos a las PAS desde RedMES agrega valor y genera un espacio de trabajo común”.

“RedMES pretende integrar a FAPASA y a las asociaciones de PAS a los programas, capacitaciones y red profesional que desarrollamos. El programa de mentoreo que este año tendrá su segunda edición es uno de ellos del que ya han sido parte muchos miembros de asociaciones pero sin la entidad de una participación formal. A partir de la celebración de este acuerdo podremos integrar y articular acciones para que el apoyo de los mentores se potencie con las herramientas que brindan las asociaciones”, des-

“NUESTRA RED ESTÁ  
CONFORMADA POR  
MUJERES DE TODO EL  
PAÍS Y PODER INTEGRAR  
LAS CAPACIDADES DE  
LAS ASOCIACIONES  
DE PRODUCTORES  
AL SOPORTE QUE  
BRINDAMOS A LAS PAS  
DESDE REDMES AGREGA  
VALOR Y GENERA UN  
ESPACIO DE TRABAJO  
COMÚN”

tacó.

Asimismo la ejecutiva dijo que RedMES surge para promover el desarrollo de la mujer en el mercado asegurador entendiendo que, como en otros sectores, es fundamental el empoderamiento de la mujer e impulso para su crecimiento profesional e independencia financiera. “Nuestros objetivos están centrados en promover la diversidad, equidad y sustentabilidad”, afirmó.

A continuación, se refirió a las actividades que realizan: “Desarrollamos actividades de capacitación técnica y de habilidades blandas, programas para impulsar el desarrollo empresarial y profesional y Networking para las miembros de la red.

Estamos comprometidos en mantener en agenda de todos los actores del mercado cuestiones de diversidad y equidad y trabajar de

manera coordinada con ellos porque tenemos la convicción que este trabajo debe ser de todos”.

Nos interesamos en conocer sobre el camino recorrido por la referente para concretar sus proyectos en el terreno de Seguros, y esto nos dijo: “Trabajé durante 10 años en área comercial compañía de seguros. Cuando decidí emprender la actividad independiente sabía que el asesoramiento estaba en mi ADN pero tenía claro que el desafío era acompañar e impulsar el desarrollo comercial de colegas, trasladando conocimientos y herramientas que mi experiencia había capitalizado. Formalizamos desde nuestro broker una escuela de negocios comercial para que nuestro aporte sea desde la profesionalización y trabajo en equipo”.

Sobre los motivos que la impulsaron a crear la Red Mujeres en Seguros, recordó: “Trabajaba hacía algunos años impulsando desde cámaras empresarias el desarrollo de emprendimientos y empresas lideradas por mujeres.

En una reunión de trabajo me preguntaron “¿Qué pasa con las mujeres en la industria aseguradora?” No pude contestar y fue el motor que me llevó a investigar y empezar a delinear un espacio de trabajo.

El intercambio con colegas de compañías de seguros, intermediarios y otras personas vinculadas al sector me animó a dar el primer paso hace más de tres años.

El camino hasta hoy ha sido desafiante y satisfactorio. El objetivo es hacer parte a todos los hombres y mujeres de la industria y promover el trabajo colaborativo para que nuestro sector sea protagonista como promotor de entornos diversos y equitativos”.

Un tema primordial, en el tiempo que vivimos, es el de la tecnología. La profesional considera que la tecnología “cumple un rol central para mejorar y hacer eficientes los procesos de comercialización”. “Debemos adoptar la tecnología como un aliado estratégico para la mejora en la accesibilidad al seguro, lo que redundará en mayor penetración de mercado.

La tecnología hace eficientes los procesos de gestión de riesgos (análisis de riesgo, cotización, administración de cartera, siniestros,

etcétera) reduce los costos de pre y post venta y los recursos humanos pueden enfocarse en la implementación de estrategias de comercialización sobre riesgos poco desarrollados y que representan oportunidad en un mercado que demanda conciencia aseguradora y asesoramiento.”

Acerca del avance de las mujeres en la sociedad, reflexionó: “Empoderar a las mujeres es clave para la transformación social y el crecimiento económico. Cuanto más trabajan las mujeres, más crecen las economías.

En nuestro país tenemos mujeres ocupando puestos de liderazgo en compañías de seguros e instituciones, aun así, la proporcionalidad de mujeres respecto de hombres en esa posición es baja y queda mucho trabajo por hacer. Esas mujeres,

hoy, son protagonistas para la promoción de entornos diversos en las organizaciones porque demuestran que el éxito en la gestión de empresas e instituciones depende de la capacidad y no está condicionada por el género.

En la intermediación de seguros la brecha es mayor porque son pocas las organizaciones lideradas por mujeres. Con relación a esto, este año iniciamos un programa de empoderamiento e impulso para que más mujeres desarrollen empresas de intermediación”.

Por último, enfatizó: “RedMES es un espacio abierto y colaborativo y todos somos protagonistas de su construcción”.



**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

## FAPASA EN EL CONGRESO DE COPAPROSE



ENTRE EL 20 Y EL 22 DE MAYO PASADO SE REALIZÓ EL II CONGRESO VIRTUAL COPAPROSE HONDURAS 2021: “LA INTERMEDIACIÓN DE LOS SEGUROS EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE: CAMBIOS Y TRANSFORMACIONES”.

El evento, virtual, que contó con la participación de Agustina Decarre, Presidente de FAPASA, fue organizado por la Asociación Hondureña de Profesionales Intermediarios de Seguros - AH-PROINSE.

Se analizaron temas como la innovación en seguros, la digitalización, las Catástrofes Naturales y su brecha de Protección, la omnicanalidad, y otros relacionados con el crecimiento profesional del PAS en la región.

Decarre participó del panel ‘Una mirada hacia el future: prioridades estratégicas para el productor de seguros’, junto a Lucía flores, Se-

cretaria de Educación de la Junta Directiva Central de AH-PROINSE; Yelena de Alvarado, Presidente del Colegio Nacional de Productores de Seguros de Panamá; y Marvin Umaña, Miembro del Comité Ejecutivo de COPAPROSE, de Costa Rica.

“El sistema jurídico debe adaptarse a los cambios en el consumo producidos desde marzo de 2020 en todo el mundo”, señaló Decarre. “Esto nos obliga a pensar como regular el avance de los medios digitales en todas las áreas.

En la Argentina estamos trabajando desde FAPASA con la Superintendencia de Seguros de la Nación aportando ideas para la regulación de las plataformas tecnológicas. Es importante que se proteja al asegurado y a nuestra profesión.

La tecnología es una aliada, no hay duda. Pero la compra de un servicio como el seguro no es igual que comprar una remera o una TV

en una gran tienda e-commerce”, marcó.

En otro momento de la charla, en referencia al intrusismo en la profesión y otras prácticas que dañan a los PAS y a los Asegurados, Decarre remarcó: “Tenemos una gran brecha entre lo que indica la legislación de protección al consumidor, de defensa de la competencia, y lo que ocurre en la práctica.

Hay un enorme avance (de estas prácticas irregulares) que perjudican a los PAS y a los Asegurados. Nosotros no solo defendemos a los PAS sino también al seguro como institución. Es importante que no se manosee la institución aseguradora y que se preserve su función social y económica.

Desde FAPASA trabajamos en la denuncia de los avances de entidades bancarias y el accionar irregular de personas ajenas a la actividad, porque si bien existen las leyes, es necesario hacerlas cumplir”.

# FAPASA DENUNCIA A **IMPORTANTE** **PLATAFORMA DE VENTA EN LÍNEA**

EL DÍA VIERNES 25-06 PRESENTAMOS ANTE SSN LA DENUNCIA CONTRA MERCADO LIBRE POR LOS GRAVES INCUMPLIMIENTOS DETECTADOS EN EL OFRECIMIENTO DE SEGUROS A TRAVÉS DE SU PLATAFORMA DE VENTA EN LÍNEA



---

Buenos Aires, 29 de junio de 2021.

Desde la FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS DE LA ARGENTINA (FAPASA) hemos constatado las graves irregularidades en que incurre MERCADOLIBRE, quien ofrece -de manera directa o indirecta- la concertación de contratos de seguros, promueve su celebración en distintos ramos e intermedia y publicita operaciones de pólizas de seguros, todo ello a través de su página web [mercadolibre.com.ar](http://mercadolibre.com.ar).

En este orden, FAPASA procedió a realizar la presentación de una denuncia ante la Superintendencia de Seguros de la Nación, Organismo de Control con facultades exclusivas y excluyentes en la materia, con el objeto de que tome la debida intervención.

Concretamente se ha constatado que mediante la página web aludida se ofrece, sin la debida autorización para ello, la concertación de pólizas de seguros en violación del artículo 61 de la Ley 20.091. De tal modo se advierte que la publicación y/o promoción de la contratación, se realiza conjuntamente o a través de personas referidas, que en algunos casos resultan ser personas humanas, en otros presuntas personas jurídicas o sociedades con nombres de fantasía.

Con total desaprensión se omiten las normas de idoneidad, información, asesoramiento y transparencia que hacen a los más elementales principios del seguro. Además, se infringen los preceptos de los artículos 56 y 57 de la Ley N° 20.091, cuestión que con un simple golpe de vista se puede advertir, ya que de manera reiterada en las ofertas formuladas por MERCADOLIBRE se utilizan las palabras seguro, asegurador o expresiones típicas o características de las operaciones de seguro, que no pueden ser usadas en los nombres comerciales o enseññas por quienes no estén autorizados como aseguradores de acuerdo con la ley.

Tampoco se cumplen las reglas respecto a la publicidad, promoción y/o difusión de los servicios que las entidades de seguros, productores asesores de seguros y agentes institorios deben procurar en favor de los asegurados y usuarios, lo que significa una clara infracción de la Resolución RESOL-2018-464-APN-SSN#MF.

De las ofertas de pólizas constatadas no surge que MERCADOLIBRE, ni las personas (humanas, jurídicas o nombres de fantasía) se encuentren debidamente inscriptos en los registros de la SSN (artículo 3° Ley N° 22.400 y artículo 1° Resolución SSN N° 38.052/2013). En rigor, corresponderá evaluar la infracción del artículo 7° de la Ley 22.400 que establece entre otras cosas que las personas no inscriptas no tienen derecho a percibir comisión o remuneración alguna por la concertación de contrato de seguros y ponderar la situación a la luz del artículo 8° (inc. g) de la misma ley que establece que “no podrán inscribirse... quienes operen como productores asesores sin estar inscriptos” y del artículo 29 de la Res. SSN 38052/2013 acerca de la aplicación de las sanciones previstas en la Ley 20.091 incluyendo la inhabilitación absoluta.

Cabe recordar además que la eventual comercialización a través de agentes institorios, requiere esencialmente que la oferta de seguros sea realizada de manera complementaria al objeto principal de la sociedad, es decir que podrán realizarse ofertas de seguros exclusivamente a la clientela con el propósito de potenciar la actividad, desarrollar el mercado de seguros, promover la cultura aseguradora, etc. En otras palabras, debe existir en el caso de los agentes institorios además de un mandato, una actividad principal y una clientela identificada o fácilmente identificable, es decir, presupone la existencia de un grupo de afinidad.

La actividad aseguradora es sumamente solidaria, técnica y regulada, por lo que exige a sus actores el cumplimiento riguroso de la normativa en beneficio y protección de los asegurados, asegurables, la economía y la sociedad toda. Cada uno de los más de 40.000 productores asesores de seguros que formamos parte de FAPASA debemos cumplir con la capacitación profesional obligatoria, aprobar los exámenes de idoneidad, matricularnos, inscribirnos y abonar la tasa correspondiente para el ejercicio de la actividad tal cual manda la ley. Incluso más recientemente se emitió la Resolución 332/2021 que establece la obligatoriedad del “Certificado de Aptitud para el Ofrecimiento Público de Contratos de Seguros” mostrando el organismo de control su preocupación respecto a la intermediación ilegítima y la defensa del asegurado.

FAPASA estuvo y estará siempre del lado del desarrollo y promoción del mercado asegurador, de los asegurados, de la gente y de sus afiliados, realizando acciones para defender a todos ellos ante actos ilegítimos e irregulares por parte de terceros.



Agustina Decarre  
PRESIDENTE



Jorge L. Zottos  
SECRETARIO

## NUEVA COMISIÓN DIRECTIVA DE APAS MAR DEL PLATA



La entidad marplatense celebró elecciones y así quedó conformada la Comisión Directiva.

**Presidente:** Pablo Ariel Castro  
**Vicepresidente:** Carlos Alfredo Parodi  
**Secretario:** Juan Ignacio Merodio  
**Prosecretario:** Eduardo Monticelli  
**Tesorero:** Jorge Omar Nario  
**Protesorero:** Santiago Ariel Castro  
**1º vocal:** Carolina Parodi  
**2º vocal:** Daniel Luis Riera  
**3º vocal:** Ramiro Tejon  
**4º vocal:** Hernán José Rossi

**5º vocal:** Laura Gabriela Eguren  
**6º vocal:** Gustavo Gabriel Scoppa  
**1º suplente:** Santiago Jáuregui  
**2º suplente:** Cristina Francisca Jimenez  
**3º suplente:** Dalmiro Castro  
**4º suplente:** Walter Luis Victorel  
**5º suplente:** Alejandra Urpila Egidi  
**6º suplente:** Milagros Lamas  
**Comisión Fiscalizadora**  
**1º titular:** Humberto Osvaldo Calandra  
**2º titular:** Rocco, Félix Antonio  
**3º titular:** Leonardo Andres Calvo  
**1º suplente:** Juan Carlos Rodríguez  
**2º suplente:** Esteban Daniel Nario

## NUEVAS AUTORIDADES EN ATPAS TUCUMÁN



En Tucumán se renovaron las autoridades que conforman la conducción de la entidad.

**Presidente:** Jorge Carlos Saguir  
**Vicepresidente:** Norma Masagué  
**Secretario:** Cristian Filomeno  
**Prosecretario:** Fernando Uruña  
**Tesorera:** María Cristina Guerrero  
**Protesorero:** Eduardo Sánchez  
**Vocales Titulares**  
**1º:** César Chelala  
**2º:** Néstor Ulla  
**3º:** Federico Chinellato

**4º:** Carolina Aragón  
**Vocales Suplentes**  
**1º:** Martín Zavaleta  
**2º:** Calixto Sal  
**3º:** Felipe Rosemberg  
**4º:** Luis Seiler  
**Comisión Fiscalizadora. Titulares**  
**1º:** León Kristal  
**2º:** Walter Schoss  
**3º:** Cecilia D'Ygnotti  
**Comisión Fiscalizadora. Suplentes**  
**1º:** Carolina Maloberti  
**2º:** Carlos María Martínez Ladetto

## APAS SANTA FE

Siguen las obras de la nueva sede, que se encuentra ya en los últimos detalles de terminación. En estos momentos se están realizando los trabajos de pintura, y solamente faltan algunos detalles en las instalaciones.

En octubre de 2015 APAS Santa Fe

adquirió una antigua casona ubicada en calle Alvear 4273 de la ciudad de Santa Fe.

Luego de estudios técnicos realizados, entre la refacción y adecuación o la demolición y construcción de una obra totalmente nueva, se decidió por esta última opción, y una

vez completadas las autorizaciones municipales, comenzó la obra.

El nuevo edificio contará con unos 190 metros cuadrados, divididos en varias funcionalidades, tales como oficinas administrativas, salón de capacitaciones y usos múltiples, sala de reuniones y servicios varios.



# NUEVA CASA PARA APAS SALTA Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

El 19/06 APAS Salta mudó sus oficinas a la nueva sede ubicada en calle Gral. Mosconi N° 49 de la ciudad capital de la provincia. Las nuevas instalaciones cuentan con amplio salón para futuras capacitaciones, nombrado “Salón Luis Tais” en homenaje al ex-presidente de APAS Salta recientemente fallecido.

Desde Asegurando felicitamos al

Consejo Directivo de la entidad y a sus asociados por el importante logro.

Por otra parte, el Sr. Ricardo Báez Nunes, presidente de APAS Salta, fue consultado por diversos medios de comunicación sobre el tema en el que es especialista, con motivo de conmemorarse el “Día Nacional de la Seguridad Vial”, el 10 de junio pasado.



Lo que tu cliente busca, lo que vos necesitás.

En Grupo San Cristóbal nos une el propósito de hacer que nuestros clientes estén seguros, cuidando su patrimonio y su bienestar.

Por eso estamos siempre pensando en productos que brinden soluciones integrales y se complementen, ofreciéndote a vos las mejores herramientas para crecer y avanzar.

**Nos une el compromiso con el cliente.**



**Nos une el compromiso.**  
www.gruposancristobal.com.ar

**GRUPO  
SAN  
CRISTÓBAL**

# “EL PAS DEBERÍA ESTAR ATENTO A TRABAJAR CON LAS COMPAÑÍAS QUE RESPETAN Y APOYAN AL PAS Y NO CON AQUELLAS QUE COMPITEN CON ÉL”

EN ESTA ENTREVISTA, EL FLAMANTE PRESIDENTE DE ATPAS (TUCUMÁN), JORGE SAGUIR, REPASA LOS OBJETIVOS DE SU GESTIÓN AL FRENTE DE LA ENTIDAD, Y EL ROL DEL PAS EN EL MERCADO.



*Revista Asegurando (RA): ¿Cuáles serán los ejes de su gestión al frente de ATPAS?*

Jorge Saguir (JS): Uno de los objetivos consiste en incorporar a todos los PAS de Tucumán a nuestra entidad, ampliando la base de afiliados. Son muchas las dificultades que tenemos que afrontar por lo que necesitamos una gran unión entre los PAS y una participación activa, que nos dará las fuerzas necesarias para resolver nuestros problemas. Esta Asociación es **del y para** el Productor Asesor de Seguros. Esta es su casa y es aquí donde los esperamos, siempre atentos a recibir sus sugerencias, críticas y necesidades. Otro de los objetivos es llevar adelante una campaña -que ya iniciamos con publicidades radiales- sobre la importancia del PAS en este mercado asegurador y para instaurar conciencia aseguradora y la cultura de la prevención en la población.

Es lamentable ver como engañan a la gente con ventas de seguros ilegales como así también el constante crecimiento de siniestros, en donde muchos de los casos se podrían evitar con una adecuada educación vial o bien amortizar sus impactos.

*RA: ¿Quiénes lo acompañan en la gestión en ATPAS?*

JS: Hay un grupo de PAS que viene hace mucho tiempo comprometiéndose y trabajando, entre ellos el Sr. Walter Schoss, Felipe Rosemberg, Alberto Zavaleta, Néstor Ulla, Norma Masagué, María Cristina Guerrero, Eduardo Sánchez, Cecilia D'Ygnotti. Completan nuestra Comisión Directiva dirigentes que están hace poco tiempo y nuevos PAS, con la esperanza de que se vayan formando como dirigentes a fin de que esta asociación garantice una permanente continuidad.

*RA: ¿En qué año inició su actividad como PAS?*

JS: Empecé con Seguros de Vida en el año 1994 completando con otra actividad y la matrícula la obtuve el 31/03/2003.

*RA: ¿Por qué se decidió a ser PAS?*

JS: Mientras cursaba mi carrera universitaria para Contador Público Nacional, en 1976, curso una materia **seguros** que en esos tiempos era optativa. A partir de allí empieza mi afinidad con esta actividad. Durante muchos años y como Contador me encargaba de los seguros de las empresas, hasta que finalmente me dediqué enteramente a esta profesión.

**RA:** *¿Cuáles son las particularidades de la producción de seguros en la provincia de Tucumán?*

JS: Nuestra provincia no escapa a la media nacional. La venta del seguro automotor sigue siendo la principal actividad, con un mercado importante a desarrollar que es principalmente los Integrales y Seguros de Vida.

**RA:** *¿Cuáles son las principales actividades económicas en Tucumán?*

JS: Tucumán tiene un gran desarrollo en actividades agrícolas, con fuerte incremento en los últimos años en las áreas Citrícola y Frutas Rojas. También, Industrial, principalmente la Azucarera. Si bien esta pandemia ha afectado a muchas empresas, el Comercio en General sigue siendo una de las principales actividades, y la Gastronómica está en permanente crecimiento.

**RA:** *¿Cómo está afectando la pandemia a los tucumanos?*

JS: Esta pandemia es una verdadera tragedia por todo, por el daño y muerte que está sucediendo a nuestro alrededor. La actividad privada está muy castigada por lo que incidió en forma negativa en los Seguros Integrales de Comercio. Respecto al seguro automotor la caída importante fue el año pasado, este año se fue recuperando cartera y aún hay un gran mercado para trabajar.

**RA:** *¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrentan los PAS en el ejercicio de su profesión?*

JS: La competencia desleal principalmente de los Agentes Institorios, Brokers, etc. Y la incontrollable apatencia Fiscal en todos los gobiernos, Nacionales, Provincial o Municipal para con los PAS.

**RA:** *¿Cuál es la carga impositiva que pesa sobre los PAS en Tucumán?*

JS: En Tucumán, el impuesto a los Ingresos Brutos estaba en el 5%, y

sin ninguna contención lo elevaron al 6,5%; y el TEM al 1,25%.

**RA:** *¿Cuál es el rol del PAS en la sociedad en general?*

JS: El PAS en su función de asesor cumple una función muy importante en la sociedad. Esta pandemia nos dio la oportunidad de resaltar el servicio de asesoramiento y atención del PAS. Las compañías están todas cerradas y si bien habilitaron vía web para los trámites, en la mayoría de los casos la gente necesita expresar sus necesidades y es ahí donde aparece nuestra función de PAS para atender, asesorar y servir de contención a nuestros clientes. El rol del PAS es irremplazable en su función de Asesoramiento y Atención Personalizada. Hay Aseguradoras que así lo entienden y sus canales de ventas son exclusivo o principales del PAS.

El productor debería estar atento a trabajar con estas compañías que lo respetan y apoyan y no con aquéllas que compiten con el PAS.

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

**TRIUNFO  
SEGUROS**

Sponsor Oficial de  
Las Leonas y Los Leones

triunfoseguros.com

# LA COMUNICACIÓN EXPANDE O REDUCE NUESTRO HORIZONTE EN EL CAMPO DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES

EN ESTE ARTÍCULO, JULIO BUSCONI, ENTRENADOR, TITULAR DE SFC SOLUCIONES FORMATIVAS COMPLEMENTARIAS - CONSULTORÍA EN HABILIDADES BLANDAS, PONE DE RELIEVE EL PROCESO DE OPTIMIZAR NUESTRO DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL MEDIANTE NUESTRA AUTOEXPLORACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE PARADIGMAS.

Entre tantos desafíos que debe resolver cotidianamente el PAS profesional, sin dudas la necesidad de actualizarse en el conocimiento del negocio, mejorar y aumentar permanentemente sus competencias y recursos, ocupan un lugar destacado en sus prioridades.

O al menos debería ser así.

Aquí aparece el entrenamiento, como factor resolutorio de aquella necesidad.

La traducción literal de coaching es entrenamiento y entrenamiento es la preparación para perfeccionar el desarrollo de una actividad.

Cuanto más riguroso el desafío, mayor y más exigido el entrenamiento; situarnos en la cotidiana-

dad del ejercicio profesional del PAS, nos permite apreciar la magnitud y complejidad de esos asuntos.

Como ejemplo, la pandemia nos obliga a reforzar nuestra resistencia a la adversidad, nuestra tolerancia y perseverancia, nuestro optimismo y esperanza, como tantas otras emociones positivas, para contrarrestar el impacto negativo de las otras, las emociones que no nos ayudan, que están allí y que resultan una rémora en el camino manifestándose como desaliento, irritabilidad, pesimismo, desconfianza, miedo y muchas otras.

Es una buena decisión observar desde otro ángulo nuestro mapa emocional y el modo en que está operando en nosotros. ¿Nos está ayudando o con frecuencia nos

expone a emboscadas con consecuencias gravosas? La respuesta a esta pregunta puede sorprender y poner en evidencia situaciones que no imaginamos.

El entrenamiento es el camino para encontrar respuestas aquí y desde allí operar modificaciones que, sin dudas, mejorarán resultados en muchos aspectos: en la salud, en lo laboral y hasta en lo familiar y social.

La administración inteligente de las emociones permite gobernarlas y no quedar atrapado a merced de ellas. Esto hace la diferencia.

Nuestros actos de vida están impregnados de emocionalidad. Tiempo atrás se consideraba al hombre como un individuo racional que se emociona. Hoy se lo considera un individuo emocional que razona.

Imaginemos los resultados que obtiene una persona con una expresión emocional más calibrada.

Si pensamos en identificar un estilo comunicacional que resulte facilitador en el logro de objetivos propios y de nuestros interlocutores, ajustando la técnica conversacional utilizada, optimizando la construcción de frases y la adecuada elección de las palabras, habilitará seguramente buenos servicios a nuestros intereses.

La comunicación, de acuerdo a la relevancia y dimensión que se le otorgue, expandirá o reducirá



**“EL ENTRENAMIENTO  
ES EL CAMINO  
PARA ENCONTRAR  
RESPUESTAS AQUÍ Y  
DESDE ALLÍ OPERAR  
MODIFICACIONES QUE,  
SIN DUDAS, MEJORARÁN  
RESULTADOS EN MUCHOS  
ASPECTOS: EN LA SALUD,  
EN LO LABORAL Y HASTA  
EN LO FAMILIAR Y  
SOCIAL.”**

nuestro horizonte en el campo de las relaciones interpersonales.

El PAS vive en este mundo de relaciones.

Los tiempos que transitamos ofrecen matices diferentes; la conflictividad ostenta un estado ya sea manifiesto o latente, pero está allí; el desencuentro en la comunicación también es un signo, como así la incidencia de la emocionalidad conspirativa.

No siempre nos detenemos a observar la incidencia de estos asuntos en nuestra realidad. Estas manifestaciones impactan -y normalmente lastiman- un aspecto de alta sensibilidad en el ejercicio del PAS: la relación interpersonal sea con clientes, asociados, ejecutivos de aseguradoras, empleados, etc.

En el mundo del PAS la habilidad para establecer relaciones de calidad y forjarse un estilo de trabajo que custodie estos valores, además de las satisfacciones personales, también aumentará la facturación. En otro orden, la revisión de nuestros hábitos -o de nuestros colaboradores en la oficina- en cuanto a organización, planificación, administración del tiempo, como así de otros indicadores, es decisiva en el negocio, en su crecimiento o estancamiento.

También aquí el entrenamiento brinda orientación y soluciones.

Ahora bien, de qué manera administramos esta necesidad de entrenarnos.

Me permito referir una recurrente experiencia en talleres que realizo con equipos de venta, o ejecutivos comerciales; luego de preguntar a algunos participantes cuál es su deporte favorito y quién es su ídolo máximo en esa disciplina, me responden normalmente mencionando a figuras destacadas en la alta competencia deportiva.

Llegado a este punto les digo que

imagino a esos deportistas (millonarios) entrenando tres días por semana, dos horas cada día. Me corrigen inmediatamente haciéndome saber que entrenan todos los días un mínimo de ocho horas.

Cuando les pregunto entonces cuántas horas se entrenan ellos, que aspiran a ser actores de “grandes ligas”, me responden que entrenan muchas horas todos los días cada vez que están frente a un cliente. En realidad, cuando uno está frente a un cliente, no está entrenando sino jugando el “partido del domingo”.

Con las excepciones del caso, algunos PAS no han asignado aún una cantidad determinada de horas de entrenamiento en su planificación general.

Entiendo que es una conducta (o un hábito) que debiera revisarse.

La experiencia y conocimiento que aportan las horas de ejercicio de la actividad, en el terreno, son irremplazables, aunque un plan de entrenamiento personal resulta un complemento inestimable en la configuración de un PAS profesional.

PCA, PCC, y el trabajo que FA-PASA y varias APAS del país realizan ofreciendo talleres, cursos, seminarios de capacitación, son verdaderos vectores en la profesionalización del PAS.

Asimismo, la iniciativa propia de

**“LA ADMINISTRACIÓN INTELIGENTE DE LAS EMOCIONES PERMITE GOBERNARLAS Y NO QUEDAR ATRAPADO A MERCED DE ELLAS. ESTO HACE LA DIFERENCIA.”**

leer libros relacionados directa o indirectamente con el negocio, recurrir a cursos virtuales, o presentaciones gratuitas de plataformas virtuales, brindan excelentes herramientas y recursos.

Todo es perfectible; todos podemos mejorar y superarnos; quienes consideran que ya son excelentes profesionales, aún pueden ser mejores.

Esto también alcanza al liderazgo que se encuentra en un observatorio permanente de quienes son liderados.

Existe un contraste interesante entre nuestra condición de demandantes y proveedores de determinados servicios. Hay en esto muchos ejemplos, aunque es sencillo imaginar que cuando demandamos un servicio, una asistencia o prestación, aguardamos legítimamente lo que corresponde que recibamos, generalmente “lo mejor”.

Sin embargo, cuando somos nosotros los proveedores de determinados servicios o prestaciones, no siempre somos tan exigentes con nosotros mismos y más bien, en

algunos casos, somos buenos justificándonos -por ejemplo- ante el incumplimiento, la procrastinación o el servicio brindado que podría resultar objetable.

Esto aplica también cuando nos referimos a conductas como la impuntualidad, la falta de compromiso y los hábitos descuidados que no solo nos perjudican a nosotros, sino además a terceros.

El entrenamiento más buscado es el que refiere a cuestiones técnicas de la actividad. ¡Enhorabuena! Pero resulta interesante asignarles espacio e importancia a los asuntos denominados “habilidades blandas” (Soft Skill) porque inevitablemente están presentes en cada jornada laboral.

El coaching, ya no en su traducción literal sino en la aplicación profesional, es una metodología orientada a optimizar el desarrollo personal y profesional de la persona, mediante un proceso en el cual se estimula y conduce la autoexploración del individuo y el cambio o transformación de paradigmas.

Se diferencia de la psicología, porque el coaching no es terapéutico, no pertenece al ámbito de la salud.

El entrenamiento ubica a quien lo practica en la vanguardia, en un modelo de mejora constante, brindando la certeza de expresar profesionalmente lo mejor de uno mismo en cada una de sus acciones.



# 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)





# MARIELA ECHEVERRÍA

LA PAS MARIELA ECHEVERRÍA, DE JUNÍN, PROVINCIA DE BUENOS AIRES, NOS CUENTA QUIÉN ES Y QUÉ PRETENDE PARA EL DESARROLLO DE LA PROFESIÓN

*Revista Asegurando (RA): ¿Cuándo se inició en la actividad de PAS?*

Mariela Echeverría (ME): En el año 2012

*RA: ¿En qué ciudad vive?*

ME: Junín.

*RA: ¿Cómo está formada su familia?*

ME: 4 hijos y mi marido.

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

ME: A los 10 años comencé a jugar tenis, es lo que me hace feliz, entre otras cosas.

*RA: ¿Qué cualidad aprecia más en una persona?*

ME: La honestidad

*RA: ¿Qué espera de sus amigos?*

ME: No tengo amigos porque espero algo de ellos, sino simplemente porque los quiero y acepto como son.

*RA: ¿A quién admira?*

ME: A nadie en particular.

*RA: ¿Cuál superpoder desearía tener?*

ME: Ninguno

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

ME: Muy bien, afianzándose día a día.

*RA: ¿Cuándo se vinculó por primera vez con su APAS?*

ME: En el año 2013.

*RA: ¿Por qué se decidió a ser PAS?*

ME: Es una profesión que me apasiona.

*RA: ¿Cómo ve la situación actual del Productor Asesor de Seguros en la Argentina?*

ME: Estamos mucho más acompañados y presentes.

*RA: ¿Qué opina de la Justicia argentina?*

ME: Depende del gobierno de turno.

*RA: ¿Cuáles deportes practica, además del Tenis?*

ME: Padel y ciclismo.

*RA: ¿Qué opina del fraude en el seguro?*

ME: Hay que controlarlo y somos partícipes de ese control.

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

ME: Paciencia, constancia y educación.

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

ME: Los jóvenes manejan muy bien las redes y los más experimentados prestamos más atención.

*RA: Para vacaciones, ¿prefiere la playa, el campo o la montaña?*

ME: Playa.

*RA: ¿Cuál es su personaje histórico preferido?*

ME: No tengo.

*RA: ¿Qué aporta la experiencia a la vida?*

ME: Sabiduría.

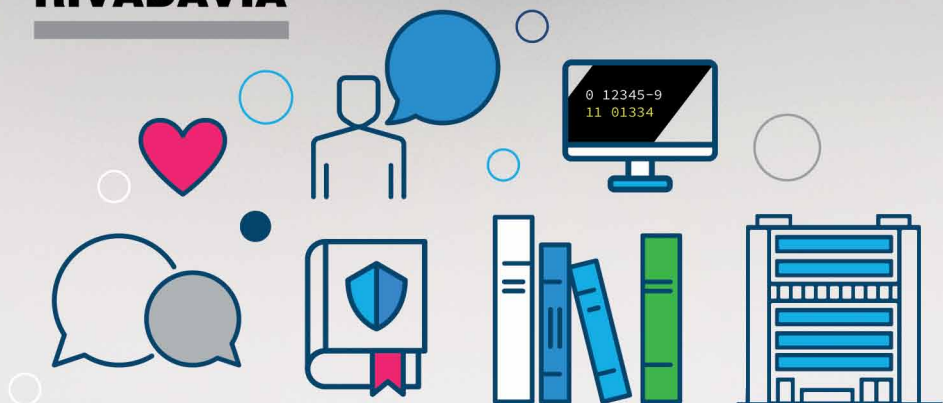
*RA: ¿Qué significa ser feliz?*

ME: Vivir.





**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**



# "EL PAS ESTÁ LLAMADO A RECONVERTIRSE PARA POTENCIAR EL ASESORAMIENTO Y LA TRANSICIÓN HACIA LO DIGITAL"

OSIRIS TROSSERO,  
DIRECTOR DE RRPP  
Y SERVICIOS AL  
PRODUCTOR ASESOR DE  
SEGUROS DEL GRUPO  
SANCOR SEGUROS,  
INFORMÓ SOBRE LA  
PROPUESTA DE VALOR  
DE LA ASEGURADORA A  
SUS PAS.



*Revista Asegurando (RA): ¿Por qué es importante que los PAS se capaciten más allá de los programas obligatorios del PCC?*

Osiris Trossero (OT): El rol del productor asesor está llamado a reconvertirse para potenciar aspectos vinculados al asesoramiento y completar la transición hacia lo digital. La capacitación en diversos temas es una herramienta indispensable para contribuir a que ese pasaje se realice de la manera más natural posible. Es lo que permite dotar a los PAS de todos los recursos necesarios para que continúen profesionalizándose y sean referentes en sus respectivos mercados.

*RA: ¿En qué consiste la propuesta de valor del Grupo Sancor Seguros para sus PAS?*

OT: En términos generales, nuestra propuesta de valor para los miembros del cuerpo de ventas se basa en dotarlos de diversos recursos para que puedan desempeñar sus tareas de manera eficiente y efectiva, aumentando así su competitividad en los mercados actuales. También buscamos fidelizarlos

a través de distintas iniciativas y motivarlos para seguir cosechando buenos resultados en términos comerciales.

Quiero destacar que, desde el origen, nuestro negocio se apoya en la figura del Productor Asesor de Seguros (PAS) como aliado estratégico.

*RA: ¿En qué consiste específicamente el programa DALE?*

OT: DALE (Desarrollando Alas en la Empresa) es un proyecto estratégico que reúne todas las propuestas del Grupo Sancor Seguros dirigidas a los PAS, incluyendo programas como:

- *DALE Continuator, destinado a jóvenes continuadores de cartera, en cuyo marco se realizan acciones que permitan facilitar la transición generacional en el seno de las Organizaciones de PAS.*

- *DALE Innovación, que consiste en la realización de jornadas para impulsarlos a construir en conjunto cómo imaginan su futuro y el del Grupo Sancor Seguros en el contexto actual.*

- *DALE Noveles, iniciativa que tiene como fin captar nuevos talentos y está dirigida a personas recién recibidas en las carreras de Productor Asesor de Seguros, quienes podrán incorporarse al negocio y a la cultura del Grupo Sancor Seguros.*

- *DALE Magazine, una revista digital de periodicidad bimestral. En cada edición se abordan novedades comerciales e institucionales, al tiempo que se comparten notas de interés general (tecnología, turismo, cultura, management, etc.).*

- *DALE Líderes, programa anual que forma parte de la estrategia de capacitación del Grupo Sancor Seguros para los Productores Asesores y tiene por finalidad permitirles acreditar, por medio de su realización, las horas que anualmente demanda la Superintendencia de Seguros de la Nación para la renovación de la matrícula profesional.*

- *DALE Experto, un nuevo programa para acompañar en la transformación a los PAS.*

Además de todos los programas nucleados en DALE, contamos con una herramienta de gestión comercial y comunicación diseñada exclusivamente para nuestro cuerpo de ventas. Se trata de Portal PAS, la plataforma más completa e innovadora del mercado que ayuda a nuestros Organizadores a hacer un diagnóstico de su cartera de clientes y ver su potencialidad de crecimiento, contribuyendo a que se transformen en líderes de sus respectivas zonas de actuación.

**RA:** *¿En qué consiste la nueva propuesta de capacitación dentro del programa DALE?*

OT: DALE Experto consiste en el dictado de clases magistrales en modalidad virtual a cargo de prestigiosos profesores, que se extenderá de mayo a noviembre de 2021 (un total de 9 clases), configurando así el ciclo de capacitación “El camino de la transformación”, donde se abordan diferentes temas de interés, con la mirada puesta en el futuro de la profesión.

Las clases sincrónicas se complementan con material en DALE Campus, la plataforma de capacitación online de SANCOR SEGUROS, donde los PAS que quieran profundizar en las temáticas podrán encontrar más contenidos vinculados a las mismas. Además, tendrán la posibilidad de rendir un examen para obtener un certificado emitido por el Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES) y la Universidad de Hohenheim (Alemania).

**RA:** *De acuerdo a las encuestas que Uds. realizan entre los PAS que forman parte de su red, ¿cuáles son los temas prioritarios que ellos señalan para su formación?*

OT: El programa DALE Experto lo hemos armado, precisamente, para responder a las inquietudes de nuestros PAS con relación a algunos temas y acompañarlos en el camino de la transformación.

Entre esos tópicos, podemos mencionar: Ecosistema Digital y Om-

nicanalidad; Empresas Familiares: el camino de la preparación de un Protocolo Familiar; Net Promoter Score: Visión 360 de Clientes y Lealtad; Metodologías Ágiles Aplicadas.

**RA:** *¿Cómo ha influido la tecnología en la comercialización de seguros en los últimos años?*

OT: En los últimos años, la tecnología hizo que la comercialización de seguros fuera más ágil al permitir la venta online y en pocos pasos de algunas coberturas.

Desde el Grupo Sancor Seguros estamos abordando los avances tecnológicos como herramientas para que los PAS puedan potenciar sus negocios. Con la digitalización, los productores tienen la oportunidad de seguir vendiendo sin importar los condicionamientos que impone el contexto, y de hacer llegar su servicio a cada vez más personas.

**RA:** *¿Cuáles son los temas de la capacitación que Uds. ofrecen a sus PAS relacionados específicamente con la tecnología?*

OT: El Módulo 1 de DALE Experto se denomina “El camino de la transformación” y aborda, precisamente, temas transversales a las tendencias que se están viendo en la industria y en los negocios en general, a modo de herramientas que ayuden a los participantes del programa a comenzar a armar un camino de transformación propio para su empresa.

## EN EL AÑO 2020 LOS ASEGURADOS APORTARON AL FISCO 168.000 MILLONES DE PESOS A VALORES ACTUALES LLEGARÍA A 230.000 MILLONES DE PESOS



La respuesta frente a la actual crisis y la pesada carga impositiva sobre las espaldas de los asegurados es la disminución progresiva de la proporción de los vehículos asegurados con la pérdida potencial del cuidado del patrimonio de las personas.

Aún así, las inversiones en instrumentos públicos llegan a \$370.000 millones; la mitad de la facturación anual del sector.

Un nuevo impuesto proyectado sobre la agobiada población no hará más que agravar la situación

La industria aseguradora en general y el ramo automotores en particular está sufriendo un gran impacto en su rentabilidad. La proporción de vehículos asegurados disminuye, implicando una pérdida de capital social.

En la Argentina, el sector asegurador realiza una gran contribución en términos económicos para el desarrollo del país, sin tener en cuenta la función social que cumple al ser una actividad basada en la solidaridad, entendiendo como tal, la unión de un grupo de personas o empresas que hacen sus aportes para poder solventar las pérdidas económicas o materiales ante la ocurrencia de eventos no deseados, como ser accidentes, incendios, catástrofes naturales.

Este concepto de solidaridad permite tanto a los privados como al Estado cubrir sus pérdidas, y continuar operando después de grandes catástrofes o temas menores; que solo pueden ser valorados por quienes sufrieron

las pérdidas en cada momento.

### Aporte del sector asegurador al desarrollo de la Argentina

Desde el punto de vista del aporte impositivo, aproximadamente un 20% de las pólizas que abonan los asegurados corresponden a carga tributaria.

Este impuesto es calculado sobre las primas del sector, las cuales sostienen la actividad para solventar los siniestros y los gastos de gestión y venta de las compañías de seguros. Por lo cual, todo lo que se eroga por encima de las primas son impuestos o tributos que van al precio del seguro.

#### Los impuestos sobre la emisión son:

- IVA
- Impuestos internos
- Sellados
- Cargos de Obras sociales
- Superintendencia de Seguros

#### A ello se suma los que la compañía paga de la misma fuente:

- Ingresos Brutos
- Sellos
- Débitos y Créditos Bancarios
- IVA
- Impuestos Municipales
- Tasas Municipales
- Fondo Bomberil 25.848
- Recargos varios
- Contribución a Fondo de Reserva Ley 24.557
- Impuesto a las ganancias

Los primeros generan una recaudación anual de aproximadamente \$96.000 millones anuales (a junio 2020), que actualizados a mayo de 2021 corresponden a alrededor de \$130.000 millones aproximadamente.

## CARGA TRIBUTARIA PAGADA POR EL ASEGURADO

TRIBUTOS O APORTES	PESOS AL 30/6/20
IVA	87.317.318.105
TASA DE SSN	4.203.255.442
OBRA SOCIAL DE SEGUROS	3.502.712.868
IMPUESTOS INTERNOS	691.482.057
<b>TOTAL A CARGO DE LOS ASEGURADOS</b>	<b>95.714.768.472</b>

Mientras que los seguros, a cargo de la industria, que terminan redundando en los costos finales de los seguros, alcanzaron una erogación anual en junio 2020, de unos \$72.000 millones, y al día de hoy corresponden a \$100.000 millones anuales aproximadamente.

CARGA IMPOSITIVA DEL SECTOR ASEGURADOR	PESOS AL 30/6/20
INGRESOS BRUTOS	19.335.979.533
SELLOS	1.025.843.629
DÉBITOS Y CRÉDITOS BANCARIOS	2.380.917.266
I.V.A.	3.135.646.569
GANANCIA MÍNIMA PRESUNTA	39.416.453
IMPUESTOS Y TASAS MUNICIPALES	820.225.444
TASAS ANUALES	23.416.315
TASAS MUNICIPALES	960.452.489
FONDO BOMBERIL L. 25848	2.668.585.538
MULTAS Y RECARGOS	268.265.798
CONTRIBUCIÓN FONDO DE RESERVA – LEY 24.557	2.128.707.922
OTROS	5.403.208.781
IMPUESTO A LAS GANANCIAS	134.515.343.018
<b>TOTAL</b>	<b>72.627.175.849</b>



De esta manera, la industria aseguradora aportó en el ejercicio terminado en junio de 2020 aproximadamente \$168.000 millones de carga tributaria anual.

Un valor actual estimado de 230.000 millones.

### Situación actual del sector

El sector asegurador contribuye fuertemente al desarrollo económico del país, ya que en forma permanente debe generar reservas de primas para afrontar los siniestros futuros, las cuales necesitan ser invertidas para que no pierdan su valor y estén cercanas al desarrollo de los siniestros y juicios que recibe el sector por su actividad.

Estas reservas se invierten en distintos instrumentos; de los cuales el 40% se hacen en deuda del Estado Argentino o provincial, a través de la compra de títulos públicos, con el objetivo de solventar los pasivos judiciales y mantener el valor en el tiempo. Actualmente el nivel de Inversiones de la actividad en instrumentos financieros del estado alcanza los \$370.000 millones; si lo comparamos con la facturación anual del sector, que en el período que cerró el 30/6/2020 alcanzó los \$700,000 millones, es por demás considerable.

Como consecuencia de la suba del riesgo país, las tenencias de títulos públicos de las aseguradoras sufrieron un deterioro importantísimo con el consiguiente efecto en la liquidez y solvencia de la industria.

Adicionalmente, a pesar de tener ya un impuesto para combatir el fuego, durante el 2021 se le incorporó un nuevo impuesto correspondien-

te al 0.5% de las primas de seguros, impactando en sus resultados con aproximadamente \$ 3.000 Millones.

En ese marco, el crecimiento de los vehículos expuestos a riesgo se redujo a un 5% en comparación con el año 2018 y a un 4% con relación a 2019; esto implica que cada vez menos personas acceden al Seguro Obligatorio de Autos; generando un grave perjuicio social ante la ocurrencia de accidentes sin cobertura de seguros. La generación de un nuevo impuesto en esta materia agravaría la problemática.

En este contexto nos sorprende un proyecto de ley pretendiendo un nuevo impuesto. A través de una resolución conjunta de la Superintendencia de Seguros y el Ministerio de Agricultura, en 2018 se implementó un régimen de aporte voluntario de la industria aseguradora denominado “SEGURO VERDE” con el objetivo de financiar las actividades de promoción forestal en el marco de la Ley 25.080 y disminuir el daño ambiental causado por las emisiones de gases.

El aporte voluntario se fijó en el 1% del costo de las pólizas de seguros de automóviles, a pesar de lo deficitario que resulta el ramo para la industria aseguradora y basado en un ahorro obtenido por la digitalización de pólizas. Si bien la industria no tenía ninguna relación con la emisión de gases y el daño ambiental que genera, muchas compañías voluntariamente realizaron el aporte entre 2018 y 2020.

Dado que la industria aseguradora no tiene vinculación con la emisión de gases, y teniendo en cuenta los fundamentos del proyecto de ley: “Cabe destacar que los vehículos au-

tomotores con motor de combustión a petróleo son uno de los principales agentes productores de gases de efecto invernadero”; desde la Asociación Argentina de Compañías de Seguros proponemos que las industrias que sí lo hacen (automotriz; producción y distribución de combustible) se sumen a la iniciativa del gobierno. De esta manera, se ampliaría la base de los contribuyentes y la alícuota tendría un menor impacto para los clientes de las aseguradoras.

Entendemos que es vital que cualquier proyecto a futuro tenga en cuenta que un nuevo aporte impositivo solo genera mayores costos a toda la comunidad aseguradora y no contribuye a que la actividad pueda sumar más población por el incremento de los costos de los seguros.

Por lo cual, concluimos en que toda nueva regulación que surja de los distintos actores del Estado, deben venir de la mano del aporte del sector al campo de las inversiones sustentables, para el desarrollo del trabajo y la consolidación de una economía sólida y de largo plazo.

### NÚMEROS DESTACADOS Según Balance anual a Junio de 2020

\$96 mil millones pagan los asegurados en concepto de impuestos

\$72 mil millones abonan las compañías en cargas tributarias

= \$168 mil millones anuales  
Equivalente estimado a valores de mayo 2021: \$ 230.000 millones

El resultado: 4% menos asegurados.

Al aumentar el valor de la prima, desciende la cantidad de asegurados, un riesgo para la sociedad y la economía del Estado.

## 40 AÑOS ADIRA – COMPAÑÍAS ASEGURADORAS A LA VANGUARDIA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La digitalización que llevan adelante las empresas que integran la cámara Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA) tiene que ver con la automatización de procesos, dinamizar la relación con los productores asesores y hacer más fluido el vínculo con los clientes

La pandemia aceleró la digitalización de las empresas pero algunos sectores ya habían comenzado el proceso mucho antes de la irrupción del Covid19 y eso permitió desarrollar las operaciones sin inconvenientes y atender rápidamente las necesidades de los clientes.

La industria aseguradora es uno de los sectores que se volcó en la transformación digital y demostró desde el inicio de la crisis sanitaria que cuenta con respaldo tecnológico para facilitar las operaciones a sus clientes y garantizarles un mejor servicio.

En el marco de su 40º aniversario, la cámara Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA) compartió detalles del proceso de transformación digital que llevan adelante las compañías que integran la entidad.

Las compañías asociadas a ADIRA representan más del 25% de la producción del mercado argentino y el 60% del seguro agrícola. Sus socios son Grupo Asegurador Sancor, Grupo Asegurador La Segunda, Grupo Asegurador San Cristóbal, Cooperación Seguros, Previnca SA, Asociación Mutual Dan, NSA y Segurometal.

El Grupo Asegurador La Segunda viene llevando adelante un proceso de digitalización que contempla

cambios en sus sistemas centrales, incorporando tecnologías worldclass como Guidewire y SAP.

José Novo, gerente de Marketing y Comunicación del Grupo Asegurador La Segunda, explicó que el eje de la estrategia de digitalización que lleva adelante la compañía tiene que ver con la automatización de procesos como la denuncia en cristales y robo de neumáticos y también con las plataformas de e-commerce para autos, hogar, accidentes personales, bicicletas (recreativas y delivery), bicicletas eléctricas y monopatines eléctricos.



En La Segunda también implementaron una APP mobile para el Productor Asesor de Seguros (PAS): NetPro.

*«En ella pueden cotizar seguros de automotores, hogar y AP. Además, consultar su cartera de clientes y generar pagos de cuotas a través de Mercado Pago»*, detalló Novo.

Por otra parte, el grupo asegurador puso en marcha micrositios con toda la información de la agencia, productos, servicios, cotizador y también e-commerce incorporado. También una red de talleres homologados que se pueden geolocalizar según la ubicación del cliente.

En La Segunda se enfocaron en la automatización robótica de procesos (RPA) y en proyectos vinculados con inteligencia artificial aplicada al reconocimiento de imágenes para la estimación de daños y con blockchain para la certificación de fechas y veracidad de datos para la suscripción de pólizas de riesgos agropecuarios, explicó Novo.

En Previnca el proceso de transformación digital comenzó hace cuatro años con la digitalización de documentos históricos y la implementación de una extranet para productores, la que brindó a los mismos una mejor capacidad de gestión.

Gabriela Marchi, gerente general de Previnca, contó que actualmente la compañía se encuentra en la fase final de la nueva versión, con tecnologías de última generación, compatibles con el nuevo sistema central e integridad con aplicaciones móviles.

*«La inversión en infraestructura, a comienzos de año, nos permite continuar y mejorar la operatividad remota y la digitalización permanente, gracias a la migración de documentos a la nube»*, agregó Marchi.

Bajo la premisa que el mercado asegurador está cambiando y de que la tecnología es una parte

“LA INDUSTRIA ASEGURADORA ES UNO DE LOS SECTORES QUE SE VOLCÓ EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DEMOSTRÓ DESDE EL INICIO DE LA CRISIS SANITARIA QUE CUENTA CON RESPALDO TECNOLÓGICO PARA FACILITAR LAS OPERACIONES A SUS CLIENTES Y GARANTIZARLES UN MEJOR SERVICIO.”

fundamental de esta transformación, en Cooperación Seguros observaron las diferentes tendencias y se fueron adaptando a los distintos escenarios.

*«La innovación impacta en todas las áreas de la compañía porque es ante todo una transformación cultural y cada sector está trabajando en ese sentido»*, indicó Mónica Calderone, responsable de

Comunicación Institucional de Cooperación Seguros.

En todo lo relativo a infraestructura y tecnología, la transformación es en realidad el común denominador en el día a día de Cooperación Seguros.

*«Hacemos grandes inversiones tanto en software y funcionalidades, de uso interno como en la oferta hacia productores y asegurados»*, señaló Calderone.

Cooperación Seguros también se encuentra en plena transformación del core central: ha comenzado a implementar un software de primer nivel internacional que implicará la adopción de las mejores prácticas en los procesos y que será ejecutado primeramente con las líneas de automotores, motovehículos y accidentes a pasajeros.

En Grupo Asegurador San Cristóbal hace tres años se incorpo-



Horacio Lachman  
Horacio Levy

Con  
Patricio Duncel  
Sebastián Silva

**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)



ró y desarrolló una estrategia de transformación digital en la operación y comercialización de los productos. Hoy casi el 90% de las operaciones son digitales.

*«Las herramientas digitales permitieron a todos nuestros clientes y terceros gestionar sus trámites desde la App, Sitio de Autogestión y Portal de Terceros. Además desarrollamos Sitio Seguro, una plataforma de adquisición integrada al Portal PAS que les permitió desarrollar la cartera incluso durante el periodo de pandemia»,* detalló Fabián Alegre, Jefe de Marketing Digital del Grupo Asegurador San Cristóbal.

Grupo Asegurador Sancor Seguros es otra de las compañías que integran ADIRA que se enfocó especialmente en la digitalización.

*«Somos una empresa innovadora por naturaleza y en este sentido buscamos estar siempre a la vanguardia en materia tecnológica, con el convencimiento de que es indispensable, para cualquier empresa competitiva, integrar los nuevos cambios y adaptarse a lo que exigen los consumidores/usuarios actuales»,* destacó Marcos Gaido, gerente de Marketing de Sancor Seguros.

A nivel general, Sancor Seguros se encuentra trabajando en la implementación progresiva de plataformas tecnológicas world class (como Guidewire y SAP), utilizadas por las principales compañías a nivel mundial y que permiten contar con soluciones para la gestión integral del negocio.

“LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS CONTINÚAN Y LAS EMPRESAS QUE INTEGRAN LA CÁMARA ADIRA ESTÁN DISPUESTAS A IMPLEMENTAR LAS MEJORES SOLUCIONES PARA AUTOMATIZAR PROCESOS, DINAMIZAR LA RELACIÓN CON LOS PRODUCTORES ASESORES Y HACER MÁS FLUIDO EL VÍNCULO CON LOS CLIENTES”

*«Esto implica no solo un recambio del core tecnológico, sino también una transformación en nuestros procesos y formas de trabajo»,* apuntó Gaido.

Además, en Sancor Seguros están dando los primeros pasos en el uso de la Inteligencia Artificial, Big Data e IoT (internet de las cosas) y desde hace varios años vienen implementando soluciones web y aplicaciones para dispositivos móviles orientadas a que todas las gestiones se puedan realizar por medios digitales.

En Segurometal desde hace un tiempo vienen trabajando para adaptarse a este proceso de transformación digital y algunos de los ítems más relevantes tienen que ver con la renovación de la web donde se han detallado las principales coberturas y el desarrollo de extranet, una plataforma de acceso web para productores, proveedores y asegurados que les permite realizar gestiones y comunicarse con la empresa.

*“Además, pusieron en funcionamiento una App para dispositivos móviles donde sus asegurados pueden realizar una gestión integral de las pólizas”* contó Germán Deiden, Jefe de Computos de la compañía.

La pandemia también aceleró otros procesos digitales que permitieron a Segurometal adaptarse a los nuevos requerimientos logrando implementar la recepción de reclamos desde la web, digitalización de informes internos, turnos y consultas web, entre otros.

*«Esto nos permite tener hoy la totalidad del personal trabajando en forma remota, primer escollo a sortear ante la imposibilidad de trabajar en forma presencial»,* puntualizó Deiden.

En rigor, desde Segurometal destacaron que «constantemente» se identifican problemas específicos para poder solucionarlos de manera digital y subrayaron que *«esta transformación requiere no solamente transformaciones en los procesos sino también en las personas involucradas con el adicional de las crecientes amenazas de ciberataques, ante lo cual se debe estar preparados».*

Los desafíos en materia de transformación digital para las compañías aseguradoras continúan y las empresas que integran la cámara Adira están dispuestas a implementar las mejores soluciones para automatizar procesos, dinamizar la relación con los productores asesores y hacer más fluido el vínculo con los clientes.

## RESULTADO TÉCNICO POSITIVO DE \$ 15.173 MILLONES

La Superintendencia de Seguros de la Nación publicó información sobre la situación del mercado asegurador al 31 de diciembre de 2020. Según el informe, el Resultado Técnico del mercado en su conjunto fue de \$15.172.951.897, por aplicación de la norma que actualiza por inflación algunos conceptos del balance de las entidades.

El Patrimonio Neto del mercado ascendió a \$482.227.671.509.- y las inversiones de las aseguradoras se ubicaron en \$1.254.092.643.257.-

Datos relevantes:

Activo: \$1.695.608.724.805.

Total de los pasivos: \$1.213.381.053.297, esto representa un 48,67% respecto a diciembre de 2019, a valores corrientes (ajustados por inflación).

El Patrimonio neto (\$482.227.671.509) creció 78,54% respecto a un año atrás en valores nominales.

Resultado de la estructura financiera: \$46.521.208.840.

Resultado del ejercicio: \$43.021.967.359.

## LA CANTIDAD DE VEHÍCULOS EXPUESTOS A RIESGO AUMENTÓ UN 0,4% DURANTE 2020



Según un información de la Superintendencia de Seguros de la Nación durante el 2020 hubo un 0,4% de aumento en la cantidad de Vehículos Expuestos a Riesgo con respecto al 2019. En total fueron 13.292.902 vehículos en 2020 y el año anterior 13.233.632, siempre considerando las cifras al 31 de diciembre de cada año.

## CAMBIOS EN LA RESERVA IBNR EN RIESGOS DEL TRABAJO

Mediante la Resolución 421/2021, la SSN introdujo cambios en las reservas técnicas y de siniestros pendientes para atender el cumplimiento de las obligaciones con los asegurados.

Solo aplica a Aseguradoras que operen en la cobertura de Riesgos del Trabajo..

La Resolución RESOL-2017-41155 permitió a las entidades que operaban en la rama Riesgos del Trabajo redu-



cir la “Reserva de Siniestros Ocurridos y No Reportados” (I.B.N.R.), en la medida que la entidad demostrara el pago y cierre de juicios al cierre de cada trimestre. Ahora se decidió uni-

ficar el cálculo del I.B.N.R.

La norma indica que como consecuencia de dicha adecuación algunas entidades deberán desafectar reservas mientras que otras deberán recomponer la reserva del I.B.N.R.

Y aquellas entidades que deban recomponer pasivos podrán optar por hacerlo amortizándolo en **cuatro u ocho** trimestres a partir del 30 de junio de 2021.



# 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

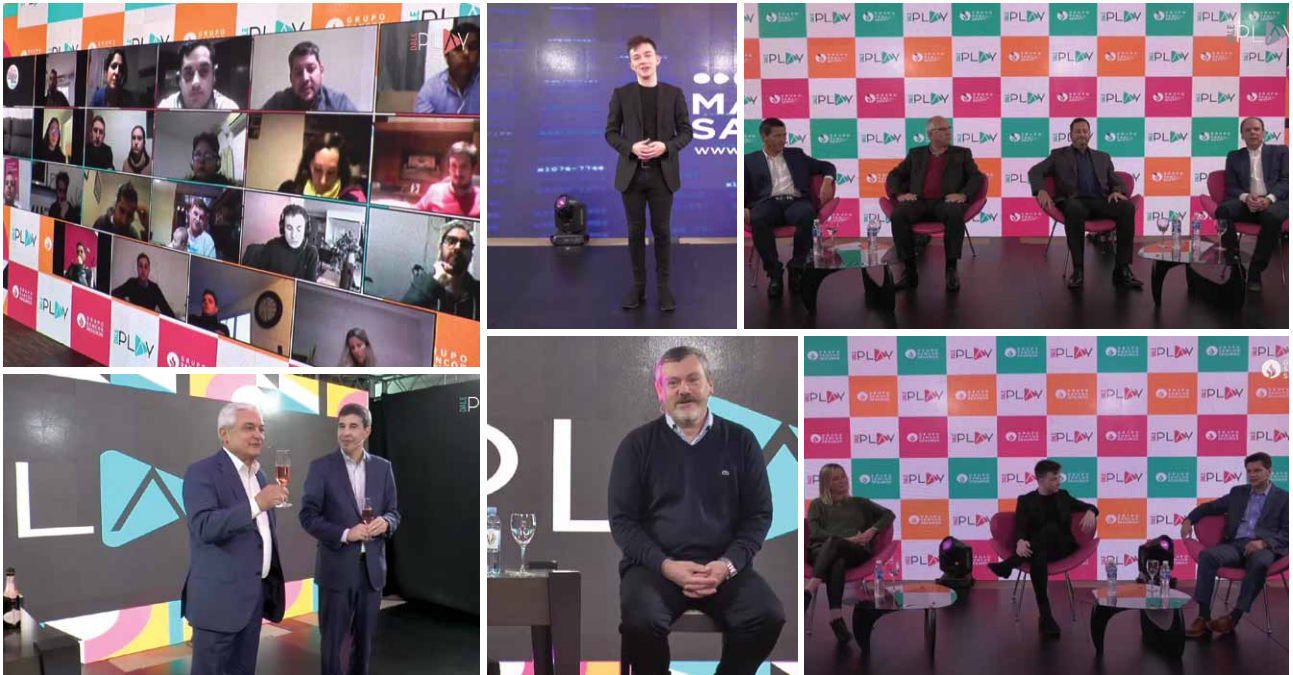
Organismo de control  
www.argentina.gob.ar/ssn



**SSN**

SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

## EL GRUPO SANCOR SEGUROS ORGANIZÓ UN EVENTO EXCLUSIVO PARA SUS CONTINUADORES DE CARTERA



Se trata de la quinta edición de DALE Play, una iniciativa dirigida a jóvenes productores asesores de todo el país que por primera vez se realizó en forma virtual.

Desde hace cinco ediciones, el Grupo Sancor Seguros impulsa DALE Play, un evento que forma parte de DALE Continuator, el programa destinado a jóvenes Continuadores de cartera que comprende distintas acciones que contribuyen a facilitar la transición generacional en el seno de las Organizaciones de Productores Asesores de Seguros (PAS).

En esta oportunidad y atendiendo al contexto imperante, por primera vez se realizó en forma virtual.

*“Como no podía ser de otra ma-*

*nera, nos hemos adaptado a las circunstancias, utilizando las herramientas disponibles para que la necesidad de guardar distancia no nos impidiera estar cerca, reencontrarnos.*

*Así nació DALE Play Virtual, con la firme intención de compartir una experiencia multisensorial juntos y al mismo tiempo, seguir cuidándonos en estos tiempos tan difíciles que estamos atravesando”,* afirmó el CEO del Grupo Sancor Seguros, Alejandro Simón, durante la apertura, acompañado por Consejeros, Directores y tanto Gerentes como Jefes Comerciales de Unidades de Negocios, junto a comisiones directivas de AOSS (Asociación de Organizadores de Sancor Seguros) y AMPASS (Asociación Mutual de Productores

Asesores de Sancor Seguros).

Con el propósito de potenciar los sentidos a distancia, a lo largo del evento hubo diferentes estímulos, incluyendo un brindis de cierre a cargo del Presidente de SANCOR SEGUROS, Alfredo Panella.

Entre los temas abordados, hubo un bloque de innovación en el que se expusieron las experiencias de CITES (el Centro de Innovación del Grupo) y Sancor Seguros Ventures (su fondo de venture capital corporativo).

El segmento contó con la participación de Mateo Salvatto, el joven argentino especializado en robótica que cuando tenía apenas 17 años creó “Háblalo”, una aplicación para que personas con dificulta-

des en el habla logren comunicarse con facilidad, que ya se expandió a más de 50 países. Hoy es el CEO y cofundador de la empresa Asteroid Technologies, dedicada a desarrollar proyectos y productos innovadores para brindar una mejor calidad de vida a personas con discapacidad o en situaciones vulnerables.

Cabe destacar que su presentación también fue vista en vivo por alumnos del Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES), dependiente de la Fundación Grupo Sancor Seguros.

También hubo un bloque integrador de productos del Grupo Sancor Seguros, con referentes de las distintas operaciones, incluyendo su empresa de medicina prepaga, Prevención Salud y Banco del Sol; y un espacio dedicado a política,

economía y venta post-pandemia que contó con la intervención de Claudio Zuchovicki, economista especializado en Sistemas Financieros y Mercados de Capitales y de Jonatan Loidi, Licenciado en Marketing con Posgrados en Negocios Internacionales, Finanzas, Dirección de Empresas, Negociación, Calidad de Servicio y Liderazgo e Innovación.

El evento también ofició como bienvenida para los PAS que se incorporaron al programa DALE Continuator y al mismo tiempo, como acto de cierre para quienes se egresaron del mismo.

Sobre estos últimos, que recibieron una placa conmemorativa, el Director de RRPP y Servicios al Productor Asesor de Seguros, Osiris Trossero, comentó: *“Queremos agradecerles por haberse sumado,*

*por haber participado siempre con entusiasmo de todas las actividades; en fin, por haber sido parte de este grupo humano que nos llena de orgullo”.*

Dos de los egresados, por su parte, tomaron la palabra para destacar que DALE Continuator les dio identidad propia dentro de la organización, al tiempo que les permitió acercarse a colegas y funcionarios, compartir experiencias y conocer modelos de venta de otros países en los que el Grupo tiene presencia. Además, invitaron a los ingresantes a sacar el máximo provecho de este programa único en el mercado asegurador.

De esta manera, el Grupo Sancor Seguros continúa fidelizando a sus continuadores de cartera, para que estén cada vez más identificados con la empresa.

**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.



ASOCIACIÓN DE ORGANIZADORES  
DE SANCOR SEGUROS



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

## MULTA DE CINCO MILLONES AL SUPERVIELLE POR DÉBITO COMPULSIVO DE SEGUROS



**El banco fue sancionado por el ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación a raíz de múltiples denuncias. La Defensoría de Río Cuarto respaldó el reclamo de clientes jubilados.**

El ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación impuso una multa de cinco millones de pesos al Banco Supervielle por haber debitado de cuentas sueldo y de jubilados, servicios financieros y seguros no solicitados por los clientes.

La actuación se inició de oficio en septiembre de 2020, luego de que la dirección de Defensa del Consumidor recibiera múltiples reclamos a través de la página <http://www.consumoprotegido.gob.ar>. Irregularidades similares fueron denunciadas por la Defensoría del Pueblo de Río Cuarto.

El Supervielle es una de las entidades en las que cobran jubilados en la ciudad. El año pasado, Ismael Rins, ombudsman local, recibió más de 120 quejas de la clase pasiva por presunto “trato indigno en las jornadas de cobro” y por adhesión inconsulta a

servicios bancarios y débitos compulsivos.

En las últimas horas, Rins notificó la resolución sancionatoria a las autoridades de la sucursal local del Banco Supervielle. Indicó que en los casos locales de adhesiones compulsivas a créditos están siendo derivados de manera permanente a la Dirección de Defensa del Consumidor, más allá de la posibilidad de que el cliente perjudicado inicie acciones judiciales.

Rins puso como ejemplo de “créditos tramposos” la situación que se les presenta a los jubilados cuando van al cajero, algunos por primera vez, y se encuentran con que les sale un crédito y no tienen información sobre cómo evitar tomarlo. Muchos recién con el tiempo se dan cuenta de que han sacado un crédito y con una tasa que no pueden pagar.

“En la resolución queda en evidencia que el Supervielle incumple las leyes de Defensa del Consumidor, por eso ha sido sancionado, por falta de información, arbitrariedad en el manejo de cuentas y la imposición de productos que luego el cliente tiene que decir que no”, dijo Rins.

El ombudsman destacó que “existe legislación internacional y principios y valores sobre los que se construyen las leyes, como la dignidad, el respeto y el trato a los adultos mayores, que tampoco están presentes en este esquema de negocios”. Rins agregó que la Defensoría reclama que el banco sancionado “deje de ser el principal

pagador de beneficios jubilatorios en la ciudad y que se simplifique y se haga accesible a los jubilados el trámite para cambiar la entidad donde cobran sus haberes”.

### NO CONTESTAN

La resolución del Ministerio aclara que en el sumario “no se analizaron los casos en particular, sino la conducta reprochable a la luz de la Ley de Defensa del Consumidor desplegada por el Banco Supervielle, que podría constituir una práctica sistemática, por lo que los denunciantes podrán acceder a la protección que la legislación de defensa del consumidor les otorga”.

Según se concluye, el Banco Supervielle debitó a titulares de cuentas sueldo y de la seguridad social, “sumas de dinero en concepto de seguros y servicios de cobertura y /o asistencia médica no solicitados”. Asimismo, cobró sumas de dinero en concepto de “mantenimiento de cuenta”, y “cargos no convenidos, obligando a los consumidores a pronunciarse por la negativa para evitar su cobro”.

Según la dirección del Consumidor, además el banco “incumplió con la obligación de informar” a sus consumidores y de brindar “mecanismos para que pudieran canalizar consultas o reclamos respecto a los productos y servicios contratados”.

En las denuncias, consumidores y consumidoras dejaron sentada la imposibilidad de hacer consultas

a la entidad financiera, aseguraron que no les atendían los teléfonos ni respondían sus mails, y que tampoco pudieron canalizar quejas a través del sitio web.

De acuerdo a la resolución, los reclamos efectuados ante la Ventanilla Única de Reclamos de Defensa del Consumidor fueron colectados para reflejar estadísticamente la problemática sectorial que afecta las

relaciones de consumo y para implementar las medidas pertinentes (como el expediente del Supervielle) a fin de garantizar la protección de las y los consumidores.

Para el ministerio la entidad infringió los artículos 4, 19 y 35 de la Ley 24.240, de Defensa del Consumidor. En su defensa, Supervielle hizo un descargo, en el mes de noviembre, pero fue rechazado por

extemporáneo. El banco infractor debe depositar el monto de la multa en un plazo de 10 días (incluso si decide interponer un recurso para impugnar la medida). Además, está obligado a publicar la parte dispositiva de la resolución, de acuerdo a la normativa vigente en favor de los consumidores.

*Fuente: Denise Audrito, Diario La Voz (Córdoba).*

## RUS LANZÓ UN SEGURO DE SALUD PARA PERSONAS TRANSGÉNERO



A las actividades ya mencionadas se suma la creación del Seguro RUS Salud Trans diseñado para satisfacer las necesidades de la población transgénero y que surge como resultado del diálogo continuo con integrantes de la comunidad trans-que RUS capacitó en el marco del programa de equidad y diversidad- con la que no sólo se establecieron fuertes lazos de trabajo sino también espacios para expresar las problemáticas a las que deben enfrentarse día a día.

La cobertura de RUS Salud Trans abarca intervenciones quirúrgicas de baja, media y alta complejidad (como las cirugías de aumento y disminución de mamas como parte del proceso de adecuación del cuerpo a la identidad autopercebida); prótesis (traumatológicas, cardiovasculares, neurológicas, auditivas, oculares); primer diagnóstico de trasplante; y renta por internación por enfermedad o accidente.

Además, como servicios adicionales, contempla la asistencia médica por emergencias, acompañante nocturno por inter-

nación, asistencia odontológica por emergencia, consultas psicológicas a través de un servicio de telemedicina disponible las 24 hs, descuentos en medicamentos para terapia hormonal, entre otros beneficios.

### La elección de transicionar y el respaldo de RUS para acompañar el proceso

Para muchas personas transgénero transicionar no significa lo mismo. Para algunas implica cambiar de nombre, de ropa o de apariencia sin recurrir a procedimientos médicos. Para otras lograr adaptar su cuerpo a su identidad autopercebida requiere de tratamientos hormonales y de cirugías estéticas. Este proceso no sólo implica cambios físicos sino también emocionales y en eso juega un rol fundamental el acompañamiento psicológico y familiar para que puedan recorrer este camino de la mejor manera posible.

Teniendo en cuenta estas necesidades surge el seguro RUS Salud Trans que brinda una amplia gama de beneficios a los que, por primera vez en la industria aseguradora, mujeres y hombres transgénero tendrán acceso para avanzar en su proceso identitario, sentirse libres de elegir y expresar quienes son.

Con este nuevo aporte, Río Uruguay Seguros sigue trabajando por el bienestar de las personas garantizando la democratización de los seguros en pos de una sociedad más equitativa, cuidando uno de los derechos más importantes: el derecho a la salud.

## EL GRUPO ASEGURADOR LA SEGUNDA LANZÓ PROGRAMA CON BENEFICIOS EN PRODUCTOS, EXPERIENCIAS Y SERVICIOS PARA SUS ASEGURADOS

El diálogo directo que permite internet y la posibilidad que brinda al consolidar puentes de comunicación, potencia las estrategias de las empresas para dar respuesta a las ideas e iniciativas de sus clientes y armar nuevas propuestas.

Estar más cerca es la clave en estos tiempos. La pandemia impuso distancias que la tecnología logró achicar y cada ciudadano comenzó a valorar más que nunca su bienestar y el de todo su entorno.

En este contexto, las empresas entendieron que era fundamental estar atentos a las nuevas demandas, a las nuevas necesidades de sus clientes, y estrechar lazos para hacer todo, tal vez, un poco más llevadero.

En un mundo cada vez más globalizado, proceso el cual se aceleró mucho más e incorporó nuevas personas a raíz de la pandemia, el ciudadano ya no es un simple consumidor de información: es una persona hiperconectada, que no sólo consume sino que también produce información y, sobre todas las cosas desea participar, opinar, sugerir, reclamar, comunicarse, recibir respuesta y sentirse parte.

Entendiendo lo que todo esto significa en su relación con los clientes, el **Grupo Asegurador La Segunda** lanzó un programa con increíbles



beneficios en productos, experiencias y servicios para sus asegurados vigentes en todo el país.

José Novo, gerente de Marketing, destacó que «esta nueva propuesta que denominamos ‘La Segunda Recompensa’ nos permite seguir combinando lo mejor de la tecnología con lo mejor de las personas y profundizar nuestro compromiso con el asegurado».

*“Queremos fortalecer la comunidad que se vincula con nuestro Grupo Asegurador y seguir enfatizando nuestro slogan ‘Lo primero sos vos’, llegando a cada asegurado en cada rincón del país”,* resaltó el directivo.

A partir de ahora, todos los clientes vigentes de La Segunda Seguros podrán acceder a importantes promociones y descuentos en gastro-

nomía, entretenimiento, turismo, servicios para el automotor o cursos online, entre otros rubros, sin necesidad de acumular puntos.

“La Segunda Recompensa” además tiene la particularidad de que los comercios adheridos están distribuidos en diferentes localidades.

Se trata de un programa bien federal, con presencia en grandes ciudades como Rosario, Córdoba, Mendoza y Mar del Plata, pero también en localidades más pequeñas a lo ancho y largo de Argentina.

Algunos de los beneficios con los que podrán encontrarse los clientes de La Segunda son bonificaciones de matrículas en diferentes cursos de capacitación que van del 20 al 50%. En entretenimiento, 2x1 en entradas y descuentos de hasta el 30% en plataformas de streaming. En servicios para el automóvil o motocicleta podrán disfrutar de bonificaciones del 10 al 30%; y en gastronomía en promedio entre un 15% o 20% de descuento, en las diferentes opciones disponibles.

Estos son sólo algunos ejemplos; hay mucho más para disfrutar.

Con el lanzamiento de su Programa de Beneficios, la aseguradora ratifica su compromiso con sus clientes y continúa enfatizando que en La Segunda, LO PRIMERO SOS VOS.



## PREVENCIÓN ART ADHIERE A PREVENIR 2021

En el marco de este programa organizado por la Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART), la ART de SANCOR SEGUROS invita a todos sus clientes a participar de los cursos de capacitación para empresas industriales y agrícolas.

La Unión de Aseguradoras de Riesgo del Trabajo realiza su 11° edición

del Programa Prevenir. Las capacitaciones se desarrollan bajo la modalidad virtual mediante la plataforma ZOOM y están dirigidas a empleadores, trabajadores, profesionales, funcionarios públicos y estudiantes interesados en Seguridad y Salud Laboral.

La actividad es abierta, gratuita, con cupos limitados y requiere inscrip-

ción previa. Las capacitaciones estarán a cargo de especialistas en cada tema y antes de cada edición, desde Prevención ART enviarán a sus empresas aseguradas la invitación con el detalle de contenidos y el link de inscripción.

El cronograma propuesto hasta septiembre incluye los siguientes temas:

**24 DE JUNIO** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en Industria de Servicios  
Panorama Protocolos COVID-19.  
Teletrabajo y bienestar en casa.

**1 DE JULIO** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en la Actividad Agropecuaria  
Nuevas tecnologías para la prevención en el agro.

**15 DE JULIO** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en Industria  
Ergonomía y productividad.  
Gestión de contratistas.

**22 DE JULIO** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en la Actividad Agropecuaria  
Uso de motosierras y campamento.

**5 DE AGOSTO** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en Transporte  
Prevención de riesgos en el tránsito.

**12 DE AGOSTO** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en la Actividad Agropecuaria  
Manejo seguro de animales.

**19 DE AGOSTO** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en Construcción  
Claves para el éxito del modelo de gestión.  
Programa de seguridad en contexto COVID-19.

**2 DE SEPTIEMBRE** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en la Actividad Agropecuaria  
Prevención de riesgos en actividades vinícolas.

**9 DE SEPTIEMBRE** | Seminario sobre Nuevas Tendencias en Prevención de Riesgos  
Capacitación con nuevas tecnologías.  
Innovación en prevención.

**16 DE SEPTIEMBRE** | Seminario sobre Prevención de Riesgos en la Actividad Agropecuaria  
Prevención de radiaciones ultravioletas.

## GRUPO SANCOR SEGUROS IMPULSÓ LA VISITA DE UNA COMITIVA ENCABEZADA POR DANIEL SCIOLI Y EMPRESARIOS ARGENTINOS

EL PASADO 9 DE JUNIO, EL GRUPO SANCOR SEGUROS RECIBIÓ LA VISITA EN SUNCHALES DE DESTACADAS PERSONALIDADES DEL ÁMBITO POLÍTICO Y EMPRESARIAL A NIVEL NACIONAL.



La comitiva estuvo compuesta por Daniel Scioli, Embajador Argentino en Brasil; José Urtubey, CEO de Celulosa Argentina y el empresario Diego Mazer.

La agenda de actividades incluyó una visita al CITES (fondo de capital emprendedor en estadios temporales, que invierte, co-crea, incubaba y acelera proyectos basados en ciencia disruptiva que aborden necesidades de mercados globales) y a las nuevas instalaciones del Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES).

Allí llevaron a cabo un encuentro con la prensa local y regional, de la que también participó el Presidente de Sancor Seguros, Alfredo Panella; el CEO del Grupo Sancor Seguros, Alejandro Simón y el Consejero local y Presidente de Casa Cooperativa, Raul Colombetti.

El programa continuó con un recorrido tanto por el desarrollo urbano Ciudad Verde como por las instalaciones del Edificio Corporativo del Grupo, en el cual los visitantes tuvieron la oportunidad de conocer su historia a través del Centro

de Interpretación Audiovisual y los principales indicadores y proyectos del Grupo por medio de una presentación, de la que participó también el Intendente de la ciudad de Sunchales, Dr. Gonzalo Toselli.

De esta manera, el Grupo Sancor Seguros organizó una visita institucional para que importantes referentes del mundo político y empresario de nuestro país pudieran conocer en detalle no solo las empresas que lo componen, sino también a Sunchales como polo de desarrollo para región.

## PRORROGAN HASTA EL 30 DE JUNIO DE 2022 VALUACIÓN TÉCNICA DE INVERSIONES

La SSN dispuso que los Títulos Públicos Nacionales, Títulos Públicos Provinciales y Obligaciones Negociables podrán continuar siendo valuados a valor técnico hasta el cierre del ejercicio contable finalizado el 30 de junio de 2022. Lo hizo mediante la Resolución 492/2021.



## 'BOTÓN DE BAJA' PARA SEGUROS

La Dirección Nacional de Defensa del Consumidor, perteneciente a la Secretaría de Comercio Interior de la Nación, estableció, a través de la disposición N°357/2021, la obligación del "botón de baja" en los sitios webs de empresas que brindan servicios de streaming de contenido multimedia, así como también para las de planes de ahorro previo, compañías de seguro y de tiempos compartidos.

No obstante, cabe aclarar la competencia exclusiva y excluyente de la SSN para regular todos los aspectos



de la actividad, tal como lo establece la Ley 20.091.- Asimismo, la Corte Suprema de Justicia de la Nación ha ratificado en varios fallos que la Ley de Seguros prevalece por sobre la Ley de Defensa del Consumidor. Y la Ley 17.418 ya establece mecanismos para rescindir los contratos de seguros.

La accesibilidad y la visibilidad del botón de baja, y la ampliación a nuevos rubros comerciales fue establecida en septiembre del año pasado, a través de la resolución N°271/2020, y ampliada nuevamente en noviembre con la disposición N°184/2020. En este caso, la Dirección Nacional de Defensa de los Consumidores incorporó estas nuevas categorías de productos y servicios. Las empresas alcanzadas por esta nueva normativa tendrán 60 días corridos desde el 26/5/2021 para adaptar sus sitios webs respetando las disposiciones vigentes.

**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

N° de inscripción en SSN  
044

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

## “LO HACEMOS SUSTENTABLE”: LA INICIATIVA DE GRUPO SAN CRISTÓBAL EN POS DEL CONSUMO RESPONSABLE Y LA ACCIÓN POR EL CLIMA

En el marco del Día Mundial del Medioambiente Grupo San Cristóbal organizó un panel de conversación enmarcado dentro de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El objetivo del Grupo consistió en establecer un espacio de diálogo sobre el consumo responsable y la acción por el clima desde la perspectiva global que incluye a la empresa y al individuo. La iniciativa contó con la disertación de María Eugenia di Paola, Coordinadora de Ambiente y Desarrollo Sostenible del Programa Naciones Unidas para el Desarrollo; María Natalia Mazzei, Referente ambiental en redes sociales como Ecoinensa y Gerardo Lleset, Jefe de Seguridad, Higiene, Mantenimiento y Obra de Grupo San Cristóbal. Y fue moderado por Sergio Elguezabal, Periodista y Especialista en temas ambientales.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar la vida y las perspectivas de las personas en todo el mundo.

Los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron 17 Objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzarlo.

Durante el panel, María Eugenia di Paola, Coordinadora de Ambiente y Desarrollo Sostenible del Programa Naciones Unidas para el Desarrollo comentó: “Argentina se compromete a generar nuevas formas de producción y consumo: los sectores se deben adaptar, pero necesitamos que el Estado esté presente.

Hay que sortear y transitar este cambio a la agenda 2030 con propuestas muy concretas”.

Marcando la función de los individuos y los aportes que pueden realizar cada una de las personas, Natalia Mazzei propuso hacer foco en los sectores más vulnerables, para cerrar la brecha de la desigualdad. Y también, tener un consumo responsable, haciendo elecciones con un espíritu crítico: “si modificamos la demanda, cambia la oferta”, concluyó.

Por su parte Gerardo Lleset remarcó que en Grupo San Cristóbal todas las actividades tienen la visión de sustentabilidad, y que ser parte de los ODS está dentro de sus principios culturales.

Actualmente, la compañía trabaja sobre producción y consumo responsable y acción por el clima. Y destacó, cómo a consecuencia de la pandemia surgieron cambios en el consumo, los residuos, la contaminación y la manera de movilizarse, lo que permite pensarlos como

oportunidades de mejora para el futuro.

La sustentabilidad es uno de los 5 principios culturales en los que se enmarca la estrategia de Grupo San Cristóbal y cuentan con un Plan de Gestión Ambiental, a través del cual se diseñan los programas que hacen parte de la gestión en cuanto a los aspectos e impactos ambientales.

Por otro lado, también cuentan con el Plan de Uso Eficiente de los Recursos, y están trabajando para gestionar los residuos de manera adecuada y sensibilizar la concientización sobre la importancia y el impacto de los mismos.



# SEGUROS RIVADAVIA SOSTIENE SU COLABORACIÓN EN MATERIA SANITARIA



En esta ocasión, realizó dos importantes contribuciones, valuadas en más de \$4.300.000, a los Hospitales Blas L. Dubarry, de la localidad bonaerense de Mercedes, y Elina de la Serna, de la ciudad de La Plata. La primera consistió en la entrega de equipamiento e instrumental de última generación, destinado al Servicio de cirugía maxilofacial del nosocomio. El acto de entrega contó con la presencia de su Director, el Dr. Pablo Cassiani, en tanto que, por parte de la Aseguradora, asistieron el Gerente del Centro de Atención San Isidro, Matías Breglia,

**A TRAVÉS DE SU FUNDACIÓN, SEGUROS RIVADAVIA CONTINÚA DANDO PASOS FIRMES EN SU COMPROMISO POR BRINDAR AYUDA Y ATENDER LAS NECESIDADES DE SALUD QUE, EN LA ACTUALIDAD, SE VIERON AGUDIZADAS DEBIDO A LA PANDEMIA.**

y Sergio Ullúa, Productor Asesor de Seguros destacado de la zona.

La otra donación implicó un ecógrafo doppler color digital completo de alto desempeño, con monitor

17" rotatable 180°, panel de control giratorio y tres transductores, cuya provisión se llevó a cabo en las instalaciones del hospital vacunatorio y contó con la presencia de Enio García, Jefe de Asesores del Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires; Carolina Copello, Asesora de la Dirección Provincial de Hospitales; y el Dr. Juan Pablo Cocozzella, Director Ejecutivo. En representación de Seguros Rivadavia, asistieron la Sra. Lidia Rizzo, Gerente General de la Fundación, y Emiliano Airez, Gerente del Centro de Atención La Plata.

**95 AÑOS** | JUNTO A TUS GANAS DE CRECER

☎ 0800-777-7070  
[www.cooperacionseguros.com.ar](http://www.cooperacionseguros.com.ar) |

**COOPERACION SEGUROS**



# FALLOS JUDICIALES COMENTADOS PARA SER COMENTADOS

*Atendiendo al carácter federal de FAPASA, esta columna contiene jurisprudencia de los Tribunales de Tucumán, provincia a la que me siento ligado, diría, desde antes de mi nacimiento (fue el destino de la Luna de Miel de mis padres). Más adelante, ya en el colegio, aprendíamos que era la provincia de menor extensión territorial de la Argentina (22,525 km<sup>2</sup>). Superficie que se agiganta cuando conocemos que el Estado de Israel es un poco más chico (22,145 km<sup>2</sup>). Ante tanta comparación amarga que suele escucharse, por ejemplo, sobre vacunación anti Covid, podemos concluir en que debe resultar más fácil hacerlo en un contexto territorial así, comparado con el octavo país del mundo en extensión, que es donde estoy escribiendo esta reseña.*

## A CADA CUAL LO SUYO

**Cámara civil y comercial común - Sala 2**  
**S/ cumplimiento de obligación**  
**Nro. Expte: 1963/08. Fecha Sentencia 28/04/2021**

**CONTRATO DE SEGURO: SEGURO  
COLECTIVO DE DAÑOS PERSONALES.  
ASEGURADORA QUE PAGA LA  
INDEMNIZACIÓN AL ASEGURADO Y NO AL  
TOMADOR O BENEFICIARIO. VALIDEZ DEL  
PAGO.**

Valorando que en autos no se ha invocado ni acreditado ni cabe inferir que haya mediado reclamo alguno por responsabilidad civil y/o laboral y/o daños y perjuicios en contra del tomador/beneficiario, ni tampoco que éste tenga un interés/perjuicio económico personal relacionado con el siniestro previsto en la póliza, la sentencia concluyó que el pago de la indemnización al asegurado resultó útil y contractualmente idóneo para liberar a la aseguradora del cumplimiento de su obligación frente al tomador.

Ello así, por cuanto se cumplió la finalidad del contrato al resarcir los daños sufridos por el asegurado, a la vez de mantener indemne al tomador de cuanto pudiera reclamársele con motivo del siniestro.

Por último, el Sr. Juez a quo valoró que no se evidencia comportamiento desleal de la aseguradora, pues al ser intimada por el actor al pago del seguro, no negó su cobertura sino que informó que la indemnización había sido abonada al asegurado, poniendo a su disposición los comprobantes.

A la luz de los principios de buena fe, de abuso del derecho y del enriquecimiento sin causa, meritó que la ausencia de notificación fehaciente al actor como tomador/beneficiario, no habilita por sí misma la procedencia de la pretensión deducida en autos, si no existió perjuicio alguno para aquél, que no invocó ningún daño propio y específico.

Finalmente concluyó que ante la ausencia de un interés legítimo del actor, y con el solo sustento del adagio “quien paga mal paga dos veces”, la pretensión del actor en su demanda denota un ejercicio abusivo del derecho opuesto a la buena fe, que no puede ser atendido por cuanto daría lugar a un enriquecimiento sin causa.  
*Dres.: Amenabar-Moisa.*

## Comentario

*Fallo interesante para repasar algunos conceptos que se aplican al Seguro de Personas. En especial, sobre el interés asegurable en esos seguros y en una modalidad particular: el Seguro Colectivo. Aquí se da el caso de un seguro de esas características contratado por un Tomador o Contratante sobre la vida o integridad física de sus dependientes.*

*La Ley de Seguros lo contempla en su artículo 120, en una ubicación curiosa, ya que es el último artículo de la*



*Sección XI, que regula el Seguro de Responsabilidad Civil. La justificación de ello es que va a establecer que la legitimación del Tomador o Contratante a cobrar la indemnización, va a estar supeditada a que deba hacer frente a una responsabilidad civil o de cualquier tipo legal respecto de los integrantes del grupo asegurado, y limitada al monto de esos conceptos.*

*Sólo en esa medida. El saldo corresponde a la persona asegurada y/o a sus herederos legales. El art. 120 lo establece cuando dice que (a condición de que la prima del seguro esté íntegramente a cargo del Tomador), "...se puede convenir que el seguro cubre en primer término su responsabilidad civil respecto a los integrantes del grupo y que el saldo corresponde al beneficiario designado.*

*En este juicio, al no haberse generado ninguna responsabilidad a cargo del Tomador, la Aseguradora hizo efectiva la indemnización de la cobertura al propio Asegurado. La pretensión que, en este juicio, expuso el tomador reclamando que el pago debía serle efectivo a él es rechazada, atento que no se había generado ninguna responsabilidad a su cargo.*

*En esas condiciones, su percepción hubiera constituido un enriquecimiento sin causa o una simple apuesta o juego, a fin de beneficiarse injustificadamente.*

## TRES CASOS CONECTADOS

**Cámara civil y comercial común - Sala 2**  
**S/Daños y perjuicios Nro. Expte: 902/16/**  
**Fecha sentencia 28/04/2021**

**DAÑOS Y PERJUICIOS: SUSTRACCIÓN DE ELEMENTOS DEL INTERIOR DE VEHÍCULO ESTACIONADO EN LA PLAYA DE ESTACIONAMIENTO DE UN SUPERMERCADO. CONSUMIDOR EXPUESTO O TERCERO EXPUESTO A RELACIÓN DE CONSUMO.**

Lo que resulta relevante para la resolución del punto es que la actora, en tanto propietaria del automóvil siniestrado, es una eventual consumidora expuesta a

una relación de consumo, conforme los términos del art. 1 de la Ley 24.240.

La relación entre el supermercado y quien transita dentro del lugar y utiliza su espacio físico, es la de un usuario involucrado en una típica relación de consumo... Las playas de estacionamiento de los hipermercados o centros comerciales implican el ofrecimiento de un "servicio extra" que tiene como contrapartida algún beneficio adicional para empresas que, como la aquí demandada, ofrecen bienes o servicios a potenciales consumidores.

En tal sentido, se ha observado que parece razonable concluir, a la luz del principio de la buena fe, que aquéllas asumen un deber de custodia, y deben responder por los daños que se produzcan a los vehículos allí estacionados, o a los bienes que poseen consigo quienes se encuentran en el establecimiento (CN-Com., sala A, 22/5/1996, "La Meridional Compañía Argentina de Seguros v. Carrefour Argentina S.A", La Ley, 1997-B, 427; CNCom., sala B, 28/9/1998, "Hernández, Heber P. v. Carrefour Argentina S.A, La Ley, 1999-B, 56; entre otros).

Por consiguiente, la firma demandada debe responder por el daño sufrido por la actora en razón de la sustracción de los elementos que se hallaban dentro del auto, pues no ha cumplido con su obligación de brindar un servicio adecuado, eficiente y seguro, por tratarse de un vínculo de consumo en los términos de la Ley 24.240.-

*Dras.: Amenabar - Leone Cervera.*

**Cámara civil y comercial común - Sala 1**  
**S/Daños y perjuicios. Nro. Expte: 3050/07**  
**Nro. Sent: 168 . Fecha sentencia 23/04/2021**

**DAÑOS Y PERJUICIOS: INCENDIO EN VIVIENDA DERIVADO DE FALLA EN LA GARRAFA DE GAS ENVASADO. RESPONSABILIDAD DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA CADENA DE COMERCIALIZACION.**

El cuadro probatorio descripto permite concluir que los daños sufridos a raíz del incendio de la vivienda de la parte actora se produjeron por un vicio o defecto en la garrafa de YPF GAS S.A... Critica la recurrente que los informes fueron producidos en sede penal, sin el debido contralor de su parte.

Sin embargo, tuvo la oportunidad en el presente proceso de desvirtuar la validez de dichos informes (por ej.: con una prueba pericial) y nada hizo, carga que se ve acrecentada en virtud del deber de colaboración que le impone el art. 53 LDC y ante la contundencia de la prueba respecto a que la válvula de seguridad -con su marca- de la garrafa que se encontraba en el lugar de los hechos poseía "...una falla en el sistema de cierre y apertura..., impidiendo su normal funcionamiento...".

Por otro lado, aunque la apelante intente desmerecer el carácter de distribuidores de garrafas de los Sres. D. y C., del cuadro probatorio arrimado surge con claridad que eran vendedores del producto.

Sella la suerte negativa del recurso, la comprobación de que la demandada puso su marca en la garrafa que causó el incendio, lo que demuestra su carácter de productor y/o fabricante de la misma, en los términos del art. 40 LDC.-

*Dras.: David – Ruiz.*

**Cámara civil y comercial común - Sala 2**

**S/ daños y perjuicios**

**Nro. Expte: 1630/13/**

**Fecha sentencia 15/12/2020**

**DAÑOS Y PERJUICIOS: BOTELLA DE GASEOSA CON UN ELEMENTO EXTRAÑO EN SU INTERIOR. RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA EMBOTELLADORA. FALLA EN EL SISTEMA DE CONTROL**

La presencia de un cuerpo totalmente extraño al producto que debe contener el envase indica por sí

el incumplimiento de las normas que debe guardar toda sustancia comestible envasada. Así, el art. 6 inc. a) del Código Alimentario Argentino (en adelante CAA, decreto 2126/1971 reglamentario de la Ley 18.284, 30/06/1971, BO del 20/09/1971) establece que es "Alimento contaminado: el que contenga: a) Agentes vivos (virus, microorganismos o parásitos riesgosos para la salud), sustancias químicas, minerales u orgánicas extrañas a su composición normal sean o no repulsivas o tóxicas."

A su turno el art. 6 bis CAA dispone que "Queda terminantemente prohibida la tenencia, circulación y venta de alimentos y sus primeras materias, alterados, contaminados, adulterados, falsificados y/o falsamente rotulados bajo pena de multa, prohibición de venta y comiso de la mercadería en infracción".

El demandado puso en circulación, entonces, una bebida destinada al consumo humano, que se encontraba contaminada con un elemento extraño.

Ese incumplimiento, en el contexto en que acaeció, muestra culpa grave en la conducta del proveedor, por falta de cuidado en un supuesto en el que las circunstancias del caso - elaboración y envasado de una bebida destinada al consumo masivo del público- exigían un máximo de diligencia en la protección de los derechos de los eventuales consumidores... Como se advierte, en el concreto caso de autos la culpa o negligencia grave en que incurrió la demandada radica en haber fallado en sus sistemas de control, permitiendo que un "elemento extraño" se introdujera en uno de sus productos, en algún momento del proceso de elaboración, envasado y comercialización del producto.

Ello es así aun cuando la demandada cuente con constancias o certificados que demuestran que se ha acreditado en las normas sobre condiciones de seguridad y calidad en su actividad, pues se encuentra en juego la salud pública.-

*Dres.: Amenabar - Moisa.*





**ente**  
cooperador  
Ley 22.400

Colaborando con Superintendencia de Seguros de la Nación al servicio de los **Productores Asesores de Seguros.**



**Exámenes de competencia para aspirantes para PAS**

**Capacitación continuada para matriculados**

**Asistencia en rúbrica de libros**

**Consejo de Administración**

**Sr. Daniel G. Rosemberg · Sra. Silvia V. Bechir · Sra. Agustina Decarre**

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)

[www.enteley22400.org.ar](http://www.enteley22400.org.ar)

[f /EnteCooperadorLey22400](https://www.facebook.com/EnteCooperadorLey22400) [@entecooperador](https://www.instagram.com/entecooperador)

## Comentario

*Unimos en este análisis tres casos en que la motivación del reclamo lo constituye la falta de cumplimiento adecuado en la prestación de bienes o servicios. A la tradicional responsabilidad que surgía de los contratos comerciales en los que se producían, se suma ahora muy significativamente todo lo resultante de la aplicación de las normas de Defensa del Consumidor.*

*Cuerpo normativo que atraviesa todo el ordenamiento jurídico en determinado tipo de contratos y, con un fundamento que, a lo legal, agrega la consagración constitucional (art. 42 CN), que refuerza su vigencia.*

*Dos de los casos refieren a suministro de productos. En el primero, una garrafa de gas genera un incendio en una vivienda y allí, las alegaciones de la demandada quedan sin sustento en tanto se había probado que la causa del siniestro fue una deficiencia en un elemento (la válvula de seguridad de una garrafa fabricada o provista por ella).*

*La demandada parece haber tratado de deslindar su responsabilidad desconociendo el carácter de distribuidor de quien la proveyó. Pero sería indiferente, teniendo en cuenta que el art. 13 de la Ley 24.240 de la Ley de Defensa del Consumidor establece la responsabilidad solidaria de todos los integrantes de la cadena de elaboración y distribución.*

*En estos casos, los reclamantes, o bien demandan a todos ellos o eligen a aquel que estiman más solvente o más fáciles de demandar.*

*El otro producto donde se determina un incumplimiento es en el caso de un objeto extraño dentro de una botella provista por la demandada, una embotelladora. Aquí, la provisión de un elemento destinado a la alimentación agrega a las normas generales otro tipo de pautas de protección de la salud de consumidor, como las citadas del Código Alimentario.*

*No vale como defensa el planteo de que la empresa cumple con todos los requerimientos de seguridad y*

*calidad de servicio, pues en la realidad el hecho demuestra que no fue suficiente.*

*A modo de aporte personal un poco truculento, recuerdo lo sucedido hace ya muchos años en una importante embotelladora de la más popular de las gaseosas, en que un operario cayó involuntariamente, y en forma inadvertida por los demás, en uno de los enormes tanques en los que se elabora y embotella el producto. La empresa estimó que la ausencia del dependiente obedecía a otras causas.*

*Y así el descubrimiento del hecho se dio días después, al vaciarse totalmente el tanque, tras el proceso de embotellado y distribución. ¿Ello significa que durante un tiempo, sus clientes dispusieron (naturalmente sin cargo) de un producto “enriquecido” involuntariamente?*

*En el tercer caso, el del estacionamiento, estaríamos ante una falla en la prestación de un servicio. La existencia de una playa de estacionamiento en un supermercado se considera incluida dentro de la oferta al cliente. Se brinda ese servicio no sólo para su comodidad sino que es que esa comodidad fomente la concurrencia a comprar.*

*De ahí nace la obligación de una prestación adicional: la de evitar el acaecimiento de sucesos como los que motiva este juicio, a través de un servicio de vigilancia.*

*El problema no se limita a la sustracción de objetos del interior del vehículo: en ocasiones es la desaparición del propio vehículo. La responsabilidad del establecimiento hace que, si la Aseguradora del vehículo tiene la “fina atención” de indemnizar a su cliente, luego tiene acción para repetirlo de la Aseguradora del supermercado.*

*En nuestra próxima edición continuaremos con la exposición de fallos emitidos por el Poder Judicial de mi querida Tucumán.*

# FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS DE ARGENTINA

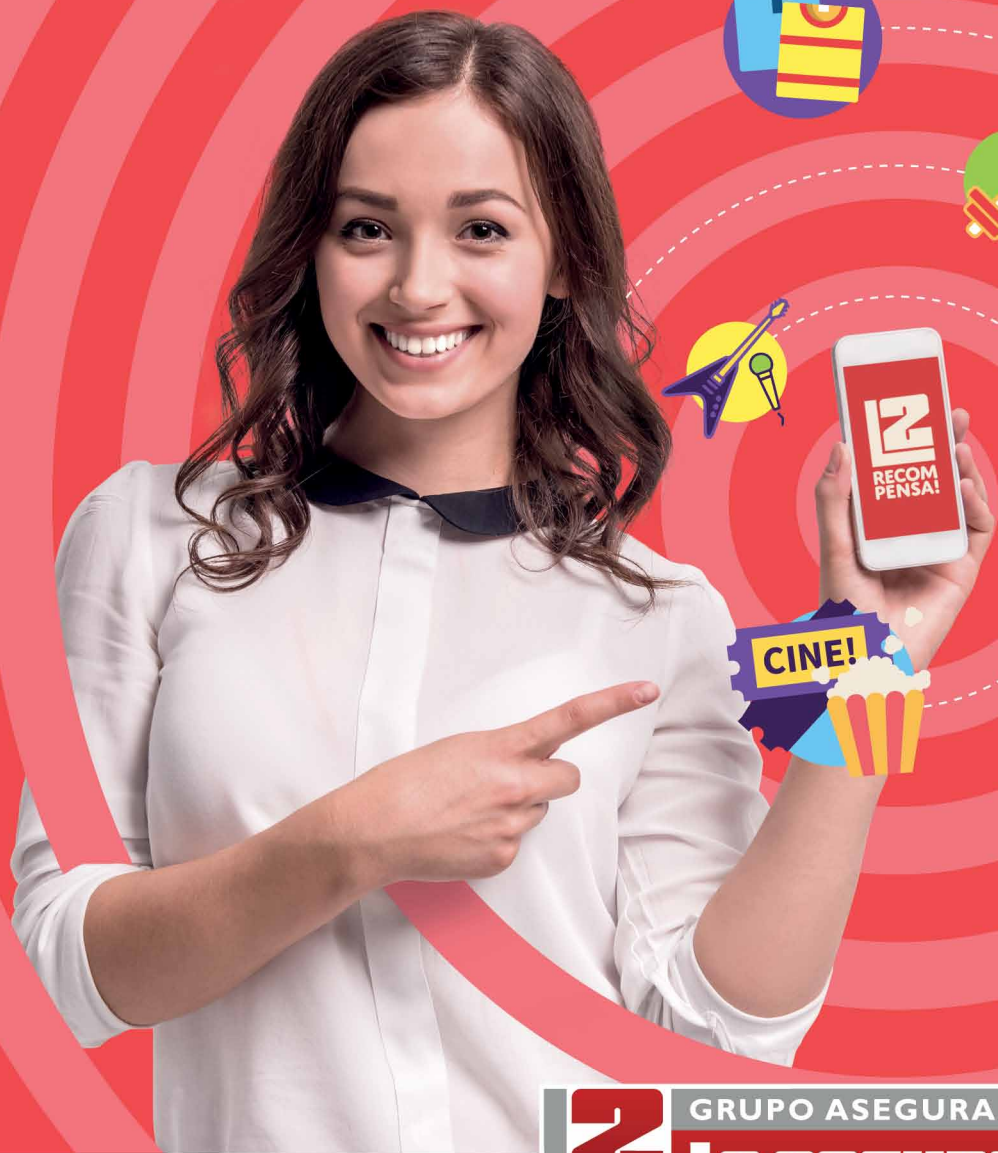


Chacabuco 77 . Piso 3 . Ciudad Autónoma de Buenos Aires . Argentina  
Tel: 011-4343-0003 . E-mail: [fapasa@fapasa.org.ar](mailto:fapasa@fapasa.org.ar) . [www.fapasa.org.ar](http://www.fapasa.org.ar)

# 2 RECOM PENSA!

## Programa de Beneficios

Descargá **NetVos** y disfrutá de los descuentos y beneficios exclusivos para clientes en todo el país.



Escaneá el QR  
y conocé más

**NetVos**  
Todo más simple, seguro.

**2** GRUPO ASEGURADOR  
**La segunda**

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