



# Tiempo de Seguros EL VIAJE

SANTIAGO DEL ESTERO  
TUCUMÁN  
RÍO NEGRO  
CHUBUT  
NEUQUÉN  
CORRIENTES  
CHACO  
MISIONES



Seguinos por:

# CUIDAMOS LO MÁS IMPORTANTE DE TU VIDA: TU VIDA.

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

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



#### PARA MÁS INFORMACIÓN:

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

    [sancorseguros.com.ar](http://sancorseguros.com.ar)



**SANCOR  
SEGUROS**

Nº de inscripción en SSN:  
0224

Atención al asegurado:  
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

# SUMARIO

PAG.	PAG.
5 • 6° EDICIÓN DE "EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS"	58 • MGP BROKER
6 • <b>HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA Y CÍA. S.A.</b>	60 • S & C BROKER DE SEGUROS
8 • <b>ARIEL SILVA ASESORES DE SEGUROS S.A.</b>	62 • INSURTECH. SURFEAR LA PRÓXIMA OLA
10 • <b>APAS CORRIENTES</b> , entrevista a su presidente, GILBERTO SPESSOT	64 • COLON SEGUROS
12 • <b>CARGAS Y OBLIGACIONES EN EL CONTRATO DE SEGURO</b> , por el LIC. ROBERTO MECCA	66 • CIO BROKER ARGENTINA S.A.
14 • <b>APAS MISIONES</b> , entrevista a su presidente, PATRICIA ISABEL HERETER	68 • <b>EL SEGURO DE CAUCIÓN, MAS CERCA DE LA GENTE</b> , MARIANO NIMO, AFIANZADORA LATINOAMERICANA S.A.
16 • <b>POR LA APERTURA AL MERCADO Y LA REVALORIZACIÓN DE LA PROFESION</b> , ARQ. ALBERTO DURAN, presidente de la Asociación Argentina de liquidadores y Peritos de Seguros.	70 • CRV BROKER SRL
18 • <b>APAS NORPATAGONIA</b> , entrevista a su presidente, Dr. ALBERTO RAÚL KAMMAN	72 • CUBUS BROKER DE SEGUROS
20 • <b>HERRAMIENTAS A TENER EN CUENTA EN CASO EN SUFRIR UN ACCIDENTE VIAL</b> , Dr. Emilio Riestra, Abogado penalista	74 • GLOBAL SOLUTION BROKER S.A
24 • <b>APAS SANTIAGO DEL ESTERO</b> , entrevista a su presidente, MARIA TERESA TEVES	76 • LA EQUITATIVA
26 • <b>EL APORTE DE LA INGENIERÍA DE RIESGOS AL ASEGURAMIENTO DE DAÑOS POR LLUVIAS TORRENCIALES</b> , por LEZA, ESCRIÑA Y ASOCIADOS S.A.	78 • LA HOLANDO
30 • <b>APAS SUR PATAGONIA</b> , entrevista a su presidente CARLOS OMAR VILLEGAS.	80 • LIBRA SEGUROS
32 • <b>¿QUIÉN NECESITA UN SEGURO CIBERNÉTICO?</b> , por LEZA, ESCRIÑA Y ASOCIADOS S.A.	82 • MAJOSEG S.A.
36 • AUSPICIANTES 6ª. EDICION DE "EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS"	84 • NATIVA SEGUROS
38 • FICHAS TECNICAS AUSPICIANTES	86 • NEWLEADERS SA.
45 • <b>INCIDENCIA DEL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL SOBRE LA INTERMEDIACIÓN EN LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO DE SEGURO</b> , HECTOR MIGUEL SOTO, Abogado	88 • ORGANIZACIÓN AMPARO
50 • <b>APAS TUCUMÁN</b> , entrevista a su presidente, FEDERICO SANTIAGO CHINELLATO	90 • BRIAN KELLY, RS 4 NEUMATICOS Y SERVICIOS
52 • <b>MITOS Y VERDADES SOBRE LA ALCOHOLEMIA</b> , FABIAN PONS, Presidente de OVILAM	92 • <b>IDEAS Y FUNDAMENTOS PARA EL DESARROLLO DEL PAS</b> , IVAN DE OLAZABAL, SELLING POINT
54 • <b>APAS CHACO</b> , entrevista a su presidente LUIS TRINCA	94 • VICTORIA SEGUROS
56 • <b>¿QUÉ TAL TU REFLEJO EMPRESARIAL?</b> , RAFAEL BONILLA, Mediador de Seguros de España.	96 • <b>SEGUROS PARA EMBARCACIONES DEPORTIVAS, DR GUSTAVO YUSTI</b> , Abogado
	98 • SEGUROS 911
	100 • <b>IBA LATINOAMERICA SRL AJUSTE DE SINIESTROS DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b> , ING. ERNESTO BODENHEIMER e ING. GUSTAVO MEDINA
	104 • <b>VALORIZACIÓN DE BIENES EN PÓLIZAS DE MÁQUINAS, EQUIPOS Y ELEMENTOS SOFISTICADOS</b> , ING. ERNESTO BODENHEIMER
	110 • <b>EL VIAJE HACIA EL FUTURO DEL PAS</b> , LIC DANIEL VALLI
	112 • <b>CRECER INVERTIR, ASEGURAR</b> , ARQ. ALBERTO DURAN, Titular de Consultora Montserrat S.A.



#### **DIRECTORES:**

- Fernando Gabriel Tornato
- Marcelo Eduardo Deve

---

#### **Colaboran en esta edición:**

- |   |                                    |
|---|------------------------------------|
| - Arq. Alberto Duran                              | - Ing. Ernesto Bodenheimer y Asoc. |
| - Asociación de Liquidadores y Peritos en Seguros | - Ing. Fabián Pons                 |
| - Dr. Emilio Riestra                              | - Lic. Daniel Valli                |
| - Dr. Gustavo Yusti                               | - Lic. Daniel González Girardi     |
| - Dr. Héctor Soto                                 | - Lic. Roberto Mecca               |
| - Estudio Lea (Leza, Escriña y Asociados)         | - Rafael Bonilla                   |
|   | - Selling Point                    |

Diseño y diagramación: Mariana Castelló - @titigraf

---

La revista Tiempo de Seguros tiene domicilio en la Av. Roque S. Peña 616 P. 5. Of 502 (1035) CABA, Tel 4343 2121.

Propiedad registrada de Fernando Gabriel Tornato y Marcelo Eduardo Deve

Todos los derechos se encuentran reservados. Prohibida su reproducción parcial o total.

El target de Tiempo de Seguros: productores de seguros, brókers, profesionales del seguro, administradores de riesgo, empresas aseguradoras, peritos liquidadores de siniestros.

Proveedores de la industria aseguradora.

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

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

 [tiempodeseguros](#)

 [tiempodeseguros](#)

 [tiempodeseguros](#)

# 6° EDICIÓN DE “EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS”

La sana costumbre de recorrer el país, reflejando la actividad del mercado asegurador.

Desde el mes de septiembre de este 2019 llevaremos adelante la 6° edición de “El Viaje de Tiempo de Seguros”, el ya tradicional evento sobre ruedas, que se ha constituido en la experiencia distinta innovadora para el mercado asegurador.

En esta ocasión el viaje se dividirá en 3 etapas -la primera a realizarse en septiembre, la segunda en octubre y la última entre noviembre y diciembre- con una duración total de 38 días, recorriendo un total de algo más de 13.000 Kms.

Durante el trayecto realizaremos aproximadamente 110 entrevistas a colegas y agencias de compañías. La primera etapa recorrerá las provincias de Santiago del Estero y Tucumán, la segunda llegará a Río Negro, Chubut y Neuquén, y en la última será el momento de visitar Corrientes, Chaco y Misiones.

Las transmisiones en vivo serán desde las ciudades de Santiago del Estero, San Miguel de Tucumán, Trelew, San Carlos de Bariloche, Resistencia y Posadas. Además en la ciudad de San Miguel de Tucumán se desarrollará una jornada de actualización y capacitación con los colegas de la región, que contará con la participación de reconocidos especialistas invitados.

Desde sus inicios nuestro medio ha manifestado y demostrado una auténtica vocación federal plasmada en el hecho de haber estado presentes en todas las provincias de nuestro país, además de las 65 emisiones en vivo realizadas desde diferentes ciudades de nuestro territorio. Porque este viaje es nuestra forma de reconocer a los miles de colegas productores asesores de seguros que ejercen esta noble actividad a lo largo y ancho de nuestro país: una ocasión para reunirnos con ellos y poder conocer en su propia casa la realidad profesional de cada lugar en donde la desarrollan.

Como siempre nuestra página web [www.tdselviaje.com.ar](http://www.tdselviaje.com.ar) reflejará día a día lo que vaya aconteciendo para que puedan conocer en tiempo real todas las acciones que estaremos desarrollando y los lugares que iremos transitando. Por supuesto también estaremos presentes a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y en nuestro canal de Youtube) donde nuestros seguidores podrán acceder a la información y los contenidos que se vayan generando, entre ellos fotos y videos grabados con las cámaras a bordo que equipan el móvil con el cual realizaremos esta travesía.

Quedan todos invitados a sumarse a este viaje que tiene mucho de aventura, sueños y pasión por lo que hacemos. Muy pronto llegaremos a tu región a bordo de un vehículo identificado con las marcas de aquellas empresas que nos apoyan en este evento y será una ocasión para que todos estemos un poco más cerca.



# HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA Y CÍA. S.A.



HECTOR MARTINEZ SOSA Y CIA S.A.  
UNIBROKER Asistencia Aseguradora

**Hector Martinez Sosa y cia S.A.** es una Sociedad Productora - Asesora de Seguros, creada en el año 1971 por Héctor Isidro Martínez Sosa, en la Ciudad de Buenos Aires, con el fin de asesorar a clientes particulares y empresas.

En el año 1975, a fin de impulsar su desarrollo a nivel nacional, la compañía se instaló en la Ciudad de Río Grande, en la Provincia de Tierra del Fuego. En 1976, abrió su oficina en Ushuaia, Capital de la Provincia y en 1978, su oficina en Río Gallegos (Provincia de Santa Cruz).

En la década del '90 la empresa inició sus operaciones a través de oficinas asociadas en las ciudades de Trelew, Rawson, Puerto Madryn y Esquel (Provincia de Chubut)

## 1- ¿Cómo nace UNIBROKER y cuál fue el concepto inicial de la empresa?

Unibroker nace en el año 92 como una idea de Hector Martinez Sosa. El concepto era darle asistencia a Productores chicos y medianos, permitiéndoles así trabajar con varias cias del mercado a las cuales no tenían acceso en forma directa, por no poseer un mínimo de producción determinado.

De esta manera el Broker les ofrecía yendo a un solo lugar (donde se les daba asistencia general), la posibilidad de trabajar con varias cias optimizando los tiempos.

Esto que hoy es un modelo que muchos desarrollan y que casi todas las cias lo están utilizando, hace 25 años era totalmente novedoso, por eso costo mucho que lo entendieran tanto las cias como los Productores, por eso siempre decimos que en esto somos pioneros.

## 2- Luego de 25 años, cuál es la "foto" actual de la organización? (Ej.: cuantos empleados, cómo está compuesta, con cuantos productores operan, etc.)

En la actualidad operan más de 400 Productores activamente, y tenemos 24 personas dedicadas exclusivamente a la atención de los mismos en las distintas áreas, ART, Patrimoniales, Siniestros y Administracion, con ejecutivos de cuenta que se asignan a cada Productor, según la necesidad

## 3- ¿Qué características deben tener los Productores para pertenecer a la Organización?

Como comentáramos más arriba, la característica de los Productores a los que siempre apuntamos desde un principio, era a aquellos con baja o mediana Producción, que eran los que realmente necesitaban juntarse en un Broker para acceder a las Aseguradoras mas grande, pero esto con el tiempo fu cambiando también porque muchos de aquellos Productores chicos crecieron, algunos convirtiéndose en grandes, y la realidad también nos llevó a hacer negocios con grandes Organizaciones del mercado, con las que actualmente compartimos negocios.

La gran mayoría de los Productores pertenecen a Capital y GBA, por eso el interior del País es una deuda para nosotros, aunque ya comenzamos con nuestras oficinas de Tierra del Fuego donde se está abriendo a la comercialización a través de Productores Asesores de Seguros, y de esa manera iremos buscando socios estratégicos como lo hicimos en Madryn y en Trelew

## 4- ¿Cómo ven la situación actual del Mercado de Seguros Patrimoniales y que creen que puede pasar en el futuro?

El mercado de seguros patrimoniales está muy competitivo, donde las cias a través del dumping en sus precios o de la oferta de servicios adicionales al mismo costo, están intentando mantener las ventas y las metas de crecimiento.

También se están explorando nuevos sistemas de comercialización (sobre todo a través de las distintas webs del mercado), y esto hace que se amplíen las ofertas.

Seguramente en el futuro mediato, conviviremos con varias alternativas distintas de comercialización y como dijimos anteriormente, el servicio y los adicionales del producto serán el valor agregado a la hora de definir donde y con quien asegurarse.

**5 ¿Cuáles son los principales desafíos que encara la Organización para el 2020?**

Durante parte del 2018 y todo este año estamos poniendo

mucha energía en un sistema propio que ya debería estar funcionando, pero por algunos motivos se fue atrasando y no nos permitió lanzarlo antes.

También y a pesar de la crisis por la que atraviesa el País, esperamos un año movido y con oportunidades de crecimiento, con lo cual estaremos explorando nuevos nichos para así ampliar el menú de ofertas y que nuestros productores tengan un portfolío más amplio.

fernandesdelgado.com

# ARIEL SILVA ASESORES DE SEGUROS S.A.



Ariel Silva

## **Nuestra Empresa**

En un área geográfica integrada -en principio- por las Provincias de Corrientes, Chaco y Formosa, desarrollamos principalmente nuestra actividad aplicando experiencia de más de 21 años de sistema financiero/bancario y 18 en Seguros.

Ariel, socio gerente, con 39 años volcado a los servicios financieros y de seguros, sumado a la impronta joven de sus hijos Jorge y Claudia, egresados de las carreras de Contador Público y Licenciada en Administración respectivamente, transitamos juntos el camino de los Seguros desde el año 2009.

Un año más tarde formamos la S.R.L., acompañado de un fuerte lanzamiento al mercado regional. Nuestra filosofía nos lleva a trabajar con calificadas Compañías del mercado; de esta manera entre los años 2009 y 2010 Nación Seguros la Compañía de Seguros del Banco de la Nación Argentina nos adjudica sus Agencias Oficiales en las Ciudades de Corrientes, Goya y Resistencia. Desarrollamos la marca en la Región llevándola a los primeros lugares del ranking.

A partir del año 2012 entendimos la necesidad de incorporar nuevas Compañías a fin de poder llevar adelante el crecimiento pretendido. Así fue como incorporamos SMG, SMG Life del grupo Swiss Medical, La Caja Seguros (2013), Previnca, Exper-ta y a La Mercantil Andina en el año 2014, cuya intervención nos permitió que esta última abriera su primera sucursal en el NEA. La confianza de todas estas compañías líderes, nos permitió ganarnos un lugar de privilegio entre los asegurados de nuestra región.

Hoy contamos con una oficina central y otra de atención al público en Corrientes, y oficinas en Goya, Resistencia y en Formosa, sumadas a los más de treinta Productores Asesores de Seguros en estas tres Provincias, lo que nos ha llevado a consolidar nuestra posición, ya próximos a cumplir este mes de Agosto nuestros primeros diez años de vida.

## **Socios:**

Socio Gerente General: PAS Ariel Alejandro Silva

Socio Gerente Comercial: Contador Jorge Daniel Silva

Socia Gerente de Administración: Licenciada Claudia Noemí Silva

## **Nuestras consignas:**

### **MISION**

Innovar permanentemente. Estar siempre un paso adelante junto al asegurado y el mercado ofreciendo respuesta ágil y correcta.

### **VISION:**

Ser prioridad de opción de aquellos clientes que comparten nuestros valores priorizando calidad y seguridad.

Ser la empresa de Productores Asesores de Seguros Líder reconocida por su compromiso con los clientes en la región

### **VALORES:**

Seguridad - Compromiso - Solvencia - Ágil Respuesta - Innovación - Solución.

## **Oficina Móvil:**

Contamos con una Oficina Móvil Mercedes Benz Sprinter larga dotada con elementos de última generación que nos permite emitir Pólizas en tiempo real en el lugar que estemos. Asimismo llegamos a los Productores con una infraestructura sofisticada para que puedan brindar un mejor servicio a sus asegurados y tener una participación más profunda con su mercado participando con la misma en los Eventos locales.

## **Compañías:**

Trabajamos con destacadas compañías del mercado para brindar un servicio Personalizado y una ágil respuesta a cada necesidad.

La Mercantil Andina – S.M.G. – S.M.G. Life – S.M.G. ART – Nación Seguros – La Caja – Experta – Previnca – San Cristóbal Retiro

### Quiénes Nos Eligen

Más de 19.000 pólizas individuales de autos y motos.  
Más de 373.000 personas aseguradas en Accidentes Personales.  
Más de 3.800 unidades en Flota aseguradas.  
Más de 45.000 asegurados en Vida.  
Más de 2000 Establecimientos Educativos atendidos.  
Más de 2200 Caucciones vigentes.

### Nuestra Cartera:

El 75% de los negocios que administramos son propios. Solamente el 25% de la cartera corresponde a Productores; todos ellos trabajando en las Provincias de Corrientes, Chaco y Formosa. Contamos con más de 30 Productores.

### Recursos:

Contamos con 16 empleados en relación de dependencia.

### Servicios que ofrecemos al Productor:

Administración de Siniestros, Sistema Multigestión, Cursos y Capacitaciones, Análisis de Riesgos, Armado de Productos a medida para atención Corporativa, Mesas de trabajo, Espacio Coworking, Oficina Móvil.

### Herramientas que ofrecemos:

Sistema de administración, multicotizador, capacitación, cursos pcc, etc.

### En que estamos pensando:

Estamos mirando con atención el comportamiento del merca-

do en una Provincia vecina con intenciones de hacer pie en su Capital.

Nos vemos incorporando más Productores en el Interior. Estamos pensando en desarrollar fuertemente Vida Individual. Participar más activamente en eventos con nuestra Oficina Móvil. Estamos avanzando con un proyecto interesante e innovador para inicio del 2020.

### Direcciones:

Junín 762 y 766 en Corrientes Capital-Teléfonos: 4467744-4464747-4466660-4466300  
Oficinas en Resistencia (Chaco) en Avda. Paraguay 50,-Teléfono 0362 4573747  
En Formosa Capital en Mitre 193 – Teléfono 0370 4426820  
y en Goya (Corrientes) en Belgrano esquina 25 de Mayo.-Teléfono 03777 431511

### Página web:

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



**ARIEL SILVA**  
ASESORES DE SEGUROS S.R.L.

Más de 18.000 Pólizas individuales de autos y motos.	Más de 373.000 personas aseguradas en Accidentes Personales.	Más de 2000 Establecimientos Educativos atendidos.	Más de 70.000 asegurados en Vida.	Más de 120 comercios asegurados.	Más de 3.800 unidades en Flota aseguradas.
--	--	--	-----------------------------------	----------------------------------	--

**Productores Asesores de Seguros**  
**Ariel Silva Asesores de Seguros**  
«Somos la confianza que generamos en nuestros asegurados»

Junín 766 Piso 2 Of 5  
Tel: 0379-4467744  
Corrientes-(3400)

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

0800-666-8400  
[www.ssn.gov.ar](http://www.ssn.gov.ar)  
Nº de inscripción: 1111

Logos of partner companies: Mercantil Andina, Nacion Seguros, SMG Seguros, SMG Life, SMG Art, Experta Art, Previnca Seguros.

# APAS CORRIENTES



**APAS-COR**  
Asociación de Productores  
Asesores de Seguros de Corrientes

## **Tiempo de Seguros: Gilberto, contanos acerca de la historia de tu Asociación.**

GS: La Asociación de Productores Asesores de Seguros de Corrientes (APASCOR) se constituyó el 28 de setiembre de 1990, gracias a la iniciativa de un grupo de productores asesores de seguros que decidieron asumir el compromiso de trabajar en pos de los intereses de los colegas, brindando su tiempo y dedicación a esta Institución, estableciendo una plataforma de principios y fundamentos que sustentaron y sustentan las realizaciones logradas y las potenciales que hoy animan el espíritu y motivación de la dirigencia actual.

A todos ellos nuestro reconocimiento y gratitud: Presidente: PEDRETTI, Jorge Ernesto - Vicepresidente: CASSIET, Néstor Luis - Secretario: SOLIMANO, Marcelo Luis - Prosecretario: CASSIET, Néstor Hugo- Tesorero: ALCARAZ, Juan de la Cruz - Protesorero: LEIVA, HUGO

## **TdS: ¿Cuál es la actual composición de la Comisión Directiva?**

GS: Nuestra Comisión Directiva está compuesta actualmente por:

Presidente: SPESSOT, Gilberto  
Vicepresidente: SOLIMANO, Marcelo  
Secretario: CASSIET, Daniel  
Prosecretario POZO, Juan Pedro  
Tesorero: SPESSOT, Guillermo  
Protesorero: SILVA, Jorge

## **TdS ¿Con qué cantidad de socios cuenta la Asociación?**

GS: APASCOR cuenta hoy con más de 120 socios y se van acercando más Productores. Con las normas dictadas por la Superintendencia de Seguros de la Nación se exige el mayor conocimiento y profesionalización. Esto también se debe a que es mayor la necesidad por partes de las empresas de contar con coberturas adecuadas cuidando el capital expuesto a riesgos continuos y que pueden ser salvados por los seguros.

## **TdS: ¿Cómo ha sido el crecimiento del padrón en los últimos años y qué interés han mostrado los nuevos colegas en afiliarse y participar de la Asociación?**

GS: El crecimiento, si bien en la Provincia no somos tantos, es sostenido y cada vez es mayor la necesidad de asociarse y participar por la profesionalización que se logra a través de los cursos dictados por esta asociación, además de mantenerse interconectados por medio de los correos y WhatsApp, que hacen que la problemática que pueda ocurrir se solucionen a la brevedad.

## **TdS: ¿Qué llegada tienen con los socios de localidades más alejadas a la Sede y cómo promueven su acercamiento?**

GS: Nuestra asociación está en una etapa de cambio, siempre fue una asociación que realizó muchas actividades en pos de nuestra profesión y también cumpliendo un rol social dentro de las posibilidades con las que contamos.

Sin embargo siempre nos costó la publicidad de todos estos actos. Es por ello que hoy en día la llegada al interior de la provincia se da por los medios como el WhatsApp y estamos impulsando dicha comunicación a través de las redes sociales, las más populares como ser Facebook, Instagram, Twitter y listas de difusión como Telegram. Y, en la página que tiene esta Institución a través de widgets de estas redes.

No podemos dejar de destacar que nuestra provincia sigue teniendo problemas por la falta o por la mala conectividad en distintos lugares.

## **TdS: ¿Cuáles son en tu opinión las principales problemáticas que afectan a los colegas en la región?**

GS: La problemática mayor son las ventas de seguros por medio de los agentes institorios y bancos, la comercialización de ART que en principio golpeo fuerte hoy está volviendo a consultarse a los productores, ya que con nosotros se puede lograr no solo mejores tarifas sino también el asesoramiento.

Podemos destacar también que el uso de la tecnología en la venta de seguros es algo que está en boca de todos, y debemos capacitarnos y guiar a los asociados a estas nuevas tecnologías, sin dejar de lado el "asesoramiento" que un productor puede brindar y que los nuevos medios más que cotizar, no resuelven el problema de fondo que es el asesoramiento. Obviamente que todos los productores queremos vender más, pero no a costa de un mal asesoramiento.

**TdS: ¿Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro y desde la sede y en forma conjunta con los P.A.S.?**

GS: Se hacen reuniones con distintas instituciones, Municipalidades, y dependencias provinciales, referente al pedido de seguros para obras de construcción, habilitaciones comerciales, tratando de actualizar los capitales mínimos, ya sean de RC como también AP, recomendando que deben asesorarse con productores para la contratación de estos.

Como dijimos anteriormente estamos dando más difusión a todas las actividades realizadas a través de las redes, a fin de generar una presencia de la asociación en la sociedad correntina.

**TdS: ¿Qué beneficios otorgan a los colegas asociados?**

GS: Los beneficios otorgados a los P.A.S. asociados, entre otros, son los cursos de PCC a un costo mínimo, cursos que se desarrollan con gerentes o responsables de agencias, referentes a alguna rama de seguros en particular, los que han tenido una gran aceptación y participación, también las consultas que realizan los noveles productores referentes al comienzo de la actividad, asesorando en la parte impositiva y contable.

Nuestra asociación, junto a FAPASA, ha participado recientemente con un importante grupo de productores en el Foro Regional del NEA, realizado en Formosa Capital, brindándoles traslado.

**TdS: ¿Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro y de la relevancia del mismo a través de los P.A.S.?**

GS: Se hacen reuniones con distintas instituciones, Municipalidades, y dependencias provinciales, referente al pedido de seguros para obras de construcción, habilitaciones comerciales, tratando de actualizar los capitales mínimos, ya sean de RC como también AP, recomendando que deben asesorarse con productores para la contratación de estos.

Como dijimos anteriormente estamos dando más difusión a todas las actividades realizadas a través de las redes, a fin de generar una presencia de la asociación en la sociedad correntina.

**TdS: ¿Qué objetivos de mejoras y crecimiento se han propuesto para el mandato de esta Comisión Directiva?**

GS: Los objetivos de esta Comisión Directiva es estar cada vez más cerca de los Productores y brindar todo el asesoramiento que ellos requieran diferenciando las distintas necesidades que tienen los productores asesores que llevan años en la profesión de los noveles que requieren otro tipo de atención y capacitación, manifestando que cuanto más seamos en la Asociación mejor defenderemos nuestros derechos y juntos es posible realizar cursos y capacitaciones para lograr cada vez mayor profesionalización.



# CARGAS Y OBLIGACIONES EN EL CONTRATO DE SEGURO

*La temática de cargas y obligaciones en el contrato de seguro es bastante amplia y suele producir desacuerdos entre asegurados y aseguradores cuando ocurre el siniestro.*



Roberto Mecca, Docente y Capacitador en Seguros

Dejando de lado aspectos técnico jurídicos respecto a la diferencia entre ambas y con ánimo de explicarlo en términos sencillos, cabe recordar que la obligación del asegurado será la de abonar el costo del seguro en tiempo y forma. La del asegurador indemnizarlo cuando se efectiviza el riesgo que ambos convinieron al efectuar el contrato.

En cambio, la carga, que es una situación jurídica pasiva, consiste en el requerimiento de una conducta impuesta por la ley o en las condiciones contractuales.

Su incumplimiento para el asegurado produce la caducidad de los derechos a ser indemnizado, afectando a un hecho puntual y no a todo el contrato.

Conviene entonces diferenciar las situaciones entre nulidad y caducidad.

La nulidad implica la no existencia del contrato. Vale decir, los defectos en el vínculo contractual anulan sus efectos. Puede ser por ausencia de las condiciones de fondo como la capacidad de las partes, vicios del consentimiento (incapacidad, error, dolo, fuerza o intimidación), falta de riesgo e interés asegurable o por situaciones específicas como por ejemplo haber contratado el seguro plural con interés de enriquecimiento indebido, por haber ocurrido el siniestro antes del comienzo de la vigencia de la póliza o por reticencia o falsa declaración dolosa.

La caducidad, por su parte, no afecta a todo el contrato y surge como la sanción que recibe el asegurado cuando se deja de cumplir con un deber de conducta previsto en las condiciones de la póliza. Es una delimitación causal que impone una pena. El hecho estaba originalmente cubierto pero ante un determinado incumplimiento deja de estarlo.

El asegurador que alega la caducidad debe probarla.

La ley de seguros diferencia las cargas nacidas con anterioridad al siniestro y las que surgen con posterioridad al mismo.

Con el propósito de clarificar este concepto, me permito distinguir las:

## **Para el asegurado:**

### **Cargas anteriores al siniestro:**

- no incurrir en reticencia o falsedad al informar el estado del riesgo;
- no agravar el riesgo, o si lo hace avisar al asegurador;
- adoptar las medidas de prevención necesarias para evitar o por lo menos disminuir la probabilidad de ocurrencia de siniestros (actuar como si no tuviera seguros que protejan ese patrimonio).

### **Efecto que produce:**

Si la carga u obligación debe cumplirse antes del siniestro, el asegurador deberá alegar la caducidad dentro del mes de conocido el incumplimiento. Cuando el siniestro ocurre antes que el asegurador alegue la caducidad, sólo se deberá la prestación si el incumplimiento no influyó en el acaecimiento del siniestro o en la extensión de la obligación del asegurador.

### **Cargas posteriores al siniestro:**

- denunciar el siniestro en tiempo y forma;
- evitar o disminuir los daños;
- observar las instrucciones del asegurador;
- cumplir con la carga de salvamento;
- no hacer abandono de los bienes;
- no efectuar cambios en las cosas dañadas;
- proveer al asegurador la prueba instrumental requerida (razonable);
- no emplear pruebas falsas para acreditar los daños ni exagerar fraudulentamente los mismos;
- en el ramo ganado: no maltratar o descuidar al animal o sacrificar a éste sin autorización del asegurador;
- no reconocer su responsabilidad ni acordar transacciones con terceros en casos de responsabilidad civil;
- en el ramo granizo no permitir la entrada de animales una vez ocurrido el siniestro;
- no impedir el derecho del asegurador a iniciar acciones de subrogación cuando

corresponda.

- en el de transporte por realizar el viaje por rutas o caminos que no sean normales (salvo casos de necesidad).

**Consecuencias:**

Si la carga u obligación debe ejecutarse después del siniestro, el asegurador se libera por el incumplimiento si el mismo influyó en la extensión de la obligación asumida.

**Para el asegurador:**

El asegurador también tiene cargas para cumplir.

Entre las mismas se encuentran:

- impugnar el contrato por reticencia o falsa declaración dentro de los tres meses de haber tomado conocimiento;
- rescindir el contrato por agravación del riesgo motivado por el

asegurado o tomador (en el término de siete días) o por un hecho ajeno (en el término de un mes con un preaviso de siete días);

- expedirse sobre el derecho del asegurado dentro de los 30 días de presentada la documentación probatoria del siniestro (no hacerlo importa aceptación);
- no rechazar la propuesta de prórroga formulada por el asegurado antes del vencimiento de la póliza (tiene un plazo de 15 días);
- aceptar la defensa en juicio del asegurado en casos de responsabilidad civil (se entiende por aceptada si no la rechaza dentro de las 48 horas de haber sido notificado).

# EN 60 AÑOS, LE QUITAMOS 13 CEROS A LA MONEDA

En un país tan imprevisible  
como la Argentina,  
es bueno tener algo seguro.



ASESORAR — PROTEGER — ADMINISTRAR RIESGOS



Nº de inscripción en SSN  
00047

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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



# #1 VOS



## 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)



# APAS MISIONES



## **Tiempo de Seguros: Patricia, contanos acerca de la historia de esta Asociación.**

PH: Los inicios datan de 1986/87 cuando un grupo reducido de P.A.S. se juntaron con el fin de organizar lo que hoy es AMPAS (Asociación Misionera Productores Asesores de Seguros) aunando criterios afines a la profesión y de esa forma luchar por nuestros derechos e intensificar nuestros deberes en el ejercicio de nuestra profesión.

AMPAS es una asociación civil sin fines de lucro con personería jurídica a partir del año 1990.

## **TdS: ¿Cómo está compuesta la actual Comisión Directiva?**

PH: La composición es la siguiente:

PRESIDENTE: Hereter, Patricia Isabel

VICEPRESIDENTE: Olivera, Mirian Rosana

SECRETARIO: Ripoll, Santiago

PRO SECRETARIO: Horianski, Damián Marcelo.

TESORERO: Haag, Alberto Federico

PRO TESORERO: Loveli, Miguel Ángel

1° VOCAL TITULAR: Hofbauer, Luis Alberto

2° VOCAL TITULAR: Roulet, Juan Pedro

1° VOCAL SUPLENTE: Stockar, Maximiliano

2° VOCAL SUPLENTE: Gottschalk, Marco Aníbal

1° REVISOR DE CUENTAS: Girard, Pablo Alberto

2° REVISOR DE CUENTAS: Rodríguez, Mabel Analía

REVISOR DE CUENTAS SUPLENTE : Chávez, Juan Tomás

Esta Comisión Directiva, que asumió el 31 de octubre de 2018, tiene la particularidad de estar integrada por colegas de larga trayectoria en el mercado asegurador y en la Asociación, y a la vez, la incorporación de jóvenes, que integraban la Comisión de Jóvenes, ocupando cargos de gran responsabilidad, con la satisfacción de que han traído cambios de paradigmas que nos han fortalecido ampliamente. También contamos con la Comisión de Jóvenes, que es un puntal fundamental en nuestra tarea, hacen una labor incansable, participando en todos los proyectos y eventos en forma conjunta con la CD

## **TdS: ¿Con qué cantidad de socios cuenta la Asociación? ¿Cómo ha sido el crecimiento del padrón en los últimos años y qué interés han mostrado los nuevos colegas en afiliarse y participar de la Asociación?**

PH: A noviembre de 2018 teníamos 170 socios activos pero hoy, a menos de un año de gestión, ya estamos en cerca de 400 asociados, lo cual marca que nuestra tarea es constante y de mayor responsabilidad debido a que este crecimiento demuestra que el P.A.S. ha encontrado en la Asociación un espacio de participación permanente, esto a través de las capacitaciones, y de los diversos beneficios logrados.

Parte de este crecimiento también se debe a que AMPAS se ha hecho cargo de los cursos de aspirantes (PCA), logrando de esta forma que desde el inicio de su formación el aspirante vaya creando el sentido de pertenencia, por lo que, al culminar su formación siente la necesidad de ser parte.

También haber incorporado en los PCC a prestigiosos docentes, y con ellos llegar al interior de nuestra provincia descentralizando un poco Posadas, ha sido otro de los puntos importantes en nuestro crecimiento en socios. En este primer cuatrimestre realizamos 6 encuentros de PCC

## **TdS: ¿Cuáles son, en tu opinión, las principales problemáticas que afectan a los colegas en la región?**

PH: En general los P.A.S. tenemos problemáticas de distintas índole. Por un lado te encontrás con la venta ilegal, lo cual no es nuevo, y es una lucha de todos los tiempos. Por otro lado la carga impositiva, el no estar calificados como profesionales del seguro sino que como corredores, hace que tengamos una tasa elevada, o al menos mayor a la de cualquier otro profesional.

Pero a mi criterio, la mayor problemática en la que deberíamos ponerle mayor foco, es que los jóvenes que se reciben, cuando culminan el curso de aspirantes, si no provienen de una familia de seguros o no están familiarizados con la actividad, les resulta muy difícil insertarse en el medio, les cuesta un tiempo bastante importante lograr una cartera de clientes como para que la actividad pueda constituir realmente su ingreso económico principal.

Considero que ahí debe apuntar nuestra labor como asociación, logrando que los mismos puedan realizar pasantías que les permita adquirir la experiencia, tanto en la faz administrativa (que es mucha) como en lo que se relaciona a venta, a sectorizar los riesgos, y toda herramienta que pueda sumar a su formación.

En AMPAS estamos dictando el curso "MIS PRIMEROS PASOS", para todos aquellos P.A.S. que se inician, y es de gran concurrencia y utilidad ya que son muchas las obligaciones desde el momento en que te otorgan la matrícula.

#### TdS: ¿Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro y desde la sede y en forma conjunta con los PAS?

PH: Se han contratado los servicios de una comunicadora social y una Community Manager que han cambiado significativamente nuestra presencia en los medios digitales, aportando

permanente info que surge desde AMPAS y desde el mercado asegurador.

#### TdS: ¿Cómo ves el presente de la actividad económica y del seguro en la región?

PH: Hoy la actividad económica está muy centrada en todo lo que es seguro automotor, Riesgos del Trabajo y seguros de vida colectivo.

Tenemos que desarrollar otros rubros, como el seguro de vida, de retiro, los integrales, los microseguros y otros, pero para ello el eje fundamental es crear conciencia aseguradora desde la permanente comunicación.

#### TdS: ¿Qué objetivos de mejoras y crecimiento se han propuesto durante el mandato de esta Comisión Directiva?

PH: Al asumir esta CD nos hemos propuesto tres ejes fundamentales

- 1 – Profesionalización de nuestros colegas P.A.S. a través de la constante y permanente capacitación.
- 2 – Dar los mejores recursos en la formación del aspirante, para que salgan de la asociación ya no como únicamente vendedores de seguros sino que sean P.A.S. con una formación integral que les permita ser ASESORES de sus clientes
- 3 – Y una aspiración bastante ambiciosa que es lograr la casa propia. Eso lo estamos gestionando gracias a una economía ordenada, porque asumimos con una situación de la asociación sin deudas, todo esto sumado al gran apoyo de FAPASA, en la figura de Jorge Zottos, que es un eje fundamental para AMPAS porque acompaña en forma permanente nuestra gestión.

## Respaldo en todo momento y lugar

**Servicios y prestaciones digitales (24/7)**

**HDI Seguros**

Tranquilidad donde usted lo necesita.

<b>Chatbot HDI:</b> Soporte digital en la gestión administrativa diaria, disponible en canal Whatsapp (+54911) 30962743.	<b>App HDI Móvil:</b> Sistema de gestión de pólizas para asegurados en automóviles, descargándola en  y .	<b>Check App:</b> Servicio de inspección digital. Agil y seguro. Disponible para descargar en  y .
---	--	---

**Oficina Virtual:** Visite el espacio exclusivo para intermediarios en [www.hdi.com.ar](http://www.hdi.com.ar)

0800-444-4587 / [hdi@hdi.com.ar](mailto:hdi@hdi.com.ar)

CONSULTE ACERCA DE LAS COBERTURAS, SUS LÍMITES, CONDICIONES DE SUSCRIPCIÓN Y EXCLUSIONES DE LA PÓLIZA

Nº de inscripción en SSN 0335	Atención al asegurado 0800-666-8400	Organismo de control <a href="http://www.argentina.gov.ar/ssn">www.argentina.gov.ar/ssn</a>	<b>SSN</b> S.J.P.F.R.I.N.T.E.N.D.F.N.C.A DE SEGUROS DE LA NACIÓN
----------------------------------	--	--	--

# POR LA APERTURA AL MERCADO Y LA REVALORIZACIÓN DE LA PROFESIÓN

*Hoy en la AALPS, en este ejercicio bienal de una renovada CD de la que tengo el honor de formar parte, tenemos unas cuantas ideas y diversos proyectos sobre los que habitualmente discurrimos en nuestras reuniones periódicas.*



Hoy en la AALPS, en este ejercicio bienal de una renovada CD de la que tengo el honor de formar parte, tenemos unas cuantas ideas y diversos proyectos sobre los que habitualmente discurrimos en nuestras reuniones periódicas.

Algunas son de concepción teórica, proyectadas en escenarios de largo plazo y relacionadas con lo que nos gustaría ser y representar como Entidad. Otras son de aplicación práctica, más vinculadas con la labor profesional cotidiana de nuestros asociados.

También es cierto que muchas veces retomamos anhelos recurrentes, intentos que recreamos cada año con obstinado entusiasmo, presumiendo sus posibilidades de concreción a pesar de los fallidos previos y la recurrente oposición de un mercado poco proclive a determinados cambios.

No obstante y en cualquier caso los aportes siempre enriquecen, contribuyen a un canal de diálogo y propician la convergencia de distintas líneas de pensamiento.

Es así que en este ciclo hemos coincidido en un objetivo prioritario, centrado en la expansión de nuestra Asociación, planteada sobre la base de 2 ejes perfectamente definidos. Por un lado la **apertura** al mercado, y por otro la **revaloración** de la profesión.

El **primer** aspecto es una suerte de asignatura pendiente, y está orientado a hacer más "visible" a la AALPS, poniendo foco en la potencialidad que entendemos ofrece una estructura corporativa más sólida.

Aspiramos a una mayor y más estrecha relación con los funcionarios de la SSN, las autoridades de todas las Asociaciones que nuclean a las Compañías de Seguros, a los Productores Asesores, a las Reaseguradores, organizaciones y profesionales de la investigación, prevención, pericias forenses, lucha anti fraude, al periodismo y los medios de comunicación y prensa, etc.; en la inteligencia de que el intercambio propicia el crecimiento del debate, el mejoramiento del contenido académico y el fortalecimiento institucional.

El **segundo** punto y tal vez más profundo por su contenido, se fundamenta en la importancia que para nosotros tiene jerarquizar esta profesión que amamos, para lo cual deben conjugarse 2 enfoques esenciales; a saber:

- 1).- capacitación - nivelación para arriba: Dar respaldo a este primer punto nos otorgará mayores posibilidades de aspirar al segundo.

En efecto, a partir del conocimiento que supo adquirir quien obtuvo su matrícula habilitante otorgada por la SSN, sabemos que un profesional en la liquidación de siniestros se forja en el campo de trabajo.

En nuestro caso es resolviendo problemas, pisando cenizas, transitando Juzgados, entrevistando gente, analizando casos y causas de las más variadas, entendiendo las coberturas y su aplicación, alcances y limitaciones, interpretando qué se quiso asegurar cuando los textos de las pólizas se presentan confusos, consensuando y/o a veces disintiendo con los PAS, cumpliendo un

rol didáctico y de contención con los Asegurados, intercambiando ideas y conceptos con las Gerencias técnicas y de siniestros de las Compañías, etc.

Todo esto para aquilatar la experiencia que solo confiere el curso de los años, bajo un patrón de disciplina y método, que habrán de consolidar una trayectoria.

Sin embargo, ese universo de recursos, conocimientos y pragmatismo ya no es suficiente. Hoy vemos que a ello debemos agregarle "capacitación", de la mano de una actualización permanente que nos permita incorporar las mejoras que ofrece la tecnología, comprender las condiciones de los nuevos productos y coberturas, y engrosar el portafolio de herramientas que devienen necesarias para dar respuesta a los requerimientos de un mercado cada vez más competitivo.

## 2).- valoración del rol del ajustador:

Vale la pena repetir que solo partiendo de una probada calificación, a la altura de la prestación del servicio que se nos requiere, tendremos chances de cambiar el pensamiento de nuestros clientes. Apuntamos a que las Aseguradoras asuman que nuestro rol es el de "socios estratégicos", y deje de ser tipificado como un "gasto" asignado a un simple proveedor que va atado a la liquidación de los siniestros.

Debemos lograr que se entienda que nuestro trabajo amerita una experticia, una dedicación y una aplicación profesional que debe ser compensada con un honorario acorde a lo que se espera de su intervención, del mismo modo que el de un Asesor Letrado y/o Técnico, porque eso no solo posibilitará mejores resultados de gestión sino ofrecerá al Asegurado - ciudadano común - las garantías de transparencia e imparcialidad que deben enmarcar al tratamiento de los siniestros.

Por eso resaltamos que ante la pérdida, muchas veces traumática, que conlleva el hecho de afrontar una experiencia siniestral, el Asegurador y sus representantes, (exclusivamente profesionales matriculados), deben comprometerse a brindar una atención idónea, diligente, y ajustada a las condiciones de un contrato; lo cual es el mejor camino para acercar a las personas al mundo del Seguro.

Ese debiera ser el objetivo y es nuestro compromiso, trabajar por un futuro mejor para todo el mercado. Para eso estamos y a ello queremos contribuir.



**CON ORBIS  
MI AUTO ESTÁ SEGURO**

*Diego Schwartzman*

**Seguros ORBIS**  
SPONSOR OFICIAL DEPORTIVO

SERVICIO DE ASISTENCIA AL ASEGURADO: La Compañía de Seguros dispone de un servicio de Atención al Asegurado que atenderá las consultas y reclamos que presenten los tomadores de seguros, asegurados, beneficiarios y/o derechohabientes, y los tramitará en un plazo máximo de 30 días hábiles desde su presentación. De transcurrir el plazo sin que haya sido resuelto, o que haya sido denegada su admisión o desestimado, total o parcialmente, podrá acudir al Departamento de Orientación y Asistencia del Asegurado (D.O.A.A.), dependiente de la Superintendencia de Seguros de la Nación. Dirigiéndose a: Julio A. Roca 721 (C.1067AR) C.A.B.A., en el horario de 10:30 a 17:30 hs. o bien comunicándose telefónicamente al 0-800-666-8400 o por correo electrónico a [consultasydenuncias@ssn.gob.ar](mailto:consultasydenuncias@ssn.gob.ar). Dicho servicio está integrado por: Responsable: Raúl Moemo - 1º Asistente: Pablo Bryden - 2º Asistente: Karina González - Tel.: (011) 5861-8177.

[WWW.ORBISEGUROS.COM.AR](http://WWW.ORBISEGUROS.COM.AR)   

Nº de inscripción en SSN 0293	Atención al asegurado 0800-666-8400	Organismo de control <a href="http://www.argentina.gob.ar/ssn">www.argentina.gob.ar/ssn</a>	 <b>SSN</b>   SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
----------------------------------	--	--	---

# APAS NORPATAGONIA



## **Tiempo de Seguros: Alberto, comentanos acerca de la historia de la Asociación.**

Alberto Kamman: En el año 2004, a raíz de las inquietudes de un grupo de P.A.S., se dieron los primeros pasos para la creación de APAS Norpatagonia.

Veíamos con mucha preocupación la falta de posibilidades de los P.A.S. de nuestra zona en cuanto a capacitación, atención de la Obra Social, defensa de sus derechos, realización de cursos, así como la irrupción en el mercado de la competencia desleal en forma cada vez más desembozada, apoyada por empresas dentro y fuera del mercado asegurador.

Fue decisivo el empuje de FAPASA y el apoyo de sus dirigentes para llevar adelante la reunión fundacional y el nombramiento de una comisión ejecutiva para llevar adelante todos los trámites inherentes a la conformación formal de la Asociación. Las primeras acciones de la Asociación se pudieron apreciar en el corto plazo con la realización de dos cursos de PCC anuales en Neuquén y uno en Bariloche, para todos los P.A.S. de la zona.

Esta iniciativa contó con el apoyo masivo de los colegas y se mantiene sin interrupciones hasta el día de hoy cuando planeamos incrementar el número de cursos en función del crecimiento de la matrícula.

Se llevó adelante una campaña para mejorar los servicios de la obra social del seguro, incluyendo una encuesta regional cuyos resultados fueron compartidos con la máxima dirigencia de OSSEG y dieron como resultado un mejoramiento notable en los servicios, apertura de nuevas sucursales e inclusión de prestadores. Juntamente con FAPASA y el Centro Federal de Capacitación se acercó a los P.A.S. de la zona la posibilidad de realizar el curso para ampliación geográfica de la matrícula a fin de que pudieran liberarse de la limitación de producir solamente en su lugar de origen.

Con el objetivo de mantener informados y asesorados a nuestros asociados hemos incorporado la figura del Asesor Legal, para dar asesoramiento legal primario y analizar la factibilidad y legalidad de todos los emprendimientos de la Asociación.

Estamos llevando a cabo los cursos del Programa de Capacitación de Aspirantes (PCA) a fin de que los interesados en obtener su matrícula de P.A.S. no deban desplazarse hacia otros centros donde se brinda la capacitación, distantes entre 500 y 1200 km de distancia.

Nuestro objetivo es el crecimiento y la transparencia del mercado asegurador y la realización de los P.A.S. como profesionales de un sector cada vez más especializado y exigente.

Contamos con el apoyo de FAPASA que reúne las voluntades de todas las APAS hermanas del país e interactuamos con ellas permanentemente a fin de formar un frente unido en defensa de los intereses de los colegas.

## **TdS: ¿Cuál es la composición actual de la Comisión Directiva?**

AK: Nuestra actual Comisión Directiva se compone de la siguiente manera:

Presidente	Dr. ALBERTO RAÚL KAMMAN
Vicepresidente	Sr. JUAN CARLOS FLOR
Secretario	Sra. GISELA MELANIE GALDÓN
Tesorero	Sra. ADRIANA ELIZABETH ALONSO
Vocal Titular 1º	Sr. PABLO DANIEL ROUAUX
Vocal Titular 2º	Sr. FERNANDO MIGUEL PÉREZ
Vocal Titular 3º	Sr. HERNÁN PABLO GALEAZZI
Vocal Titular 4º	Sr. FEDERICO LEONARDO ACUÑA
JUNTA FISCALIZADORA	
Miembro Titular	Sra. MARIANO FORNERÓN
Miembro Titular	Sr. EDUARDO DAVID FARÍAS

**TdS: ¿Con qué cantidad de socios cuenta la Asociación?**

AK: Actualmente contamos con 450 asociados activos

TdS: ¿Cómo ha sido el crecimiento del padrón en los últimos años y qué interés han mostrado los nuevos colegas en afiliarse y participar de la Asociación?

AK: El crecimiento del padrón de asociados ha ido incrementándose en los últimos tiempos dado que los nuevos colegas tienen una mayor propensión al asociativismo y la colaboración, y porque también se brindan ventajas a los asociados noveles en cuanto al pago de cuotas y aranceles de cursos.

**TdS: ¿Qué llegada tienen con los socios de localidades más alejadas a la Sede y cómo promueven su acercamiento?**

AK: Nos mantenemos en contacto a través de todos los medios tecnológicos (Web, Facebook, Mail y WhatsApp).

Nuestra intención es brindar nuestro apoyo de la mejor manera ya que en nuestra región las grandes distancias dificultan la comunicación personal, pero por suerte a través de las nuevas tecnologías estamos mucho más cerca.

**TdS: ¿Cuáles son, en tu opinión, las principales problemáticas que afectan a los colegas en la región?**

AK: Los principales inconvenientes de nuestros colegas son la merma en los ingresos en general de la población, que hacen ver reducidas las posibilidades de aseguramiento, cada vez más exiguas, y el desconocimiento de las empresas de las necesidades de la zona, por ejemplo: hay productos que tienen muy baja siniestralidad en la zona y que son mala palabra en las grandes urbes, en la Patagonia hay una sola compañía que toma vehículos de alquiler sin chofer, con lo cual el resto de los

P.A.S. se ven privados de manejar estas coberturas, u obligados a pasar sus carteras.

**TdS: ¿Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro, en forma conjunta con los P.A.S.?**

AK: Tratamos de aprovechar todos los espacios que nos brindan; hemos hecho reportajes en canales locales y campañas en radio. Actualmente estamos evaluando un plan de promoción a través de todos los medios digitales para acercar información a las personas sobre los riesgos y la necesidad de contar con asesoramiento calificado.

**TdS: ¿Qué objetivos de mejoras y crecimiento se han propuesto durante el mandato de esta Comisión Directiva?**

AK: Estamos concentrando energías y recursos para terminar la construcción de nuestra sede social, para poder brindar más y mejores servicios a nuestros asociados, desde una rebaja significativa en el costo de los cursos (PCA y PCC), a la implementación de cursos mensuales gratuitos sobre todas las temáticas administrativas y comerciales que afectan a nuestra profesión.

**TdS: ¿Qué beneficios otorgan a los colegas asociados?**

AK: En este momento los beneficios que recibe el Asociado están dados por la rebaja en los costos que deben abonar por los cursos, la atención y asesoramiento permanente por parte de nuestra administración y el Consejo Directivo, un consultorio jurídico gratuito para todos los asociados, en los temas referidos a la profesión, y en general facilitar todas la tramitaciones que los P.A.S. deben realizar con las autoridades reguladoras.



**INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES**

Más de 95 años brindando respaldo, solidez y experiencia. Y el asesoramiento más conveniente a tu necesidad.

**PRUDENCIA Seguros**

www.prudenciaseguros.com.ar • prudencia@prudenciaseguros.com.ar  
Palacio Houliet, 25 de Mayo 489 6°, CABA • 0800-345-0085


 www.prudenciaseguros.com.ar • prudencia@prudenciaseguros.com.ar  
 Palacio Houliet, 25 de Mayo 489 6°, CABA • 0800-345-0085






Nº de inscripción en SSN: 0040  
 Atención al asegurado: 0800-466-8400  
 Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn


**SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

# HERRAMIENTAS A TENER EN CUENTA EN CASO DE SUFRIR UN ACCIDENTE VIAL

*Los tiempos que corren son tan vertiginosos como cambiantes. Según los especialistas la Humanidad está atravesando la tercera revolución industrial casi sin darnos cuenta. Las empresas perfeccionan sus sistemas y adquieren inteligencia artificial para máxima sus herramientas y reducir costos. En esta carrera algunas veces se deja de lado lo más valioso que podemos tener que es el capital humano.-*



Dr. Emilio Riestra, abogado penalista

Durante años muchas aseguradoras brindaban un servicio integral al asegurado otorgándole para el caso de accidentes viales, ciertos beneficios que no estaban expresamente enunciados en las condiciones de póliza pero que cumplían una doble función: asistir al asegurado ante una situación no deseada asesorándolo y en algunos casos asumiendo su defensa y por otro lado se conocía en forma directa e inmediata acerca del hecho acaecido y se podía decidir en forma clara y directa la resolución del siniestro con todas las pruebas obrantes en cada siniestro .-

Con el correr de los años las Aseguradoras comienzan a dejar de lado esa asistencia en sede policial y penal concluyendo que todas esas medidas generaban gastos y no generaban mayores beneficios. Este análisis, a mi criterio inexacto, no nos permite mensurar los beneficios que dicha intervención les traía aparejado. Dicha ausencia de las aseguradoras en sede policial y penal implica en forma directa resignar el contralor de la prueba recabada el día del siniestro por el personal policial preventivo con el agravante de dejar al conductor asegurado en un estado de indefensión.-

En un estado de derecho donde las Instituciones deberían funcionar en forma eficaz y efectiva no se necesitaría dicho contralor de parte pero desgraciadamente estamos muy lejos de contar con Organismos que nos aseguren en todos los casos transparencia e idoneidad.-

## **SITUACION PERSONAL DEL CONDUCTOR QUE PARTICIPO EN UN SINIESTRO CON LESIONADOS:**

Cuando hablo de indefensión me refiero a que la persona que haya tenido un siniestro más que probablemente se encuentre cubierto en el ámbito civil pero que a partir de ese momento comenzara una especie de vía crucis en lo que implica ser imputado en una causa penal en el marco de nuestra legislaciones. Hago mención que no es mi idea que las aseguradoras otorguen en forma generalizada la defensa penal pero sí que se establezca un plan de acción en la cual las Compañías tengan presencia inmediata en sede policial cotejando la prueba colectada, incorporando elementos que morigeren la situación del asegurado y con esto benefician su posición ante el reclamo de un tercero. En forma adicional le estamos dando asistencia al asegurado en un momento personal limite. Tengamos en cuenta que es probable que esa persona no atraviese nuevamente una situación similar pero nuestra asistencia y esclarecimiento de los hechos implicara una acción de marketing única y casi irrepetible.-

## **A QUIENES DEBEMOS ASISTIR:**

En primer lugar partimos de la idea que todos los conductores somos sujetos pasibles de ser imputados por un delito por nuestra conducción vial. Por ello estamos tratando con personas tan comunes como nuestros amigos, nuestros hijos o nuestros padres que como consecuencia de un accidente de tránsito donde resulta lesionado un tercero. En no pocas ocasiones menciono en los alegatos de un debate oral de este tipo "nos encontramos frente a un ciudadano que se encuentra involucrado en una acción fortuita con consecuencias en sede penal y no juzgando a un delincuente".-

### COMO ACTUAR ANTE UN ACCIDENTE VIAL:

Menciona una serie de elementos que todo conductor debería saber para poder manejar este tipo de contingencias:

- a.- Ante la ocurrencia de un accidente vial en que resultaren lesionados terceros, el conductor debe asistir a la víctimas llamando al 911, dando inmediata intervención sanitaria y policial.-
- b.- El vehículo debe detenerse inmediatamente en su posición original, con las balizas encendidas y las precauciones del caso para evitar una segunda colisión.-
- c.- Para el caso en que el lesionado se encuentre inmovilizado o caído, bajo ninguna circunstancia se debe cambiarlo de posición; a menos de que se encuentre en riesgo su vida (fuego, agua, etc.).
- d.- Al momento de arribar personal policial, se debe solicitar que las pericias de rigor se realicen con los rodados detenidos en su posición original.-
- e.- Adicionalmente, se debe solicitar que se incorpore a la investigación la filmación de las cámaras de seguridad (en caso de existir tener en cuenta que en muchos casos la filmación dura solo unos días), y se recomienda tomar fotografías de los vehículos involucrados y del lugar.-
- f.- Resulta importante intentar recabar algún testigo presencial, tomándole sus datos (nombre, dirección, teléfono y DNI), y para el caso en que se consiga, requerirle al personal policial que conste en el acta inicial.-
- g.- Para el caso en que el tercero estuviere consciente, se le deben solicitar los datos completos para formalizar la denuncia ante la aseguradora, y eventualmente realizar el pertinente reclamo.

### SITUACION EN SEDE POLICIAL:

Posterior a la intervención policial en el lugar donde se labran las pericias y diligencias de rigor, los conductores involucrados son llevados a comisaría, donde se los notifica como parte imputada. En dicha diligencia, las personas son notificadas firmando un acta, pero bajo ningún concepto la policía les puede tomar declaración, ya que al revestir el carácter de imputado, solo podrán declarar en sede judicial con la asistencia de un abogado de parte.

Adicionalmente, se les toman huellas dactilares para certificar que no tengan antecedentes penales, y se les certifica el domicilio real para establecer su paradero.

### CONTROL DE ALCOHOLEMIA

Más allá del consumo permitido por Ley atenuado por las condiciones de Póliza, el que suscribe adhiere a la tesitura de tolerancia 0 en cuanto a la ingesta de alcohol en los conductores. Por lo general en forma preliminar la policía realiza el control de alcoholemia vía pipeta de aire, realizando en muchos casos un doble control, remitiendo al conductor al Cuerpo Médico Forense de la jurisdicción que correspondiere, donde se complementa dicho control vía extracción no compulsiva de sangre y/u orina.-

Para el caso en que el lugar no cumpla con las normas básicas de higiene y asepsia, el conductor debe solicitar, constando en el acta dicho pedido, que se cumpla dicho control por otro método (orina o aire), teniendo en cuenta estas circunstancias.

Es fundamental que dicha postura quede especificada en el

sumario y no que se tome como una presunción de negativa a realizarse dicho control. La negativa trae aparejado un doble efecto negativo, por un lado en sede penal se tomará como una presunción de haber estado alcoholizado, y desde el punto de vista civil podría generar el rechazo del siniestro debiendo el conductor involucrado responder con su patrimonio personal las consecuencias del mismo.-

Recomiendo tomar contacto con los lesionados o su familia, para estar informados de su estado, por razones humanitarias; sin incentivar un vínculo con el tercero, que en nuestro país en muchas ocasiones se toma como un reconocimiento tácito de culpabilidad.

### SITUACION PROCESAL EN SEDE JUDICIAL:

La reforma judicial en nuestro país es un tema de estado pendiente que no puede retrasarse más. Hace unos días charlando con un Fiscal me informaba que se pretende implementar tomar declaraciones vía skype a las personas que se encuentren en zonas alejadas del Juzgado interventor para evitar los gastos que implica movilizarse (que se multiplican cuando se trata de algún detenido) salvaguardando las garantías procesales en todos los casos. Me decía en forma tragicómica que la mayoría de las Comisarias del Interior del país no tienen internet y que resulta imposible implementarlo.-

Como esta existen muchas falencias en nuestro Poder Judicial que sigue cosiendo los expedientes (no es una broma se cosen con hilo y aguja). El suscripto ejerce esta profesión desde hace 28 años y no ha visto modificaciones sustanciales quedando gran parte del proceso judicial en la era medieval por más *lex doctor* que incorporen.-

Como parte de este estancamiento los procesos penales en materia de delitos relacionados a la conducción vial pueden durar en algunos casos más de siete años. Por esta circunstancia quien se encuentra involucrado en un proceso penal como parte imputado solo tendrá cubierta todo reclamo civil que se le inicie para el caso de contar con una Aseguradora seria y solvente, debiendo solucionar su situación procesal en sede penal por sus medios.-

A los pocos días de la ocurrencia del siniestro el personal policial a cargo del sumario clausura la instrucción preliminar elevando las actuaciones a la Fiscalía o Juzgado interventor. A partir del ingreso formal de la causa, el Organismo Judicial tiene unos 60 días con sus respectivas prorrogas para recabar la prueba y solicitar la declaración indagatoria del conductor por entender que existen elementos suficientes en este momento del proceso para entender que debe declarar como imputado. Para el caso en que el conductor sea llamado a indagatoria debe contratar los servicios de un penalista particular o recurrir al defensor oficial que le provee el Estado a los pobres y ausentes. Para el caso en que se opte por el defensor oficial es probable que dicha asistencia técnica se limite al consejo de no declarar y firmar a futuro algún acuerdo con el Ministerio Fiscal reconociendo eventualmente responsabilidad.-

Como regla general la defensa penal de los conductores no es proporcionada por las aseguradoras que no analizan en forma pormenorizada cada caso quedando pendientes de producción elementos de prueba que podrían generar dos efectos positivos: por un lado se atenuaría la responsabilidad penal del conductor encontrándose en una mejor posición para dirimir responsabilidades en sede civil, y por otro lado se asistiría téc-

nicamente al asegurado quien no violó los deberes de cuidado en su conducción sino que estaba en el lugar justo en el momento equivocado.-

Las consecuencias de un proceso penal en este tipo de delitos varía en forma sustancial teniendo en cuenta el criterio imperante en cada Tribunal. El suscripto disiente con el criterio casi absoluto de la diferencia de porte y la prioridad de paso ya que el espíritu de la Ley no lo enuncia como regla de oro sino que lo establece como elementos a tener en cuenta. La caratula en dichos procesos dependerá de las lesiones sufridas por el damnificado que varían desde las lesiones leves (proceso de curación de las lesiones sufridas menor a un mes) lesiones graves (mayor a un mes), lesiones gravísimas (de carácter permanente) y muerte (homicidio culposo). El carácter de las lesiones tienen relación directa con la potencial penal que pudiere sufrir el conductor que van desde una multa e inhabilitación para conducir por un tiempo determinado hasta una pena efectiva con privación de libertad cuando se determinen determinados presupuestos.-

La modificación legal realizada recientemente establece como agravante con pena de prisión efectiva las siguientes acciones:

- a.- darse a la fuga.-
- b.-Estar alcoholizado o bajo los efectos de estupefacientes y/o negarse a dicho control de alcoholemia en algunas circunstancias.-
- c.- Participar o promover picadas.-

Por ello en algunas acciones de la vida cotidiana la línea entre la cotidianidad y el infierno es muy delgada y por esa razón insisto en que todo conductor debe extremar las medidas de precaución y ante una situación como la enunciadas pueda tener ciertas herramientas que le permitan llegar a una mejor solución.-

Lógicamente recomiendo acudir a los servicios de un abogado especialista en la materia para que tome vista del sumario. Luego de dicha vista que confeccione un dictamen analizando posibilidades para ejercer una mejor defensa intentando evitar una condena (por lo general en suspenso pero condena penal

al fin) y una inhabilitación para conducir.-

### CONSEJOS PARA LOS PRODUCTORES:

Como es usual el buen Productor de Seguros vela por los intereses de su cliente mas allá de sus obligaciones e intenta estar un paso adelantado a lo que vendrá educando y reeducando a los asegurados en su accionar.

Por esa razón hasta que las Aseguradoras no modifiquen su tesitura de no asistir a los asegurados ante siniestros con lesionados con intervención policial y sustanciación de la causa en sede judicial, recomiendo contar en la Organización con un abogado full time o también llamado 4x4 que pueda asistir a los asegurados las 24 horas en forma inmediata.-

En mi experiencia personal la presencia de un representante de la Aseguradora en sede policial en forma inmediata opera como contralor de parte del procedimiento ante el personal interventor generando una sensación de protección y seguridad al conductor que se encuentra ante una situación excepcional con una carga emocional inusual sin saber cómo resolverla.-

El beneficio de intervenir en forma inmediata es muy difícil de cuantificar en cuanto a los intereses que dicho control de la prueba le genere a las Aseguradoras. También es muy difícil mensurar el efecto disuasivo en algunos funcionarios de moral distraída desalentando potenciales acciones con aristas de fraude contra dicha Aseguradora.-

Aunque no se pueda ver con claridad en algunas acciones los intereses de las Aseguradoras están fuera de las condiciones de Póliza y se deben implementar mecanismos acordes al País que vivimos para poder ejercer el debido contralor.-

Como resultado podremos contar en forma y certera con los elementos objetivos para la resolución del siniestro sino que además estaremos ejerciendo una acción de marketing inmejorable con nuestro cliente en un momento casi irrepetible.-

## PENAS PARA LOS DELITOS DERIVADOS EN LA CONDUCCIÓN VIAL



### LESIONES ART. 94 CP leves, graves o gravísimas

- Multa
- Inhabilitación (de un mes a cuatro años)
- Condena (de un mes a tres años)

### HOMICIDIO CULPOSO Art. 84 CP

- Condena entre tres y seis años de prisión (a partir de tres años y un día, la pena es de cumplimiento efectivo)
- Inhabilitación para conducir hasta diez años

### Agravantes de la condena por homicidio culposo:

- Darse a la fuga
- Estar alcoholizado o bajo los efectos de estupefacientes y/o negarse a dicho control de alcoholemia en algunas circunstancias
- Participar o promover picadas.

# LO CUIDAMOS COMO VOS

SEGURO DE AUTO



**ROTURAS  
DE CRISTALES**



**REPOSICIÓN  
DE 0KM**



**REPOSICIÓN  
DE NEUMÁTICOS**

**RESPONSABILIDAD CIVIL • TOTAL • TERCEROS COMPLETOS • TODO RIESGO**

**TU TRANQUILIDAD CRECE.**

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

SEGUINOS EN   

 **GALENO**  
SEGUROS

Nº de inscripción en SSN  
0878

Atención al asegurado  
0800-686-8400

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

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

# APAS SANTIAGO DEL ESTERO



## **Tiempo de Seguros: Contanos acerca de la historia de la Asociación.**

María Teresa Teves: APAS Santiago del Estero, nace el año 2006, cuando un grupo de colegas visionarios, se unieron con la firme convicción de que el trabajo conjunto es la única manera de defender nuestros derechos. Ideales que se mantienen hasta el día de hoy.

## **TdS: ¿Cómo se compone actualmente su Comisión Directiva?**

MTT: La composición es la siguiente:

Presidente: María Teresa Teves

Secretario: Daniel Zírpolo

Tesorero: Cecilia Tarletta

1ªVocal: Daniel Rosemberg

2ªVocal: Alejandro Ortega

3ªVocal: Agustina Brizuela

1ªVocal Suplente: Juan Luis Fernández

2ª Vocal suplente: Flavia Oswald

JUNTA FISCALIZADORA

Leonardo Iglesias Correa

Natalia Meza

Suplente: Julio Ravelo

## **TdS: ¿Con qué cantidad de socios cuenta la Asociación?**

MTT: Nuestra primaria cuenta con 142 socios activos.

## **TdS: ¿Cómo ha sido el crecimiento del padrón en los últimos años y qué interés han mostrado los nuevos colegas en afiliarse y participar de la Asociación?**

MTT: Nuestra APAS está creciendo en forma gradual, cada vez se unen más jóvenes que llegan con una visión que refuerza nuestra idea de que el trabajo en equipo es fundamental para el desarrollo de la profesión. Es por eso que la Asociación está trabajando en brindar las herramientas que se necesitan para lograr este fin.

## **TdS: ¿Qué llegada tienen a los asociados de localidades más alejadas a la Sede y cómo promueven su acercamiento?**

MTT: En mi provincia la mayor parte de productores se encuentran en la capital y las ciudades más grandes, en el interior estos números son mucho menores. Desde APAS Santiago estamos buscando la forma de llevar al interior los cursos para aspirantes y el dictado de los PCC, de manera que podamos facilitar a nuestros colegas el acceso a estas capacitaciones y así también promover nuestra actividad en el resto de la provincia.

Algo similar es lo que nos pasa con los colegas que están a mucha distancia de los centros urbanos en el resto del país, FAPASA trabajando con el Consejo Federal esta evaluado de qué manera podemos facilitarles las capacitaciones.

## **TdS: ¿Cuáles son, en tu opinión, las principales problemáticas que afectan a los colegas en la región?**

MTT: La disminución de inversiones en el país nos atraviesa, como a todos, en este contexto se dificulta el desarrollo del mercado asegurador.

Por ejemplo, en Santiago del Estero hay una gran presencia de la actividad agraria y durante este año observamos que, los productores locales, ante la disminución del costo de venta de sus cosechas, decidían no asumir la inversión de tomar un seguro, arriesgándose así a las contingencias que podían presentárseles. De igual manera al tomar seguros automotores, relacionados con el riesgo del agro, se cubrían los camiones de transporte solo por el periodo que dure el trabajo a realizar y luego son dadas de baja las coberturas.



Comision Directiva APAS  
SANTIAGO DEL ESTERO

**TdS: ¿Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro, desde la asociación, en forma conjunta con los P.A.S.?**

MTT: Estamos haciendo campañas de difusión en redes sociales, nuestro objetivo principal es crear conciencia aseguradora. Promovemos el diálogo y el trabajo conjunto con autoridades de Seguridad Vial de nuestra provincia, hemos ofrecido la posibilidad de dictar cursos para Agentes de tránsito sobre el correcto uso de la Póliza Verde y las descargas digitales de las pólizas, por ejemplo.

En esta segunda mitad del año nos planteamos el propósito de realizar actividades sociales que promuevan la actividad aseguradora ante los riesgos que se presenten y lo importante que es la asesoría correcta.

Para nuestros socios trabajamos en diferentes capacitaciones, a parte de las horas obligatorias. Queremos que cada uno de los socios de APAS Santiago del Estero, colabore en forma activa desde su lugar a fomentar estas ideas.

**TdS: ¿Cómo ves el presente de la actividad económica y del seguro en la región?**

MTT: Nuestra provincia, tiene muy poca actividad industrial por lo que también las inversiones son escasas, la construcción, que tuvo un importante crecimiento en los últimos años, ha disminuido debido a las tasas elevadas de los préstamos y el aumento de la materia prima para construir.

La masa salarial más importante depende de la actividad pública, desde el estado hay políticas de mantenimiento de la fuente laboral, pero los ingresos son magros, esta situación ayuda a mantener el comercio minorista local, con muchas dificultades...como es de prever la actividad aseguradora se ve afectada.

**TdS: ¿Qué objetivos de mejoras y crecimiento se han propuesto durante el mandato de esta Comisión Directiva?**

MTT: Desde que asumimos, hace ya tres años, el principal objetivo fue el de posicionar la imagen del P.A.S. en la provincia, de ese objetivo deriva la conciencia aseguradora y la defensa del asegurado. Este ítem tiene una connotación muy fuerte en la asociación, dentro de la provincia hay diferentes operadores ilegales que comercializan papeles y engañan a los usuarios diciéndoles que son "SEGUROS" u operadores de riesgos y que están al margen de la SSN.

Estamos trabajando estas irregularidades con las autoridades correspondientes, es en esta instancia en donde confluyen los objetivos de posicionamiento profesional del P.A.S., la conciencia aseguradora y la defensa del Asegurado.

Otro tema que nos preocupa es la cobertura de la Obra Social para los nóveles P.A.S.; OSSEG tiene costos muy elevados y al no tener prima suficiente no pueden tener la protección de la misma. Es un tema que estamos trabajando con la comisión de Jóvenes Matrículas.

**TdS: ¿Qué beneficios otorgan a los colegas asociados?**

MTT: Ante todo no debemos olvidar que una APAS es una entidad gremial y nuestro compromiso es velar por el beneficio de nuestros socios, lo que estamos logrando al trabajar en forma coordinada con FAPASA.

El propósito APAS Santiago del Estero es buscar proteger y posicionar a nuestros colegas, capacitándolos para poder enfrentar los cambios que se producen en el mercado con una sinergia vertiginosa.

Hacia la sociedad transmitir la necesidad de cubrir su vida y su patrimonio a través del seguro, informar de las irregularidades en el mercado para tratar de evitar que los usuarios sean engañados, asistirlos, en lo posible, con asesoramiento legal en los casos de los siniestros, que se suponen, están cubiertos con estos operadores ilegales.



## Sumate a nuestra red de productores asesores de seguros

Contás con un equipo que te acompaña y brinda atención personalizada, como ningún otro lo hace.



Un puente entre las personas y su protección

Ingresá ahora y solicitá tu alta en [www.integrityseguros.com.ar/abrircodigo](http://www.integrityseguros.com.ar/abrircodigo)

O llamando al 4104-0708

Nº de inscripción en SSN  
720

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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



# EL APORTE DE LA INGENIERÍA DE RIESGOS AL ASEGURAMIENTO DE DAÑOS POR LLUVIAS TORRENCIALES



LEZA, ESCRIBANA Y  
ASOCIADOS S.A.

## EL APORTE DE LA INGENIERA DE RIESGOS AL ASEGURAMIENTO DE DAÑOS POR LLUVIAS TORRENCIALES

Las lluvias torrenciales y los seguros industriales

Por su ubicación geográfica, Argentina es un país vulnerable a una amplia gama de fenómenos naturales. Los fenómenos naturales con mayores consecuencias materiales y personales tienen un origen hidrometeorológico, que normalmente comienzan con lluvias torrenciales y finalizan con grandes inundaciones. Fenómenos que se han agravado en intensidad por efecto del cambio climático.

Los seguros que amparan estas pérdidas abarcan una serie de productos que incluyen seguros de automotores, vida y propiedad (entre otros); de todas estas coberturas, el seguro de propiedad se refiere a bienes inmuebles cuya localización es fija, es decir que la localización define el riesgo, tanto su probabilidad de ocurrencia como su intensidad.

Una buena inspección de riesgos, en forma previa a la contratación de los seguros, reduce e incluso evita la magnitud de los daños; este tipo de inspecciones son habituales en los seguros industriales, en especial cuando las pólizas son acompañadas de coberturas de seguros de pérdida de beneficios (para las operaciones en marcha) o DSU (para los proyectos en curso de construcción o montaje).

Cuando el ingeniero de riesgos trabaja para el propio asegurado, el aporte se amplía a revisar que la póliza de seguros cuente con la suma asegurada suficiente y las coberturas adecuadas para la transferencia de los riesgos derivados de estos fenómenos.

## LA INSPECCIÓN DE RIESGOS

Un error habitual es focalizar la inspección únicamente en aspectos accidentales, como incendios o explosiones, y omitir el análisis de fenómenos hidrometeorológicos, que en muchos casos constituyen la principal fuente de pérdidas en el largo plazo, por su recurrencia y la intensidad de los daños indirectos, como vamos a explicar en este artículo.

Es erróneo considerar que el sitio asegurado tiene que estar cerca de una zona cercana al agua para ser víctima de una inundación, está comprobado que aproximadamente el 25% de las pérdidas por inundaciones ocurren en zonas con riesgo bajo a moderado.

Las pólizas de seguros tienen cargas o recomendaciones preestablecidas que incluyen, por ejemplo, la obligación del almacenamiento de la mercadería a una cierta altura y, en el caso de las pólizas de construcción, la limitación de trabajos de zanqueo, o del almacenamiento de materiales en sitios con períodos de recurrencia de inundación menor a una vez cada 50 años; sin embargo, es habitual que los gerentes a cargo del sitio desconozcan estas exigencias que figuran en la póliza recibida por el funcionario administrativo de la oficina central.

Algunas aseguradoras brindan el servicio de inspección de techos por medio de "drones", lo cual es una medida de prevención muy útil, ya que gran parte de los daños a la mercadería provienen de las coberturas de "daños por agua" cuando los desagües sufren daños, por ejemplo, debido a la obstrucción por tierra o basura. El grado y frecuencia de limpieza de los desagües es una verificación que los ingenieros de riesgos tienen que realizar.

Estas inspecciones son mandatorias, es decir indispensables, cada vez que hay obras de construcción o ampliación en el interior de la planta industrial o en un predio cercano, es habitual que las obras modifiquen el escurrimiento de las aguas o que los materiales de construcción desplazados por el agua terminen obstruyendo los sistemas de desagües; el caso de la inundación provocada por el desborde del Río Mapocho durante las obras del autopista costanera en Santiago (Chile) en 2016, son un claro ejemplo de esta situación, y hay sido uno de los siniestros de obras de construcción más importantes de los últimos años.

Durante la inspección de riesgos, los ingenieros tienen que focalizarse en asegurar la confiabilidad del suministro eléctrico y de los sistemas de protección contra incendios durante las tormentas, la interrupción de energía eléctrica puede provocar daños indirectos mucho más graves que los daños directos, por ejemplo la solidificación de metales en cubas (plantas de aluminio o acerías), pérdida de muestras refrigeradas (laboratorios) o enfriamiento brusco de hornos, lo cual puede provocar incendios.

Un ejemplo de un incendio como consecuencia de una tormenta es el incendio que afectó la refinería de petróleo de Argentina en abril de 2013, siniestro que tiene el dudoso honor de ser el siniestro industrial más costoso de este país sudamericano, con daños cercanos a USD 800 millones.



Bomberos combaten el fuego en medio de una inundación provocada por lluvias torrenciales

Bomberos combaten el fuego en medio de una inundación provocada por lluvias torrenciales

La famosa inundación de la planta Alicante de la Empresa Nacional de Aluminio en Alicante (España) en 1982, fue, en aquella época, el siniestro industrial más costoso de la historia de ese país, la reconstrucción de la planta industrial luego de la inundación demandó más de 2 años.

Toda vez que se asegura la interrupción de la explotación (pérdida de beneficios), la existencia de un Plan de Continuidad de Negocios cobra una importancia capital; el primer paso es desarrollar el BIA (Business Impact Analysis), con un análisis de la vulnerabilidad frente a tormentas de cada uno de los procesos de negocios.

El aporte de la ingeniera de riesgos en la contratación del seguro  
Una vez finalizada la inspección del riesgo, llega el momento de verificar la cobertura de seguros, la póliza industrial es un “traje a medida” que debe ser adaptada al asegurado.

La póliza debe contar con sumas aseguradas actualizadas de

acuerdo al “valor de reposición a nuevo” de los activos, la mayor parte de las veces los siniestros serán parciales y tendrán que comprarse repuestos para la reparación. Algunos bienes que no tienen riesgos de incendio (por ejemplo, piscinas o cercos) suelen ser erróneamente excluidos de los seguros, y pueden ser gravemente afectados por inundaciones.

Cuando la póliza tiene un “sublímite” para los riesgos hidrometeorológicos hay que verificar que este límite monetario sea acorde a las pérdidas máximas probables (PML) calculadas para el riesgo de inundación, incluso para una lluvia torrencial que afecte varias plantas o ubicaciones en forma simultánea.

Dado que las lluvias duran varios días, las pólizas tienen que contar con la “cláusula de 72 hs” o similar, que permite agrupar temporalmente en un solo evento todos los daños que se producen dentro de este plazo convenido son parte del mismo siniestro, y que, por lo tanto, se aplica un único deducible.

A las coberturas de daños indirectos, se les debe prestar una atención especial, la cobertura adicional de gastos extraordinarios permitirá ciertas medidas de continuidad (por ejemplo el traslado de bienes a otro sitio o alquiler de ubicaciones sustitutas).

Muchos siniestros hidrometeorológicos afectan la continuidad de la actividad por un período extenso, no solo por los plazos habituales de reconstrucción, sino también por la falta de proveedores, cuya capacidad se ve rápidamente superada por excesiva demanda o que, incluso, son afectados por la catástrofe.

Aún cuando el asegurado no ha sufrido daños directos en sus instalaciones, hay que prestar especial atención a la pérdida de ingresos que puede provocar el daño de vías de acceso, de un proveedor, o incluso en viviendas de los empleados. Un caso de estudio es la pérdida financiera de los hoteles, cuando los huéspedes cancelan las reservas por falta de vuelos, temor a epidemias o simplemente porque no quieren visitar un sitio que perdió el “glamour” al ser afectado por una inundación.

Por último, nos vamos a referir a la importancia de verificar la redacción de la cobertura de remoción de escombros; en algunos casos, los costos de limpieza y retiro de lodos fueron denegados por los aseguradores porque la cláusula de remoción de escombros definía como escombros como restos de los bienes asegurados, lo cual no era la situación del lodo.

## EL AJUSTE DEL SINIESTRO

Dado que los fenómenos hidrometeorológicos son “catastróficos”, el servicio de ajuste de siniestros puede sufrir demoras relacionadas con la alta demanda y las dificultades de acceso al sitio.

Corredores de seguros han promovido la redacción de “Protocolos de ajuste” en los cuales la Aseguradora y Asegurado acuerdan, en forma previa, la forma en que se procederá a la liquidación del siniestro, el profesional a ser designado, el plazo máximo para acudir al sitio, la información que se le solicitará al asegurado y la forma de registración de los daños, entre otros aspectos.

Las imágenes satelitales de alta definición se han convertido en una herramienta insustituible para los aseguradores, las imágenes permiten distinguir las zonas que han estado inundadas, por cuanto tiempo, e incluso la magnitud de los daños.

Por último, no hay que olvidar la tarea que cumplen las empresas de saneamiento y restauración ante desastres, en todos los casos es importante que el asegurado proceda, de inmediato, a la reparación del daño.

Las lluvias torrenciales y los seguros de las viviendas y comercios

La persona interesada en contratar una póliza para su vivienda debe verificar que dicha póliza cuente con la cobertura de Riesgos Hidrometeorológicos. Esta cobertura ampara las pérdidas y desperfectos al inmueble provocados por huracanes, heladas, granizo, inundación por lluvia y vientos tempestuosos, entre otros. La póliza no ampara los cultivos del inmueble, animales, bienes muebles a la intemperie, edificios en muelles, sin puertas o con muros débiles.

Cabe destacar que hay un periodo de espera para esta protección. Es decir, una vez aceptada la cobertura, se tendrá que esperar un tiempo, que puede ser de un mes, para que la aseguradora brinde el respaldo para este fenómeno.

También es importante aclarar que algunas compañías consideran una inundación por lluvia como la acumulación o desplazamiento de agua originados por precipitaciones extraordinarias que "alcancen por lo menos el 85% del promedio considerado de los máximos de la zona de ocurrencia en los últimos diez años". Además, dicho evento debe estar certificado por el Servicio Meteorológico.

En caso de que, por el siniestro, la casa quede inhabitable, la compañía podrá hacer el pago de los gastos de mudanza, renta de departamento u hotel y almacenamiento temporal de las pertenencias, que operará durante el tiempo en el que se tenga que reconstruir la casa.

Los seguros de "índice" y la función preventiva del seguro

Es sabido que varios reaseguradores están promocionando la oferta de seguros de "índices", es decir pólizas que se "disparan automáticamente", toda vez que llueve más de una cierta cantidad de milímetros, o cuando una tormenta "nombrada" pasa a menos de una cierta distancia de un riesgo asegurado. Estas coberturas inmediatas, que permiten depositar la indemnización en forma automática (sin proceso de ajuste o liquidación) serán una gran ayuda pero sólo una asistencia parcial.

El seguro tiene, además de la función indemnizatoria, una función preventiva; son varios los países que han establecido coberturas de inundación que acompañan (en forma obligatoria u opcional) los seguros de las viviendas.

Dado que, como hemos citado anteriormente, los daños por inundación no son fenómenos totalmente aleatorios, sino que dependen, en gran medida de la zona en que se encuentra la propiedad asegurada, la tarificación requiere de un mapa de riesgos. Los mapas de riesgo sirven como referencias para ordenar el uso de la tierra, por razones obvias, las tierras más riesgosas (con costo del seguro más elevado) tienen a despoblarse.

Las viviendas en las zonas bajas, con frecuencia no encuentran cobertura en el sector privado y el estado debe subsidiar las primas de seguros, lo que constituye un incentivo adicional para iniciar obras de infraestructura y reducir el riesgo.

El seguro de inundación se encuentra en Latinoamérica en una etapa inicial, lo cual es llamativo, siendo que las catástrofes hidrometeorológicas son la principal causa de pérdidas en la región.

La famosa inundación de la planta Alicante de la Empresa Nacional de Aluminio en Alicante (España) en 1982, fue, en aquella época, el siniestro industrial más costoso de la historia de ese país, la reconstrucción de la planta industrial luego de la inundación demandó más de 2 años.

Toda vez que se asegura la interrupción de la explotación (pérdida de beneficios), la existencia de un Plan de Continuidad de Negocios cobra una importancia capital; el primer paso es desarrollar el BIA (Business Impact Analysis), con un análisis de la vulnerabilidad frente a tormentas de cada uno de los procesos de negocios.

## EL APORTE DE LA INGENIERA DE RIESGOS EN LA CONTRATACIÓN DEL SEGURO

Una vez finalizada la inspección del riesgo, llega el momento de verificar la cobertura de seguros, la póliza industrial es un "traje a medida" que debe ser adaptada al asegurado.

La póliza debe contar con sumas aseguradas actualizadas de acuerdo al "valor de reposición a nuevo" de los activos, la mayor parte de las veces los siniestros serán parciales y tendrán que comprarse repuestos para la reparación. Algunos bienes que no tienen riesgos de incendio (por ejemplo, piscinas o cercos) suelen ser erróneamente excluidos de los seguros, y pueden ser gravemente afectados por inundaciones.

Cuando la póliza tiene un "sublímite" para los riesgos hidrometeorológicos hay que verificar que este límite monetario sea acorde a las pérdidas máximas probables (PML) calculadas para el riesgo de inundación, incluso para una lluvia torrencial que afecte varias plantas o ubicaciones en forma simultánea.

Dado que las lluvias duran varios días, las pólizas tienen que contar con la "cláusula de 72 hs" o similar, que permite agrupar temporalmente en un solo evento todos los daños que se producen dentro de este plazo convenido son parte del mismo siniestro, y que, por lo tanto, se aplica un único deducible.

A las coberturas de daños indirectos, se les debe prestar una atención especial, la cobertura adicional de gastos extraordinarios permitirá ciertas medidas de continuidad (por ejemplo el traslado de bienes a otro sitio o alquiler de ubicaciones sustitutas).

Muchos siniestros hidrometeorológicos afectan la continuidad de la actividad por un período extenso, no solo por los plazos habituales de reconstrucción, sino también por la falta de proveedores, cuya capacidad se ve rápidamente superada por excesiva demanda o que, incluso, son afectados por la catástrofe.

Aún cuando el asegurado no ha sufrido daños directos en sus instalaciones, hay que prestar especial atención a la pérdida de ingresos que puede provocar el daño de vías de acceso, de un proveedor, o incluso en viviendas de los empleados. Un caso de estudio es la pérdida financiera de los hoteles, cuando los huéspedes cancelan las reservas por falta de vuelos, temor a epidemias o simplemente porque no quieren visitar un sitio que perdió el "glamour" al ser afectado por una inundación.

Por último, nos vamos a referir a la importancia de verificar la redacción de la cobertura de remoción de escombros; en algunos casos, los costos de limpieza y retiro de lodos fueron denegados por los aseguradores porque la cláusula de remoción de escombros definía como escombros como restos de los bienes asegurados, lo cual no era la situación del lodo.

## EL AJUSTE DEL SINIESTRO

Dado que los fenómenos hidrometeorológicos son "catastróficos", el servicio de ajuste de siniestros puede sufrir demoras relacionadas con la alta demanda y las dificultades de acceso al sitio.

Corredores de seguros han promovido la redacción de "Protocolos de ajuste" en los cuales la Aseguradora y Asegurado acuerdan, en forma previa, la forma en que se procederá a la liquidación del siniestro, el profesional a ser designado, el plazo máximo para acudir al sitio, la información que se le solicitará al asegurado y la forma de registración de los daños, entre otros aspectos.

Las imágenes satelitales de alta definición se han convertido en una herramienta insustituible para los aseguradores, las imágenes permiten distinguir las zonas que han estado inundadas, por cuanto tiempo, e incluso la magnitud de los daños.

Por último, no hay que olvidar la tarea que cumplen las empresas de saneamiento y restauración ante desastres, en todos los casos es importante que el asegurado proceda, de inmediato, a la reparación del daño.

### LAS LLUVIAS TORRENCIALES Y LOS SEGUROS DE LAS VIVIENDAS Y COMERCIOS

La persona interesada en contratar una póliza para su vivienda debe verificar que dicha póliza cuente con la cobertura de Riesgos Hidrometeorológicos. Esta cobertura ampara las pérdidas y desperfectos al inmueble provocados por huracanes, heladas, granizo, inundación por lluvia y vientos tempestuosos, entre otros. La póliza no ampara los cultivos del inmueble, animales, bienes muebles a la intemperie, edificios en muelles, sin puertas o con muros débiles.

Cabe destacar que hay un periodo de espera para esta protección. Es decir, una vez aceptada la cobertura, se tendrá que esperar un tiempo, que puede ser de un mes, para que la aseguradora brinde el respaldo para este fenómeno.

También es importante aclarar que algunas compañías consideran una inundación por lluvia como la acumulación o desplazamiento de agua originados por precipitaciones extraordinarias que "alcancen por lo menos el 85% del promedio considerado de los máximos de la zona de ocurrencia en los últimos diez años". Además, dicho evento debe estar certificado por el Servicio Meteorológico.

En caso de que, por el siniestro, la casa quede inhabitable, la compañía podrá hacer el pago de los gastos de mudanza, renta de departamento u hotel y almacenamiento temporal de las pertenencias, que operará durante el tiempo en el que se tenga que reconstruir la casa.

### LOS SEGUROS DE "ÍNDICE" Y LA FUNCIÓN PREVENTIVA DEL SEGURO

Es sabido que varios reaseguradores están promocionando la oferta de seguros de "índices", es decir pólizas que se "disparan automáticamente", toda vez que llueve más de una cierta cantidad de milímetros, o cuando una tormenta "nombrada" pasa a menos de una cierta distancia de un riesgo asegurado. Estas coberturas inmediatas, que permiten depositar la indemnización en forma automática (sin proceso de ajuste o liquidación) serán una gran ayuda pero sólo una asistencia parcial.

El seguro tiene, además de la función indemnizatoria, una función preventiva; son varios los países que han establecido coberturas de inundación que acompañan (en forma obligatoria u opcional) los seguros de las viviendas.

Dado que, como hemos citado anteriormente, los daños por inundación no son fenómenos totalmente aleatorios, sino que dependen, en gran medida de la zona en que se encuentra la propiedad asegurada, la tarificación requiere de un mapa de riesgos. Los mapas de riesgo sirven como referencias para ordenar el uso de la tierra, por razones obvias, las tierras más riesgosas (con costo del seguro más elevado) tienen a despoblarse.

Las viviendas en las zonas bajas, con frecuencia no encuentran cobertura en el sector privado y el estado debe subsidiar las primas de seguros, lo que constituye un incentivo adicional para iniciar obras de infraestructura y reducir el riesgo.

El seguro de inundación se encuentra en Latinoamérica en una etapa inicial, lo cual es llamativo, siendo que las catástrofes hidrometeorológicas son la principal causa de pérdidas en la región.

MEXICO

# Ingeniería de riesgos

## LEA

PERÚ BRASIL  
BOLIVIA  
CHILE URUGUAY  
ARGENTINA

Desde 1974

Cuanto más aleatorio es el riesgo que usted asume, más necesita nuestro **INFORME COMPARATIVO**.

**LEA** compara el resultado de la inspección con otros riesgos de similar actividad, utilizando la base de datos del mercado de seguros más actualizada y completa de toda la región.

[www.lea-global.com](http://www.lea-global.com)

 Consultores  
**Leza, Escriña y Asociados S.A.**  
en Ingeniería de Riesgos  
y Valuaciones

 **CEPI**  
COMITÉ DE ESPECIALISTAS EN PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS

# APAS SUR PATAGONIA



Carlos Omar Villegas  
Presidente

## **Tiempo de Seguros: Carlos, contanos acerca de la historia de tu Asociación.**

COV: Nuestra Asociación se empieza a gestar en el año 2014 cuando, después de varios intentos fallidos anteriores y ante la visita de representantes de FAPASA, nos juntamos un grupo aproximado de 35 PAS de la zona y le empezamos a dar vida a esta Asociación que es una de la más extensa en su radio de acción ya que abarca las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego obteniendo nuestra personería jurídica en el 2015 para empezar a funcionar.

## **TdS: ¿Cuál es la actual composición de la Comisión Directiva?**

COV: Nuestra Comisión Directiva está compuesta actualmente por:

Presidente: Carlos Omar Villegas

Vicepresidente: Guillermo Von Stolzmann

Secretaria: Adriana Mariela Da Conceicao Patrocinio

Tesorero: Horacio Miguel Moreno

Vocal Titular 1ro.: Carlos Coeetse

Vocal Titular 2do.: Andrés Uranga

Vocal Suplente 1ro.: Sandra Andrade

Vocal Suplente 2do.: Ramón Pablo Arias

Revisor de Cuentas Titular: Lorena Fama

Revisor de Cuentas Suplente: Eduardo Mernes

## **TdS ¿Con qué cantidad de socios cuenta la Asociación?**

COV: Aun no contamos con una cantidad importante de socios; actualmente somos solamente 50 asociados.

TdS: ¿Cómo ha sido el crecimiento del padrón en los últimos años y qué interés han mostrado los nuevos colegas en afiliarse y participar de la Asociación?

COV: Lamentablemente en nuestra zona todavía no ha impactado de la forma que esperábamos la afiliación a la misma pero de todas maneras de a poco estamos teniendo mayor contacto con los P.A.S. de las distintas regiones y aprovechamos estos últimos cambios realizados en la modalidad de los PCC para poder realizar una nueva campaña de concientización y afiliación a nuestra asociación.

## **TdS: ¿Qué llegada tienen con los socios de localidades más alejadas a la Sede y cómo promueven su acercamiento?**

COV: Justamente nuestra Asociación abarca tres provincias patagónica con distancias muy grandes entre localidad y localidad de a poco nos estamos posicionando con cada zona en particular, tratando de brindar los cursos de PCC para que los P.A.S. no se tengan que desplazar grandes distancias para realizarlos. Actualmente estamos dictando los cursos obligatorios en Comodoro Rivadavia para los productores locales y en las zonas de Trelew, Puerto Madryn, distante de nuestra ciudad unos 380 Km y 450 Km, y también estamos asistiendo a nuestros colegas de Tierra del Fuego, distante 1600 Km de nuestra zona de residencia.

## **TdS: ¿Cuáles son en tu opinión las principales problemáticas que afectan a los colegas en la región?**

COV: En el orden institucional por supuesto es la distancia que deben realizar para poder cumplimentar con los requerimientos del ente de control llámese PCC obligatorios y presencial y exámenes de competencia de todo tipo (ampliación

geográfica, ampliación de matrícula, cursos adeudados). En el aspecto laboral en particular a la comercialización de ART con el topeo comisional y también la proliferación de agentes institorios tales como bancos, concesionarios de automotores y las empresas de venta digital.

**TdS: ¿Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro y desde la sede y en forma conjunta con los PAS?**

COV: En principio nuestra difusión hacia los colegas se realiza a través de nuestro correo electrónico, WhatsApp y la presencia personal en la fiscalización de los cursos; tenemos pendiente de realizar una página Web, el envío masivo por los demás medios electrónicos y también estamos gestionando la realización de cursos con temas inherente a la profesión. Además, como tema primordial, crear la conciencia aseguradora en la población.

**TdS: ¿Cómo ves el presente de la actividad económica y del seguro en la región?**

COV: La participación del rubro seguros dentro del PBI nacional juega un rol importante para el país nuestra región no es ajena a este concepto pero debido a los vaivenes de la economía, esto afecta a las economías regionales de una manera muy importante y nuestra zona en particular no escapa a ello dentro de nuestra región, en la provincia del Chubut: vivimos de la agricultura, ganadería, pesca, turismo y la más importante la industria petrolera todas actividades resentidas económicamente en Santa Cruz también con el agravante de que una gran parte de la población son empleados públicos y en Tierra del Fuego con

la problemática de muchas de las actividades fabriles instaladas en el lugar a pesar de ser una zona franca.

**TdS: ¿Qué objetivos de mejoras y crecimiento se han propuesto durante el mandato de esta Comisión Directiva?**

COV: Nuestra Comisión tiene como premisa tener una mayor participación en la zona para poder facilitar a nuestros colegas la realización de cualquier trámite que tengan que realizar en todo lo concerniente a nuestra profesión.

Por supuesto la capacitación constante para poder adaptarnos a los cambios a nivel tecnológico y seguir siendo el canal de ventas más importantes en el rubro seguros. Otro objetivo a cumplir es el sueño de la sede propia para una mejor atención de los socios.

**TdS: ¿Qué beneficios otorgan a los colegas asociados?**

COV: Por empezar fueron grandes los cambios que se han notado en la zona desde que estamos funcionando; cabe destacar el asesoramiento en todo trámite que debe realizar el productor al Organismo de Control y la capacitación en los cursos de PCC.

Nuestra zona ha sido favorecida en el dictado de cursos de PCA 100% on line debido a las distancias existente entre las localidades participantes y además también se están realizando la toma de examen de competencia y de temas adeudados en la zona cuando alcanzamos la cantidad mínima de participantes que nos exige el Ente Ley 22400.

De a poco iremos sumando más beneficios a medida que se sumen como socios activos a nuestra asociación.



**CARUSO SEGUROS**

Cuidamos lo que más **querés.**

- Seguro Tu Vida
- Seguro Accidentes Personales
- Seguro Tu Hogar
- Seguro Tu Auto
- Seguro Tu Moto
- Seguro Tu Bolsa Protegido

Atención al cliente  
**0810 222 3535**  
[www.carusoseguros.com.ar](http://www.carusoseguros.com.ar)

● Córdoba: Marcelo T. de Alvear 328. Tel.: (0351) 426 8888  
● Salta: Buenos Aires 324. Tel.: (0387) 426-7800  
● CABA: Av. Corrientes 617, 3º piso. Tels.: (011) 4328 2396/1449

Consultá con tu Productor Asesor de Seguros o en cualquiera de nuestras 41 agencias del país.

Nº de inscripción en SSN 0406 | 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

# ¿QUIÉN NECESITA UN SEGURO CIBERNÉTICO?

## EL RIESGO CIBERNÉTICO Y LOS SEGUROS

El riesgo cibernético (“cyberisk”) puede definirse como las pérdidas derivadas del uso de la tecnología de la información y la comunicación, cuando la tecnología está comprometida en su confidencialidad, integridad o en la disponibilidad de los datos, sistemas o servicios.

La industria aseguradora se ha preocupado por el riesgo de cobertura cibernética “oculta o silenciosa”, también llamada “no afirmativa, que podría estar contemplada en los seguros tradicionales (Propiedad, Responsabilidad, marítimos, etc.), que no fueron diseñados especialmente para cubrir estos riesgos, pero en muchos casos si lo hacen por falta de exclusiones. La opinión mayoritaria en el mercado es que cualquier tipo de riesgo cibernético debería ser trasladado a pólizas específicas denominadas de “cobertura afirmativa” dando lugar al nacimiento de un nuevo ramo de seguros.

Esta circular está destinada a analizar el estado actual de este debate, a partir de un análisis de los seguros para riesgos cibernéticos ofrecidos por el mercado, denominados “POLIZAS MULTIRRIESGOS CIBERNÉTICOS”

## ANTES QUE NADA, ANALIZAR MIS PÓLIZAS VIGENTES

Hasta hace algunos años, ninguno de los seguros excluía los riesgos cibernéticos; esta situación comenzó a cambiar en Y2K, cuando se comenzaron a introducir exclusiones. El riesgo cibernético no afirmativo, también llamado “silencioso” o “no intencionado” se refiere a las exposiciones desconocidas o no cuantificadas (para las aseguradoras) que se originan a partir de los peligros cibernéticos que pueden disparar distinto tipo de pólizas no específicas para el riesgo cibernético.

Las cláusulas más habituales para la exclusión de riesgos cibernéticos son las cláusulas CL380 y NMA2914 y NMA 2915, las cuales tienen distintos alcances:



LEZA, ESCRÍÑA Y ASOCIADOS S.A.

	NMA 2914	NMA 2915	CL380
<b>Nombre</b>	Electronic Data Endorsement A	Electronic Data Endorsement B	Institute Cyber Attack Exclusion Clause
<b>¿Distingue daño malicioso y/o no malicioso?</b>	No distingue	No distingue	Se refiere solo a daños maliciosos
<b>Responde por</b>	Consecuencias de incendio / explosión y puede extenderse a otros peligros adicionales (como rotura de máquinas)	Consecuencias de incendio / explosión y puede extenderse a otros peligros adicionales (como rotura de máquinas)	Excluye todos los daños maliciosos excepto que el seguro brinde cobertura de guerra
<b>¿El riesgo cibernético es un riesgo o un disparador de la póliza?</b>	Es un disparador, pero debe registrarse un daño material súbito	Es un disparador, pero debe registrarse un daño material súbito	Es un disparador
<b>¿Cubre la restauración del daño en el sistema cibernético afectado?</b>	Cubre la restauración hasta el estado original.	Cubre el valor del medio afectado y el tiempo para restaurar la información en back up	No cubre
<b>Se usa mayoritariamente en riesgos de</b>	Propiedad (Todo Riesgo) Manufactura y Energía	Propiedad (Todo Riesgo) Manufactura y Energía	Responsabilidad Civil, Construcción

La cláusula LSW 238 se utiliza para amparar las pérdidas provocadas por robos de valores y crímenes realizados por equipos de computación, especialmente en las pólizas integrales bancarias.

Los riesgos silenciosos, o no afirmativos, se pueden ilustrar, por ejemplo, como un malware que infecta un GPS, que podría causar accidentes de aviación, marinos o de automóviles; como un incidente cibernético que provoca un incendio, por ejemplo, a través de un dispositivo conectado a las casas, o como una práctica inadecuada en la gestión de la seguridad informática de una corporación que lleva a un reclamo en una póliza D&O.

Hay pocos ejemplos de ataques cibernéticos que se han materializado como daño físico, ya que el ciber se suele manifestar en forma de pérdidas más intangibles, y no tanto en daños físicos; sin embargo, en 2014 el gobierno alemán informó que un ataque cibernético había provocado daños materiales en una acería cuando un horno fue apagado en forma sorpresiva por hackers que se introdujeron en el sistema de control.

Otro caso de daños materiales fue el ocurrido en centrales nucleares de Irán, en 2010, con el virus Stuxnet. En este caso se produjo el daño varias máquinas centrífugas para enriquecimiento de uranio y fue atribuido al ejército israelí en el contexto del enfrentamiento entre ambos países.

## EL ANALISIS DEL RIESGO CIBERNÉTICO

Un análisis de riesgos cibernéticos debe ser realizado en forma previa a la contratación de una póliza de seguros, incluyendo la siguiente metodología de análisis:

- Desarrollo de un perfil de riesgos ¿Cuál de los riesgos (1 al 7) afecta mi actividad?
- Revisión del "wording" de los contratos" existentes (posible cobertura de riesgos silenciosos) y de las pólizas de riesgos afirmativos, ya que hay diferentes pólizas en el mercado.
- Análisis de eventos ocurridos en la propia empresa y en el sector.
- Elaboración de escenarios de pérdidas realistas
- Análisis de las medidas preventivas
- Nivel de encriptación
- Análisis de los planes de contingencia, de recuperación, plan de crisis y de continuidad del negocio

Una de las preocupaciones principales deber ser que la industria cuente con personal preparado para enfrentar contingencias. Algunos "cyber attacks" han provocado caída del sistema de energía o caídas de los sistemas de control; estas contingencias tienen que enfrentarse con planes pre elaborados, ensayados y capacitando al personal (especialmente a partir de simulaciones).

Muchos operadores de salas de control (especialmente en procesos continuos) se han mostrado incapaces de controlar eventos relativamente sencillos como roturas de tuberías, escapes e incluso inundaciones de partes de la planta; preocupa pensar que puede pasar frente a un "general outage" de energía o del propio sistema de control.

Enfrentar el riesgo cibernético implica pensar en el software y hardware (sistemas de control robustos a prueba de "cyber attack"), pero también en la preparación humana frente a toda contingencia y porque además estaremos mejorando la cultura de seguridad en forma integral.

## ¿QUIEN NECESITA UN SEGURO CIBERNÉTICO?

Un buen análisis de riesgos derivará, seguramente, en las siguientes recomendaciones:

Empresas para las cuales se recomienda **en gran medida** la contratación (en forma inmediata) de un Seguro de Riesgos Cibernéticos:

- Las empresas que brindan un servicio "on line": **Comunicaciones, Servicios de Internet, Retailers, recreación on line, pagos.**
- Empresas con bases de datos personales con registros de valores referidas a cuentas monetarias o no monetarias, como valores (dinero, acciones, o cualquier otro tipo de valor): **Bancos, casas de cambio, Fintech, operadores bursátiles on line y otras**
- Las organizaciones que recopilan información personal sensible (de personas) referidas a su salud, estado civil, domicilio, relaciones y actividades: **Sistemas de salud, hospitales, incluso instituciones educativas.**
- Empresas responsables del funcionamiento de redes de datos o comunicaciones: **Empresas telefónicas, de comunicaciones, programadores, asistencia técnica on-line, sistemas de monitoreo a distancia de alarmas o dispositivos.**

Empresas para las cuales **en ciertos** casos se recomienda la contratación (en forma inmediata) de un Seguro de Riesgos Cibernéticos:

- Las organizaciones que procesan datos confidenciales de otras empresas: **Logística, Tercerización de actividades, servicios profesionales legales y contables.**
- Aquellas que sustentan el negocio en propiedad intelectual exclusiva almacenada en medios electrónicos: **Cine, Patentes, Licencias.**
- Las empresas de servicios públicos que controlan sus operaciones (operación y/o facturación) con internet de las cosas (IOT) o con sistemas industriales de control (ICS): **Suministro de agua, electricidad, transporte de electricidad, municipalidades**
- Posiblemente su empresa tiene varias plantas industriales y su riesgo de daño físico se encuentra diversificado, pero sus empleados utilizan los sistemas centralizados de control de la producción o distribución y no sabrían que hacer si los sistemas fallan: **Manufactura, Industria Pesada.**
- Las empresas que almacenan información en la nube, especialmente si es información confiada por terceros.

Empresas para las cuales se recomienda **en baja proporción** la contratación (en forma inmediata) de un Seguro de Riesgos Cibernéticos:

- Las empresas con servicio "on line" de relativa importancia en el negocio.
- Empresas con bases de datos personales o corporativas de escasa relevancia.
- Las organizaciones que recopilan información personal o corporativa de escasas sensibilidad.
- Empresas en las cuales el análisis de riesgos muestra niveles de restauración del servicio que no ponen en riesgo la integridad financiera de la organización.

## COBERTURAS DISPONIBLES

Las diversas pólizas que amparan "riesgos afirmativos" cubren los costos que surgen del impacto en la propia empresa de una vulneración o falta de disponibilidad de datos o un ataque a la red (falta de disponibilidad del sistema), ya sean estas consecuencias a la propia empresa y una responsabilidad frente a terceros.

Entre los daños a la propia empresa, los más importantes son los siguientes:

1. Costos de investigación, de notificación a los afectados y de control de créditos o deudas económicas derivadas de una vulneración de datos
2. Pérdidas por interrupción del negocio/ extra costos para continuar la operación
3. Extorsión cibernética y ransomware.
4. Costos de reemplazar, restaurar y recrear datos dañados o perdidos

En relación con la responsabilidad frente a terceros las coberturas habituales son las siguientes:

1. Responsabilidades por daños personales, responsabilidad por uso de claves para transacciones financieras y costos de defensa y prevención.
2. Responsabilidades asumidas por la seguridad de redes.
3. Responsabilidades frente a autoridades por la privacidad de datos personales, multas y costos de defensa.

Hay diferentes tipos de pólizas, con diferentes alcances y wordings. Todas contienen gran cantidad de exclusiones, para las cuales se pueden desarrollar planes "a medida". Algunas de las **exclusiones relativas** que se identifican en las coberturas, son las siguientes:

- Juego on line, Remates on line, Empresas de provisión de servicios de internet, Sitios de pagos, sitios de entretenimiento para adultos, sitios de monedas virtuales
- Riesgos cibernéticos no maliciosos / falta de fidelidad de empleados
- Peligros naturales
- D&O – Responsabilidades de gerentes y directores
- Valor económico de los datos
- Transferencia ilegal de fondos
- Daños materiales o lesiones, falla de infraestructura, robo de telecomunicaciones
- Huelgas o Guerra

## CONCLUSIONES

Al instante de iniciar un Análisis de los Riesgos Cibernéticos en una empresa, las siguientes evidencias empíricas recabadas

de la experiencia del mercado de seguros, deben ser tenidas en cuenta:

- 1) Los daños "no intencionales" han sido (en general) de fácil recuperación, en general los planes de contingencia y recuperación ante desastres logran reponer el servicio en tiempos suficientes sin afectar la salud financiera de los afectados.
- 2) Los "ataques" (daños intencionales), logran en cierta proporción sus comprometiéndolo la salud financiera de largo plazo de las empresas. Una gran proporción de casos (pero de menor cuantía) se relacionan con la transferencia de información confidencial a terceros, los casos más graves son aquellos en los cuales los datos han permitido transferencias ilícitas de valores o de propiedad intelectual, como en el caso de Sony Pictures.
- 3) En menor cantidad de casos, (pero con pérdidas más importantes), se produce la interrupción del negocio (como el caso Playstation,) también ilustrado en el caso Sony.
- 4) Las daños directos en la infraestructura (como incendios o roturas de máquinas) han sido (hasta ahora) de menor importancia y se refieren especialmente a ataques intencionales e ideológicos. La protección de los daños se relaciona con la capacidad de los operadores de detener las instalaciones en forma segura cuando el control automático deja de funcionar. (una serie de casos puede ser recabada en la página [www.risidata.com/index.php?/Database/event\\_date/desc](http://www.risidata.com/index.php?/Database/event_date/desc)).
- 5) No deben dejarse de lado los casos en los cuales un daño cibernético es consecuencia de un ataque o accidente analógico, como una falta de fidelidad de un empleado o un incendio afecta el servicio on line, como en el caso de UOL adjunto.



# MAPFRE

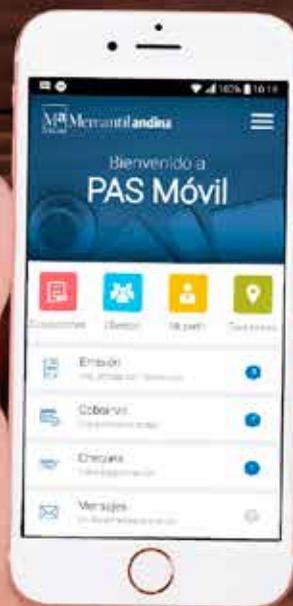
La aseguradora global de confianza

0810-666-7424  
[www.mapfre.com.ar](http://www.mapfre.com.ar)



## Tu oficina en tu celular

**PAS Móvil**



Conocé la nueva app de Mercantil andina para productores de seguros:

- **Cotizá seguros al instante.**
- **Consultá estados de pólizas.**
- **Compartí con tus clientes cupones de pago y certificados de cobertura.**
- **Recibí notificaciones de pagos de siniestros, emisión y vencimientos de pólizas.**
- **Comunicate con tus asegurados.**



[www.mercantilandina.com.ar](http://www.mercantilandina.com.ar) | [f mercantilandinaseguros](https://www.facebook.com/mercantilandinaseguros) | [@masegurostw](https://twitter.com/masegurostw) | 0810.888.6262

Nº de inscripción en SSN  
116

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



TIEMPO DE SEGUROS CUENTA CON EL APOYO INSTITUCIONAL DE:



SPONSORS PLATA



SPONSORS ESPECIALES



AUSPICIOS



Y EL COMITE ASEGURADOR ARGENTINO CONFORMADO POR:



## SPONSORS PLATINO



### **ALLIANZ ARGENTINA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**

Domicilio: Av. Corrientes 299 (C1043AAC) C.A.B.A.

Teléfonos: (011) 4320-3800 / 01

Página Web: [www.allianz.com.ar](http://www.allianz.com.ar)



### **FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.**

Domicilio: Av. 51 N° 770 - (B1900AWP) - La Plata - P.B.A.

Teléfonos: (0221)429-0200

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



### **GRUPO SANCOR SEGUROS**

Domicilio: Ruta Nacional n° 34 Km. 257

(2322) SUNCHALES - SANTA FE -

Teléfonos: (03493) 428-5000

Página web: [www.gruposancorseguros.com](http://www.gruposancorseguros.com)



### **RÍO URUGUAY COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.**

Domicilio: Congreso de Tucumán N° 21 -(E3260FTA)

Concepción del Uruguay -ENTRE RIOS -

Teléfonos: (03442)420-200

Página web: [www.riouruguay.com.ar](http://www.riouruguay.com.ar)



### **SEGUROS BERNARDINO RIVADAVIA COOP. LTDA**

Domicilio: Av. 7 N 755 (B1900TFV) La Plata - P.B.A.

Teléfonos: (0221)513-3200

Página web: [www.seguosrivadavia.com](http://www.seguosrivadavia.com)

## SPONSORS ORO



### **GALENO SEGUROS S.A.**

Domicilio: Elvira Rawson de Dellepiane 150 - Piso 1

(C1107DBD) C.A.B.A.

Teléfonos: (011)4348-1100/ 1300

Página web: [www.galenoseguros.com.ar](http://www.galenoseguros.com.ar)

**HECTOR MARTINEZ SOSA S.A.**

Domicilio: Av. Del Libertador N° 174 - (B1638BEN)  
Vicente López - P.B.A.  
Teléfonos: (011)4849-9200  
Pagina web: [www.unibroker.com.ar](http://www.unibroker.com.ar)

**HDI SEGUROS S.A.**

Domicilio: Pres. Tte. Gral. Juan Domingo Perón N° 650  
(C1038AAN) CABA  
Telefonos: 5300-3300  
Pagina web: [www.hdi.com.ar](http://www.hdi.com.ar)

**LIBRA CÍA. ARGENTINA DE SEGUROS S.A.**

Domicilio: Olazábal 1515 Piso 11 Of. 1103 - (1428), C.A.B.A.  
Teléfono: 0800-888-5427  
Web: <https://www.libraseguros.com.ar/>

**MARSH S.A.**

Domicilio: Florida N° 234 - Pisos 2° y 3° - (C1005AAF) C.A.B.A.  
Teléfonos: 4320-5800  
Página web: [www.marsh.com.ar](http://www.marsh.com.ar)

**COMPAÑÍA DE SEGUROS LA MERCANTIL ANDINA S.A.**

Domicilio: Casa Matriz: Necochea 183 - (5500)  
Mendoza - Pcia. de Mendoza  
Teléfono: (0261) 429-8388  
Página Web: <http://www.mercantilandina.com.ar/>

**PROVINCIA ASEGURADORA DE RIESGOS DEL TRABAJO S.A.**

DOMICILIO: Carlos Pellegrini N° 91 (C1009ABA) - C.A.B.A.  
Teléfonos : (011) 4819-2800  
Página web: [www.provinciart.com.ar](http://www.provinciart.com.ar)

**SAN CRISTÓBAL SEGUROS**

Domicilio: Italia 646 - (2000) Rosario - Santa Fe.  
Teléfono: (0341) 4202000.  
Página web: [www.sancristobalseguros.com.ar](http://www.sancristobalseguros.com.ar)

## SPONSORS PLATA



### **AFIANZADORA LATINOAMERICANA S.A.**

Domicilio: 25 de Mayo 81 – Piso 4 º (C1002ABA) – C.A.B.A.

Teléfonos: (011)4331-2320

Página web: [www.afianzadora.com.ar](http://www.afianzadora.com.ar)



### **ASOCIART S.A. ASEGURADORA DE RIESGOS DEL TRABAJO**

Domicilio : Av. Leandro N. Alem N° 621 – (C1001AAB) – C.A.B.A.

Teléfono: (011) 4317-7400

Página web: [www.asociart.com.ar](http://www.asociart.com.ar)



### **IKÉ ASISTENCIA ARGENTINA S.A.**

Domicilio: Manuel Ugarte N° 1674 – Piso 4º – (1428) C.A.B.A.

Teléfonos: (011) 4136-0600

Página web: [www.ikeasistencia.com.ar](http://www.ikeasistencia.com.ar)



LO PRIMERO SOS VOS

### **GRUPO ASEGURADOR LA SEGUNDA**

Domicilio: Brig. Gral. Juan Manuel de Rosas 957  
(S2000CCE) Rosario – Santa Fe -

Teléfonos: 0341-420-1000

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



### **MAPFRE ARGENTINA SEGUROS S.A.**

Domicilio: Alférez Hipólito Bouchard 4191 – Piso 7  
(B1605BNA) Munro – P.B.A.

Teléfonos: (011)4756-1211

Página Web: [www.mapfre.com.ar](http://www.mapfre.com.ar)



### **ORBIS COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.**

Domicilio: Boedo 125 – (1206AAB) C.A.B.A.

Teléfonos: 0810-666-7247

Página web: [www.orbiseguros.com.ar](http://www.orbiseguros.com.ar)



### **PREVINCA SEGUROS S.A.**

Domicilio: Entre Ríos 537 – (S2000CRI) - Rosario – SANTA FE

Teléfonos: (0341) 426-2201

Página web: [www.previnca.com.ar](http://www.previnca.com.ar)



### **RS 4 NEUMÁTICOS Y SERVICIOS**

Domicilio: Av. Andres Rolón N° 338 (B1642BIQ) San Isidro - P.B.A.  
Teléfonos: (011)4859-1200  
Pagina web: [www.rs4neumaticos.com.ar](http://www.rs4neumaticos.com.ar)

## SPONSORS ESPECIALES



### **CARUSO CIA. ARGENTINA DE SEGUROS SA**

Domicilio: Av. Corrientes 617 - Piso 3 - (1043) C.A.B.A.  
Teléfonos: 0810-222-3535  
Página web : [www.carusoseguros.com.ar](http://www.carusoseguros.com.ar)



### **COLÓN COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**

Domicilio: Alicia Moreau de Justo 170 - Piso 3º y 4 - C.A.B.A.  
Teléfonos: +5411 0800-222-6566  
Página web: [www.colonseguros.com.ar](http://www.colonseguros.com.ar)



### **CRV GROUP S.A.**

Domicilio: Av. Luis M. Campos 1301 (1426) CABA  
Teléfonos: 011-5365-5555  
Pagina web: [www.crvgroup.com.ar](http://www.crvgroup.com.ar)



### **INTÉGRITY SEGUROS ARGENTINA S.A.**

Domicilio: Av. Paseo Colón 357 Planta Baja - CABA  
Teléfonos: 4104-0000  
Página Web: <http://www.integrityseguros.com.ar/>



### **LA EQUITATIVA DEL PLATA SA DE SEGUROS**

Domicilio: Carlos Pellegrini 1069 (1009) C.A.B.A.  
Teléfonos: 5070-3000  
Página web : [www.laequitativa.com.ar](http://www.laequitativa.com.ar)



### **LA HOLANDO SUDAMERICANA S.A.**

Domicilio: Sarmiento 309 - (C1041AAG) C.A.B.A.  
Teléfonos: 4321-7600  
Pagina web: [www.holansud.com.ar](http://www.holansud.com.ar)



#### **MGP BROKER**

Domicilio: Reconquista 617 9° Piso - CABA  
Teléfonos: 0810-345-6342  
Página Web: <http://www.mgpbroker.com.ar/>



#### **NATIVA SEGUROS S.A.**

Domicilio: Rivadavia 2983 - (B7400CUM) - OLAVARRIA - PBA  
Teléfonos: 02284-44-0440  
Página web: [www.nativaseguros.com.ar](http://www.nativaseguros.com.ar)



#### **ORGANIZACIÓN AMPARO SRL**

Domicilio: Misiones 33 - (4200) Santiago del Estero  
Teléfonos: 0385 - 4226767  
Página web : [www.amparoseguros.com](http://www.amparoseguros.com)



#### **SOFTEAM**

Domicilio: Calle 526 N° 902, esquina 4  
La Plata (Tolosa) - Buenos Aires  
Teléfonos: 0221-427-3637  
Página Web: <http://www.softeam.com.ar>



#### **TPC COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.**

Domicilio: Reconquista 458 - Piso 4 - (C 1003 ABJ) - C.A.B.A.  
Teléfonos: (011) 4876-5300  
Página web: [www.tpcseguros.com](http://www.tpcseguros.com)



#### **VICTORIA SEGUROS S.A.**

Domicilio: Florida N° 556 - (C1005AAL)- C.A.B.A.  
Teléfonos: 4322-1100  
Pagina web: [www.victoria.com.ar](http://www.victoria.com.ar)



**ADMIRALTY SERVICES S.A.**  
ABOGADOS - LIQUIDADORES DE AVERÍAS

## **ALS ADMIRALTY SERVICES**

Domicilio: Alicia Moreau de Justo 740 - Piso 2 Of 212  
Puerto Madero (1107) C.A.B.A.  
Teléfonos: 4331-4324  
Página web : [www.admiraltylaw.com.ar](http://www.admiraltylaw.com.ar)



## **ARIEL SILVA**

Domicilio: Junin 762 y 766 - (3400) Corrientes  
Pcia.de Corrientes  
Teléfonos: 0379-4467744 / 4747 / 6660 / 6300  
Página web : [www.arielsilva.com.ar](http://www.arielsilva.com.ar)



## **CIO BROKER DE SEGUROS**

Domicilio: Leandro N. Alem 2902 (7600) Mar del Plata - P.B.A.  
Telefonos: 0810-333-8343  
Pagina web : [www.ciobrokerargentina.com.ar](http://www.ciobrokerargentina.com.ar)  
[www.cioseguros.com.ar](http://www.cioseguros.com.ar) (portal PAS)



## **CUBUS BROKER DE SEGUROS**

Domicilio: Cordoba 2531 Entrepiso - (2000) Rosario  
Pcia.De Santa Fe  
Teléfonos:0341 - 4466700  
Página web : [www.cubusbroker.com.ar](http://www.cubusbroker.com.ar)



## **ESTUDIO NASSIVERA LANZA**

Domicilio: Pasco 158 - Piso 8º Of A - (C1081AAD) C.A.B.A.  
Teléfonos: (011) 5368-1839 Y 9197  
Pagina web: [www.nassiveralanza.com](http://www.nassiveralanza.com)



**Global Solution Broker S.A.**  
Innovación en Servicios al Productor de Seguros

## **GLOBAL SOLUTION**

Domicilio: Tucuman 840 - Piso 4 - (1049) C.A.B.A.  
Teléfonos: 5352-5252  
Página web : [www.gsbroker.com.ar](http://www.gsbroker.com.ar)



## **LEZA ESCRIÑA Y ASOCIADOS S.A.**

Domicilio: Zavalía N° 2125 (1428) C.A.B.A.  
Teléfonos: (011) 4786-7000  
Página web: [www.lea-global.com](http://www.lea-global.com)



#### **MAJOSEG**

Domicilio: Av. Corrientes 457 – Piso 6 – (1043) C.A.B.A.  
Teléfonos: (011) 4326-3876/ 77 / 78  
Página web : [comercial@majoseg.com.ar](mailto:comercial@majoseg.com.ar)



#### **NEW LEADERS CONSULTORES EN SEGUROS**

Domicilio: Viamonte 454 – Piso 7- Of 13/14 (1053) C.A.B.A.  
Teléfonos: (011) 4516-0506  
Página web : [www.newleaders.com.ar](http://www.newleaders.com.ar)



#### **SEGUROS 911**

Domicilio: Av. Cordoba 673 – Piso 13 – (1035) C.A.B.A.  
Teléfonos: 5238-2911  
Página web : [www.seguros911.com.ar](http://www.seguros911.com.ar)



#### **S & C BROKER DE SEGUROS**

Domicilio: Camila O' Gorman 412 – Piso 18  
Puerto Madero - (1107) C.A.B.A.  
Teléfonos: 5263-7500  
Página web: [www.scbrokerdeseguros.com](http://www.scbrokerdeseguros.com)



#### **OVILAM (Observatorio Vial Latinoamericano)**

Domicilio: Mariano Acha 4731 (1630) C.A.B.A.  
Teléfonos: 15-51016095  
Página web : [www.ovilam.com.ar](http://www.ovilam.com.ar)



#### **ROBERTO MECCA**

Domicilio: 25 de Mayo 611 (C 1002) C.A.B.A.  
Teléfonos: (011) 4311-1651  
Página web : [www.robortomecca.com.ar](http://www.robortomecca.com.ar)



#### **PRUDENCIA SEGUROS**

Domicilio: 25 de Mayo 489 – Piso 6 – (C1002) – C.A.B.A.  
Teléfonos: 0800-345-0085  
Página web: [www.prudenciaseguros.com.ar](http://www.prudenciaseguros.com.ar)



#### **SELLING POINT**

Domicilio: Av. Las Heras 3828 Piso 8 B ( ) C.A.B.A.  
Teléfonos: 3221-2909 / 1736  
Página web: [www.sellingpointla.com](http://www.sellingpointla.com)

# INCIDENCIA DEL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL SOBRE LA INTERMEDIACIÓN EN LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO DE SEGURO



Por el DOCTOR HÉCTOR MIGUEL SOTO

## 1. NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL DE LA NACIÓN

1.1. Argentina tiene un nuevo Código Civil y Comercial.

El mismo comenzó a regir el Primero de Agosto de 2015.

No se trata de la modificación de ciertos aspectos de la legislación civil y comercial anterior, sino de un nuevo cuerpo normativo, concebido como un nuevo conjunto de normas interrelacionadas, y coherentemente sistematizadas.

1.2. La nueva legislación civil y comercial introduce disposiciones que complementan, y en cierto sentido modifican, la regulación jurídica de la actividad de los Productores Asesores de Seguros.

Intentaremos en este trabajo exponer algunos aspectos del nuevo Código Civil y Comercial que afectan, influyen, o modifican la regulación legal de la actividad de los Productores Asesores de Seguros.

## 2. INTERMEDIACION Y REPRESENTACION EN LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO DE SEGURO

### 2.1. LA INTERMEDIACIÓN EN LA CELEBRACIÓN DE LOS CONTRATOS

La intermediación en la celebración de un contrato, es la acción por la que una persona promueve esta celebración, poniendo en contacto a los interesados en celebrarlo, pero sin constituirse, ella misma, en parte del contrato, ni ser representante de alguno de los contratantes.

El intermediario es una especie de catalizador que facilita y procura el acuerdo, realizando una actividad meramente material y no esencialmente jurídica.

El simple "intermediario" carece de facultades decisorias. No actúa por ninguna de las partes del contrato, ni decide por alguna de ellas.

### 2.2. LA REPRESENTACIÓN EN LA CELEBRACIÓN DE UN CONTRATO

El representante de alguna de las partes, en cambio, "decide" la celebración del contrato y "estipula" su contenido.

Su actividad se rige por las normas que regulan la "representación", y produce, entre las partes y frente a terceros, los efectos resultantes de esa figura jurídica. Los representantes no asumen personalmente las obligaciones, ni adquieren los derechos, que resultan del contrato. Son terceros respecto del contrato que concluyen.

### 2.3. DENOMINACIÓN DE LOS INTERMEDIARIOS Y LOS REPRESENTANTES EN LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO DE SEGURO.

A. En Argentina se denominan Productores Asesores de Seguros a las personas humanas autorizadas a intermediar en seguros, las que también se encuentran habilitadas para formar sociedades con el objeto exclusivo de intermediar en seguros.

Además de promover la celebración de contratos, su principal obligación y cometido, es asesorar al asegurado o asegurable.

B. A quienes una entidad aseguradora les otorga un poder general para celebrar

contratos de seguro en su nombre se los denomina en Argentina "Agentes Institutorios".

Quien es representante de una aseguradora no puede ser, al mismo tiempo, intermediario entre ella y la contraparte.

Son actividades lógicas y legalmente incompatibles.

### 3. CONCURRENCIA Y PRELACIÓN DE NORMAS

A. En materia contractual, el Art. 963 del CCC, establece que cuando concurren disposiciones de este Código y de alguna ley especial, las normas se aplican en el siguiente orden de prelación:

- a. Normas indisponibles de la ley especial y de este código.
- b. Normas particulares del contrato.
- c. Normas supletorias de la ley especial.
- d. Normas supletorias de este Código.,

B. Por lo tanto, la relación contractual entre el Productor Asesor de Seguros y la entidad Aseguradora se regirán por las normas que en orden de aplicación procederemos a enunciar:

- a. En primer lugar, por las normas indisponibles de la Ley 22.400, de la Ley de Seguros y de la Ley 20.091;
- b. En segundo lugar por las normas indisponibles del CCC;
- c. En tercer lugar por lo que hubieren pactado las partes,
- d. Y en cuarto lugar, en aquello en que no se hubiesen manifestado expresamente las partes, por las normas supletorias de la Legislación Especial y, por las normas supletorias del CCC, en ese orden.

### 4. NATURALEZA JURIDICA DE LA INTERMEDIACIÓN EN SEGUROS

#### 4.1. LA INTERMEDIACIÓN EN SEGUROS ES UNA ESPECIE DEL CORRETAJE

A. Dispone el Art. 1345 CCC, que "Hay contrato de corretaje cuando una persona, denominada corredor, se obliga ante otra, a mediar en la negociación y conclusión de uno o varios negocios, sin tener relación de dependencia o representación con ninguna de las partes."

Esta definición del corretaje incluye dentro de la misma a la intermediación en la celebración del contrato de Seguro. Por lo tanto, la intermediación en la celebración de un contrato de seguro es una especie o clase del corretaje, y participa de su misma naturaleza jurídica.

B. El art.1355 del CCC, del capítulo que regula el corretaje, dispone que "Las reglas de este Capítulo no obstan a la aplicación de las disposiciones de leyes y reglamentos especiales."

Por lo tanto se aplican a la intermediación en seguro las disposiciones de la legislación especial que se refiere a la misma (Ley de Seguros, Ley 20091 y Ley 22400), y supletoriamente las disposiciones sobre corretaje del CCC.

### 5. OBLIGACIONES DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS RESULTANTES DEL CCC

#### 5.1. ENUNCIACIÓN

A. Son obligaciones del Productor Asesor de Seguros, además de las que resultan de la legislación especial, las obligaciones impuestas al corredor en el CCC, en tanto no contradigan alguna disposición de las leyes especiales.

Dada la naturaleza jurídica de la actividad que desarrolla, el Productor Asesor de Seguros en el ejercicio de su labor intermediadora, está obligado, como los demás corredores, y de acuerdo a lo dispuesto en los incisos a, b, c, y d del Art. 1347 del CCC:

a. A asegurarse de la identidad de las personas que intervienen en los contratos de seguro en los que intermedia, y de su capacidad legal para contratar.

b. A proponer los contratos de seguro en los que intermedia con exactitud, precisión y claridad, absteniéndose de mencionar supuestos inexactos que puedan inducir a error a las partes.

c. A comunicar a las partes todas las circunstancias que sean de su conocimiento y que de algún modo puedan influir en la conclusión o modalidades del negocio.

d. A mantener confidencialidad de todo lo que concierne a negociaciones en las que interviene, la que sólo debe ceder ante requerimiento judicial o de autoridad pública competente.

B. Estas obligaciones, según las circunstancias, las tiene el Productor Asesor de Seguros tanto respecto del asegurado como de la entidad aseguradora.

### 6. EFICACIA JURÍDICA DE LOS "USOS Y PRÁCTICAS" EN LA ACTIVIDAD DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

6.1. De acuerdo con lo establecido en el art. 964 del CCC, integran el contenido de estos acuerdos los "usos y prácticas" del lugar de la celebración, en cuanto sean aplicables, si se da alguna de las siguientes circunstancias:

- a. Cuando hayan sido declarados obligatorios por las partes.
- b. Cuando sean ampliamente conocidos y regularmente observados en el ámbito en que se celebra el contrato, excepto que su aplicación sea irrazonable.

#### 6.2. OBLIGACIONES DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS RESULTANTES DE LOS "USOS Y PRÁCTICAS"

A. Hay conductas de los Productores Asesores de Seguros que no surgen como obligaciones del texto mismo de la ley pero que, eventualmente, podrían resultar de los "usos y prácticas", como ser, por ejemplo, avisar del vencimiento del plazo del seguro al tomador; o realizar los trámites para obtener la renovación del contrato; o bien advertir sobre la conveniencia de modificar la cobertura durante su vigencia.

B. Debe tratarse de "usos y prácticas" ampliamente conocidos y que sean regularmente cumplidos.

Corresponde probar al que alega estos "usos y prácticas", su existencia y que son ampliamente conocidos y observados con regularidad.

### 7. LA RETRIBUCIÓN DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

#### 7.1. LA RETRIBUCIÓN DEL PRODUCTOR EN LA LEY 22400

"Los productores asesores percibirán las comisiones que acuerden con el asegurador, salvo en los casos en que la autoridad de aplicación estime necesario la fijación de máximos o mínimos." (Art. 5 L 22400)

"El derecho del productor asesor a cobrar la comisión se adquiere cuando la entidad aseguradora percibe efectivamente el importe de la prima o, proporcionalmente, al percibirse cada cuota en aquellos seguros que se contraten con esta modalidad." (Art. 6 L 22400)

Estas disposiciones de la Ley Especial se aplican con preferencia a las disposiciones del CCC.

#### 8.2. LA RETRIBUCIÓN DEL PRODUCTOR EN EL CCC

A. Sin perjuicio de la preeminencia de la ley especial 22.400, se aplican a la retribución del Productor Asesor de Seguros, algunas disposiciones del CCC referentes a cuestiones no contempladas en las leyes especiales.

B. En ese sentido, el Art. 1350 del CCC establece que el corredor, y por lo tanto el Productor Asesor de Seguros en su caso, tienen derecho a la comisión estipulada si el negocio se celebra como resultado de su intervención.

C. Por su parte, el artículo 1352, inciso c, del CCC, establece que si el corredor, y en su caso el Productor Asesor de Seguros, inicia la negociación y el comitente encarga su conclusión a un tercero, o lo concluye por sí en condiciones sustancialmente similares, tiene derecho a la comisión pactada.

D. La Ley 22.400 no contempla el caso de que la retribución no hubiera sido convenida por las partes o establecida por la autoridad de control. De darse ese supuesto sería aplicable el art. 1350 del CCC, que establece que si no hay estipulación, el corredor, y en su caso el Productor Asesor de Seguros, tiene derecho a la de uso en el lugar de celebración del contrato o, en su defecto, en el lugar en que principalmente realiza su cometido. A falta de todas ellas, la fija el juez.

## 9. PRUEBA DEL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

### 9.1. CARGA DE LA PRUEBA

El Art. 894 del CCC dispone que la carga de probar el cumplimiento de una obligación se distribuye entre las partes de la siguiente manera:

A. En las obligaciones de “dar” y de “hacer” la carga de la prueba pesa sobre quien invoca el cumplimiento, es decir sobre el deudor.

B. En cambio, en las obligaciones de “no hacer”, la carga de la prueba incumbe al acreedor que invoca el incumplimiento.

### 9.2. MEDIOS DE PRUEBA

De acuerdo a lo dispuesto por el Art. 895 del CCC, el cumplimiento de las obligaciones del Productor Asesor de Seguros “...puede ser probado por cualquier medio excepto que de la estipulación, o de la ley, resulte previsto el empleo de uno determinado, o revestido de ciertas formalidades”.

### 9.3. PRUEBA INSTRUMENTAL

A. La prueba instrumental es el medio más eficaz para acreditar el cumplimiento de las obligaciones del Productor Asesor de Seguros.

De acuerdo con lo dispuesto por el artículo 286 del CCC, la expresión escrita de la voluntad puede tener lugar por instrumentos públicos, o por instrumentos particulares firmados o no firmados, excepto en aquellos supuestos en que una determinada instrumentación sea impuesta para el caso.

B Los instrumentos particulares pueden hacerse constar en cualquier soporte siempre que su contenido sea representado con texto inteligible, aunque su lectura exija medios técnicos.

El Art. 287 del CCC, señala que son instrumentos particulares no firmados, entre otros:

- a. Los impresos,
- b. Los registros visuales o auditivos de cosas o hechos; y
- c. Cualquiera que sea el medio empleado, los registros de la palabra y de información.

C El valor probatorio de los instrumentos particulares, firmados o no, debe ser apreciado por el juez ponderando, entre otras pautas:

- a. La congruencia entre lo sucedido y lo narrado.

b. La precisión y claridad técnica del texto.

c. Los usos y prácticas del tráfico.

d. Las relaciones precedentes.

e. La confiabilidad de los soportes utilizados y de los procedimientos técnicos que se apliquen.

D. Se hace imprescindible que los jueces y las partes requieran asistencia técnica adecuada para poder determinar el grado de certeza y confiabilidad de los instrumentos particulares no firmados.

E. Es de la mayor importancia que el Productor Asesor de Seguros establezca por escrito en base papel, y claramente, la forma y el valor de las comunicaciones o notificaciones que se cursen

Es aconsejable declarar que la comunicación dirigida a un determinado correo electrónico equivale al conocimiento de su contenido una vez abierto o transcurrido un cierto tiempo desde la recepción.

Dado que, generalmente la obligación del Productor es la de asesorar, es importante que quede clara constancia y prueba de ese asesoramiento.

F. Debe llevar la contabilidad que le exijan las normas en general, o la SSN en particular.

No está obligado a llevar otra contabilidad que la mencionada, pero nada le impide hacerlo.

### 9.4. CORRESPONDENCIA

El art. 318 del CCC dispone que:

“La correspondencia, cualquiera sea el medio empleado para crearla o transmitirla, puede presentarse como prueba por el destinatario, pero la que es confidencial no puede ser utilizada sin consentimiento del remitente.”

“Los terceros no pueden valerse de la correspondencia sin asentimiento del destinatario, y del remitente si es confidencial.”

### 9.5. CONTABILIDAD (ART 320 CCC)

A. Contabilidad Obligatoria y Contabilidad Voluntaria

“Están obligados a llevar contabilidad todas las personas jurídicas privadas y quienes realizan una actividad económica organizada o son titulares de una empresa o establecimiento comercial, industrial, agropecuario o de servicios...” Sin perjuicio de ello “Cualquier otra persona puede llevar contabilidad si solicita su inscripción y la habilitación de sus registros o la rubricación de sus libros...” de la manera prevista en el Código.

B. Dispone el artículo 320 CCC, que, sin perjuicio de lo establecido en leyes especiales, quedan excluidas de las obligaciones previstas en dicho Código las personas humanas que desarrollan profesiones liberales...”

Si se admitiera que los Productores Asesores de Seguros deben ser considerados profesionales liberales, los mismos se encontrarían eximidos de la obligación de llevar la contabilidad que prevé el CCC.

C. Además de la contabilidad que, en algunos casos, le exige el CCC, los Productores Asesores de Seguros, deben llevar las registraciones que les impone la Autoridad de Control.

D. Con respecto a la eficacia probatoria de la contabilidad de los Productores Asesores de Seguros, de acuerdo con

lo dispuesto por el art. 330 del CCC, se pueden distinguir varios supuestos.

- a. Los Registros prueban contra quien los lleva aunque no estuvieran llevados en legal forma.
- b. La contabilidad prueba a favor de quien la lleva, cuando su oponente, llevando contabilidad, no presenta registros regulares contrarios.
- c. Cuando resulta prueba contradictoria de los registros, y unos y otros se hallan en regla, el juez debe prescindir de este medio de prueba.

E. Entendemos que estos principios del CCC sobre la eficacia probatoria de las registraciones, son extensivos a los registros que tienen obligación de llevar los Productores Asesores de Seguros por disposición de la Superintendencia de Seguros de la Nación.

## 10. OBLIGACIONES DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

A. El Productor Asesor de Seguros puede ser deudor de una obligación de hacer, y, en ciertos casos, de una obligación de dar.

Por ejemplo, la obligación de asesorar al asegurado, o la obligación de informar a la entidad aseguradora el verdadero estado del riesgo que, conocido por el Productor Asesor de Seguros, hubiera impedido o modificado el contrato, son obligaciones de hacer.

En cambio, por ejemplo, la obligación de rendir la cobranza de primas por parte del Productor Asesor de Seguros es una obligación de dar.

B. Los artículos 955 y 956 del CCC establecen que la imposibilidad sobrevenida, objetiva, absoluta y definitiva de la prestación extingue la obligación, y si la imposibilidad sobreviene debido a causas imputables al deudor, y en el caso que nos ocupa al Productor Asesor de Seguros, se produce la modificación del objeto de la obligación original, que se convierte en la de pagar una indemnización por los daños causados.

También se produce este efecto cuando el plazo es esencial o el incumplimiento frustra el interés del acreedor de manera irreversible.

El incumplimiento de la obligación de asesorar al asegurado, y en ciertos casos de informar a la entidad aseguradora, generalmente son obligaciones que no admiten su cumplimiento tardío, y en las cuales el no cumplimiento en tiempo transforma tal incumplimiento en un incumplimiento absoluto y definitivo de la obligación.

C. En cambio, cuando el deudor, y en su caso el Productor Asesor de Seguros, no cumple con una prestación a su cargo que aún puede ser ejecutada tardíamente, el acreedor puede solicitar su cumplimiento con más los correspondientes accesorios.

## 11. RESPONSABILIDAD CIVIL DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS A LA LUZ DEL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

### 11.1. ELEMENTOS DE LA RESPONSABILIDAD CIVIL

Para que el Productor Asesor de Seguros incurra en responsabilidad deben darse los siguientes elementos:

- a. El incumplimiento de una obligación originaria, que en forma absoluta y definitiva impide y torna imposible su cumplimiento tardío.
- b. Que el incumplimiento de dicha obligación original obedezca a culpa o dolo del Productor Asesor de Seguros.
- c. Que exista relación causal entre el incumplimiento de la obligación originaria y el daño invocado o producido.

### 11.2. ¿PODRÍA CONSIDERARSE AL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS UN PROFESIONAL LIBERAL?

A. El art. 1768 del CCC establece que la actividad de los profesionales liberales está sujeta a las reglas de las obligaciones de hacer.

También se dispone que la responsabilidad es subjetiva, excepto que se haya comprometido un resultado concreto. La responsabilidad de los profesionales liberales no se extiende al hecho de las cosas y actividades riesgosas prevista en el artículo 1757 del CCC.

B. No define el CCC quién debe considerarse un profesional liberal.

El diccionario se refiere a la profesión como el empleo o el trabajo que ejerce una persona, y que suele requerir algún tipo de estudios teóricos.

Para ser liberal, la profesión debe ejercerse libremente, sin depender de otro.

Debe tratarse de una profesión que requiera autorización, y sobre la que se ejerza cierto control del estado, o de organismos a los que el estado les delega esa atribución.

También debe requerir una cierta capacitación

C. ¿Se requiere título universitario para ser un profesional liberal?

La ley de defensa del consumidor exime de su normativa a los profesionales liberales que cuenten con título universitario, con lo cual pareciera admitir, indirectamente, que existen profesionales liberales que, para serlo, no necesitarían título universitario.

D. Los Productores Asesores de Seguros ejercen su actividad libremente, se les exige que se capaciten y que demuestren su capacidad mediante exámenes que los consideren aptos para el ejercicio de su labor, deben contar con la autorización del Estado que sólo la otorga cuando el aspirante cumple las rigurosas exigencias necesarias para ello, deben realizar estudios y están obligados a capacitarse permanentemente. Por último están sometidos a un control muy estricto, a veces mayor que el que se ejerce sobre otras actividades.

E. Debe ser un tema de análisis determinar si el Productor Asesor de Seguros debe considerarse o no un profesional liberal a los efectos del artículo 1778 CCC. Si se contestase afirmativamente esta cuestión serían aplicables a los Productores Asesores de Seguros el régimen previsto en el artículo 1778 del CCC y estos no serían responsables, objetivamente aunque sí subjetivamente, por los daños resultantes de las cosas de que se valgan en el ejercicio de su actividad, o por las consecuencias de las actividades riesgosas que emprendan.

### 11.3. EXTENSIÓN DEL DAÑO REPARABLE

Habitualmente el incumplimiento de las obligaciones del productor debe considerarse definitivo e irreversible, y habitualmente, dicho incumplimiento hará nacer el deber de indemnizar el daño causado por este.

En tal caso la indemnización comprenderá las consecuencias dañosas inmediatas, y aún las mediatas si fueron previsibles al momento de asumirlas.

Si hubiere dolo, también deberán indemnizarse las consecuencias dañosas mediatas, previsibles al momento del incumplimiento.

Dispone el Art. 1743 del CCC que el daño debe ser acreditado

por quien lo invoca, excepto que la ley lo impute o presuma, o que surja notorio de los propios hechos

#### 11.4. CARGA DE PROBAR LA RELACIÓN CAUSAL ENTRE EL INCUMPLIMIENTO Y EL DAÑO

De acuerdo a lo dispuesto por el Art. 1736 del CCC, la carga de probar la relación de causalidad entre el incumplimiento del Productor Asesor de Seguros y el daño corresponde al reclamante, salvo que la ley la impute o la presuma.

Si el Productor Asesor de Seguros invoca en su defensa la existencia de una causa ajena que le haya impedido cumplir, o que el cumplimiento de su obligación ha devenido imposible, pesa sobre él la carga de probar estas circunstancias eximentes.

#### 11.5. CARGA DE PROBAR LA CULPABILIDAD

A. Excepto disposición legal en contrario, la carga de probar la culpa o el dolo del Productor Asesor de Seguros corresponde a quien los alegue.

Si probados la culpa o el dolo hubiera circunstancias eximentes de dicha conducta corresponde que las mismas sean acreditadas por el Productor. (Art. 1734 del CCC).

B. Sin perjuicio de esta regla general, el CCC le otorga al Juez la facultad de distribuir la carga de la prueba de la culpa, o de haber actuado con la diligencia debida, ponderando cuál de las partes se halla en mejor situación para aportarla.

C. Si el juez lo considera pertinente, durante el proceso debe comunicar a las partes que aplicará este criterio, de modo de permitir a los litigantes ofrecer y producir los elementos de convicción que hagan a su defensa. (Art. 1735 del CCC)

## 12. LA PRESCRIPCIÓN Y LA ACTIVIDAD DE LOS PRODUCTORES ASESORES DE SEGURO

### 12.1. PRESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES POR INCUMPLIMIENTO CONTRACTUAL

A. De conformidad con el Art. 2560 del CCC, la prescripción de la acción del Productor Asesor de Seguros para reclamar el pago de comisiones adeudadas es de cinco años. El Art. 2554 del CCC establece que el plazo de la prescripción comienza el día en que la comisión es exigible, que, por disposición de la ley especial 22.400, ocurre cuando la entidad aseguradora percibe la prima.

B. De acuerdo al mencionado Art. 2560 del CCC las acciones por cumplimiento del contrato, en contra o favor de los Productores Asesores de Seguros, también prescriben a los cinco años desde que la obligación es exigible.

### 12.2. PRESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES POR RESPONSABILIDAD CIVIL CONTRA EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

De conformidad con el art. 2561 del CCC la prescripción de las acciones por responsabilidad civil del Productor Asesor de Seguros es de tres años.

### 12.3. LA PRESCRIPCIÓN EN CURSO

“Los plazos de prescripción en curso al momento de entrada en vigencia de una nueva ley se rigen por la ley anterior. Sin embargo, si por esa ley se requiere mayor tiempo que el que fijan las nuevas, quedan cumplidos una vez que transcurra el tiempo designado por las nuevas leyes, contado desde el día de su vigencia, excepto que el plazo fijado por la ley antigua finalice antes que el nuevo plazo contado a partir de la vigencia de la nueva ley, en cuyo caso se mantiene el de la ley anterior.” (Art. 2537 del CCC)



# APAS TUCUMÁN



## **Tiempo de Seguros: Federico contamos acerca de la historia de tu Asociación.**

FC: En el mes de noviembre del año 1986 se reunieron en FET (Federación Económica de Tucumán) un grupo de productores asesores de seguros y declaran la necesidad imperiosa de constituir una agrupación en forma de asociación civil que congregue a los productores asesores de seguros de Tucumán.

Es así como surge ATPAS, ASOCIACIÓN TUCUMANA DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS, para la representación y defensa de los intereses de los Productores de Seguros, cuyos objetivos entre otros son promover normas ético-profesionales de la actividad, contribuir a la capacitación técnico-profesional, promover la relación con entidades nacionales y extranjeras, realizar cursos, conferencias, investigaciones, publicaciones, etc.

El 27 de Noviembre de 1986 quedó formalmente constituida la Asociación y desde entonces fueron muchos los directivos que dejaron sus enseñanzas y sus horas de trabajo en pos de aportar por el desarrollo de la misma.

## **TdS: ¿Cómo se compone la actual Comisión Directiva?**

FC: La composición es la siguiente:

Presidente: Chinellato, Federico Santiago

Vicepresidente: Sánchez, Eduardo

Secretario: Filomeno, Cristian

Prosecretario: Grignola, Napoleón

Tesorero: Guerrero, María Cristina

Protesorero: Saguir, Jorge

## **TdS: ¿Cuál es la cantidad de socios que posee la Asociación?**

FC: Actualmente contamos con 650 Asociados

## **TdS: ¿Cómo ha sido el crecimiento del padrón en los últimos años y qué interés han mostrado los nuevos colegas en afiliarse y participar de la Asociación?**

FC: En los últimos años nos hemos enfocamos en la incorporación de nuevos P.A.S. Nosotros creemos que el asesoramiento que brindamos a los Aspirantes durante el cursado, en sus distintas instancias, ayudo mucho a que se sientan acompañados e identificados con nosotros.

## **TdS: ¿Qué llegada tienen con los socios de localidades más alejadas a la Sede y cómo promueven su acercamiento?**

FC: Contamos con muchos P.A.S. asociados de otras localidades. Tratamos de facilitar las gestiones y resolver de manera eficaz, asesorándolos a través de la implementación de los deferentes medios de comunicación, creemos que estas son herramientas fundamentales en estos casos.

## **TdS: ¿Cuáles son, en tu opinión, las principales problemáticas que afectan a los colegas en la región?**

FC: Los temas que preocupan a gran parte de los P.A.S. (me atrevería a decir que a todos) son la venta del seguro ilegal, los agentes institorios y las retenciones aplicadas por los organismos gubernamentales.

## **TdS: Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro y desde la sede y en forma conjunta con los PAS?**

El año pasado se realizó una campaña, resaltando la importancia del Productor en la venta del seguro, utilizando distintos medios de comunicación como televisión, cartelerías en las calles, etc. Actualmente seguimos enfocándonos en este tema difundiendo en redes sociales.

## **TdS: ¿Qué objetivos de mejoras y crecimiento se han propuesto durante el mandato**

**de esta Comisión Directiva?**

FC: Si bien, hace poco tiempo que asumió la nueva Comisión Directiva, todos estamos de acuerdo en trabajar arduamente en beneficiar a los P.A.S.

Primordialmente trabajaremos en las presentaciones a realizar en los organismos de retención para disminuir el porcentaje del mismo.

Continuaremos con las capacitaciones a los P.A.S., pero incorporaremos a las distintas compañías. Creo que esto es muy favorable para los colegas noveles; la idea es que ellos conozcan los diferentes productos y servicios que cada una ofrece.

También apuntamos a la que la convocatoria de productores se

incrementa con el paso del tiempo, de tal manera que el equipo que conforma la asociación cada vez tenga más integrantes.

Además deseamos informar a la comunidad sobre nuestra profesión con la finalidad de terminar con la actividad ilícita de los seguros.

**TdS: ¿Qué beneficios otorgan a los colegas asociados?**

FC: Uno de los más importantes es el trabajo de asesoramiento y el acompañamiento en las gestiones. Dictamos charlas, contamos con asesoramiento legal y contable, importantes descuentos en las capacitaciones obligatorias, difusión de las noticias de actualidad e importancia en el mercado asegurador, entre otras.

**NUESTRA META ES PROTEGER LAS DE TODOS**

Llevamos más de 22 años acompañando la transformación de esas personas y empresas que buscan alcanzar su mejor versión.

Grupo Provincia

Centro de atención al cliente: 0800.333.1278

Provincia ART

Nº de inscripción en SSN: 0621

Atención al asegurado: 0800-866-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



# MITOS Y VERDADES SOBRE LA ALCOHOLEMIA

*Cotidianamente nos enteramos de siniestros viales protagonizados por gente alcoholizada que conduce con niveles de alcohol en sangre superiores a los permitidos por la ley. Las últimas palabras del párrafo anterior encierran en sí mismas un gran debate social, en el que muchas veces quienes “tocan de oído” opinan sin tener fundamentos técnicos.*



Ing. Fabian Pons, Presidente del Observatorio Vial Latinoamericano (OVILAM)



Por eso es importante empezar con el tema “límites”. ¿Hay un límite de alcohol en sangre que sea correcto o bueno? La respuesta es tajante. NO. El alcohol etílico es un tóxico que al ingresar al organismo genera en pocos minutos alteraciones en el sistema nervioso central. Por lo tanto, como cualquier otro tóxico, no es bueno. Sin embargo, dadas las milenarias costumbres en el consumo de alcohol, muchas sociedades permiten que estemos “un poco intoxicados” para hacer ciertas tareas. ¿Cuánto?, bueno, eso lo decide cada sociedad. La OMS estableció que el límite máximo permitido de alcohol no debería exceder los 0,5 gr/litro de sangre y recomienda adoptar límites más bajos aún. Sin embargo, hay sociedades como las del Reino Unido que tienen límites superiores (0,8 gr/litro de sangre) y otras como la japonesa que estableció como límite 0,15 gr/litro de sangre o la sueca 0,2 gr/litro de sangre. Por lo tanto los límites de cuan intoxicados podemos estar para conducir es una “convención social” y no un algoritmo matemático.

Acá aparece la segunda discusión. Si como dijimos, el alcohol es un tóxico, pues entonces establezcamos la ya famosa “tolerancia cero”. Eso no es posible. Una cosa es que no queramos como sociedad que se consuma alcohol antes de conducir (lo cual es correcto) y otra que la tolerancia sea “cero”. Un simple estudiante de una escuela técnica sabe que cualquier sistema de medición tiene sus propios márgenes de error y por eso deben establecerse tolerancias. En el caso del control de alcoholemia se utilizan unos aparatos llamados alcoholímetros o etilómetros, que tienen su propio margen de error. Además estos aparatos requieren de una calibración periódica, lo mismo que ocurre con gran cantidad de sistemas de medición. A esto se suma que pueden darse falsos positivos en gente con ciertos problemas de salud, como la diabetes o por ayunos prolongados. Es por eso que “siempre” debe establecerse un margen de tolerancia por pequeño que este sea y en función de los errores a la que pueda estar expuesta la medición.

La tercera discusión que siempre aparece es “¿entonces por qué los profesionales tienen tolerancia cero?”, porque en general las leyes las hacen los abogados y no los técnicos. Los profesionales de la conducción, tal como ocurre en Suecia, Bélgica, España o Austria, para mencionar algunos casos, también deben tener una tolerancia porque no están exentos de las mismas condiciones técnicas que se explicaron anteriormente. ¿Se entiende lo políticamente incorrecto que suena esto último? Sin embargo no podemos ir contra la técnica.

Una vez aclarada la diferencia entre lo malo que es tomar alcohol antes de conducir y la tolerancia cero, pasemos a otros temas míticos.

Mucha gente cree que el alcohol hace efecto mucho tiempo después de haberlo ingerido.

Eso es falso. El alcohol es una sustancia “hidrófila”, es decir busca moléculas de agua por la gran afinidad que tiene con ella. Apenas ingresa al organismo pasa al torrente sanguíneo a través de la boca, esófago (5%), estómago (20%) y el intestino delgado (75%) y va a buscar rápidamente los órganos que contienen más agua. Uno de ellos es el cerebro, que además tiene la propiedad de no poder bloquear el ingreso del alcohol. Esto hace que en pocos segundos aparezcan las primeras trazas de alcohol en él.

Otra cuestión importante es como se metaboliza y elimina el alcohol del organismo y cuanto tarda todo ese proceso. En el primer paso de la metabolización actúa una enzima segregada por el estómago y por el hígado llamada alco-deshidrogenasa (ADH) que transforman el alcohol en acetaldehído, una sustancia volátil y muy tóxica. Inmediatamente comienza el segundo paso del proceso por la intervención de otra enzima, la aldehído-deshidrogenasa (ADHL) producida exclusivamente por el hígado que, a su vez, metaboliza al tóxico acetaldehído transformándolo en acetato. En el tercer paso el acetato es, a su vez, metabolizado por otros órganos, como los músculos que lo transforman en dióxido de carbono y agua, sustancias no tóxicas que luego son filtradas por los riñones y expulsadas mecánicamente del organismo a través de la orina. Este proceso hace que la alcoholemia descienda a razón de 0,12 gr/lit de sangre por hora. Para entenderlo más fácil. Si usted llegó al límite máximo de alcoholemia permitido por la ley (0,5 gr/lit), necesitará 4 horas para que su organismo esté completamente desintoxicado.

¿Se puede ingerir algo para que la alcoholemia no sea detectada? Definitivamente NO. Solo el tiempo y el organismo hacen que el alcohol desaparezca del cuerpo. Pero el alcohol, ¿afecta a todos por igual? No, la alcoholemia depende de muchos factores. Por ejemplo la mujer es mucho más sensible a sus efectos por razones muy sencillas. La mujer posee aproximadamente un 55% de agua en su organismo, mientras que el hombre tiene un 68% de agua. Como se dijo anteriormente, el alcohol busca al agua, por lo tanto si un hombre y una mujer de igual peso, consumen la misma cantidad de alcohol, éste se “diluirá” más en el hombre que en la mujer, por lo que presentará menores niveles de alcoholemia. Además la mujer genera menor cantidad de la enzima ADH y a su vez esta enzima trabaja en forma más lenta, por lo tanto también esta característica hace que el alcohol “le pegue más” al sexo femenino.

¿Dos personas de igual sexo y peso que toman la misma cantidad de alcohol tendrán los mismos valores de alcoholemia? No, la alcoholemia depende del sexo, peso, contextura física, tipo de bebida, edad, contenido estomacal, ritmo y velocidad de ingestión, tolerancia adquirida, enfermedades, condiciones psíquicas, hora del día, consumo de drogas, etc.

¿Es lo mismo tomar alcohol ingiriendo alimentos o no? No, el nivel de alcoholemia será menor si se consumen alimentos, porque estos competirán con el alcohol en el proceso de metabolización, retardando sus efectos.

¿Tomar una copita de vino o una pinta de cerveza no me afecta a la hora de conducir? Como se dijo, el alcohol es un tóxico, cualquiera sea su cantidad. Con niveles de 0,2 gr de alcohol en sangre se percibe una sensación de desinhibición que muy probablemente puede hacerle tomar riesgos que de otra forma no los tomaría. Si sigue consumiendo alcohol se verán afectados sus reflejos, su visión, su equilibrio y su percepción de tiempo y distancia.

Para que tomemos conciencia de un peligro, primero tenemos que entenderlo. Después tenemos que analizar las alternativas para evitar dicho peligro y por último proceder en consecuencia.

El alcohol es un tóxico que afecta su sistema nervioso central que a su vez se encarga de que sus acciones sean coordinadas y coherentes. Para conducir necesita lucidez plena, por lo tanto alcohol y conducción son incompatibles. ¿Quiere tomar alcohol? Hágalo. Pero antes de tomar alcohol, tome conciencia. Y después de tomar alcohol, tómesese un taxi.



**TPC SEGUROS**

Nuevos servicios para automotores y motovehículos

Cuida de vos, y ahora también de tu auto

Reconquista 458, 4to piso, CABA, Argentina | Tel. (+5411) 4876-5300 | [www.tpcseguros.com](http://www.tpcseguros.com) • [info@tpcseguros.com](mailto:info@tpcseguros.com) • 0800-222-2872 | Buscanos en     TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN 0741	Atención al asegurado 0800-666-8400	Organismo de control <a href="http://www.argentina.gob.ar/ssn">www.argentina.gob.ar/ssn</a>	 <b>SSN</b> SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
----------------------------------	--	--	---

# APAS CHACO



## **Tiempo de Seguros: Luis, contanos acerca de la historia de la Asociación.**

Luis Trinca: El 29 de noviembre de 1987 se creó la Asociación de Productores Asegurados de Seguros de la Provincia del Chaco, sociedad civil sin fines de lucro, constituida con el objeto de velar por los intereses de los productores de seguros, el perfeccionamiento de la profesión y el establecimiento de valores y principios para el futuro de la institución.

Su primera Comisión Directiva estaba conformada por Presidente: Enrique Curbells; Vicepresidente: Juan Diambri; Tesorero: Rubén Moreno; Protesorero: Rubén Marques; Secretario: Ilieff, Jorge; Prosecretario: Marcos Cima; Vocales titulares: Bernardino Jaquet, Néstor Meza, Mario Sachi, Manuel Dip; Vocales suplentes: Raúl Aragón, Américo Bernardi; Luis D. Marri, Luis Bodenmann; Revisores de cuentas: Lorenzo Clemente, Miguel Degarate, Antonio García; Consejo consultivo: Julián Vallejos, José Lestani, Abraham Rabinovich.

## **TdS: ¿Y cómo se compone la actual Comisión Directiva?**

LT: La actual Comisión Directiva está constituida de la siguiente manera:

Presidente: Luis Trinca

Vicepresidente: Patricia Gay

Secretario: Pablo Trangoni

Pro Secretario: María Victoria Moreno

Tesorero: Marcelo Angione

Pro Tesorero: Fernando Carballo

Vocal 1: Ariel Mazzaroli

Vocal 2: Nahuel Rusitschka

Vocal 3: José Luis Herrera

## **TdS: ¿Con qué cantidad de socios cuenta la Asociación?**

LT: Actualmente nuestra asociación tiene 310 socios.

## **TdS: ¿Como ha sido el crecimiento del padrón en los últimos años y qué interés han mostrado los nuevos colegas en afiliarse y participar de la Asociación?**

LT: El padrón va creciendo en forma paulatina año a año debido a los contenidos que desde APASs Chaco estamos ofreciendo a los colegas, desde cursos de capacitación gratuitos hasta los PCC sin cargo para los socios.

## **TdS: ¿Qué llegada tienen a los socios de localidades más alejadas a la Sede y cómo promueven su acercamiento?**

LT: En este sentido, nuestra asociación ha incorporado dentro de la Comisión Directiva a tres colegas de las localidades de Villa Ángela y Sáenz Peña, para tener representantes y presencia en las localidades más importantes de nuestra provincia.

Por otro lado este año incluimos a la localidad de Sáenz Peña para el módulo de PCC del segundo semestre; con esta decisión de la Comisión Directiva, los colegas del interior van a tener el módulo obligatorio muy cercano a sus localidades sin tener que venir a Resistencia.

## **TdS: ¿Cuáles son, en tu opinión, las principales problemáticas que afectan a los colegas en la región?**

LT: Los problemas son los mismos en todas las provincias: el crecimiento de venta a través de agentes institorios, bancos, concesionarias y casas de electrodomésticos, más la venta de seguros en forma on line y la venta de seguros ilegales. También afecta el efecto inflacionario, donde debes ajustar sumas aseguradas del 40% como mínimo y también aumenta en forma exponencial el premio a los asegurados.

**TdS: ¿Cómo trabajan en pos de la difusión de la actividad del seguro y desde la sede y en forma conjunta con los PAS?**

LT: Estamos presentes en redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook y WhatsApp; generamos un grupo de difusión donde incluimos los números de los productores y el administrador envía información de las actividades, más nuestra página institucional [www.apaschaco.org](http://www.apaschaco.org). También asistimos a las diferentes reuniones y charlas de los entes públicos que hablan sobre seguridad vial y conciencia aseguradora, informando sobre nuestra actividad.

**TdS: ¿Cómo ves el presente de la actividad económica y del seguro en la región?**

LT: Como ya señalé la inflación es un tema muy preocupante para nuestra actividad, prácticamente cada tres meses debes estar muy atento a las sumas aseguradas para no quedar en situación de infraseguro, y como en toda crisis hay una parte de la población que realmente toma conciencia que puede llegar a perder en un siniestro y asegura los hogares y sus negocios. Esta crisis está generando una pequeña conciencia aseguradora en nuestra región, hay un aumento en la venta de combinados familiar y otros riesgos que anteriormente no se comercializaban en escala.

**TdS: ¿Qué objetivos de mejoras y crecimiento se han propuesto durante el mandato de esta Comisión Directiva?**

LT: El objetivo principal para este año es el concretar la compra de nuestra sede social. Estamos ajustando los últimos detalles para la adquisición de la misma; es un esfuerzo muy grande que va acompañado de la mano de FAPASA, a través de nuestro Presidente Jorge Zottos que el año pasado se comprometió a ayudarnos a llegar a concretar nuestro objetivo.

Respecto al crecimiento estamos trabajando muy fuerte en posicionar a nuestra APAS en la sociedad y el desarrollo de los jóvenes dirigentes el cual trabajan muy activamente en nuestra asociación.

**TdS: ¿Qué beneficios otorgan a los colegas asociados?**

LT: Los beneficios en la actualidad son netamente de capacitación, asesoramientos por temas diversos de nuestra actividad. El tema de la capacitación consideramos fundamental en nuestra profesión por los expresado anteriormente, nuestra actividad es de asesorar, es nuestro diferencial en el mercado, por consiguiente debemos estar preparados y muy capacitados para estar seguir compitiendo con los diferentes actores, dentro del mercado asegurador.



# ¿QUÉ TAL TU REFLEJO EMPRESARIAL?

*Un empresario para ser competitivo y sobre todo profesional no debe empezar su proyecto empresarial por el tejado, debe pensar en las raíces de su empresa para que crezca con los mejores cimientos posibles.*



Rafael Bonilla, Mediador de Seguros de España, creador del "Método MAIO"

Dime si eres empresario o solamente un PAS (Productor Asesor de Seguros), piensa en estas preguntas:

- ¿Conoces los datos básicos de tu empresa de mediación? ( El CPI -clientes por importancia-, la densidad media, ratios de anulaciones, lo que vale tu hora de trabajo, comisión media de tu agencia etc...)
- ¿Tienes un sistema de gestión de la productividad del tiempo?
- ¿Sobrecargado de trabajo administrativo?
- ¿Elijes a los clientes según un filtro de calidad de los mismos?
- ¿Dispones de un método de fidelización de tu propia cartera de clientes?
- ¿Por qué tienes tantos clientes monópolizas?
- ¿Usas disciplinas de crecimiento personal para diferenciarte de tu competencia? Control mental, marketing digital, persuasión comercial, marca personal etc...

Como a mi me gusta predicar con el ejemplo en este caso EL EJEMPLO y el RESULTADO soy yo, Rafael Bonilla, os voy a comentar por qué me vi en la imperiosa necesidad de crear un Método de trabajo para poder salir del caos personal y profesional en el que me encontraba hace 6 años.

Mi historia es la misma que el 95% de los mediadores de seguros (los PAS es España):

1-Las compañías nos enseñan la parte técnica de las pólizas (antes no era necesaria ninguna formación para ser agente de seguros afecto), alguna técnica de venta y ¡ala! A la calle a vender pólizas.

Y desde que hace falta formación para ser agente el único objetivo de las compañías es que el agente le venda muchas pólizas. Incluso a veces contratan con concesionarios de vehículos o similares porque les interesa despreocupándose realmente de la profesionalidad. Las compañías son tiburones necesitan pólizas, póliza y más pólizas, se centran en formar para vender.

2-Uno intenta aprender, ser autodidacta, al mismo tiempo que tiene la imperiosa necesidad de vender pólizas para poder tener un sueldo mensual.

3-Van pasando los años, sigues vendiendo pólizas, has asistido a muchos cursos de todo tipo, te has ido adaptando a la evolución tecnológica y el día a día siempre es el mismo:

- QUEJANDOSE DE LOS OTROS CANALES: Bancos, Líneas directas etc....
- EL TRABAJO ADMINISTRATIVO te va absorbiendo el día a día y no tienes ni tiempo para pensar en vender, que si un siniestro, que si una modificación en la póliza etc.
- Llega un momento en el que ya no tienes vida personal, siempre estás pensando en el trabajo para sacar a flote los problemas.

4-Aún así sigo produciendo más pólizas al año, pero.... Gano lo mismo o a veces menos (por la bajada de comisiones, por la tendencia a la bajada de las primas etc...)

5-Llegó la bomba: El día en que lo veo todo gris, estoy quemadísimo, NO DISFRUTO CON MI TRABAJO QUE TANTO AMABA y sobre todo QUE MI VIDA PERSONAL ES CERO.

6-Por suerte tomé una decisión: RECLUSION DE JUEVES A LUNES en una casa sin salir para nada y para crear un sistema de trabajo desde el punto de vista empresarial.

Lo que hice fue pensar en todo lo que había aprendido en la multitud de capacitaciones a las que había asistido, en mis propias ideas y en darme cuenta **de que si quiero ser diferente, si quiero ser productivo tengo que desarrollar e implementar disciplinas de crecimiento personal que combinen con la parte técnica y de gestión del día a día.**

Me día cuenta de lo importante que es "TENER TIEMPO PARA PENSAR", no te pasa a veces que te dices "¡no tengo ni tiempo para pensar! Pues te digo que no sabes lo potente que es tú tiempo para pensar -te adelanto que es nuestra planilla semanal de la productividad del tiempo tenemos cada día 3 horas en el espacio con ese nombre "Tiempo para pensar", sólo te puede decir que nos transformamos en máquinas productivas.

De esa reclusión de 4 días, de esos 4 DIAS PARA PENSAR, nació mi Método Mediador All In One (Método MAIO). Mi mayor reflexión fue que esto no va de vender, no va de echar más horas, no va de criticar a la competencia, no va de autosabotaje y procrastinación, esto va DE TU PERSONA.

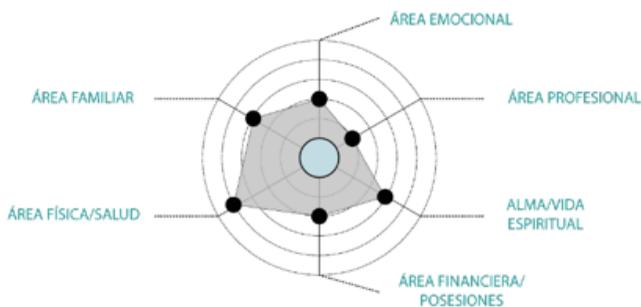
Sí, DE TU PERSONA, me percaté de que todo lo que me pasó es porque mi parte personal no estaba en concordancia con mi parte profesional. Entonces como una regla de 3, me dije aquí lo primero que hay que "tocar" es la parte DE LA PERSONA, saber en que situación estoy actualmente en los diferentes parámetros que regulan mi vida:

- AMOR
- SALUD/BIENESTAR
- ECONOMIA PERSONAL
- SITUACION PROFESIONAL
- ESPIRITUALIDAD
- SEXO
- PAREJA
- FAMILIA
- ETC...

Cada persona puede tener sus parámetros personales que considere más importantes para conseguir su plenitud Como yo considero que mi EMPRESA ES EL ESPEJO DE MI PERSONA...EL CUAL REFLEJA MI PERSONA ¿No deberé conocer como estoy yo como persona? Efectivamente, si yo sé donde estoy ahora y sé donde quiero llegar, esto se verá reflejado en mi vida profesional. ¿Te lo habían contado alguna vez desde este punto de vista? Claro que no, las compañías solo piensan en vender y vender pólizas.

Si yo sé que ahora estoy en nivel 2 de Salud/Bienestar, me voy a esforzar para en 3 meses estar en nivel 3 y así sucesivamente. Por eso lo primero que hacemos en mi programa del Método Maio es trabajar la gestión personal y luego la gestión de la empresa.

Si no sabes dónde estás no sabes dónde vas a llegar, ni qué tienes que conseguir de tú área personal para sentirte pleno, para tener un FOCO de éxito empresarial. Si tú estás bien, tu reflejo será percatado en tu ambiente empresarial, por tu gente, por tus clientes.... Por tu entorno; si tú estás no tan bien, hay que saber sobre QUÉ PUNTOS DE TU PERSONA tienes que trabajar.



Una vez que sabes cual es tu situación personal entonces es cuando empiezo a crear LOS CIMIENTOS EMPRESARIAL DE MI CORREDURIA DE SEGUROS (BROKER DE SEGUROS):

FASE I : Conocer mis métricas (nº de pólizas por cliente -densidad-, comisión media etc...) y desarrollar mi cuadro de mando con mi CPI (clientes por importancia)

FASE II : Desarrollar el mejor sistema de gestión administrativa y digital para conseguir un ORGANIZACIÓN PERFECTA. En esta fase se desarrolla el PLAN SEMANAL DE PRODUCTIVIDAD DEL TIEMPO

FASE III : El método de fidelización y desarrollo comercial integral de mi empresa basándome en los clientes que componen mi cartera de seguros

FASE IV: Potenciar disciplinas que yo ya practicaba sin darme cuenta y que me POTENCIAN y me HACEN DIFERENTE a mi competencia:

- MARKETING DIGITAL ESPECIFICO PARA MEDIADORES DE SEGUROS
- CONTROL MENTAL
- PERSUADIR CON LA PALABRA Y LA ESCRITURA
- MARCA PERSONAL
- VENTA PERSUASIVA

El resultado ha sido espectacular: en 5 años he duplicado mis comisiones y mi cartera de seguros (dispongo de la DEC, que debemos presentar cada año a la Dirección General de Seguros).

COMISIONES 2017 -> 124.768,21 €  
COMISIONES 2018 -> 153.565,03 €

**¡He crecido más de un 22% respecto a 2017!**

Para acabar, lo único que te puedo decir y demostrar es que **TENER UN METODO DE TRABAJO ES IMPRESCINDIBLE PARA CONSEGUIR TU ÉXITO PERSONAL Y PROFESIONAL.**

**NO SEAS SÓLO UN PAS, EMPIEZA A VERTE COMO UN EMPRESARIO DESDE... ¡YA!**

# MGP BROKER, EL BROKER QUE HACÍA FALTA.

*Enfocados en el servicio, el organizador sigue generando convenios y desarrollando herramientas para ofrecerle a sus productores: agilidad administrativa, ventajas competitivas y una mejor rentabilidad.*



Surgió en 2016 como parte de un proyecto innovador que significó redefinir objetivos y pensar diferencialmente el mercado asegurador. La experiencia y trayectoria de quienes estuvieron involucrados con Megapro los llevó a fundar, entre otras empresas que aportan soluciones al negocio, un bróker tradicional con acento en aquello que faltaba y que los precursores de MGP Broker entienden como fundamental hace años: **el servicio**.

Más allá de la innegable transformación en los modelos de negocio que supone la era digital, los productores asesores siguen siendo el mayor canal de venta de seguros y por eso el equipo que conforma el broker se esfuerza para que ser parte de MGP Broker sea verdaderamente competitivo y sus ventajas sean tangibles para ellos y su cartera de clientes.

“Creemos que el PAS en un futuro tendrá una función más de Asesor que de Productor. La transformación digital logra que las ventas sean más sistemáticas y requieran poca calificación; sin embargo, el recurso humano capaz de aportar orientación y conocimiento técnico, sobre todo en suscripciones más complejas, no se verá reemplazado por ninguna herramienta”, explica Marcelo Montañez, presidente de MGP Broker.

Los beneficios que MGP Broker ofrece se traducen en distintas áreas, una de ellas es haber generado un ecosistema de empresas que convivan, se complementen y retroalimenten para constituir un círculo virtuoso que ofrezca respuesta a un mercado cada vez más dinámico. Esas empresas son MGP Online y MGP Servicios: la primera ya desarrolló una aplicación para que los productores ofrezcan a sus asegurados gestionar sus pólizas desde sus dispositivos móviles; la segunda celebra convenios con distintas empresas para brindar prestaciones complementarias que van desde reposición de cristales o ruedas hasta accesos a capacitaciones exclusivas.

Durante 2019, MGP Broker trazó nuevos objetivos: crecer en el resto del país a través de gestiones que ya están en marcha; si bien tiene presencia en otras provincias quisieran ahondar el conocimiento que los Productores y Organizaciones que no están en Buenos Aires tienen de MGP Broker. En ese sentido, además de establecerse como un nexo, ser una vía de contacto fluida, con rápida respuesta y gestión entre nuestros productores y organizadores y las aseguradoras; su misión es **dar apoyo técnico** en el desarrollo de negocios y productos específicos. Este soporte es fundamental para encauzar un negocio poco tradicional y que, por lo tanto, requiere ser operado de otro modo.

Para MGP Broker es importante trabajar de manera coordinada y planificada, por eso diseñó una estrategia digital que consiste en transformar su comunicación pero sobre todo en una fuerte apuesta en el desarrollo de herramientas digitales. Apoyándose en MGP Online y en conjunto con aliados estratégicos, desarrolló una **aplicación** para que cualquier productor de la red pueda ofrecérsela a sus clientes y así estrechar aún más el vínculo con su cartera. La aplicación contiene funciones que permiten: solicitar auxilio mecánico y remolque, tener acceso a las pólizas en PDF, revisar facturación y gastos, solicitar cotizaciones y pre-denunciar siniestros. Aunque es muy completa, continuamente se trabaja sobre mejoras y nuevas funcionalidades. En materia de look and feel, la aplicación es completamente personalizada: se ve completamente reflejada la imagen corporativa de cada productor u organización.

Asimismo, también cuenta una plataforma de gestión para alivianar la carga administrativa del productor, que le permita manejar pólizas y carteras, la cual trabaja coordinadamente con la app, de modo de tener la información online y sincronizada.

Además, se desempeña en la puesta a punto de un multico-  
tizador del ramo automotor que agilice la tarea de comparar  
coberturas y costos con distintas compañías.

Por último, está sentando las bases para desarrollar un siste-  
ma de capacitaciones y tutoriales online. El objetivo es facilitar  
el acceso a la información, que todos sus productores puedan  
estar siempre a la vanguardia del mercado asegurador y tam-  
bién que se capaciten en áreas que impacten positivamente en  
sus empresas como: management, marketing, etc.

En materia de riesgos y compañías, sólo trabaja con **asegura-  
doras referentes** y confiables con las que ha convenido condi-  
ciones comerciales muy competitivas, para que los beneficios  
se trasladen a los productores de la organización y los desta-  
quen entre sus competidores. El bróker opera en todos los ra-  
mos y asesora técnicamente en la suscripción de riesgos cor-  
porativos, de afinidad, industriales y de ingeniería de la mano  
de compañías líderes; se especializa en productos especiales

para los cuales la arquitectura de cada programa de seguros  
es fundamental.

Respecto de líneas personales, MGP Broker le ha dado al ramo  
la importancia que merece y ha desarrollado un área específica  
cuya finalidad no sólo es contar con los mejores productos del  
mercado sino apoyar comercialmente a los productores. Los  
mecanismos de venta, la predisposición del productor, el cono-  
cimiento de su cliente, el armado del perfil del prospecto y el se-  
guimiento de la gestión son muy diferentes a la operatoria que  
se desarrolla para ofrecer un seguro patrimonial, por eso cuen-  
ta con recursos humanos especializados que ayudan y realizan  
ventas asistidas que potencian las carteras de los PAS.

Para conocer más sobre la propuesta integral o sumarte a MGP  
Broker:

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

[liparraguirre@grupomegapro.com.ar](mailto:liparraguirre@grupomegapro.com.ar)



**ELEGI LA FORMA  
MAS FACIL  
DE TRABAJAR**

UNA EMPRESA DEL GRUPO  
**MEGAPRO**

0800 220 6342

EL BROKER  
QUE HACIA FALTA

**MGP  
BROKER**

Nº de matricula en SSN  
1346

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

Blank lined area for notes, with a paperclip icon at the top center.

# S & C BROKER DE SEGUROS BRINDAMOS APOYO, CAPACITACIÓN Y HERRAMIENTAS AL PRODUCTOR PARA UN ÓPTIMO RENDIMIENTO DE SU CARTERA

*S&C Broker de Seguros fue creado bajo el concepto de mayoristas, para brindar servicios y coberturas en todos los riesgos de la industria aseguradora nacional, y dirigido a Productores Asesores de Seguros y clientes de todo el país*



Raul Bessone y Norberto Cipollatti, directores de S & C broker de seguros

Integrado y comandado por profesionales con una dilatada trayectoria en el mercado asegurador, S&C trabaja con empresas aseguradoras de primer nivel, seleccionadas por su experiencia y nivel de servicios en riesgos de property, casualty, de personal y del trabajo.

Trabaja todas las ramas de seguros, con una cartera conformada principalmente por seguros de Vida, Accidentes Personales, Automotores, ART y Seguros Técnicos. También brinda soluciones en planes de salud para empresas, en servicios de higiene y seguridad y diseño de programas de afinidad.

Además posee acuerdos importantes con brokers de reaseguros locales e internacionales para su análisis, diseño y colocación de riesgos complejos, optimizando los aspectos técnicos y económicos de sus clientes.

A los productores asesores brinda apoyo para cotizar en el menor tiempo posible, acompañamiento en reuniones específicas, capacitaciones en diferentes ramos y herramientas para un óptimo rendimiento de su cartera.

La Casa Matriz se encuentra en Puerto Madero (World Trade Center), y además cuenta con oficinas ubicadas en zonas estratégicas de país como Bahía Blanca, Córdoba, Parque Leloir y diversas oficinas de productores particulares. Y una oficina específicamente destinada para atender a sus productores en CABA.

S&C lanzará en breve la web [www.hacetusseguro.com](http://www.hacetusseguro.com) un multicotizador que posibilitará a los clientes contratar su seguro automotor, además servirá como herramienta para los productores del broker.





Broker  
de Seguros

DISEÑAMOS SOLUCIONES DE ASEGURABILIDAD

Brindamos servicios y coberturas en todos los  
riesgos de la industria aseguradora nacional

[info@scbrokerdeseguros.com](mailto:info@scbrokerdeseguros.com)

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



Nº de inscripción en SSN  
1250

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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



# INSURTECH. SURFEAR LA PRÓXIMA OLA.

La figura del surfista y sus desafíos son los que mejor explican el panorama que enfrentan las aseguradoras y los asesores profesionales frente a la ola de nuevas tecnologías aplicadas que avanza rápidamente.

Siempre me impresionó ver como los expertos del surf se acercan a esas grandes olas que aparecen desde el fondo del mar, creciendo desde una especie de loma hasta convertirse en una enorme pared que se les viene encima.

Una persona frente a esa potencia de la naturaleza se ve débil y realmente en peligro. Un peligro que es real si no se hacen las cosas bien, rápido y consistentemente, en el momento preciso. Hay un equilibrio muy delicado entre la dificultad de la ola a elegir y las propias capacidades para superarla, es decir para surfearla sin desaparecer bajo miles de litros de agua furiosa.

Si elegimos una ola "fácil" el resultado es un recorrido pobre y un puntaje bajo en una competencia. Igual si la dejamos pasar, en ese caso solo seremos espectadores, perdiendo la oportunidad de un viaje excepcional. En el otro extremo, una ola demasiado difícil, potente, que supere las propias habilidades, trae con sí un riesgo cierto de una muy dura caída o de un severo riesgo de supervivencia.

La figura del surfista y sus desafíos son los que mejor explican el panorama que enfrentan las aseguradoras y los asesores profesionales frente a la ola de nuevas tecnologías aplicadas que avanza rápidamente.

Y hay otra analogía con las olas que en mi punto de vista se aplica perfectamente a la llegada del Insurtech. De la misma forma que una ola en el mar, no es posible evaluar su tamaño y potencia hasta que toma envergadura y comienza a elevarse, de la misma forma las nuevas tecnologías vienen bajo la superficie con gran fuerza, aunque todavía sin resultados visibles. El problema de quedarse mirando, de no prepararse para surfear, es que cuando la ola comienza a tomar entidad y velocidad, nos puede encontrar sin tiempo de reacción.

El primer desafío es el de aprender y hacer lo necesario para que la ola no nos pase por arriba. El segundo, el de aprovechar la ola en nuestro beneficio, para avanzar todo lo posible sobre ella.

Lo desafiante, interesante y al mismo tiempo estresante de estos cambios, es que estamos debutando con ellos. No hay nada escrito sobre cómo serán las cosas, no hay manual, no hay hoja de ruta. Solo hay especulaciones e intuición, sumado a trabajo coherente. Las decisiones que se tomen hoy, pueden ser exitosas o no, eso lo sabremos cuando se escriba la historia dentro de algún tiempo.

Repasemos las estrategias:

- 1) Nos quedamos quietos y solos ("flotando") sin hacer nada. Solo si pensamos que la ola nunca será suficientemente fuerte esto tiene sentido. Mejor no entrar al mar.
- 2) Adquirimos una buena tabla y aprendemos a surfear solos. Sin demasiada experiencia, es posible que nos golpeemos bastante antes de tener algún resultado aceptable. Elegiría esta opción si estoy acostumbrado al mar y conozco sus secretos, es decir si reúno las habilidades necesarias.
- 3) Nos acercamos a gente experimentada, no solo para ver que tabla usan sino para definir estrategias y decidir en conjunto como enfrentar cada situación, cada desafío. Comparar resultados y aprender más rápido. Nutrirnos de sus habilidades y experiencias. Sin duda, esta estrategia es más completa y con menos riesgo.



Aunque parezca solo una metáfora, el hecho de poder generar condiciones para probar y evaluar estrategias rápidamente, experimentar, ver los efectos sobre los clientes de cada ajuste, generar experiencias útiles, es determinante; porque nos permite realizar los cambios de dirección en forma rápida, optimizando nuestro recorrido. Por eso dar muchos pequeños pasos es mejor ya que nos ayudan a corregir rápido.

Como proveedores de tecnología y soluciones informáticas para el canal de distribución de seguros, desde hace 25 años pensamos en las necesidades que se generan a partir de cada nuevo desafío que afronta el sector, desde hace tiempo invertimos en soluciones para surfear la ola de las amenazas de

los nuevos servicios tecnológicos, para que cada asesor y en particular los brokers y Organizaciones puedan potenciar sus capacidades de asesoramiento y sus estrategias de servicio a los asegurados.

Estamos preparados para ayudarlo a aprovechar las olas.  
¿Quiere surfear con nosotros?

Ing. Eduardo Galeazzi  
Director

[www.softeam.com.ar](http://www.softeam.com.ar)  
+54 221 427.3637  
[comercial@softeam.com.ar](mailto:comercial@softeam.com.ar)

An advertisement for Softeam Sistemas. It features a man in a dark suit and tie surfing on a wave. The background is a bright, sunny day with green trees. The Softeam logo is in the top left, and contact information is in the bottom left. A banner at the bottom lists services.

**Cumplimos 25 años.  
Siempre cumplimos.**

**SOFTTEAM**  
SISTEMAS

*Una tabla segura  
para la ola Insurtech*

[softeam.com.ar](http://softeam.com.ar)  
 +54 221 427 3637  
 [comercial@softeam.com.ar](mailto:comercial@softeam.com.ar)

ADMINISTRACIÓN / COTIZACIONES / PORTAL DE SERVICIOS / APP / SERVICIOS PARA ASEGURADOS

# IMPORTANTE LANZAMIENTO DE COLÓN SEGUROS

*Para conocer en detalle el lanzamiento de los nuevos productos de Robo para Montos entrevistamos a Marcelo Accame Gerente Comercial del Canal Productores y Brokers*



## **¿Cuál es la Estrategia de Colón Seguros para el 2019 para canales intermediados?**

Venimos trabajando desde el año pasado muy fuerte en el crecimiento del Canal con objetivos muy ambiciosos que venimos cumpliendo e incluso superando. Y para el 2019 / 2020 estamos redoblando la apuesta para seguir consolidando a Colón como referente del canal.

En relación al canal, la estrategia de Colón Seguros es profundizar el desarrollo comercial ampliando nuestra red de intermediarios en distintos puntos del país. Contamos con red fidelizada en AMBA, Litoral, Noroeste, Centro, Cuyo y próximamente Patagonia. Apalancando dicho crecimiento en las ramas de Vida Colectivo, Accidentes Personales, Hogar y Motos.

## **¿Cuáles son los puntos diferenciadores de la aseguradora?**

La oferta integral de productos y desde luego contar con nuestra propia empresa de asistencia y servicios, lo que es muy valorado por nuestra red. Estamos innovando la forma de hacer negocios en el mercado, ofreciendo soluciones que suelo llamar "fuera de la caja", conjugando seguros con servicios que hagan más robusta la oferta a los clientes.

Algunos de los productos de asistencia más solicitados por nuestra red son: Asistencia al hogar, Salud familiar y Urgencias odontológicas.

Nuestros pilares de diferenciación siempre fueron la innovación tecnológica, la construcción de relaciones a largo plazo y una fuerte vocación de servicios. Nosotros no pensamos solo en productos sino en "soluciones" que permiten al canal llegar con una oferta diferenciadora a sus clientes.

## **¿Tienen previsto algún lanzamiento para 2019?**

Hace casi dos años venimos trabajando en la rama de motovehículos y en agosto vamos a completar la oferta lanzando dos coberturas de Robo.

Se incluye una completa combinación de coberturas para garantizar su protección integral, pues además de cubrir la Responsabilidad Civil, le permite al asegurado tener resguardada su unidad ante el riesgo de Robo, Incendio y Accidente.

Ambas coberturas se ofrecen con Accidentes Personales y una robusta Asistencia Mecánica ofrecida por Colón Asistencias, empresa que forma parte del grupo de la aseguradora, esto último respondiendo a las nuevas necesidades de los usuarios de motos.

Queremos que nuestra red tenga una excelente experiencia en todo el proceso (desde la cotización, la venta y el post venta, por eso hemos hecho una inversión muy grande en nuestro portal de productores para crear una solución intuitiva y amigable que le permita al productor cotizar, asesorar y emitir on-line la cobertura que más se adapte a la necesidad del cliente.

## **¿Qué acciones están realizando con la red de productores?**

Pusimos en marcha en el mes de mayo #CONECTADOS, un programa donde desarrollamos diversas actividades, con el propósito de generar espacios para interactuar con el canal de PAS.

Las principales acciones que estamos desarrollando son:

- Desayunos (no sólo con los pas sino también con las segundas líneas, capacitándolos en el uso del portal y productos de distintas líneas de negocios)
- PCC, ya hemos hecho el primero durante junio en nuestras oficinas extendiéndolo el segundo semestre a regiones del interior del país.
- Acompañamiento a los PAS con acciones de Branding en sus áreas de acción, en las disciplinas deportivas Rugby, Básquet, Vóley, Maratones y concurso de pesca.

Estamos continuamente en contacto con nuestros Pas y Brokers para evaluar distintas oportunidades en todo el país entendiendo que son quienes mejor entienden la idiosincrasia y realidad del lugar. Trabajamos en conjunto para entender la necesidad, diseñando campañas y acciones específicas para ese mercado. Decimos que somos jóvenes, innovadores, creativos y consideramos que la innovación no está anclada solo a la tecnología, sino a la forma de hacer negocios, donde el contacto con el PAS es diario y no solo a través de una aplicación. La creatividad sumada a nuestra oferta integral es una fortaleza que nos caracteriza. Somos versátiles para crear y diseñar productos a demanda. Tenemos una profunda vocación por el canal mas importante:

los productores, que hoy representan el 80 por ciento de las ventas en el país.

A nuestro criterio, los pilares del éxito en el canal son: hacer las cosas con pasión y profesionalismo, contar con plataformas tecnológicas que contribuyan la gestión del PAS, ser ágiles a la hora de suscribir y pagar rápido y bien.

Estamos convencidos que cada día más Colón se está convirtiendo en un referente del sector por su propuesta diferente e innovadora y la calidad de sus recursos.

Entendemos que este es un mercado de personas y servicio y así lo vivimos todos los días en todos los sectores de nuestro grupo.

**NUEVO**

## Conocé el seguro de robo de moto más completo para tus clientes.

**Comunicate al 0810 222 6566.**



📍 Alicia Moreau de Justo 170 C1107AAD CABA - Argentina  
✉ atencionalcliente@colonseguros.com.ar  
🌐 www.colonseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN  
0861

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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



# CIO BROKER ARGENTINA S.A. GESTIÓN DE SOLUCIONES EN UN MERCADO MÁS COMPETITIVO Y DIGITAL

## ¿Por qué elegir CIO BROKER ARGENTINA?

Como intermediarios entre compañías de seguros y productores o asegurados, somos capaces de alcanzar las mejores cotizaciones y variedad de productos, siempre con la justa ecuación precio/calidad.

En CIO BROKER ARGENTINA brindamos un servicio personalizado abarcando todos los trámites necesarios para la contratación de una póliza y su posterior seguimiento. El equipo de profesionales especializado en diferentes áreas garantiza una gestión integral para las empresas, los clientes particulares, como la atención a la cartera de productores en las áreas de cobranza, contable, legal, siniestros y administrativo.

## #SOMOSCIO

Somos productores de seguros, asesores, administrativos, abogados, contadores e ingenieros en seguridad e higiene.

En EQUIPO pulsamos un servicio con compromiso y transparencia, orientado a brindar SOLUCIONES RÁPIDAS en materia de seguros.

Formamos parte del G1 Platinum de Allianz, somos el broker N° 1 en ventas de los últimos tres años. Pertenecemos al Grupo de Consagrados de BBVA en todo el país, siendo el representante oficial en el segmento empresas. Somos el grupo N°1 regional en Sura, y líderes regionales en Sancor Seguros.

Nuestras oficinas en distintas localidades de la provincia de Buenos Aires y Rosario nos permiten tener mayor llegada a los asegurados, brindando atención personalizada, soluciones rápidas y el mejor servicio pos venta.

## Facilidades y oportunidades para los productores

Con el objetivo de ampliar la red de servicios y beneficios hacia los productores, en CIO BROKER ARGENTINA contamos con la **consultoría legal, contable y tributaria**.

En tal sentido brindamos un asesoramiento integral sobre las responsabilidades que en esta materia requieren las empresas.

Por otro lado, para los productores que forman parte de CIO, tenemos **consultoría contable e impositiva**. Así, todos ellos cuentan con un asesoramiento integral sobre sus responsabilidades impositivas y podrán gestionar desde CIO BROKER ARGENTINA todo lo concerniente a su situación con AFIP, ARBA y cualquier otro organismo fiscal.

El objetivo es brindarles a los productores un servicio cada día más integral, facilidades en un solo lugar, mayores gestiones y beneficios ya sea para quienes forman parte del equipo desde hace años, como para aquellos que quieran sumarse. Por otro lado, y en vistas a los cambios en las demandas del mercado asegurador, las nuevas tecnologías y necesidad de capacitación constante, contamos con un programa de entrenamiento profesional para que los productores logren potenciar su perfil comercial y ganar mayores y mejores clientes.



CIO BROKER ARGENTINA.



De esta manera, y con un plan de trabajo personalizado para cada productor, brindamos cuantificación del valor potencial de cada asegurado y seguimiento periódico con resultados. Nos ocupamos de evaluar juntos ajustes a los procesos e inconvenientes; al tiempo que desarrollamos programas con gerentes para liderar. Con este objetivo, otorgamos herramientas para nuevos modelos de gestión, de ventas y relacionamiento con clientes fidelizados o tratamiento de nuevos negocios. En definitiva brindamos un entrenamiento para los productores capaz de sumar a su desarrollo profesional, motivando su capacidad de crecimiento desde un costado empresario.

#### **Nos adaptamos a las nuevas tecnologías.**

Con el objetivo de conectar con el mundo digital, y a partir de ello facilitar las gestiones de clientes y productores, desde nuestra nueva web [www.ciobrokerargentina.com.ar](http://www.ciobrokerargentina.com.ar) se puede cotizar y mejorar el seguro de tu auto desde la comodidad de un teléfono, denunciar un siniestro y agilizar el proceso sin moverte de tu casa y conocer las novedades de las mejores compañías en un solo lugar con conexión a nuestras redes sociales.

Para los productores de seguro que incluyan su cartera en CIO BROKER ARGENTINA, contamos con un sistema de gestión "PORTAL PAS" en el que pueden dar seguimiento a todas sus pólizas y gestiones sin importar la compañía con la que trabajen.

Además cuentan con un detallado reporte de estado de situación desde todos los conceptos administrativos que lo requieran.

Trabajamos con las principales aseguradoras para poder brindar la mayor calidad al mejor costo. Además, contamos con asesoría legal gratuita para que puedas realizar los reclamos correspondientes y personal especializado para la atención post venta.

Otro de los valores que nos identifican es el apoyo constante a deportistas de primer nivel. Desde hace años acompañamos el desarrollo deportivo de **Martin Passeri**, cinco veces Campeón Argentino de Surf, **Javier Pipo Gelves**, triatlonista marplatense, corredor de Ironman y **Franco Marini** campeón argentino de jiu jitsu.

Y en materia de seguros, abarcamos todas las ramas: AGRO, ART, AUTOMOTORES, NEGOCIOS, PERSONALES Y VIDA. Cada vez que una empresa, cliente o productor quiera disponer de profesionales altamente capacitados para dar seguimiento a sus seguros, podrán contar con CIO BROKER ARGENTINA.

**0810-333-8343**

**contacto@cioseguros.com.ar - [www.ciobrokerargentina.com.ar](http://www.ciobrokerargentina.com.ar)**

#### **Nuestras oficinas**

CIO Mar del Plata L.N. Alem 2902 0810 333-8343 – WTS: +54 9 223 4476825

CIO Rosario Thedy 158 bis Of. 5.21.(0341) 5257707.

CIO Tandil Pinto 1434 (0249) 154570057.

CIO Balcarce Calle 22 N° 621 (02266) 420799.

CIO Capital Federal Av. del Libertador 1832/8 piso 1 dto101 0810 333-8343.

CIO Bahía Blanca Lamadrid 249 (0291) 4500835

CIO Olavarría Necochea 2587 (011) 38615012.



**BROKER**  
**CIO**  
**SEGUROS**

DESDE

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

PODÉS

**COTIZAR ONLINE**

**DENUNCIAR UN SINIESTRO**

**SUMARTE AL EQUIPO DE PROFESIONALES**

*Gestionamos soluciones*

**0810 333 8343**

f i in

@ciobrokerargentina

# EL SEGURO DE CAUCIÓN, MAS CERCA DE LA GENTE

Acaba de finalizar un ejercicio contable con muchas aristas, con un gradualismo económico de la administración Macri que fue efectivo hasta abril del 2018, donde un conjunto de mala praxis interna, temas estructurales de arrastre y cuestiones de coyuntura llevaron al país a una profunda recesión. La mayor sequía de los últimos 50 años; nuestro principal socio comercial (Brasil) inmerso en una crisis política y económica; la Reserva Federal subiendo la tasa y el cierre literal de los mercados de deuda privados para Argentina que financiaban el modelo "paso a paso" generaron la tormenta perfecta que se tradujo en la necesidad de acudir al auxilio del Fondo Monetario Internacional.

A pesar de este escenario económico adverso el cual transcurrió de punta a punta en el ejercicio 2018-2019, el mercado de caución tuvo un buen comportamiento en sus principales indicadores.



Mariano Nimo,  
Gerente General de Afianzadora  
Latinoamericana SA

Entre las variables que mas quisiera destacar es en el pago de siniestros, donde el mercado soporto mas de \$1400 millones (siniestralidad bruta), valor que quintuplico las ratios del anterior ejercicio, demostrando la efectividad del producto en coyunturas adversas. Cuando hablamos de primas, también el resultado es satisfactorio, avanzando mas del 40% vs mismo ejercicio anterior. Este valor se encuentra varios puntos por encima del comportamiento promedio de la industria de seguros, y algunos puntos por debajo de la inflación. Un ejercicio de coyuntura compleja donde el mercado de caución se consolida como una alternativa que protege de los potenciales incumplimientos en las relaciones contractuales, aduaneras, judiciales y reglamentarias, entre otras.

Cuando hablamos de quienes fueron los responsables del movimiento de negocios en este ejercicio signado por la recesión, sin dudas aparece la palabra "Energías Renovables"; uno de los pocos sectores donde se dio una relativa lluvia de inversiones en la generación de energías limpias principalmente de fuente solar y eólica. Este nicho es el principal responsable de una fuerte demanda agregada tanto de garantías contractuales, como aduaneras. Como siempre, la Obra Publica sigue siendo representativa a pesar de un presupuesto estatal ajustado por la búsqueda del "déficit primario cero". Las Pólizas Aduaneras ajustaron mas por precio (devaluación) que por cantidad, aumentando su potencia del primaje por ser un mercado que se maneja en moneda dura (dólar). Las Garantías Judiciales siguen avanzando, logrando cada vez mayor aceptación de los magistrados del país, en una sociedad de alta conflictividad judicial donde el instrumento de caución tiene aún mucho para crecer. Cuando hablamos de Inversión Privada, vemos una demanda estable en los últimos años, principalmente concentrada en las áreas de energía y petróleo, con Vaca Muerta a la cabeza.

Un ejercicio donde claramente la parte de "Energías" fue el principal salvavidas de un año complicado pero positivo para las fianzas.

También hemos observado como el seguro de caución se empieza a acercar a la gente. Históricamente nuestro instrumento se identificaba con el mundo corporativo y PYME; de empresas, ajenos y alejados del ciudadano común. Hoy esta realidad está cambiando, principalmente por el crecimiento de las garantías de alquiler. Los Seguros de "Construcción en Pozo" (Prehorizontalidad), donde el nuevo Código Civil y Comercial obliga al desarrollista del proyecto inmobiliario a otorgar a los inversores un seguro de caución por si la operación fracasa; es

otra excelente noticia para la clase media acomodada que tiene acceso al ahorro y decide invertir en esta modalidad ahora protegida. Seguramente seguiremos creciendo en los intereses asegurables no solo vinculados al mundo corporativo, sino a las cuestiones económicas del ciudadano común que sean pasibles de ser garantizadas.

Para cerrar me gustaría hacer mención al eslabón comercial por excelencia del mercado asegurador, el Productor Asesor de Seguros y la Cultura Aseguradora.

Creemos indispensable el rol “evangelizador” que tiene el PAS principalmente en la Pequeña y Mediana Industria (PYME) y en la sociedad, asesorando y concientizando sobre la importancia del seguro.

Los espacios de desarrollo del seguro son enormes en la argentina, previendo un crecimiento fuerte del mercado apenas se tenga bajo control la macroeconomía, condición necesaria para la previsibilidad y el desarrollo sustentable del mercado.

Empieza un ejercicio nuevo (2019-2020), donde apenas empezaban a aparecer tibiamente los primeros indicadores económicos positivos, el efecto sorpresa de las PASO generó una nueva sacudida económica que abre una nuevo interrogante de como será este nuevo ejercicio. Sin dudas el seguro de caución será nuevamente protagonista a pesar de los vaivenes económicos, siempre de la mano del socio comercial por excelencia de las compañías, el Productos Asesor de Seguros.



## PÓLIZA DE CAUCIÓN DIGITAL. AUTENTICIDAD ASEGURADA.

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



ESCANEA EL CÓDIGO PARA CONOCER MÁS.



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

Nº de inscripción en SSN: 0755

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



**NASSIVERA LANZA**  
ANÁLISIS NEUROLINGÜÍSTICO DE INCIDENTES  
LIQUIDACIONES DE SINIESTROS



**ESCUELA NASSIVERA**

**José Luis Nassivera Lanza**  
[jose@nassiveralanza.com](mailto:jose@nassiveralanza.com)  
Director - Mat. 263 SSN

(154 11) 3368 1839  
(+54 11) 3368 9197  
(+54 11) 3221 5662  
(+54 9 11) 58152743 (Mobile)  
Mar del Plata (+54 223) 4921745  
Neuquén (0299) 5259126  
Córdoba (0351) 6399195

[derivaciones@nassiveralanza.com](mailto:derivaciones@nassiveralanza.com)  
[siniestros@nassiveralanza.com](mailto:siniestros@nassiveralanza.com)

[nassiveralanza.com](http://nassiveralanza.com)  
[escuelanassivera.com](http://escuelanassivera.com)  
[nassivera.luch](http://nassivera.luch)

Instagram: @estudionassiveralanzaok

CREA | COMPARTE | APRENDE

# CRV BROKER SRL. CONFIANZA, RESPONSABILIDAD, VALORES, ELEMENTOS QUE LOS DISTINGUEN EN EL MERCADO

CRV / group



CRV GROUP nace en el año 2013 como una alianza estratégica entre importantes Organizaciones de Seguros (Organización Charpentier, R&S Consultora de Riesgos SRL, Pieragostini Asesores SRL, Organización Pennesi) las cuales unen sus recursos humanos, conocimientos y tecnología para ofrecer a sus Clientes una Red Global de atención, multiplicidad de prestaciones y beneficios, siendo un Canal de Servicios de alcance Nacional.

En 2016, y como parte de la expansión de negocios de CRV nace CRV BROKER SRL, una Empresa de Servicios a Productores Asesores que deseen incorporarse al Grupo Sancor Seguros.

CRV está conformada por profesionales con 40 años de trayectoria en el Mercado Asegurador y con presencia en la mayoría de las regiones de nuestro país, a través de las 13 oficinas que integran nuestra Red.

Esta alianza nos permite brindar a los Productores Asesores y a los Organizadores de Productores de Seguros, un servicio eficiente, ágil y de alta calidad, atendiendo las necesidades tales como la suscripción, emisión, atención de siniestros, ya que CRV no genera negocios de seguros para sí, sino que es una Unidad de Negocios que canaliza todos sus esfuerzos y recursos en brindar el mejor servicio a los Productores que desean operar con el Grupo Asegurador Número 1 del País.

Asimismo, para quienes lo deseen, brinda un servicio de co-working en sus modernas oficinas de la Capital Federal.

Además de lo detallado anteriormente, en CRV brindamos servicios adicionales pero de alta calidad y de utilidad para los Productores Asesores u Organizadores de Productores de Seguros.

Las Aseguradoras generalmente y a pesar de tener la voluntad de hacerlo, no pueden dar un servicio personalizado al 100% de los Productores Asesores. En CRV, con pautas acordadas con el Grupo Sancor Seguros, el Productor Asesor de Se-

guros encuentra respuestas eficientes e inmediatas, brindando además un servicio de Gestión y Análisis de Riesgos apuntando a la prevención de siniestros.

Pero no nos quedamos solo en estos servicios, queremos ayudar a que los Productores Asesores de Seguros puedan capacitarse profesionalmente no solo en productos y coberturas, sino también acompañarlos en:

Como construir o incrementar una cartera de seguros  
Como detectar oportunidades de negocios  
Tendencias de consumo y estrategias de Marketing  
Técnicas de Comunicación, Relacionamiento, Manejo de Situaciones, a través de la Programación Neurolingüística

Colocando sus operaciones de seguros en el Grupo Sancor Seguros a través de CRV, los Productores Asesores podrán contar con los servicios de personal especializado en Medicina Pre-paga para poder operar en PREVENCIÓN SALUD S.A, y además

poder ofrecer a sus Asegurados los beneficios que presenta el BANCO DEL SOL, entidad bancaria del Grupo Sancor Seguros.

Además, en breve, comenzaremos con el desarrollo de una línea de e-commerce donde el objetivo será ofrecer productos de seguros masivos pero CON ATENCIÓN PERSONALIZADA, a través de cada uno de los Productores Asesores de Seguros de CRV BROKER.

Este emprendimiento es posible, gracias al apoyo y confianza que el Grupo Sancor Seguros deposita en nosotros, desde hace más de 30 años.

Nuestros Productores tendrán así la posibilidad de colocar riesgos en el Grupo Asegurador N° 1 de Argentina, con un servicio personalizado.

Confianza, Responsabilidad, Valores, elementos que distinguen a quienes integramos CRV.



**Una empresa para la Gestión y Administración de carteras de Productores del Grupo Sancor Seguros.**



Av. Luis María Campos 1301 - (1426) CABA  
Tel: 2091-5078 / Cel: 11-3302-3458



Mail: [info@crvbroker.com.ar](mailto:info@crvbroker.com.ar)

# CUBUS BROKER DE SEGUROS. UN BRÓKER DEL INTERIOR CON FUERTE PRESENCIA EN TODO EL PAÍS

Hablar de Cubus Broker de Seguros, es hablar de referentes en seguros y en especial de Riesgos del Trabajo, contamos con un equipo capacitado y en perfecto conocimiento del rubro, lo que nos permite un trabajo más eficaz y organizado.

Nacimos en la ciudad de Rosario en el año 2012 dándole entidad a los más de 20 años de experiencia de su fundador, Emanuel Calvo. Actualmente nuestra Casa Central se encuentra en la ciudad de Rosario, Santa Fe.

A lo largo del tiempo fuimos evolucionando, nos encontramos en constante crecimiento y expansión. En el año 2014 abrimos una oficina comercial en la Ciudad de Buenos Aires, dónde Germán Corengia es nuestro socio estratégico y desarrolla el negocio.



Emanuel Calvo

La fortaleza más importante es la experiencia en el rubro ya que nos permite una relación productiva tanto con el cliente, P.A.S. y Aseguradoras. Esto mismo, nos otorga una ventaja competitiva a la hora de concretar negocios, tanto propios como de nuestros canales de ventas.

El camino recorrido nos brinda la posibilidad de simplificar y agilizar trámites, así como pensar y detectar situaciones conflictivas para prevenir inconvenientes mayores.

Los Productores Asesores de Seguros, especialmente los noveles, encuentran en el Broker un apoyo significativo para crecer y desarrollarse profesionalmente. Ellos representan un eslabón clave dentro de nuestra estructura comercial, por eso buscamos maximizar las ventajas competitivas que podemos ofrecerles.

Constantemente organizamos capacitaciones para nuestro Grupo, ya sean internas o a través de una Aseguradora que pone a disposición su personal. Además prestamos especial atención a las necesidades que nos manifiestan nuestros P.A.S. para expandir su capacidad de venta y lograr nuevos negocios en conjunto.

Durante el año 2018 y lo que transcurrió del 2019 dictamos capacitaciones sobre el uso del Servicio Póliza Digital de Riesgo del Trabajo y Obligaciones Patronales tanto de manera online como presencial. En las charlas nos acompañaron gerentes de diferentes Aseguradoras.

Uno de los pilares fundamentales para trabajar con los P.A.S. es mantenerlos informados, no solo en las modificaciones que pueden surgir en los distintos productos, sino también en las actualizaciones sobre nuevas metodologías de trabajos, o modificaciones en el mercado asegurador y la inclusión de la tecnología en el mismo.

En el transcurso de los años concretamos trabajos con más de 200 Productores Asesores y Organizadores de Seguros ubicados en de 15 provincias, abarcando así la Regiones Noreste (NEA), Noroeste (NOA), Cuyo y la Región Pampeana.

Desde el año pasado, premiamos el esfuerzo y la dedicación de nuestros P.A.S. con un viaje; en noviembre del 2018, el destino elegido fue Brasil. Desde Cubus, lo comunicamos bajo el hashtag #YoViajoConCubus, y es uno de nuestro mayores logros concretados en relación a nuestra política de Productores Asesores de Seguros.

Nuestro Capital Humano posee las habilidades necesarias para asesorar, responder a dudas e inquietudes y solucionar problemas. Brindamos atención personalizada y profesional para crear relaciones a largo plazo con nuestros clientes y P.A.S. Gracias al soporte administrativo en la gestión de coberturas, certificados y siniestros, el Productor Asesor de Seguros dispone de mayor cantidad de tiempo para generar negocios.

A través del asesoramiento generamos conciencia aseguradora en la sociedad, procuramos que nuestros clientes cuenten con las coberturas que realmente necesitan para resguardar su patrimonio tanto personal como profesional, y contribuir con su desarrollo.

Fuimos reconocidos por compañías de gran renombre, quienes nos premiaron por estar dentro de los Brokers más importantes del país. Por tal motivo, estuvimos presentes en la Copa Davis (Croacia - 2016), en La Copa Mundial de la FIFA (Rusia - 2018), crucero por el caribe (2018) y un viaje a Punta Cana (2019).

Además de ser especialistas en Riesgos de Trabajo, Emanuel cuenta con una gran experiencia en seguros agrícolas. Este año, Cubus comenzó nuevamente las operaciones en el rubro, abriendo una oficina en la localidad de Leones - Córdoba junto a QB AGRO S.R.L.

Ampliamos continuamente nuestra capacidad de acción y operativa para generar una red de trabajo estable entre Cubus y la sociedad, por tal motivo acordamos convenios con diferentes instituciones.

Por último, estamos en constante movimiento para modernizar nuestras estructuras tanto a nivel tecnológico, como demanda el rubro, y en relación al cuidado del medioambiente.

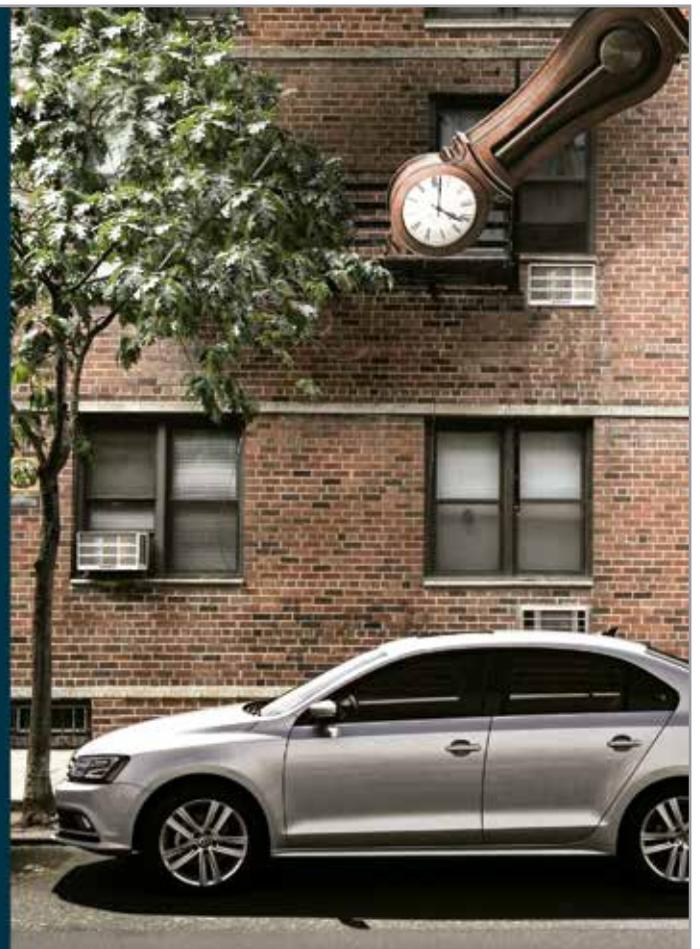


**Cubus**  
BROKER DE SEGUROS

**DES  
GRACIAS  
QUE  
TENGO  
SEGURO**

A LAS DESGRACIAS NO LE  
IMPORTAN LOS HORARIOS  
A NOSOTROS TAMPOCO

Córdoba 2531 - Rosario, Argentina  
0341 - 4466700 · info@cubusbroker.com.ar  
[www.cubusbroker.com.ar](http://www.cubusbroker.com.ar)



# GLOBAL SOLUTION BROKER S.A. ALINEADOS CON LOS INTERESES DE CADA UNO DE NUESTROS PAS



Cristian Bogni y Luis Félix



**Global Solution Broker S.A.**  
Innovación en Servicios al Productor de Seguros

## **Cuál es la especialidad de su organización?**

Somos especialistas en la formación comercial del Productor Asesor, lo proyectamos en el tiempo a una carrera profesional con probada garantía de éxito y lo ayudamos a que su rentabilidad e ingresos por esta actividad mejoren considerablemente. Lo preparamos para que pueda competir en igualdad de condiciones con grandes canales de ventas, le proveemos de herramientas para que amplíe su oferta de servicios con acciones comerciales que le permiten aumentar sus ganancias muy rápidamente. Por otro lado, las Cías. Aseguradoras nos identifican como un socio estratégico que les proporciona una red comercial confiable, dinámica y coordinada, que puede vender todos sus productos y servicios de manera eficiente y con un bajo costo operativo.

## **En qué se diferencian de otros organizadores?**

En principio porque estamos alineados con los intereses de cada uno de nuestros PAS, de sus clientes y sus preocupaciones son las nuestras también. Compartimos un modelo de negocio que beneficia a todas las partes y hace foco en el espíritu colaborativo, el trabajo en equipo y en la vocación de servicio que se transmite en cada una de nuestras acciones. Siempre buscamos nuevas alternativas para nuestros PAS, nos hacemos fuertes en la innovación y creamos un ambiente laboral de interrelaciones profesionales en un clima de cordialidad y amabilidad que propician la comunicación y el buen entendimiento de todas las partes.

## **Qué le ofrecen al productor?**

Al PAS le ofrecemos un conjunto de herramientas entre las que se destacan: a) condiciones comerciales preferenciales en las mejores aseguradoras del mercado, b) alianzas estratégicas para satisfacer las necesidades de las empresas más importantes del país, c) un equipo con amplio conocimiento del mercado asegurador, d) Acciones comerciales en el terreno de sus asegurados mediante las cuales lo acompañamos en sus presentaciones importantes, e) Disponemos de una amplia oferta en servicios que pueden ser comercializados por un ASESOR INTEGRAL que trabaje con nosotros. Estos van desde los servicios de Seguridad e Higiene Laboral, el asesoramiento en Consultoría Legal y Asistencia Jurídica, servicios/productos de banca privada y financieros, herramientas de gestión de última generación y multicotizador on-line, entre otros.

Como parte central de este proceso integrador, disponemos de programas de capacitación y entrenamiento para que toda nuestra red comercial se encuentre preparada ante cualquier posibilidad de nuevos negocios y encuentre nuevas oportunidades cada día.

En definitiva, llevamos a cabo todo tipo acciones comerciales que hacen posible que nuestros productores asociados alcancen niveles muy elevados de cierre de negocios y por ende ratios altos de mejora continua en sus ingresos.

## **A cuántos productores nuclean? Qué servicios les brindan? Cómo los capacitan? Cómo se dividen con ellos la comisión?**

Actualmente existen unos 450 PAS, incluidos varios Organizadores importantes del mercado, que integran nuestra red comercial. Contamos con una amplia oferta de servicios para que nuestros PAS se destaquen ofreciendo soluciones a casi todos los requerimientos del mercado. Desde todas las coberturas de seguros que se puedan incluir en una póliza, así como servicios de prevención de riesgos, de seguridad e higiene laboral, servicios y productos de banca privada y financiera, de atención de siniestros y reclamos de terceros on-line, de rastreo satelital y monitoreo a distancia, de asesoramiento legal, de coaching, de entrenamiento en ventas, de capacitación en técnicas de negociación, campañas de captación de clientes, soporte tecnológico, entre otros servicios disponibles.

La comisión es una parte importante del compromiso que tenemos con nuestros colaboradores. Cuando avizoramos la oportunidad de hacer un negocio, es cuando definimos bajo qué condiciones lo haremos y en cuanto vamos a contribuir para alcanzar ese objetivo con éxito. Valoramos la función esencial del PAS, la respetamos como nadie y dejamos que él defina cuanto quiere obtener por respetar tal compromiso y como quiere que se recompense su esfuerzo. Las situaciones justas son las que perduran en el tiempo y gozan de buena salud en nuestra empresa.

#### Qué volumen de primas generaron durante el último ejercicio?

Tuvimos una administración de cartera con primas que superaron los 584 millones de pesos.

#### Con qué compañías trabajan?

Nuestras principales Cías. y con quienes trabajamos actualmente, son: SANCOR SEGUROS, PREVENCIÓN ART, ALLIANZ ARGENTINA, EXPERTA ART, ZURICH ARGENTINA, ZURICH INTERNACIONAL, COLON SEGUROS, LIBRA SEGUROS, BBVA SEGUROS, CHUBB, ASOCIART ART, SEGUROS SURA.

Destacamos que para riesgos puntuales como Caución y ART, contamos con todas las opciones del mercado para lograr que nuestros PAS tengan acceso a la mejor propuesta siempre y no pierdan clientes u oportunidades de negocios por no contar con una Aseguradora Especialista dispuesta a dar cobertura a esos riesgos especiales.

#### Sobre Cristian Bogni:

Presidente de Global Solution Broker y Global Solution MKT. Posee más de 25 años de trayectoria en el Mercado de Seguros. Con un marcado perfil comercial, inició su carrera profesional como parte del staff de la Compañía Italo Argentina y fue adquiriendo experiencia en distintas áreas de la actividad en las principales aseguradoras del país. En

la etapa

previa a fundar Global Solution Broker, se encargó de impulsar comercialmente

los negocios de una importante red de Productores Asesores de Seguros a nivel nacional.

#### Sobre Luis Félix:

Director de Global Solution Broker y Global Solution MKT. Se desempeña

además, como Gerente de Global Solution HSE. Inició su carrera laboral en el mercado de seguros en el año 1990. Desde sus inicios en la actividad, colaboró

como funcionario en Sud América Seguros, LUA y Mercantil Andina. La experiencia que adquirió durante 12 años en estas empresas, le permitió proyectar un futuro en emprendimientos independientes de gran expansión. El desafío de la empresa propia y la constitución de un espacio beneficioso para el desarrollo de nuevos negocios, lo llevó a fundar junto a Cristian Bogni en el 2009 Global Solution Broker S.A.

#### Sobre Global Solution Broker:

ADMINISTRA primas por más de 580 millones de pesos anuales.

SE ENCUENTRA POSICIONADO

• dentro de los 20 PRINCIPALES BROKERS de la Argentina (\*).

• y entre los 5 primeros brokers del mercado con producción 100% de Productores Asesores (\*).

CUENTA CON UN KNOW-HOW de más de 30 años en el Mercado Asegurador.

ACOMPaña Y POTENCIA los negocios de una red de comercialización formada por más de 400 Productores asociados.

(\*). Fuente: Ranking de Brokers, Revista Estrategas (Agosto-Septiembre 2018).

 **Global Solution Broker S.A.**  
Innovación en Servicios al Productor de Seguros

Dentro de los **5 BROKERS**  
+ IMPORTANTES de la *Argentina*

Con nosotros, cada día + de 450 Productores y Organizadores de Seguros multiplican su rentabilidad.

Estamos dentro de los 5 primeros brokers del mercado con producción 100% de Productores Asesores.  
Fuente: Ranking de Brokers, Revista Estrategas (Agosto-Septiembre 2018).

 [www.gsbroker.com.ar](http://www.gsbroker.com.ar)  Tucumán 840 piso 4 (C1049AAR)  
C.A.B.A. Argentina - Tel. (5411) 5352-5252  Ayacucho 341 piso 2 (X5000JUG)  
Córdoba Capital - Tel. (0351) 570-9157

Seguinos en  

Nº de inscripción en SSN 1077 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | [www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn) | Organismo de control  **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

# LA EQUITATIVA ENFRENTANDO EL DESAFIO TECNOLOGICO EN APOYO DE LOS PAS

*Una empresa que opera solo con productores y organizadores de seguros, no hace venta directa y no opera con agentes institorios*



Lic. Carlos Grandjean  
Presidente de La Equitativa



Carlos Grandjean junto al equipo Comercial; de izqu. a derecha: Antonio Milici (Sub-gerente Comercial), Alejandro Jackson (Jefe Comercial Vida), Gustavo Falke (Gerente Comercial) y Carlos Grandjean (Presidente).

La Equitativa es una aseguradora fundada en 1897 de capitales nacionales, con políticas de largo plazo, operando en la gran mayoría de los ramos, enfocada en los productores asesores de seguros, basándonos en una relación de mutua confianza, y abocados a una constante modernización de la empresa.

La Equitativa es la empresa madre que a su vez es la controlante de Reconquista ART. Entre ambas contamos con 5 gerencias funcionales que se encargan de dar servicio a los PAS y a los asegurados.

Nuestro personal cuenta con vasta trayectoria, conocimientos, y vocación de servicio.

Somos unas 170 personas, de las cuales, alrededor de 25 trabajan en nuestras oficinas del interior, en donde tenemos presencia en casi todas las provincias. Nuestras 5 grandes líneas de negocios son: particulares, vida individual, ART, empresas, granizo y caución, obteniendo una composición muy equilibrada de cartera y donde el ramo automóviles sólo representa el 30% del total.

Operamos solo con productores y organizadores de seguros. No hacemos venta directa, ni operamos con agentes institorios. Creemos firmemente que el PAS tiene mucho futuro y margen de crecimiento y que su factor de diferenciación va a pasar por el servicio, la atención personalizada y el asesoramiento.

El cierre del ejercicio 2018/2019 nos encuentra Entusiasmados. Vemos potencial de crecimiento y en base a resultados sustentables.

Somos una de las aseguradoras con menor cantidad de juicios en términos relativos.

Hemos incorporado más de 100 nuevos PAS en el ejercicio. Nuestra estrategia de comunicación respecto de nuestro valor agregado está empezando a ser ampliamente reconocida y seguimos invirtiendo fuertemente en recursos humanos y tecnología. Estamos satisfechos, pero con el espíritu crítico de siempre querer seguir mejorando nuestro servicio.

Los objetivos para el segundo semestre del año son numerosos pero si tuviéramos que resumirlos en 2 serían: seguir incorporando nuevos productores y organizadores de seguros en todo el país y seguir mejorando la experiencia integral del PAS en La Equitativa y Reconquista. Si hay algo que nos conforma es que los PAS valoren nuestro servicio y la experiencia que viven con nosotros.

Estamos trabajando en numerosos proyectos. Sólo para mencionar uno, estamos trabajando en una API de whatsapp dirigida a PAS para poder canalizar una buena parte de la comunicación por esta vía (por supuesto además de nuestra herramienta de gestión on line y las demás vías tradicionales) de manera de poder tener un mayor control y respuesta a los diversos requerimientos y que los mismos puedan ser monitoreados y derivados a los sectores correspondientes por toda la organización. El objetivo es mejorar la comunicación y agilizar los tiempos de respuesta con la herramienta que hoy más se usa en materia de comunicación, especialmente enfocada a los PAS nuevos y al interior del país.

En materia de tecnología desde hace más de 6 años el grueso de la inversión se destina a la tecnología.

Lo primero a aclarar es que todos nuestros desarrollos tecnológicos son destinados al PAS y a mejorar su experiencia.

Además del desarrollo mencionado anteriormente, seguimos invirtiendo en nuestra herramienta de gestión en línea, simple y eficaz, incorporando nuevas funcionalidades y ramos a la misma. Ya tenemos digitalizados todos los ramos y estamos trabajando en la emisión en línea de nuevos ramos, la gestión de los siniestros frecuentes y la facilitación de la gestión de cobranzas. En materia de marketing digital, estamos optimizando nuestras páginas para mejorar nuestra estrategia de comunicación en redes sociales. Ya son muy numerosos los PAS que se han acercado a la empresa para comenzar a operar con nosotros y que nos han conocido a través de nuestra estrategia de comunicación digital.

En cuanto a la venta de seguros en línea, lo estamos haciendo pero siempre como un servicio adicional al productor asesor de seguros. Cada nuevo contacto, cada nuevo asegurable, cada nueva cotización y cada nuevo seguro es derivado a un productor asesor de seguros ya que es la persona indicada para ofrecer atención personalizada, servicio y asesoramiento al

asegurado. Nadie brinda mejor valor agregado sobre estos 3 aspectos que un PAS íntegro, capacitado y con vocación de servicio. Una buena integración entre PAS, aseguradora y tecnología la entendemos como un factor diferencial inigualable a futuro

Nuestra estrategia de fidelización del PAS se basa en 3 pilares: programa de capacitación integral, mejora de la experiencia del PAS y programa de incentivos.

El PIPE (Programa de Incentivos del Productor Equitativo) responde a este último punto. Es un programa que ya comienza su tercera temporada y que incentiva con importantes premios y viajes nacionales e internacionales a la producción diversos ramos. Y lo hemos separado en 2 ligas (liga blanca y liga celeste), de acuerdo al nivel de producción del PAS para que los más nóveles también tengan posibilidades de ganar. Realmente estamos muy conformes con el resultado y siempre utilizando la simpática imagen de nuestro Productor Equitativo. La forma de acceder al mismo es darse de alta en La Equitativa y comenzar a operar. Por ultimo, agradecemos esta oportunidad que nos permite acercar nuestra propuesta de valor a todos los productores asesores y organizadores del país.

Lic. Carlos Grandjean  
Presidente de La Equitativa



**Participá y volá!**

Nosotros, nuestros productores y vos.

**Sos Productor?  
Participá del Programa de  
Incentivos de La Equitativa.  
Podés ganarte viajes internacionales  
con todo incluido, viajes nacionales  
(ambos al destino de tu elección) y  
muchos premios más!**

+54 11 4328 2267

comercial@laequitativa.com.ar

www.laequitativa.com.ar



**LA EQUITATIVA**  
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Nº de inscripción en SSN  
044

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

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

# LA HOLANDO, CUMPLIR 100 AÑOS CUMPLIENDO

*Te invitamos a conocer algunos conceptos que definen nuestra actualidad como empresa.*



Somos una compañía de capitales nacionales fundada en el año 1918. Nuestra historia está íntimamente ligada a la Familia Levi, sus principales accionistas, cuya cuarta generación está dirigiendo actualmente la Cia.

Asimismo conforman el grupo asegurador además de LH Bar's Broker de seguros en Miami USA y Reunión RE reasegurador Argentino en el cual tiene una importante participación.

Conformamos un equipo de más 320 personas operando en todo el territorio de nuestro país con presencia propia a través de 19 agencias.

Nuestra política de comercialización es claramente el canal PAS donde concentramos más del 98% de nuestra producción.

Realmente valoramos el asesoramiento y servicio que prestan los Productores asesores de seguros, a quienes consideramos nuestro socio estratégico.

El cierre del ejercicio 2018/19 nos encontró con un importante crecimiento real, manteniendo la solvencia de nuestra Cia. Este año hemos lanzado el producto de HOGAR XL, AP con cobertura inmediata y RC embarcaciones de placer y estamos atentos a las necesidades del mercado para desarrollar y actualizar nuestros productos. Asimismo implementamos la Póliza On line y en este momento estamos en periodo de testeo de póliza electrónica.

**Nuestros objetivos son mantener una línea de crecimiento con rentabilidad**, estando atentos a hacer las correcciones necesarias para acompañar a nuestra red comercial en la coyuntura económica.

En materia tecnológica estamos realizando importantes inversiones mejorando nuestros procesos internos, rediseñando nuestra web holandonet y trabajando en integraciones con sistemas (ClaimService, Tecnoled, Climavista Ultu etc) para poder dar alternativas y nuevas opciones. También estamos implementando acciones continuas de capacitación para nuestro personal.

Por el momento no tenemos en nuestros proyectos la venta de seguros en línea, aunque a futuro podríamos evaluar alternativas siempre con la intermediación de PAS.



# CUMPLIMOS *100 años* CUMPLIENDO



HOLANDO  
— SEGUROS —



Con los mismos valores que construimos hasta ahora, renovamos el compromiso de seguir brindando el mejor servicio. **Cumplimos 100 años de trabajo en equipo.**

## SEGUROS PATRIMONIALES:

- Automotores
- Riesgos Agrícolas
- Transportes
- Caucción
- Embarques y Buques Comerciales
- Consorcios
- Comercios
- Hogar
- Aeronavegación

## SEGUROS DE VIDA

- Colectivo
- Individual y Salud
- Accidentes Personales
- Accidentes Personales Plenus

## A.R.T.

Conocé más sobre nosotros en [www.laholando.com](http://www.laholando.com)

Nº de inscripción en SSN  
0079

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



# LIBRA SEGUROS

*Crecimiento responsable y sostenible, plan de expansión, cuidado de los resultados técnicos y apuesta al futuro.*



Nicolas Cofiño



## TRAYECTORIA

LIBRA Seguros nació a partir de un gran sueño. Nuestro programa de negocios apunta a crear un nuevo paradigma dentro del mercado, el que se sustenta en el diferencial de servicio, en la cercanía con nuestros clientes y la generación de vínculos sólidos y a largo plazo con los Productores Asesores de Seguros, a quienes consideramos socios estratégicos de nuestro modelo comercial.

Esta propuesta de valor está orientada fuertemente al crecimiento responsable y sostenible a través de un plan de expansión que cuida los resultados técnicos apostando al futuro. A partir de este año incorporamos el ramo automotor manteniendo la innovación, convicción y visión con una oferta de productos altamente competitiva. Nuestra impronta nos permite establecer un contrato de confianza con nuestros clientes agrandando siempre la letra, para que no haya dudas. LIBRA marca la diferencia en cada detalle y avanza con actitud para transformar el mercado asegurador.

## EQUIPO DE TRABAJO DE LA CÍA.

Desde la creación de la compañía venimos trabajando fuertemente en nuestra cultura interna. Buscamos impulsar el amar lo que se hace, pensar lo que se dice, analizar en profundidad y enfrentar los desafíos.

Para nosotros la Actitud Libra tiene un gran significado y es lo que nos marca el camino a seguir, la manera en que nos gusta hacer las cosas.

LIBRA empezó de cero a proyectar cómo quería ser, dónde quería estar, y hoy ya estamos viendo los resultados. El crecimiento que venimos logrando es el resultado de nuestro trabajo en equipo, de nuestra cultura interna.

Nuestro equipo está conformado por gente de muchos años de experiencia en el mercado, con gran conocimiento técnico y por jóvenes profesionales que aportan desde una mirada fresca, innovadora, tecnológica. Entendemos que en esa combinación logramos el mejor rendimiento del equipo y que cualquier equipo de profesionales que se respeta y se admira, es invencible.

## POLÍTICA DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Nuestro modelo comercial se centra en los productores asesores de seguros como principal canal de ventas. Este canal representa el 87% de nuestra producción. Por eso y por el vínculo cercano que tenemos con ellos, los vemos como verdaderos socios estratégicos. Nuestra red de Pas ha ido creciendo exponencialmente a nivel nacional, cumpliendo los objetivos que nos propusimos y con un alto grado de compromiso y sobre todo de afinidad con los valores de la marca. La figura central del PAS está presente en todos los proyectos de la compañía, incluso en uno de los principales vectores de innovación como es la plataforma de venta de seguros LIBRA on line. Allí el productor participa activamente en el negocio digital, sin necesidad de invertir, de la mano de LIBRA.

Entendemos que la tecnología y la venta online son medios facilitadores pero que no remplazarán nunca una sonrisa, una voz que da tranquilidad del otro lado del teléfono, o una mano si la necesita. Desde el nacimiento de la compañía se comprendió con claridad que el productor asesor de seguros era clave en el modelo de atención. Si bien resulta evidente que existe una parte del mercado que se vuelca a lo digital para comparar precios y contratar un seguro también ha sido comprobado, la importancia en la venta y la post-venta para fidelizar, para generar nuevas oportunidades y especialmente para estrechar vínculos con el cliente. Hoy ese capital es lo que vale.

## PROYECTOS Y PLANES DE DESARROLLO

Tenemos varios proyectos orientados a la innovación de productos que incorporan la tecnología al servicio del cliente, poniendo mucho foco en el ramo automotor que es el gran desafío para este año.

En cuento a desarrollo, continuamos trabajando en nuestro plan de expansión, apertura de nuevos centros de atención y captación de PAS a nivel país. Sobre todo en el interior.

Continuamos trabajando en la investigación de nuevos formatos de productos, escuchando a nuestros Pas, entendiendo las nuevas necesidades de los clientes.

## CARTERA DE PRODUCTOS

En LIBRA tenemos un abanico de coberturas en motos y autos que se adapta a las necesidades y perfiles de nuestros asegurados. De todas formas estamos constantemente analizando tendencias e investigando cómo aportar mayor valor a los productos en términos de beneficios e innovación.

Un claro ejemplo de ello es **Orange Tech**. El primer seguro con telemática de la Argentina, cuyo sistema integrado monitorea el uso del vehículo mediante un dispositivo que envía gran cantidad de información (aceleración, velocidades, frenadas, curvas, lugar, etc) en tiempo real. Con toda esa información se procesan en nuestro sistema diferentes algoritmos que analizan el comportamiento de manejo y nos permiten determinar el comportamiento de manejo y, con ello, se establece la tarifa adecuada para ese perfil de conducción. En definitiva, el asegurado paga por cómo y cuánto usa su auto, una tendencia que se hace cada vez más común a nivel mundial.

## TECNOLOGÍA

Libra Seguros es una compañía que nació en la era de la transformación digital, con lo cual la tecnología es parte de nuestro ADN.

Dentro de la estrategia de negocios en la que venimos trabajando, la mejora continua es parte de nuestra cultura interna y, en ese sentido, asignamos un presupuesto más que importante a los desarrollos tecnológicos, a la incorporación de nuevas tecnologías, a la seguridad de la información, a la optimización de procesos y, particularmente al desarrollo de nuestro producto Orange Tech. Nuestro objetivo es mejorar la experiencia de uso de nuestros Pas y asegurados. Y sabemos que es un camino que no tiene fin. Que a medida que vayamos alcanzando los objetivos que planteamos, surgirán nuevas tecnologías que harán que tengamos que volver a aprender, a invertir y a cambiar.

### -Cierre de ejercicio 2018 / 2019

No fue un año fácil, pero estamos cerrando un ejercicio muy positivo. Teniendo en cuenta el contexto, decidimos adelantar unos meses la apertura del ramo automotores, lo que nos permitió alcanzar los objetivos de producción que nos habíamos propuesto antes de iniciar el ejercicio.

Por otro lado, la incorporación sostenida de Pas nos ayudó a ir cumpliendo los objetivos de ventas.

### -Objetivos segundo semestre y 2020

Para este ejercicio 2019 / 2020 tenemos varios objetivos. Uno de ellos es continuar creciendo tanto en el ramo de autos como en el de motos, según el presupuesto que nos propusimos.

Otros desafíos son lanzar nuevos productos, abrir nuevos centros de atención y continuar desarrollando el canal de Pas.



*Tito presenta*  
**Orange Tech**

**El único seguro con telemática de la Argentina.**

Es sencillo. Tus clientes pagan el seguro según cuánto y cómo usen su auto. Vos sumás innovación y **avanzás con Actitud.**

Comunicate con nosotros  
[libraseguros.com.ar](http://libraseguros.com.ar)  
**0800 888 5427**

**LIBRA**  
Compañía de Seguros

Nº de inscripción en SSN 0852	Atención al asegurado 0800-666-8400	Organismo de control	<a href="http://www.argentina.gob.ar/ssn">www.argentina.gob.ar/ssn</a>	 <b>SSN</b>   SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
----------------------------------	--	----------------------	--	---

# MAJOSEG S.A. ENTREVISTAMOS A LOS TITULARES DE ESTE IMPORTANTE ORGANIZADOR DE SEGUROS



## **Cuéntenos acerca de la trayectoria de la empresa**

Somos una empresa fundada en 2002, por Jose Luis LORENZO y Mario Jose CAMPOS, con el aval de nuestra trayectoria Gerencial en Cias. De Seguros, y bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima, siendo sus directores principales.

Nos propusimos como objetivo, desde el primer día, buscar soluciones a cada situación que nos presenten los PAS, con las distintas compañías con las que operamos, de modo que el productor pueda tener un mayor tiempo libre para su desarrollo comercial, búsqueda de nuevos clientes, y la atención de su cartera (siniestros y otros reclamos/consultas de sus asegurados) Para ello les ofrecemos atención personalizada en todas las áreas de la actividad, y el respaldo tecnológico necesario para cumplimentar una atención de excelencia –

## **Cuanto hace que MAJOSEG está presente en el mercado y con qué dotación de empleados cuentan actualmente**

Estamos en el mercado hace 17 años y contamos con una dotación de 9 empleados, y operamos en todo el país, con fuerte presencia en Capital Federal y zona norte del GBA.

## **Con que compañías operan**

Operamos con Mercantil Andina, SMG, Victoria, Allianz, Paraná, Rivadavia, Prudencia, Afianzadora, Mapfre, SMG ART y Galeno ART, entre otras

## **Cual es la oferta que les hacen a los PAS para tentarlos a operar con ustedes**

Ofrecemos al PAS atención integral de todas sus necesidades operativas, con lugar en la empresa para realizar las tareas que necesite, siempre en forma personalizada –

Lo ayudamos en cotizaciones, suscripción, emisión, endosos, renovaciones anticipadas, control de pagos de sus clientes, control de renovaciones, atención de siniestros, reclamos ante Aseguradoras de sus clientes sin costo, control de liquidaciones de siniestros, asesoramiento y búsqueda de coberturas y el mejor costo, para cada cliente, en las distintas compañías que operamos, como así también asesoramiento contable y actualización y mantenimiento de libros exigidos por SSN.//

El soporte técnico lo brindan empleados con experiencia en suscripción, cotizaciones, y en atención de siniestros, y sistemas operativos, enlazados con las oficinas de los PAS y les ofrecemos todos los productos que tienen las Aseguradoras en el mercado, propiciamos el armado de Grupos de Afinidad, desarrollo de nichos comerciales, y coberturas a medida cuando lo requieran.

## **Cuantos productores de seguros operan en la actualidad con vuestra empresa y que otros servicios les ofrecen para su desarrollo profesional.**

Al 30/06 operan con MAJOSEG S.A 145 Productores Asesores de Seguros, en todo el País

Contamos con la colaboración de las Aseguradoras con las que operamos, para brindarles periódicamente información y cursos sobre temas de actualidad que nos solicitan, y de novedades de distintos riesgos, páginas web y manejo de la información, y cursos de revalidación de matrícula anuales

## Cuántas pólizas administran en la actualidad

Administramos aproximadamente 18.000 pólizas, de los PAS que nos acompañan, con el 50% de las mismas del ramo automotores –

## Por último, de que manera puede un PAS tomar contacto con uds

Pueden hacerlo a través de los datos que figuran al pie o enviándonos un mail a [comercial@majoseg.com.ar](mailto:comercial@majoseg.com.ar)

RED DE PRODUCTORES  
DE SEGUROS

# Confiar en nuestra experiencia es ganar tiempo para sus clientes



## MajoSeg

Brindamos servicio a **Productores Asesores de Seguros** que se desempeñan en forma unipersonal o en pequeñas organizaciones, colaborando en el desarrollo y concreción de negocios, tanto en coberturas simples o standard como en riesgos a cubrir complejos y/o especiales. Asimismo la atención y diligenciamiento integral de Sinistros en el nivel que sea requerido.

Estamos conectados con una importante cantidad de Compañías del Mercado, lo cual nos permite cubrir con eficiencia la mayoría de los riesgos asegurable.

Av. Corrientes 457, piso 6to • C1043AAE • CABA  
Tel. 4326 3876 / 77 / 78 • 4325 5054 / 58 Fax 4326-3328  
[comercial@majoseg.com.ar](mailto:comercial@majoseg.com.ar)

**SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN | [www.ssn.gob.ar](http://www.ssn.gob.ar) | 0800-666-8400  
Inscripción-SSN N° 0832



# NATIVA SEGUROS. SE POSICIONA CADA VEZ MAS FUERTE EN EL INTERIOR

Para NATIVA SEGUROS, la Responsabilidad Social es una prioridad que aplica criterios de equidad y estabilidad valorando sustancialmente las relaciones con sus grupos de interés.

Nativa Seguros, compañía de seguros oriunda de la ciudad de Olavarría, y con fuerte presencia en el interior del país, cumplió sus primeros 61 años en el mercado asegurador.

A través de una fuerte campaña de posicionamiento de marca denominada "Nativos", la compañía transmite cuales son los principales pilares, basada en el concepto de "impulsar los valores" de las personas que viven en el interior del país, como así también en fortalecer el vínculo con sus socios estratégicos, los productores asesores de seguros.



La compañía presentó al tenista argentino Gustavo Fernández, como embajador de marca quien representa a la marca en lo más alto del ranking mundial del tenis profesional. "Estamos orgullosos que Gustavo haya confiado en Nativa Seguros, y que podamos acompañarlo en este momento de su carrera deportiva. Como deportista de elite, número uno a nivel mundial en tenis adaptado, cuenta con una amplia trayectoria la cual admiramos, así como también su historia de vida, con raíces en el interior, iniciando su actividad deportiva en el club Estudiantes de Olavarría para luego seguir creciendo en Córdoba y explotar finalmente deportivamente", destacó Marina Fal, presidente de la compañía.

## **Acerca de Nativa Seguros**

Nativa es una compañía de seguros fundada por un grupo de olavarienses, en 1958 que se unieron para llevar adelante el sueño de darle a su ciudad una compañía de seguros que proteja patrimonialmente a sus vecinos en cada momento de sus vidas y que acompañe el crecimiento de la ciudad.

La compañía se dedica a la producción de seguros patrimoniales, principalmente auto, moto, hogar, comercio, responsabilidad civil, accidentes personales, agro y vida entre otros. Comercializa el servicio a través de su red comercial formada por más de 250 productores asesores de seguros, distribuidos en la provincia de Buenos Aires, Río Negro, La Pampa y recientemente en Santa Fe.

Para NATIVA SEGUROS, la Responsabilidad Social es una prioridad que aplica criterios de equidad y estabilidad valorando sustancialmente las relaciones con sus grupos de interés. Crecer en el plano de la RSE supone la garantía que asegura la viabilidad futura de la compañía frente a la comunidad.

El Programa de Educación Vial se inició en 2019 bajo la iniciativa de realizar jornadas educativas en los colegios secundarios y padres de adolescentes próximos a adquirir el carnet de conductor por primera vez, como también abarcar distintas problemáticas en relación a educación y concientización vial. Esta campaña se realizó en conjunto con el Observatorio Vial Latinoamericano (Ovilam) y el equipo de Tiempo de Seguros, programa radial sobre el seguro y la actualidad del mercado asegurador.

Más información en: [www.nativaseguros.com.ar](http://www.nativaseguros.com.ar) y en las redes sociales como Nativa Seguros



**SEGUROS  
RIVADAVIA**

**Protegemos aquello  
que más te importa**



**0810 999 3200**  
[www.seguorsrivadavia.com](http://www.seguorsrivadavia.com)

Seguinos en:  



Descargá nuestra  
aplicación.



Disponible para iOS  
y Android.

Nº de inscripción en SSN  
0222

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

# ENTREVISTA A ALVARO OTAZU PRESIDENTE DE NEWLEADERS

*Acompañando el desarrollo y crecimiento de sus productores*



## **Quién es Newleaders:**

Somos una organización de profesionales abocada a brindar la más amplia variedad de seguros patrimoniales. Con una trayectoria de más de 30 años en el mercado, creemos en la confianza y el compromiso como organización para brindar un asesoramiento profesional que es único y exclusivo para cada cliente. Creemos mucho más en la calidad que en la cantidad, por ello, nuestra función primordial está enfocada en que cada cliente tenga el asesoramiento y el apoyo necesario en la contratación de nuestros productos y servicios.

## **Objetivos:**

Acompañar el desarrollo y crecimiento de nuestros productores, poniendo a su disposición la mejor y mayor cantidad de herramientas para su progreso. Ser líderes en el sector, ofreciendo asistencia en seguros de calidad a través de un servicio y protección confiable. Lograr la satisfacción de cada cliente al obtener el servicio en seguros más adecuado. Brindar protección y cuidado poniendo a disposición de nuestros clientes las mejores opciones en materia de seguros.

## **Productos que comercializan:**

Seguros particulares:

Del automotor • Del hogar • Contra robo o incendio • Responsabilidad civil • Accidentes personales • Seguro técnico • Mala praxis • De vida individual • Embarcaciones de placer • Seguros de retiro • Seguros premium de vida y capitalización (a través de Zurich Life).

Seguros para comercios y empresas:

Seguro del automotor (individuales y flotas) • Seguros para comercio contra robo o incendio • Integrales de la industria • Responsabilidad civil • Transporte • Caucción • Seguro técnico • Todo riesgo construcción • Integral de consorcios • Integral del comercio • Cascos • Mala praxis institucional • Accidentes personales • ART (opcional con asesoramiento en higiene y seguridad, a través de New Leaders Safety SRL) • Seguro de vida colectivo • De vida obligatorio.

## **Quiénes componen la empresa:**

La estructura de la empresa está formada por un directorio de tres socios, siendo Alvaro Otazu su presidente y Mariano Merlo y Facundo Lacaria los otros socios integrantes del mismo.

## **Presencia en el mercado, cantidad de años que hace que están en la actividad:**

12 años como empresa, 32 años como PAS individual.

## **Cantidad de empleados con los que cuentan:**

12 colaboradores.

## **Provincias y ciudades en las cuales están presentes u operan:**

Presencia en CABA, Provincia de Buenos Aires, Santa Fé, Mendoza, Chubut y Santa Cruz.

## **Compañías con las que operan:**

RUS, Federación Patronal, Provincia Seguros, SMG Seguros, Zurich, Allianz, HDI, Cosena, Assekuransa, Afianzadora, Mercantil Andina.

**Servicios que ofrecen al productor de seguros:**

Capacitación, Asesoramiento Legal e Impositivo, Acompañamiento comercial y nuestra nueva herramienta tecnológica en forma digital con una APP disponible en Android e iOS. La misma incluye Multicotizador y gestor de cartera.

**Valor agregado que le aporta vuestra empresa a la tarea del productor:**

Entendemos que con el menú de compañías más lo antes expuesto, le brindamos al PAS la posibilidad que tenga mucha mejor efectividad en su gestión de venta y post venta ya que lo acompañamos en todo el proceso y tratamos de atender todas sus necesidades para ofrecerle a su cliente la mejor opción.

**Soporte técnico comercial que le brindan al productor:**

Tenemos un equipo de cuatro personas dedicadas exclusivamente a la parte técnico comercial, todos con amplia experiencia y con conocimientos en todas las ramas del seguro.

**Cantidad de productores con los que operan:**

190 productores.

**Herramientas que les ofrecen:**

Sistema de administración, multicotizador, capacitación, cursos de pcc, app

**Cantidad de pólizas vigentes en cartera:**

Más de 5.000.



Más de 30 años  
brindando  
seguridad y  
respaldo  
a productores  
y asegurados

**newleaders**  
CONSULTORES EN SEGUROS

En Newleaders además de proteger a nuestros asegurados, ofrecemos a los **productores** el mejor espacio para desafiarse y desarrollarse. Trabajamos con aseguradoras de primera línea, que nos permiten ofrecerte la mejor propuesta para alcanzar tus objetivos.

**Nuestro compromiso es siempre tu crecimiento.**

0800-666-8400  
[www.ssn.gov.ar](http://www.ssn.gov.ar)  
Nº inscripción SSN: 1009



Viamonte 454. Piso 7. Of. 13/14. Caba @ [info@newleaders.com.ar](mailto:info@newleaders.com.ar)  
4516.0506 f [Newleaders.seguros](https://www.facebook.com/Newleaders.seguros) [WWW.NEWLEADERS.COM.AR](http://WWW.NEWLEADERS.COM.AR)



# ORGANIZACIÓN AMPARO: 25 AÑOS CUIDANDO LO IMPORTANTE

*Organización Amparo en este 2019 está festejando sus Bodas de Plata. En esta nota hacemos un repaso por estos años protegiendo a la comunidad*



Ser un Organizador de Seguros no es fácil. Mucho menos ser referente y mantenerse en el mercado por más de veinte años. Pero eso no parece haber sido problema para Organización Amparo, que está transitando su 25° Aniversario. Cabe destacar que desde el año 1994 Organización Amparo se especializa en el desarrollo de la **Rama Vida** a nivel nacional, para luego desarrollarse hacia los **Negocios Corporativos** y el Canal Productores.

Desde el principio se tuvo en claro que lo importante es ser el asesor de seguros por excelencia en todos sus aspectos:

- Acompañando continuamente a sus clientes en los momentos críticos, haciéndolos sentir protegidos y amparados.
- Asesorándolos personalmente en protección tanto del patrimonio de las empresas e Instituciones como también de las personas.
- Brindando las mejores coberturas, con las Compañías líderes del mercado argentino.

## **La Familia Amparo**

Con la premisa de estar alerta a las situaciones y necesidades de sus clientes y para cumplir con fidelidad este compromiso día a día, se ha justificado plenamente el sostenido crecimiento de la **Familia Amparo**.

Nacida en Santiago del Estero en 1994, por iniciativa de su fundadora y socia gerente María Inés Suárez quien ya acumulaba una vasta experiencia en la comercialización de seguros masivos, en el año 2001 se incorpora el Cr. **Ricardo Magnien** con su estudio contable especializado en el asesoramiento integral de empresas de seguro, salud y servicios fúnebres lo que generó una potente sinergia entre lo técnico y lo comercial, que hoy los distingue en el mercado local.

A fines de 1997 llegaron a San Fernando del Valle de Catamarca, En 2003 abrieron sus oficinas comerciales en la ciudad de Córdoba, En el 2012 fue el desembarco en la ciudad de Mendoza

En 2018 y 2019 esa energía logró que se abrieran dos nuevas sucursales en las ciudades de San Luis y de La Rioja.

**Hoy cuenta en sus 6 sucursales, con más de 2.200 m2 cuadrados de oficinas exclusivas, equipadas con la mejor tecnología disponible**, que dan soporte a más de 105 colaboradores en relación de dependencia, que se desempeñan en los diferentes departamentos que componen la Organización, tales como Comercial, Administrativo, Auditoría Interna, Siniestros y Operaciones. Cuenta con más de **60 Productores Asesores de Seguros**, que resaltan su seriedad y compromiso para con los clientes, que conforman una cartera de más de 220.000 asegurados.

Si hay algo que es fundamental para mantenerse tanto tiempo en el rubro, es la confianza. Y a ella se la va creando día a día, a través del accionar de todos los colaboradores, de los clientes y convenios que respaldan el trabajo y los llenan de orgullo. Por eso son el Productor Asesor designado de las Universidades Nacionales de Santiago del Estero, Córdoba y Catamarca; Gobierno de la Provincia de Santiago del Estero, más de 30 municipios en las provincias donde opera, además de una importante cantidad de instituciones oficiales de prestigio y empresas de envergadura y clubes sociales y deportivos en las 6 provincias que día a día los honran con su confianza. Se puede agregar como un producto destacado que desde el año 2013 cuenta con una protección exclusiva para el personal en servicio de las Fuerzas de Seguridad de todo el país.

## El cuidado primordial

En **Organización Amparo** la prioridad es cuidar a las personas y a lo que verdaderamente les importa. Por eso en su aniversario no paran y siguen **"Cuidando lo importante"**, tal como reza su actual slogan. Justamente eso, el cuidar lo importante, es lo que llevó a realizar la Campaña "Transitando Seguros" desde junio 2019.

Esta campaña es una forma de brindar a la comunidad, por sus 25 años de confianza, acciones que dejen huella en beneficio de todos y no solamente de sus clientes. Está conformada por charlas, talleres y disertaciones sobre **Seguridad Vial** con el Dr. **Horacio Botta Bernaus**, quien posee una trayectoria de más de 30 años en la materia, siendo el director del programa "Formador de Formadores en Educación Vial" y autor del libro "El ABC de la Seguridad Vial", para fomentar la educación de las generaciones que vienen, orientado a alumnos y docentes de los niveles iniciales, primarios y universitarios.

La Responsabilidad Social no es algo nuevo para **Organización Amparo**, ya que mantiene acciones de manera constante, colaborando con organizaciones sociales sin fines de lucro que trabajan en el bienestar de la comunidad, tal es el caso de la Fundación Cantos, Fundación Dardo Gómez, Banco de Alimentos, Asociación Deporte por Salud y escuelas rurales del interior de las provincias donde Organización Amparo siempre acompaña bajo el lema **"Amparo te cuida"**.

Lo anterior es una respuesta a una problemática que hay que atender urgente y de esa manera actúa Amparo: respondiendo. Por eso día a día los encuentra brindando la mejor alternativa en seguros, ya que cuentan con el respaldo de **Compañías** con vasta experiencia y respaldo en el país y a nivel mundial como: **HDI, Met Life, Colón, Triunfo, Nación, Chubb, Grupo Provincia, Sancor Seguros, QBE, La Mercantil Andina, Prudential, Asociart, Prevención ART, Sura, Beneficios, SMG Seguros, San**

**Cristóbal, Integrity Seguros, Galeno, Zurich**, entre otras firmas posicionadas al tope del mercado asegurador en el país. Además, poseen una atención personalizada de post - venta, desde redes sociales, página web y en cada una de sus seis sucursales, para estar cerca de cada asegurado, aclarando cualquier duda. Siempre trabajando con integridad, conservando la transparencia, porque entiende que su capital humano y procesos se caracterizan -desde sus comienzos- por ser coherentes entre palabras y hechos.

## Pensando siempre en lo que viene

Organización Amparo invierte a futuro, pensando en mejorar la calidad de atención al cliente, buscando que vivencien una experiencia única, por ello el nuevo edificio de Amparo en pleno centro de la ciudad de San Fernando del Valle de Catamarca será una realidad en los próximos meses.

El compromiso de Organización Amparo se mantiene y acrecienta día a día. No sólo por sus más de 350.000 productos vigentes, si no en la ampliación de las coberturas del servicio. Todos los años se esfuerzan en mejorar e incorporar nuevas coberturas que beneficien a sus asegurados y su familia.

Se destacan por los productos más importantes pensando en la seguridad y tranquilidad de quienes los toman. Hablamos de la protección integral que se le brinda a las Fuerzas de Seguridad, a las familias con seguros de vida y seguros de sepelio y a las empresas. Siempre respondiendo a las necesidades de los asegurados y en los momentos más difíciles que les tocan vivir, ya sea por una pérdida personal o material.

Hace 25 años en Santiago del Estero nació Organización Amparo. Luego de un largo camino los encontramos con las mismas ganas que el primer día y el mismo compromiso, de acompañar a sus clientes en momentos críticos y que estén amparados por la trayectoria de una gran firma. Por eso, en todos estos años y hoy, frente a lo que se viene, Organización Amparo es **"Protección Hoy, Tranquilidad para mañana"**.

# TRAYECTORIA Y SOLIDEZ

Cobertura exclusiva para adultos mayores

Protección Integral para fuerzas de seguridad

Somos el broker de seguros con mayor presencia nacional.

**25 años AMPARO**  
Cuidando lo importante

Con oficinas en:

Santiago del Estero	Catamarca	Córdoba	Mendoza	San Luis	La Rioja
Misiones 33 0385 422 6767	Maipú 420 Of. 2 PB 0383 445 0550	Humberto 1° 383 0351 424 4859	Emilio Civit 47 0261 423 1323	Ayacucho 1151 0266 425 3943	Av. Peñalosa 820 0383 445 0550

M de Inocuidad en SAN 062 | Asociación de Seguros 0000-000-0400 | Organismo de control | www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

# ENTREVISTA A BRIAN KELLY, DIRECTOR DE RS4 NEUMÁTICOS & SERVICIOS

*Cerca del mercado  
asegurador*

*Los productores asesores  
confían plenamente en  
nosotros a partir de una  
rápida respuesta, calidad  
de servicio, compromiso y  
responsabilidad*



*“La entrega a domicilio del  
asegurado es un diferencial  
que nos ha permitido crecer  
de forma permanente.”*

RS4 Neumáticos & Servicios es una empresa líder en la comercialización de cubiertas y llantas que trabaja en forma muy estrecha con el sector asegurador en su totalidad - aseguradoras, productores-asesores de seguros, brokers y organizadores-, y aquí nos cuentan cómo les fue durante el pasado año y sus planes para este 2019 y 2020.

## - ¿Brian, qué nos puedes contar acerca de tu empresa?

RS4 Neumáticos & Servicios nació hace diez años con la intención de brindar un servicio diferente y de calidad dedicado al mercado asegurador, al cual conocía por haber trabajado previamente en él por mucho tiempo.

Nos basamos en nuestro servicio y compromiso, que nos ha permitido lograr un crecimiento sostenido y permanente. Somos representantes oficiales de Pirelli en la Argentina, aunque comercializamos todas las marcas de cubiertas y llantas.

## - ¿Con qué estructura cuenta la empresa para desarrollar su operatoria?

Actualmente contamos con 30 personas divididas en las siguientes áreas: Administración, Playa, Choferos y Departamento Comercial. Un párrafo aparte merecen los encargados de las sucursales y del Departamento de Alta Gama y Empresas, que cuentan con amplia experiencia y trayectoria en el rubro.

También contamos con siete vehículos propios para entregas, maquinaria de última generación y un sitio web muy moderno ([www.rs4neumaticos.com.ar](http://www.rs4neumaticos.com.ar)), donde pueden verse imágenes de nuestras dos sucursales (una en San Isidro y otra en Capital Federal), los productos disponibles, las promociones especiales, nuestra información de prensa y también las fotos de los vehículos que pasaron por nuestras instalaciones.

## - ¿Cómo han logrado insertarse dentro de nuestro sector asegurador?

Trabajamos con cerca de 40 compañías de seguros, brokers, organizadores y productores asesores, quienes confían plenamente en nosotros a partir de una rápida respuesta, calidad de servicio, compromiso y responsabilidad.

## - ¿Cuáles son esos servicios que brinda la empresa al mercado?

Somos muy exigentes en brindar solución y una rápida respuesta a cualquier problema. Nuestros encargados tienen un plazo corto para contestar cualquier consulta. Este no es un tema menor ya que estamos hablando de Fast Truck y de entrega a domicilio con vehículos identificados y equipados para tal fin, que terminan cerrando exitosamente las reposiciones.

Algo muy importante que queremos destacar es que las ruedas se entregan armadas, balanceadas y con colocación incluida sin costo adicional dentro de la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. En caso de no contar con la mercadería requerida, porque puede estar faltando en concesionaria o demorarse, prestamos bajo nuestra responsabilidad mercadería provisoria para solucionar el problema al asegurado, protegiendo así la imagen de la aseguradora. También realizamos envíos al interior del país de manera rápida y eficaz.

## - ¿Qué beneficios generan estos servicios a las compañías y a sus asegurados?

A las aseguradoras les sirve porque al brindarles una rápida solución al problema que representa un siniestro podrán optimizar sus recursos humanos en la atención de otros casos. Una vez acordada la orden de reposición, la idea es que la compañía se olvide del siniestro y pueda avanzar en otras cuestiones.

Asimismo, se benefician todos los canales de ventas, ya sea brokers, organizados-

res o productores asesores de seguros, dado que resolvemos rápidamente su demanda; y desde ya también los asegurados, especialmente con el servicio de entrega y colocación en su domicilio, ya que esto les permite, por ejemplo, no perder un día de trabajo.

**- ¿Cuáles son las novedades más recientes de la Empresa que nos puedan mencionar?**

Frente a la demanda del sector, creamos el Departamento de Alta Gama y Empresas (dado que afortunadamente hoy contamos con varias marcas de renombre que confían en nosotros). Nuestro encargado se encuentra full time ante los requerimientos que exija dicho segmento y además cuenta con su propio vehículo para agilizar la entrega. Realizamos el mantenimiento de flota de las empresas y de sus directivos con sus autos particulares. Llevamos un estricto control y asesoramiento en todo lo referente a neumáticos, frenos, tren delantero, suspensión y demás servicios.

Otro punto importante a destacar es que contamos con un buen stock y compramos adecuadamente. Para ello realizamos una muy buena relación comercial con el área de repuestos de las concesionarias de todas las marcas.

**- ¿Qué balance haces sobre la evolución de RS4 Neumáticos & Servicios y cuáles son los planes para este 2019 y 2020?**

Notamos una confianza sostenida del mercado hacia nosotros, lo que nos generó un importante crecimiento. Por eso amplia-

mos a 900 m2 la superficie de nuestra Sucursal de San Isidro para brindar mayores beneficios a nuestros clientes en cubiertas y mantenimiento de flotas (tren delantero, frenos, suspensión, amortiguación, mecánica ligera, lubricación, teflonado y polarizado, entre otros servicios, sumado a la venta de neumáticos y llantas). Además a partir de este año reponemos ruedas de camiones y semirremolques, y estamos evaluando abrir otra sucursal en la Ciudad de Buenos Aires

**- ¿Qué análisis puede aportar sobre la actualidad del sector asegurador argentino?**

Yo trabajé quince años en el mercado, en aseguradoras como La República, Liberty Seguros y Nación Seguros, primero en el área de siniestros de automotores y luego en el área comercial; por ende, conocemos en profundidad cuáles son las necesidades del mercado.

Por eso capacitamos a todo nuestro personal para atender sus demandas, que son muy distintos a las del cliente directo (el que proviene de la calle). Cuando un asegurado recibe la reposición o se acerca a nuestras sucursales, nos transformamos en verdaderos representantes tanto de la aseguradora como del productor asesor que confiaron en nosotros.

Estamos convencidos de apoyar al sector asegurador, como mencioné antes, a través de buen servicio, compromiso y responsabilidad.

La tranquilidad de saber que **estamos.**

Servicio premium de **reposición de neumáticos y llantas en siniestros para el mercado asegurador.**



Av. Castro Barros 411, CABA  
[reposiciones@rs4neumaticos.com.ar](mailto:reposiciones@rs4neumaticos.com.ar)

Av. Andrés Rolón 338, San Isidro  
[sanisidro@rs4neumaticos.com.ar](mailto:sanisidro@rs4neumaticos.com.ar)

CALL CENTER:  
**0810-444-1280**



# IDEAS Y FUNDAMENTOS PARA EL DESARROLLO DEL PAS

Hoy en día, la función del PAS atraviesa muchos desafíos simultáneos. La guerra de precios, la digitalización de las cuestiones administrativas, la sobrecarga de trabajo, la atención y el desarrollo de la cartera (esto muchas veces postergado por las urgencias del día a día), son algunas de las actividades que deben afrontar el productor asesor y las organizaciones.

En este in crescendo de ocupaciones, hay aspectos que debemos intentar no perder de vista, ya que son variables a potenciar en forma constante: el desarrollo de la cartera de clientes, la prospección y la capacitación (entre otras cuestiones). Porque no solo debemos acomodar nuestros recursos (muchos o pocos) para afrontar las constantes demandas, sino también intentar, en ese mar convulsionado de requerimientos, mirar hacia adelante y no estancarnos.

Cuando hablamos de cartera, nos referimos a dos situaciones: la del novel que está armando su portfolio de clientes en base a un trabajo de prospección (desarrollo de contactos), y aquel que ya tiene una cartera consolidada. Muchos productores y organizadores se focalizan en conservar la cartera, pero a veces olvidan potenciarla, ya sea por falta de recursos y por ende de tiempo. No potenciar la cartera (generando campañas de crosselling, incorporación de nuevos productos, etc.) puede llevar a un amesetamiento, con el inherente riesgo de que la curva se transforme en descendente si comenzamos a perder clientes. Este riesgo se multiplica cuando la cartera esta apalancada en pocas (a veces una sola) cuentas medianas o grandes. Establecer una estrategia para desarrollar la cartera no solo multiplicara los ingresos, sino que protegerá la misma de otros competidores. ¿Saben TODOS nuestros clientes TODOS los servicios que comercializamos?

La prospección debe ser constante, ya sea en forma directa (a través de llamados de teléfono, visitas personales) o indirecta (presencia en redes, campañas de e mail marketing). Abandonar la prospección significa abandonar la acción o gestión que nos llevó hasta ese lugar.

En cuanto a la capacitación, aquí nos referimos no solo a actualizarnos con todo lo que tenga que ver con productos, normativas y demás, sino también a técnicas de Prospección, indagación, argumentación, cierre, etc. También al desarrollo de competencias blandas como la escucha activa, el trabajo en equipo, la planificación, el propósito personal, la comunicación. No optimizar nuestras habilidades nos mimetizara con aquellos que pelean clientes solo a través del precio, con el agravante de que cada vez hay más productores y más competencia. Entonces, los invito a pensar en: ¿Cómo me diferencio? Para colmo, a esta competencia hay que sumarle los jugadores tecnológicos, que cada vez suman más porción del mercado. Otra vez pregunto... ¿Cómo hacemos para diferenciamos? En cuanto a las técnicas, no hace falta ser un experto, pero muchos desconocen que manejar ciertas técnicas (adaptadas estas a la forma de ser y de vender de cada persona) no solo son una llave para hacer negocios, sino que además relevan al productor asesor de depender de la inspiración o la improvisación. La técnica, bien aprendida y ensayada, es de una gran ayuda para vender en forma más estable y más rentable. En combinación con la construcción de empatía, hará que consolidemos el vínculo con el cliente, y de esa forma fortalecer la relación a largo plazo (algo que deberemos desarrollar en forma planificada).



Ivan De Olazabal, Director de Selling Point



### ¿En qué consiste generar empatía?

Consiste en crear un espacio y un clima de confianza para que el prospecto comparta sus dudas, miedos, sueños, necesidades. Desde esa confianza obtendremos información neurálgica para poder asesorar a ese prospecto en forma personalizada. Dedicar tiempo a conocer esa persona (y que ellos nos conozcan a nosotros también) será la mejor inversión para consolidar la relación. Construir confianza significa también edificar la fortaleza donde chocaran los competidores que quieran sacarnos ese cliente. Esa fortaleza trabajara 24 horas para nosotros, siempre y cuando la sostengamos con visitas y contactos periódicos, caso contrario la estructura comienza a debilitarse. Y si esto acontece, nos lamentaremos de perder clientes o negocios que suponíamos estables, y deberemos redoblar el esfuerzo para compensar esa pérdida, con el consiguiente desgaste emocional y económico que conlleva. Con una car-

tera ya consolidada, no debemos quedarnos en el concepto de servicio al cliente (algo meramente reactivo, ante siniestros, consultas varias, etc.) sino también a lo proactivo, es decir, ¿Qué hago para mantener y potenciar esa cartera? A partir del conocimiento del prospecto / cliente, generar la "historia clínica" donde verteremos y actualizaremos con cada contacto sucesivo su situación profesional, personal y familiar. No nos olvidemos que cada cambio en esos frentes significa oportunidades de negocios. Por eso debemos planificar los contactos. Un prospecto es comprador cuando nos compra el primer producto, pero es cliente cuando ya nos elige como su referente (y no solo nos compra sino que también nos consulta todo lo relacionado a seguros). Llegar a ese nivel de relación comercial y personal nos transforma en aliados estratégicos, no solo en sus asesores de seguros.



# VICTORIA SEGUROS. LA TECNOLOGÍA Y EL SERVICIO POR SOBRE TODAS LAS COSAS.



Marcelo Rizzi  
Gerente Comercial de  
Victoria Seguros



Hablamos con Marcelo Rizzi, Gerente Comercial de la Empresa del Grupo Bagó.

**VICTORIA SEGUROS es una empresa reconocida por su servicio, a lo que en los últimos años se le añadió un importante soporte tecnológico.**

Antes que nada me gustaría hacer una aclaración. En los últimos años nos hemos encargado en darnos a conocer como una empresa tecnológica, pero siempre hemos sido una empresa de avanzada en todo a lo que tecnología se refiere. Sin ir más lejos, hemos sido una de las primeras aseguradoras de la Argentina con una página web. Esto no fue algo anecdótico, sino que demuestra la vocación de VICTORIA SEGUROS por ser una empresa que marche en punta en tecnología.

Nuestro trabajo sobre los soportes tecnológicos son algo diario, siempre teniendo en cuenta que su objetivo es el de facilitar la gestión de los PAS y darles herramientas a los asegurados.

**¿Cuál es la recepción de los Productores Asesores ante estas herramientas? Todos los PAS, y sabemos que especialmente los de VICTORIA SEGUROS, valoran el trato personal.**

La recepción siempre ha sido magnífica. Por un lado se le agiliza su trabajo al PAS de manera significativa. Y obviamente que esto también repercute en nuestro trabajo. Gracias a ello, contamos con la disponibilidad como para seguir atendiendo de manera personalizada en todos los casos que nos lo requieren. La ecuación es simple. Con más tecnología, se agiliza el trabajo y los contactos pueden ser atendidos con el servicio que nuestro PAS y asegurados se merecen.

**Introduciéndonos en las herramientas tecnológicas ¿cuáles son ellas?**

Básicamente contamos con cuatro herramientas tecnológicas. Dos destinadas a los PAS, una a los Asegurados. Y la restante a aquellos interesados en contratar un seguro.

**¿Cuáles son las características de las herramientas destinadas a los PAS?**

Por un lado disponemos de VICTORIANET. A través de esta página el PAS puede Cotizar y Emitir Autos, AP, Combinado Familiar. Puede consultar sus vencimientos, cartera, pólizas o endosos, la póliza electrónica y los precios de los vehículos. Dispone de todos los formularios, los cuales puede completarlos y enviarnoslos. Hacer consultas y denuncias de siniestros. Ver en la Cuenta Corriente de Productores la constancia de Ingresos Brutos, de IVA, Certificado de Ganancias, Patronales SUSS y el detalle de pago de comisiones. Ver todas las circulares con las distintas novedades de la Compañía y el Manual de Productos y Servicios con todos los detalles que necesita.

Por el otro tenemos una APP exclusiva para PAS. Por medio de esta, se puede cotizar, emitir, renovar, listar emisiones, listar cotizaciones y enviarlas, descargar certificados de cotizaciones, coberturas, tarjetas de circulación, chequeras y pólizas electrónicas en formato PDF, lo que facilita su envío (vía whatsapp, por ej.).

**Pasando a la herramienta para los asegurados. ¿En qué consiste?**

Esta APP para Asegurados es de suma utilidad ya que le permite la consulta de sus pólizas descargar cuponeras, descargar el certificado de cobertura, confi-

gurar notificaciones de vencimientos de pólizas, configurar notificaciones de los vencimientos de cuota, consulta de los contactos de las oficinas más cercanas, alerta meteorológica y contacto para llamar a SOS (tanto en la Argentina como en países limítrofes).

**Sin lugar a dudas, es una herramienta completa para el asegurado.**

Es completa, es cierto. Pero esta es recién la primera fase de esta APP. En breve le iremos sumando nuevas funcionalidades. Queremos que tanto el PAS como el asegurado sepan que siempre y en todo lugar cuentan con nosotros como soporte.

**Pasando a la última herramienta tecnológica dedicada a potenciales clientes, ¿qué nos podrás decir?**

Esta herramienta la llamamos VICTORIA DIGITAL. Es una plataforma por la cual cualquier persona que ingrese a través de nuestra web, nuestras redes sociales o las de los PAS a cotizar el seguro de un auto, lo puede hacer en tiempo real, y hasta puede ser guiado y asesorado por un Productor que le es asignado según la zona de ubicación del interesado. Con esto logramos que el posible asegurado cuente tanto con las ventajas de las herramientas digitales, como con el asesoramiento de un especialista.

El PAS inicia desde el primer momento la relación con el cliente (vía telefónica, chat o mail). Pudiendo continuar el asesoramiento y venta de forma digital o física. A su vez logramos que los PAS tengan acceso a interesados, que de otra manera no hubiesen llegado a tener contacto sin esta herramienta.

**Qué bueno y que atípico en nuestro mercado que una herramienta de estas características esté al servicio del PAS.**

Esto es lo que justamente está generando una recepción excepcional. Es que los PAS no dependen de quienes ingresan a través de nuestras web o redes sociales. Cada Productor cuenta con su página personalizada, por lo que pueden generar su propia demanda. Con las redes sociales (que son ya son de utilización masiva) más los contactos que cada Productor tiene, puede realizar su propia campaña. En este caso, sin importar la ubicación del prospecto, el mismo será derivado automáticamente a él. Con esto se logra una "bola de nieve". Desde nuestro lado, con el Departamento de Marketing estamos realizando una campaña muy importante en todo lo que son medios digitales (Redes Sociales y Google Adwords y Google Analytics). Si a esto se le suma lo que cada Productor-Asesor puede hacer, el crecimiento y conocimiento de esta herramienta es exponencial, y así es cómo lo estamos viendo.



**VICTORIA SEGUROS**

# CONECTATE AL FUTURO SEGURO

**VICTORIA DIGITAL** **VICTORIA net** App PAS App Asegurados

WWW.VICTORIA.COM.AR

The banner features a central graphic of a smartphone with a Wi-Fi signal icon above it, surrounded by various digital icons like a mail envelope, a location pin, and a bar chart. The background is dark blue with white and light blue accents.



# SEGUROS PARA EMBARCACIONES DEPORTIVAS

*Una oportunidad de desarrollo en el mercado de seguros específicos*



\*Por el Dr. Gustavo Pablo YUSTI

Es sabido que el mercado de embarcaciones deportivas o de placer en la República Argentina ha tenido un crecimiento geométrico en los últimos 20 años, pero más aún se ha visto incrementado este en la última década. La Industria Náutica argentina tiene una rica historia y un importante desarrollo, con su nacimiento que nació en la ribera del Río de la Plata, a principios del siglo XX y una expansión por todo el territorio de la república argentina en cada uno de los espacios acuáticos que forman parte de las aguas jurisdiccionales argentinas.

En aquellos primeros años se instalaron en esa zona los primeros astilleros, cuyos fundadores eran, en su mayoría, inmigrantes europeos que aplicaron sus conocimientos, arte y experiencia en la construcción de embarcaciones de madera. Veleros, cruceros, y lanchas de destacada elegancia y calidad, comenzaron a navegar nuestras aguas. Con la aparición de la construcción en Plástico Reforzado (PRFV) en 1960, y la producción seriada, la Industria Náutica Argentina alcanza su madurez, permitiendo el acceso masivo del público a la náutica deportiva, en la actualidad, el total de embarcaciones matriculadas ronda las 200.000 (los registros informados por la Prefectura Naval Argentina, especialmente el Registro Nacional de Yates donde se registra y otorga matrícula a este tipo de embarcaciones).

El extenso litoral marítimo argentino, con más su amplio territorio fluvial, lacustre y de canales interiores, influye de modo directo a la potencialidad del desarrollo de los medios para que la navegación, continúe en alza con un crecimiento sostenido.

Si bien es cierto que la concentración de este tipo de riesgos se da en la Ciudad de Buenos Aires y la zona norte de la provincia de BA, donde según datos del registro operaria aproximadamente el 50% de la matrícula, no es un dato menor observar que en el litoral y zona de cuyo tiene asiento el 40% de la matrícula registrada para embarcaciones deportivas y de recreo.

Ahora bien, en lo que a seguros se refiere, y es el tema que principalmente nos ocupa, se presenta una importante oportunidad para el desarrollo de este tipo de mercado. Según los últimos relevamientos realizadas, la cantidad de embarcaciones aseguradas no alcanza al 10% sobre el total de la matrícula, es decir que a diferencia de lo que ocurre con otros vehículos donde por exigencias legales en materia de seguros obligatorios, los porcentajes asegurados alcanzan e incluso superan el 90% del parque vehicular.

En materia de seguros náuticos, existe - hasta tanto se reglamente la obligatoriedad de su aseguramiento -, una gran oportunidad para los asesores y productores de seguros que pretendan incursionar o potenciar estos riesgos.

A diferencia de lo que ocurre con los seguros para automotores, o incluso aeronaves donde las coberturas de seguros son obligatorias y existe en los propietarios u operadores de esos bienes una probada conciencia aseguradora, no ocurre lo mismo respecto a los seguros para la navegación por agua. Incluso en lo que respecta a las embarcaciones comerciales, su aseguramiento es aun limitado, con excepción por supuesto de ciertos requerimientos administrativos de los organismos de control, en especial la Prefectura Naval Argentina.

Ahora bien, Las coberturas que habitualmente se ofrecen en el mercado de seguros argentino para las embarcaciones de recreo o con uso deportivo no comer-

cial (desde lanchas por baja eslora, pasando por veleros hasta grandes cruceros con valores a riesgo que incluso superan en algunas ocasiones a las embarcaciones comerciales), son amplias y amparan en general la amplitud de riesgos a que está expuesto el bien en la navegación. Esta misma cobertura no solo se limita a los daños materiales consecuencia de riesgos como la varadura, naufragio, incendio, etc. sino que también se extiende a la responsabilidad del propietario / asegurado en la indemnidad frente a reclamo por daños que le ocasionen a terceros. En este sentido, me permito hacer una reflexión y toma entonces sentido la necesidad de que más temprano que tarde se regule la obligatoriedad de un seguro para la responsabilidad civil de los propietarios y/o conductores náuticos.

Es bien cierto que la cantidad de bienes son menores si los comparamos con el mercado de automóviles por ejemplo, pero mayor al de aeronaves incluso si consideramos a las de uso comercial; y sin embargo ambos vehículos requieren a la luz de la legislación argentina seguros obligatorios. Ello no ocurre con las embarcaciones deportivas y buques comerciales de transporte de mercadería o de pasajeros. Esa breve reseña permite tan solo reflexionar que al mercado de seguros, considerando no solo la finalidad económica de reparación del daño sino principalmente al fin social que el seguro como tal persigue, le quedan aún nuevos espacios que explorar.

La accidentología y los siniestros en la navegación son aún más frecuentes de lo que al imaginario popular le podría parecer como una estadística cierta.



# SEGUROS 911 UN ORGANIZADOR ON LINE QUE LLEVA ADELANTE UN AMBICIOSO PROYECTO PARA SUS PRODUCTORES



Pablo Sutton, Gerente  
General de Seguros 911



**Tiempo de Seguros: Nuevamente estamos con Pablo Sutton, gerente general de la firma Seguros 911. Buen día Pablo, ¿Qué novedades tienen?**

Pablo Sutton: Empezamos 2019 con un proyecto muy ambicioso que consiste en llevar nuestra capacidad de cotizar online a nuestros productores. Para eso tuvimos que cambiar la mirada sobre nuestros propios desarrollos y ponernos desde un lugar diferente.

**TdS: ¿No es parecido a lo que ya ofrecían al productor?**

Hasta ahora ofrecíamos algo similar a cualquier organizador con tecnología, quizás más intuitivo o fácil de usar. A partir de ahora, vamos a dar un paso más, queremos que Productor pueda vender online.

**TdS: A ver si te entiendo: ¿Vos le vas a ofrecer a tu productor que el cotice y venda online?**

PS: Exactamente ¿Por qué no? Es lo que se viene.

**TdS: Me parece bárbaro. ¿Pero eso no implica competir con Uds. mismos?**

PS: Exactamente todo lo contrario. Pensá en el tipo que instaló una parrillita al costado de la ruta. Sólo. Y luego a 100 metros instalaron otra, y luego en la mano de enfrente otra más. ¿Cuándo vende más? ¿Cuándo se instaló el sólo, o luego cuando la gente supo que en esa zona hay "lugares para comer"?

**TdS: Lo que vos decís es que si se suben más productores, la torta se agranda.**

PS: Si. Y de hecho que la torta se agrande y el cliente cotice o contrate online, no implica que no quiera a su productor cerca.

**TdS: ¿Para ustedes el rol del PAS entonces va a seguir vigente?**

PS: Si. Estoy convencido que como el seguro es un negocio de personas, no hay con qué reemplazar al productor. Lo que hay que hacer es darle herramientas para que el cliente lo encuentre más fácilmente a él y a su propuesta de valor.

**TdS: Uds iban a cambiar la Web propia ¿Lo hicieron?**

PS: Si. Ese fue el segundo proyecto de este año y estamos muy contentos. Multiplicamos muchas veces las visitas a nuestra página. Y también nos agregó algo que ahora vamos a trasladar a nuestro productor: Ayudarlo a subirse a internet.

**TdS: ¿Cómo lo ayudarían?**

PS: Básicamente ayudándolo a armar su página, a ofrecer seguros online (primero auto), y sobre todo evacuar las miles de dudas que surgen de entrada: ¿Hay que saber de computación? ¿Cuánto cuesta? ¿Cuánto tiempo hay que dedicarle?

**TdS: ¿Cuesta mucho?**

PS: Cuesta menos tiempo y muchísimo menos dinero que montar tu primer oficina.

**TdS: ¿Qué tiene que hacer el Productor que quiera interiorizarse de tu propuesta?**

PS: Nos llama al 08103459111 o nos visita en [www.seguros911.com.ar/productores](http://www.seguros911.com.ar/productores)

# Seguros 911

Tu Organizador OnLine

## Vender por Internet, es Posible

Somos Organizadores Online, es decir tu socio para crecer Online y offline, y brindarte tecnología para facilitar tu trabajo.

Accedé a:

- Herramientas de un Organizador online.
- Aseguradoras líderes del mercado.
- Tecnología para facilitar tu trabajo.
- Soporte en riesgos sofisticados.
- Acompañamiento y desarrollo.

Llamanos al 0810 3456911

Más info:  
[seguros911.com.ar/productores](http://seguros911.com.ar/productores)



# IBA LATINOAMERICA SRL AJUSTE DE SINIESTROS DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

## Ajuste de Siniestros de Maquinarias y Equipos. Parte 1 Características del Mercado Latinoamericano.

Ing. Ernesto Bodenheimer  
Colaboración del Ing. Gustavo Medina

Entre los rubros que más complicaciones traen a los Aseguradores, Brokers, Asegurados y Ajustadores se encuentran los siniestros que involucran maquinaria. Debido a la cada vez mayor sofisticación, en la que se observa la presencia simultánea de mecanismos diferentes que pueden incluir partes eléctricas, electrónicas, neumáticas, hidráulicas, mecánicas, magnéticas, y otras, lo cual hace necesario poseer conocimientos técnicos, que podrían involucrar la utilización de gran cantidad de especialistas.

Asimismo, por el frenético y constante avance tecnológico nos enfrenta permanentemente a situaciones en las cuales máquinas de alta tecnología pasan a ser arcaicas en pocos años, lo que puede ser visto en diversas industrias como por ejemplo la textil o en equipos electrónicos diversos, entre los cuales se pueden nombrar a modo ilustrativo, los de procesamiento de datos, médicos, sonoros, telecomunicaciones, etc.

Otro factor en juego es si el país es desarrollado o en desarrollo. Mientras que en los primeros, la gran competitividad hace que las grandes industrias vayan cambiando sus maquinarias y equipos en períodos muy reducidos de tiempo, ya que al ser sus prestaciones superadas por la nueva tecnología, hace su utilización antieconómica, además de los costos de la mano de obra.

En el caso de los equipos médicos, en los países desarrollados es usual celebrar contratos con los principales fabricantes de equipos, comprometiéndose el fabricante a reemplazar los equipos a plazos determinados, manteniendo de esta manera a sus clientes a la vanguardia permanentemente.

En los países en desarrollo, entre los cuales podemos nombrar a los países de América Latina, podemos observar una situación diferente. Debido a costos de mano de obra comparativamente menores en relación a su incidencia en el costo total del producto final, como lo es en los países europeos o EEU, se decide frecuentemente utilizar máquinas que no sean de última tecnología y que requieren mayor mano de obra y recursos humanos.

Además, como en general las maquinarias de alta tecnología son diseñados casi siempre fabricados en países desarrollados, en caso de roturas o inconvenientes, el cliente no obtiene la asistencia directa del fabricante, sino de sus representantes, las cuales no están preparadas para un apoyo técnico, sino se dedican principalmente a aspectos comerciales.

Debido a puntos como los nombrados anteriormente, consideramos que la cobertura y ajuste de estos riesgos en países latinoamericanos deben contemplar las características propias de estos países.

Consideramos los siguientes puntos, como asuntos que no pueden ser descuidados:

**1. Asesoramiento:** Inicialmente se debe analizar el riesgo de dichas máquinas para tratar de obtener coberturas de seguro amplios (que además de la cobertura de incendio, quizás ampara Todo Riesgo Operativo con sus respectivas coberturas de rotura de maquinaria y/o equipos electrónicos y/o Cláusula Eléctrica)  
Esto enfrenta al Suscriptor a un atolladero, pues debe analizar la tecnología de la



Ing. Ernesto Bodenheimer



máquina dentro del proceso, considerar si la misma es apta para la utilización a la que está sometida, conocer la historia de funcionamiento y mantenimiento de la máquina a fin de verificar si el funcionamiento de la misma se encuentra dentro de los parámetros de seguridad para poder ser asegurada.

Ello obligará al Analista de Riesgos y al Suscriptor a conocer los manuales de instrucciones de los fabricantes, y sus indicaciones para el mantenimiento preventivo y predictivo, además de verificar si se reemplazaron las partes con vida útil limitada, además, de cómo se planteaba anteriormente, si el uso a las que se las sometió haya sido de acuerdo a las especificaciones, según su diseño, sin olvidar el estudio de la siniestralidad, analizando antecedentes de máquinas y equipos similares, siempre bajo la consideración de si se le ha realizado algún tipo de actualización o reparación mayor.

**2. Valores a asegurar:** En caso de que se llegue a la conclusión de que las maquinarias y equipos objeto del seguro que se esté requiriendo, se encuentran en buenas condiciones, y es conveniente y posible tomar el seguro por parte de los Aseguradores o Reaseguradores, se deberá evaluar las sumas adecuadas para los equipos y máquinas.

En este caso existen las alternativas si el Asegurador/Broker/Asegurado desea una cobertura a valor real y/o a "valor reposición".

En este punto considero interesante remitirse al artículo que he publicado oportunamente en una revista especializada acerca de Valuación de Activos.

En efecto, si se trata de elementos que son fabricados al momento de tomar el seguro, se trataría de considerar el valor indicado por el fabricante agregándole los costos hasta su instalación en la planta y su puesta en marcha.

Pero si la máquina no es más fabricada, estamos a una situación diferente:

- ♦ Si se trata de asegurar a valor de reposición, la mejor opción sería consultar con el fabricante y comparar las máquinas de última tecnología en lo que respecta a prestaciones superiores y/o mejoras tecnológicas y deducir un porcentaje que los fabricantes pueden sugerir del valor a nuevo de una actual y tomarlo como base para el cálculo del valor a asegurar.
- ♦ Si se asegura a valor depreciado por edad y uso, nos enfrentamos al inconveniente de que la utilización de tablas y criterios de depreciación no da la realidad del valor de una máquina usada equivalente a la que pudiera haber sido asegurada. Aquí interviene el criterio del Gerente de Riesgo y/o la Dirección de la empresa, pues el criterio de asegurar una máquina depreciada pueden ser dos:
  - ♦ Obtener en caso de siniestro el valor de la máquina depreciada, ya que parte de su vida útil fue contablemente amortizada durante el tiempo que se utilizó. En este caso, utilizando criterios de depreciación deberían tener un valor en riesgo asegurado adecuado.
  - ♦ En las empresas medianas medianas, puede ocurrir que los Aseguradores o Reaseguradores no acepten incluir la cláusula de reposición y/o por costos del seguro. Es muy común tratar de obtener para el reemplazo en caso de necesidad, en el mercado máquinas usadas al costo de una maquinaria equivalente, a lo que la quiere asegurar, con iguales prestaciones, tecnología y antigüedad, solución razonable que permite muchas veces a empresas cuyo poder económico es limitado, tener la seguridad que en caso de siniestro, tendrá una indemnización que le permitirá obtener una máquina similar a la que poseen con lo cual podrán reestablecer a la brevedad sus niveles de producción.

### 3. Siniestros:

**3.1. Causas:** El tratamiento de siniestro de maquinarias, y equipos eléctricos, electrónicos y mecánicos es en general complejo, ya que la persona que lo trata deberá conocer en detalle el funcionamiento de la misma, sus características, su tecnología y todos los detalles de la misma para poder evaluar el caso.

Inicialmente uno de los puntos más difíciles y conflictivo es obtener la causa del siniestro.

De acuerdo a nuestra experiencia en el rubro de los siniestros de este rubro, un caso donde no se pudo arribar en forma fehaciente a la causa y sustentada adecuadamente, enfrentará graves inconvenientes, debido a la necesidad de conocer en detalle la misma, para un análisis adecuado de la cobertura, lo que es de mayor importancia en pólizas de rotura de maquinarias, equipos de contratistas, todo riesgo operativo y equipos electrónicos que en una póliza de incendio.

Las pólizas técnicas poseen inclusiones y exclusiones muy específicas, que pueden incluir o excluir casos de acuerdo a las causas del siniestro.

Por lo tanto es fundamental comenzar con el estudio de las circunstancias del siniestro, tratar de conocer la tecnología de la maquinaria y equipo, su historia de mantenimiento y efectuar, con inspecciones intensivas y con la ayuda de especialistas y en ciertas ocasiones con ensayos, pruebas y/o trabajos especializados, para obtener conclusiones acerca de las causas y circunstancias del siniestro y los

daños y metodología de reparación. En estas pericias es frecuente la utilización de técnicos del fabricante, como así también especialistas que trabajen para el fabricante y/o fábricas de equipos similares y especialistas independientes.

Como se entenderá, la gran cantidad de tipo de máquinas y equipos con tecnologías diferentes hacen que un ajustador, sin importar sus conocimientos técnicos, formación y/o experiencia, necesite la asistencia de peritos especializados para el estudio de un siniestro.

Tratar con ligereza este punto, según nuestra experiencia, produce muchos inconvenientes en la relación Asegurados/Asegurador/Broker/Reasegurador, ya que se está analizando una pérdida sin un estudio profundo en casos donde generalmente están en juego indemnizaciones de importancia por lo que es necesario llegar a conclusiones ciertas y justas para toda las partes involucradas, ya que un rechazo inadecuado es tan incorrecto como un pago de un siniestro que no estaba amparado, con todos los conflictos que esto puede implicar.

### 3.2. Verificación de la metodología de reparaciones y/o reemplazo para valorizar la indemnización:

En este caso se tiene varias alternativas, que deberán analizarse en detalle en cada caso:

**3.2.1.** Evaluar la reparación de la maquinaria/equipo

**3.2.2.** En caso de no ser posible o conveniente dicha reparación evaluar el reemplazo

Estos puntos están directamente ligados a diferentes puntos que deben tenerse en cuenta, especialmente las condiciones de póliza.

Las principales variables que harán variar el criterio de evaluar, reparar o no una máquina (siempre que sea factible) son el tipo de cobertura y su alcance y otros factores, debiendo tomarse en cuenta estas premisas:

- 1) Si la póliza tiene Cláusula de reparación/reposición
- 2) Si la máquina es de antigua tecnología o de última generación
- 3) Si la póliza incluye la cobertura adicional de Pérdida de Beneficio
- 4) La necesidad del Asegurado

En general, en casos de daños de importancia los Asegurados son en general poco receptivos a encarar la reparación/salvataje de la máquina, salvo casos en que la póliza no incluye la Cláusula de Reposición y que la indemnización, aplicando la correspondiente depreciación por edad y uso no permite poder comprar una máquina de reemplazo.

O, que el reemplazo de la maquinaria al no tener una cobertura de Pérdida de beneficio, signifique por el periodo de tiempo que tarde el proveedor de la máquina, un gran perjuicio económico por no contar con la máquina/equipo También este punto deberá ser analizado por el Asegurador, pues existen casos en los cuales es conveniente comprar y/o reparar la máquina afectada provisoriamente hasta la recepción de la nueva máquina/equipo para evitar un mayor perjuicio por pérdidas consecuenciales, si la cobertura incluye pérdida de beneficio.

De lo antes dicho, se verifica que cada caso deba ser analizado, verificando las diferentes posibles alternativas para hacer que la pérdida indemnizable sea aceptable para ambas partes, minimizándolo sin que queden perjuicios para ninguna de las partes.

Las soluciones, para una reparación de máquinas de equipos también es en función del tipo de siniestro, ya que es totalmente diferente un daño por incendio/humo, mojadura que un caso de una caída de un equipo o rotura de maquinaria.

En efecto, consideramos muy importante las diferentes técnicas de reparación/salvamento de las maquinarias de acuerdo al tipo de daño, considerando que a más antigua y sofisticada la maquinaria, más compleja es la situación.

Aquí también el ajustador deberá contar con un amplio respaldo de proveedores especiales con gran respaldo tecnológico de nivel mundial, considerando que las mejores máquinas/equipos son en general fabricados o diseñados en países de avanzada con tecnología de punta.

En los casos de máquinas/equipos de moderna tecnología, la mayoría de las veces, el fabricante ayudará con su asistencia técnica

y provisión de repuestos.

Pero en caso de máquinas discontinuadas generalmente los fabricantes se desentienden del problema, siendo en estos casos necesarios proveedores sustitutos.

Para las reparaciones se tienen las siguientes soluciones:

I) Máquinas de moderna tecnología y actantes. Encarar las reparaciones en lo posible con la ayuda de los fabricantes, sin perder de vista que hay otros expertos que pueden asistir, en caso de que el fabricante no colabore.

II) Máquinas discontinuadas y donde el fabricante no aporta repuestos ni servicios. Aquí se deberá buscar proveedores sustitutos, incluyendo la fabricación especial de repuestos siempre que su costo lo justifique.

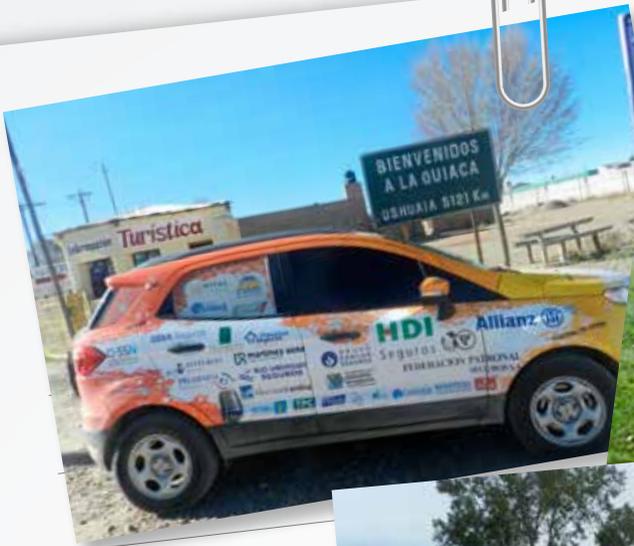
En estos puntos tenemos tipos de siniestros que hacen necesaria utilizar tecnología especial, como ser el saneamiento previo a la reparación y puesta en marcha.

La tecnología de saneamiento es muy utilizada en países de avanzada y donde existen firmas especializadas que poseen e Know How específico en lo referente a equipos, productos químicos, procedimientos y personal con la correspondiente tecnología.

Este tipo de soluciones es el primer paso para casos de siniestro, donde los daños proveniente de incendio (fuego, humo, calor) y daños por acción del agua (vendavales, indicación, caída de agua, nieve, contaminación por diversos sustancias químicas, como producto de extinción, escombros provenientes de un derrumbe, etc.)

En esto caso, el saneamiento es una importante opción pues dicho procedimiento puede quitar de las partes y piezas afectadas de las máquinas y equipos dicha corrosión y/o contaminación y/o suciedad.

Pero dejaremos este asunto para ver en detalle en un próximo artículo.





**Gestiones más simples,  
lazos más fuertes.**



Fidelizá tu cartera de clientes con la nueva app de San Cristóbal Seguros. Ellos simplifican sus gestiones y vos realizás un seguimiento detallado de las mismas, manteniendo el trato personalizado.

Cada vez que un cliente realice una denuncia por siniestro o solicite una cotización, vos recibís una alerta en tiempo real a través de tu correo electrónico.



**San Cristóbal**  
SEGUROS

Nº de inscripción en SSN  
0192

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

# VALORIZACIÓN DE BIENES EN PÓLIZAS DE MÁQUINAS, EQUIPOS Y ELEMENTOS SOFISTICADOS

## Generalidades

Hace algunos años escribí un artículo sobre Valuación de Activos, tema que considero cada vez más importante. Con los cambios en la coyuntura de nuestro país, considero necesario hacer algunas actualizaciones al mismo, el cual figura al final del presente apartado.

El concepto de Valuación de Activos tomó gran importancia en los últimos años con el cambio de la política monetaria de Argentina, ya que se dificultó la determinación de los valores en riesgo cuando terminó la Ley de Convertibilidad donde 1US\$ = \$1,00, agravado por la revalorización del Euro

Estos conceptos también son válidos en los países donde existen fluctuaciones del valor de la moneda

En efecto, la gran mayoría de las máquinas, equipos y bienes sofisticados son de procedencia de países de tecnología avanzada y en ciertos casos de máquinas y equipos de fabricación local, tienen partes, piezas y materiales también importados.

Ello hace necesario que en el caso de las pólizas con valores asegurados en pesos donde no se efectuó una adecuada actualización de los valores, se tome la precaución de que los montos asegurados sean verificados a fin de que sean los adecuados, especialmente en pólizas donde se requiere asegurar los bienes a valores de reposición.

Atento a ello, entendemos que deben tenerse los siguientes recaudos:

### 1) Pólizas de Equipos Electrónicos, equipos de contratista y en ciertos casos, de Rotura de Maquinaria

En los casos de las pólizas de Seguro Técnico de Equipos Electrónicos y de Equipos de Contratistas, las pólizas indican claramente que las "sumas aseguradas, los valores a asegurar deberán ser el de un bien similar al afectado a valor de reposición a nuevo", ya que las pólizas están emitidas a prorrata.

Este punto es conflictivo y trae muchas diferencias de interpretación por los siguientes motivos.

- En caso de los daños parciales, el valor de la indemnización será el costo incurrido en la reparación sin depreciación por edad y uso, siempre que el monto de la misma no signifique que el costo de la misma sea mayor que un porcentaje preestablecido en la póliza del valor real (o sea valor de mercado de un bien similar al afectado con la misma tecnología, antigüedad y uso)
- En caso de un daño o pérdida total, el valor de la indemnización, salvo casos expresos de pólizas donde se acepte la Cláusula de Reposición para ciertos equipos con una antigüedad preestablecido en la póliza será el valor real (tal cual lo indicado anteriormente)

Estos conceptos son muchas veces conflictivos, pues se asegura el bien con el valor real de mercado sin tomar en cuenta la obligación de Asegurar a valor de reposición.

Este criterio es exigido en general, por la mayoría de los Reaseguradores/Aseguradores en sus textos habituales, ya que se toman en cuenta que en un gran porcentaje de siniestros, los daños son parciales, por lo que el Asegurado tiene como indemnización el valor real de la reparación

Con referencia a pólizas de roturas de maquinarias, existen pólizas con cobertura a prorrata y/o a primer riesgo absoluto, habiendo casos en la que se incluye la Cláusula de Reposición para daños totales.



Ing. Ernesto Bodenheimer



Estas coberturas son analizadas por los Reaseguradores/ Aseguradores según la antigüedad y estado de las máquinas., siendo en caso de tratarse de maquinarias modernas un problema de prima.

## II) Pólizas de Incendio y/o Todo Riesgo Operativo emitida a prorrata

Al considerarse los valores a asegurar de máquinas, equipos y/u otros bienes debe tenerse en cuenta si las mismas son importadas, cuál es su país de origen, y si son nacionales, qué porcentaje es nacional y cuál el importado.

En efecto, la variación de los costos de las maquinarias, equipos y bienes sofisticados tuvo una gran variación en pesos luego de la convertibilidad y la revalorización del Euro en el caso de bienes europeos,

No se deben olvidar las mejoras tecnológicas, que hacen que un equipo de última tecnología en un cierto momento pase a ser arcaico en pocos años, especialmente en equipos electrónicos, maquinarias textiles, equipos de generación de energía, etc.

Atento a ello, entendemos que cada asegurado, con el asesoramiento de sus Asesores de Seguros, deben realizar periódicos controles de las sumas aseguradas, máxime que muchas habitualmente se trata de equipos de una antigüedad de varios años y/o equipos comprados ya usados

En este caso debe considerarse en caso de incluir la Cláusula de Reposición los costos de los bienes asegurados incluyendo gastos de importación, montaje y puesta en marcha de bienes nuevos con la misma tecnología que los a asegurar

## VALUACIÓN DE ACTIVOS Y OTROS CAPITALES ASEGURADOS PARA SEGUROS

### I) INTRODUCCIÓN

Uno de los puntos más delicados y conflictivos en el Rubro Asegurador y para fines contables, financieros y comerciales es la valuación de bienes físicos, especialmente propiedades y/o establecimientos industriales y comerciales.

Desde ya el concepto de valor puede significar una amplia gama de aplicaciones, como por ej. valor histórico, valor científico, valor sentimental, valor económico, etc. En las aplicaciones que probablemente deberemos encarar en la profesión el único valor a analizar será el económico. Calcular dicho valor económico también varía mucho según el uso al cual se destina la propiedad.

A partir de los diferentes criterios económicos aparece el concepto de **valor de mercado** del bien que es muy utilizado. En general el **valor de mercado** se define como el precio que tendrá un bien en un mercado de comercialización normal, o sea en donde se aplica la racionalidad en las operaciones de compra y venta (equilibrio entre oferta y demanda).

El concepto de **valor físico** es el valor real de fabricación y/o compra de un bien. Este concepto muchas veces no es utilizable en una tasación, pues el costo incurrido en el mismo es exagerado frente a una reposición normal (por ej. en el caso de obras públicas con problemas de pago donde se paraliza el proceso de construcción y/o montaje).

#### Clasificación de bienes

Las empresas y/o personas poseen distintos tipos de bienes, los cuales en general se pueden clasificar en distintas categorías de acuerdo al uso al que se los destine :

#### A) Bienes de inversión:

Bienes capaces de generar renta y/o beneficio, etc. (por ej. locales, equipos para alquiler o leasing, bonos, títulos, acciones, etc.).

En este caso su valor es el valor económico de toda la serie de ingresos futuros que se esperan del bien y coincide con lo que los analistas bursátiles suelen denominar el valor intrínseco del bien.

#### B) Bienes de uso:

Son adquiridos por las empresas y/o personas con la intención de que presten un servicio específico para un fin operativo provechoso. Estos bienes son adquiridos para ser asignados a ciertos destinos en los que no generan dinero en forma directa, pero si indirecta, pues entran al servicio de la organización. (por ej. un toldo, un galpón de una fábrica utilizada por sus propietarios o un camión de reparto de mercadería).

En el primer caso (bienes de inversión) se debe considerar el valor de la renta a obtener en base a la inversión realizada deducido el costo de mantenimiento u operativo durante su vida útil y en el segundo caso (bienes de uso) es fundamental considerar el valor de reposición a precios de mercado de un bien similar incluyendo el costo de montaje y puesta en marcha.

#### C) Bienes de Cambio:

Se trata de mercadería e insumos a ser introducidos en el proceso productivo.

Para realizar la valorización, podemos enumerar los siguientes conceptos:

##### a) Mercaderías

###### 1) Valor Costo

1a) Para mercaderías y/o insumos adquiridos: Valor de compra en plaza a la fecha del estudio.

1b) Para mercaderías de fabricación propia: Costo de producción sin incluir utilidad e impuestos. Sí se incluyen costo de materiales e insumos, mano de obra directa e indirecta, gastos fijos y variables

2) Valor venta de las mercaderías de comercialización habitual: Valor de venta deducidos impuestos (que no signifiquen costo, p. ej. IVA recuperable como crédito fiscal) y descuentos habituales

##### b) Edificio

b1) Valor de Reconstrucción a nuevo: Es el costo de rehacer el edificio en la misma condición sin incluir mejoras

b2) Valor real: Valor del edificio depreciado por edad y estado de conservación

b3) Valor contable: Es el valor de los libros contables de la firma (valor de adquisición deducida depreciación de acuerdo a criterios contables y vida útil teórica)

El Rubro Edificio incluye además de las construcciones propiamente dichas todas las instalaciones unidas a ellas con carácter permanente y que sean complemento de la utilización del edificio, por ejemplo servicios (calefacción, instalación eléctrica, grupos electrógenos para iluminación, instalación telefónica interna fija, etc)

b4) Valor de realización o de mercado : Valor de venta en plaza del bien al momento de la valorización

##### c) Maquinarias e Instalaciones

c1) Valor de reposición: Valor de reposición de una máquina de similar prestación, deducidas mejoras tecnológicas y de acuerdo a la posibilidad de su obtención en plaza. En el caso de maquinarias importadas se deben incluir gastos de nacionalización y despacho. Además, en todos los casos se deben incluir fletes y costos de montaje y puesta en marcha.

c2) Valor real: Valor de Reposición menos depreciación por edad y estado de conservación.

c3) Valor contable: Es el valor de los libros contables de la firma (valor a nuevo deducida la depreciación, de acuerdo a criterios contables y vida útil teórica)

c4) Valor de realización o de mercado: Valor de venta en

plaza del bien al momento de la valorización

## II) CRITERIOS DE TASACIÓN

Valorización técnica es el arte de estimar técnicamente el valor de una determinada propiedad o bien con conocimientos técnicos ingenieriles y contables mediante inspecciones, cálculos, razonamiento y averiguaciones. Los criterios de valorización de activos varían de acuerdo a la necesidad requerida. Desde ya debemos partir con la premisa que al tasar un bien no se obtiene un dato científico sino una estimación con un margen de error razonable.

Podemos citar las siguientes necesidades

### a) Valorización para prenda o hipoteca de un crédito

En este caso se debe tomar el criterio de valorización de los bienes de acuerdo a la posibilidad de realización en plaza considerando el estado, antigüedad y uso de los bienes. Este valor es muy fluctuante, pues depende mucho de las condiciones de mercado.

Es necesario para este caso, por razones de precaución, indicar en la valuación dos criterios cuando se trate de plantas industriales completas:

a1) Considerar el valor de las plantas funcionando. En general no se considera en este caso el valor de las marcas y/o el mercado o clientela que la firma posee.

a2) Considerar la sumatoria de los bienes a valores de realización en plaza en forma separada, descontando el valor de retiro (flete) de los bienes.

El criterio a2 es el más adecuado para tener la certeza de poder obtener el recupero del monto prestado por la Entidad en caso de crisis de la firma propietaria de los bienes

### b) Valorización de bienes para fines contables o revalúos técnicos

En este caso se debe considerar el valor a nuevo de los bienes a valorizar depreciados por edad y estado de conservación. Esta tarea se realiza en general para firmas que están en venta y/o firmas que deseen actualizar sus libros contables, ya que en general los bienes se van modificando en el tiempo y/o recibiendo agregados, y por la utilización de índices contables se provocan distorsiones en la valorización de los activos, dando en general valores inciertos del conjunto.

### c) Valorización con criterio de venta y realización en bloque

Es una valuación con el criterio económico del poder de ganancia de la firma en paquete, considerando su capacidad de producir, y de obtener ganancias. O sea, si la industria o negocio es vendida como un todo en funcionamiento, el precio no incluye solamente el valor de la propiedad, sino también el valor del negocio desarrollado o en funcionamiento. Este valor se denomina "valor de venta del negocio en marcha". En este caso se incluyen el mercado que poseen los productos producidos y/o vendidos por la firma y las marcas registradas de su propiedad, ya que las mismas significan una posibilidad cierta de obtención de ganancia en el tiempo.

### d) Valorización para seguros

De acuerdo a lo indicado en la introducción de este trabajo, una de las tareas más dificultosas de los Brokers y Aseguradores es determinar en sus pólizas de daños patrimoniales una valorización adecuada a los bienes objeto del seguro, de acuerdo a las cláusulas aplicables y que los valores asegurados sean los reales durante el período de vigencia de la póliza. Ello significa en muchos casos un control muy intensivo, pues se deben tener en cuenta diversos factores, como ser:

a) Trabajos de mantenimiento y/o agregados y/o mejoras de las maquinarias, edificios e instalaciones

b) Fluctuaciones de costos de las mercaderías en existencia

c) Fluctuación en las cantidades y tipos de las mercaderías en existencia

d) Variaciones de los tipos de cambio de las monedas en que se consideren las sumas aseguradas

e) Agregado de nuevas ubicaciones

f) Depreciación por uso y estado de conservación

Lo fundamental durante la contratación del seguro es tasar adecuadamente los valores a asegurar. Estos valores pueden ser indicados unilateralmente por los Asegurados al Asegurador, tomándolos éste como dato informativo y objeto de revisión en caso de siniestro. En ciertos casos especiales el Asegurador acepta como cierta una tasación, por lo que en caso de siniestro total se obliga a pagar el importe acordado. Esta metodología se utiliza en caso de plantas industriales importantes, maquinarias específicas, obras de arte, etc.

En general, los Aseguradores para los rubros maquinarias, instalaciones y edificios aceptan considerar las coberturas de daños patrimoniales a valor de reposición cuando se trata de bienes de tecnología actual con un adecuado mantenimiento. Con dicho concepto, en caso de daño parcial y/o total se considera como indemnización el costo total necesario para reparar y/o reponer el bien de tal manera que quede en el mismo estado que antes del siniestro.

Para el caso de mercadería existen dos criterios básicos para asegurarla:

a) Por una suma fija a declarar al inicio de vigencia de la póliza.

b) Por declaraciones, o sea que la suma asegurada va fluctuando de acuerdo a las existencias reales en las diversas ubicaciones.

Este criterio es útil en el caso de Asegurados con stocks fluctuantes e imposibles de conocer previamente a lo largo de la vigencia de la póliza.

En el caso de edificios, maquinarias e instalaciones para la valorización de los activos a asegurar deben tenerse en claro conceptos básicos a aplicar por el tasador y/o la persona que debe determinar los valores a considerar, a saber:

#### a) a valor depreciado:

En caso de que el asegurador no acepte incluir una Cláusula de Reposición, los valores a considerar de los edificios, maquinarias e instalaciones deben ser los valores a nuevo menos la depreciación por edad y estado de conservación. El valor a nuevo a considerar será calculado en base a los costos reales al momento de asegurar y/o del siniestro, tomando un bien similar al objeto del seguro (con similar tecnología y sin mejoras).

En el caso de los Edificios la depreciación por edad y estado de conservación es posible de calcular mediante criterios usuales, como ser Ross-Heideck (que tiene en cuenta la vida útil, antigüedad y estado), criterios lineales u otros. En el caso de maquinarias la depreciación es más complicada, pues se debe considerar que el Asegurado debería obtener con el dinero de la indemnización una máquina de similar prestación, sin mejoras tecnológicas, con la misma antigüedad y vida útil que la asegurada. Por ello, al considerar el valor a asegurar para máquinas debe tenerse en cuenta siempre que este no debe ser inferior al criterio antes indicado.

#### b) a valor Reposición:

En este caso es fundamental considerar para el caso de Edificios, maquinarias e instalaciones, el costo de efectiva reconstrucción y/o reposición de los bienes a considerar en el lugar donde se encuentran y funcionando. Los valores a adoptarse deben corresponder a bienes similares a los asegurados, o sea con similar tecnología y/o diseño y/o prestaciones.

Este punto es muy importante, pues ocurre en muchos casos que los bienes de similar prestación y de moderna tec-

nología tienen un valor inferior en comparación a los objetos del seguro a valor de reposición (por ej. transformadores, computadoras, equipos electrónicos en general, etc.). Si se aplica en forma incorrecta este criterio, se pueden producir inconvenientes de infra seguro en casos de daños parciales. El mismo inconveniente se produce en plantas completas, pues con los avances tecnológicos, plantas de similar producción y diseño actual, tienen muchas veces valores muy inferiores que una planta de tecnología antigua. Atento a ello, para determinar el valor de reposición de una planta de tecnología no actual, es conveniente considerar la sumatoria de los costos reales a nuevo de maquinarias / edificios / instalaciones (incluyendo montaje y puesta en marcha) y no considerar costos de plantas de moderna tecnología que en general se pueden cotizar por unidad de prestación (por ej. plantas termoeléctricas por KW/h instaladas o plantas de depósito de cereales por toneladas de capacidad de almacenaje, etc.).

### III) CRITERIOS DE DEPRECIACIÓN

En general resulta complejo depreciar adecuadamente un bien, ya que influyen numerosos factores, p.ej.:

- Vida útil del bien
- Intensidad de uso
- Antigüedad
- Estado
- Valor residual
- Trabajos de mantenimiento y/o reacondicionamiento efectuados
- Componentes económicos (inversiones, tasas de interés)

Si se tienen en cuenta todos los puntos anteriores y otros que pueden surgir, se deberían utilizar fórmulas muy complejas donde deben adoptarse muchos coeficientes, lo que podría dar lugar a valores en general discutibles. El problema de calcular la evolución del valor de un bien se complica cuando en vez de adoptar una fórmula, procuramos deducirla en forma tal que ella englobe la actuación de todos los factores que puedan incidir en esa desvalorización. O sea cuando queremos deducir una fórmula que por estar técnicamente justificada, nos permita hacer tasaciones que sean técnicamente defendibles. Para lograr esto debemos efectuar los siguientes razonamientos:

Recordemos que cuando alguien compra un bien cualquiera lo que desea adquirir en realidad son los beneficios que pueden derivar de su uso, es decir los servicios futuros que el bien le puede brindar. Al respecto, se advierte que existen bienes que son capaces de brindar un solo servicio que se consumen en el primer uso, por ej. un caramelo, un proyectil o una entrada de cine.

Otros bienes, en cambio son capaces de prestar servicios mucho más prolongados en el tiempo, durante toda una vida útil que no se agota en su primer uso; por ej. Una casa brinda durante un prolongado período vivienda o una renta a su propietario, un automóvil presta servicios de transporte durante varios años, lo mismo ocurre con los servicios de un torno, una patente de invención o una licencia. Y normalmente, es solo con este tipo de bienes que es necesario encarar el fenómeno de la depreciación.

Atento a ello, el tasador profesional, además de su experiencia que no es reemplazable por ningún otro conocimiento teórico, utiliza generalmente las siguientes teorías:

#### a) Depreciación lineal

Se da un valor inicial al valor de reposición y uno final al valor residual o de rezago en el período de uso estimado. El valor del bien decrece linealmente entre ambos extremos durante el período de uso. Se utilizan las siguientes fórmulas:

$$Pe = P (100 - D) \quad D = \frac{e}{vu}$$

Donde: P = valor inicial del bien  
Pe = valor del bien al llegar a la edad e  
e = edad del bien  
vu = vida útil  
D = depreciación en %

#### b) Formula de Ross - Heideck:

Este criterio, considera básicamente los siguientes parámetros:

- Vida útil
- Antigüedad
- Estado de conservación

Se toman distintos estados de conservación (del N° 1 al 5 con valores intermedios) según la siguiente clasificación:

- Nuevo sin reparaciones (coeficiente: 0%).
- Estado regular de mantenimiento con conservación normal de poca importancia (coeficiente: 2.52%).
- Necesitado de reparaciones sencillas (coeficiente: 18.10%).
- Necesitado de reparaciones importantes (coeficiente: 52.60%).
- Sin valor (coeficiente: 100%).

Estos dan lugar a una familia de curvas generadas por los coeficientes mencionados, los cuales surgen de las abscisas de una cicloide. La depreciación por edad surge del criterio de Ross, representado por la siguientes fórmulas:

$$Pe = P (100 - D) \quad D = \frac{e}{2vu} + \frac{e^2}{2vu^2}$$

Donde: P = valor inicial del bien  
Pe = valor del bien al llegar a la edad e  
e = edad del bien  
vu = vida útil  
£ = coeficiente de Heideck  
D = depreciación en %

#### c) Formula Tradicional

También vimos que el valor económico del bien está dado por el valor de los servicios futuros que el es capaz de brindar a su dueño. En consecuencia y refiriéndonos ahora al valor de uso, esto significa que el valor de uso inicial de un bien representa, entonces, el valor económico de toda esa serie de servicios.

Si llamamos: P = valor inicial del bien  
Pe = valor del bien al llegar a la edad e  
e = edad del bien  
vu = vida útil  
i = tasa de interés  
b = 1 + i  
R = Valor económico de cada servicio anual

la siguiente fórmula:

$$Pe = P \frac{b^{vu} - b^e}{b^{vu} - 1}$$

Permite obtener el valor económico de un bien con e años de edad, en función del valor del bien nuevo, asignándole la influencia que corresponde a la tasa de interés. Esta es la conocida fórmula que figura en casi todos los textos de valuación. Es lo que podríamos llamar la fórmula **tradicional**. Su cálculo es inmediato con cualquier calculadora que tenga funciones financieras. De acuerdo con esta fórmula, con el transcurso del

tiempo el valor del bien disminuye poco al principio pero luego aumenta progresivamente su ritmo de desvalorización a medida que transcurre su vida útil.

La explicación lógica del resultado que se obtiene es simple. Cada año que pasa, el valor que pierde el bien es el valor del servicio del último año de la serie de sus servicios. La diferencia de valor entre un bien que tiene 5 años de vida remanente y la de un bien idéntico pero con un año más de antigüedad -es decir, con solo 4 años de vida remanente -radica en que el primer bien cubrirá de manera adecuada los servicios de los próximos 5 años. El bien más antiguo solo cubrirá en cambio los servicios de los próximos 4 años y no será capaz de satisfacer las necesidades de ese quinto año. La diferencia de valor entre ambos bienes la da entonces, el valor de los servicios de ese quinto año, que es el último de la serie del bien joven, y el único que no puede cubrir el más antiguo.

**d) Otras fórmulas y/o criterios**

Existen infinidad de otros criterios y/o fórmulas distintas a las mencionadas. Entre ellas podemos citar la utilizada por la unión de expertos contables suizos (para Edificio), transcrita a continuación:

$$Pe = P \left( 100 - \left( \frac{((e/vu \times 100) + 20)^2}{140} - 2,86 \right) \right)$$

Donde : P = valor inicial del bien  
 Pe = valor del bien al llegar a la edad e  
 e = edad del bien  
 vu = vida útil

Otra fórmula específicamente utilizada para maquinarias es la siguiente:

$$Pe = P (100 - D) \quad D = \left( 1 - \frac{R}{vu} \right)^e$$

Donde : P = valor inicial del bien  
 Pe = valor del bien al llegar a la edad e  
 D = depreciación en %  
 e = edad del bien  
 vu = vida útil  
 R = coeficiente de actualización (varía entre 1,5 y 2)





SUMAMOS CALIDAD  
A TU **EXPERIENCIA**

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

Nº de inscripción en SSN  
0360

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

# DANIEL VALLI, EL VIAJE HACIA EL FUTURO DEL PAS



Por Lic. Daniel Valli, titular de Valli + Partners

**VALLI+PARTNERS**

Aunque estoy relacionado con el sector desde 1994, comencé a interesarme mucho sobre el futuro del seguro a principios de esta década cuando se percibían algunos síntomas de cambio. Mi primera conferencia fue en ExpoEstrategas en 2012 pero ya había hecho más de 30 talleres para productores en diferentes compañías de seguros sobre la digitalización y la irrupción de las redes sociales. Tengo que decir que muchos cuando terminaba de exponer me comentaban que el contenido había sido interesante pero que ese futuro recién lo iban a ver sus nietos. Como nadie tiene la llave del futuro, en ese momento, pudieron haber tenido la razón. Era muy difícil ver cambios significativos en este mercado en el corto o mediano plazo. Pero todo cambió.

Ray Kurzweil, uno de los más importantes inventores y pensadores sobre el futuro, co-fundador de la Singularity University, el nuevo espacio académico relacionado con el futuro, y Director de Ingeniería de Google, habla habitualmente sobre la teoría de los resultados acelerados. Es simple. Cuando un sector se digitaliza, los cambios comienzan a suceder en una forma mucho más rápida, en forma exponencial. Es decir que lo que uno espera que sucederá en 50 años, seguramente sucederá entre 5 y 10 años. Y eso es lo que está pasando con casi todos los sectores, desde la medicina, pasando por los autos, el entretenimiento y, por supuesto, también los seguros.

Hagamos un repaso rápido de los mayores proyectos de innovación actuales de las compañías de seguros más grandes del mundo.

Uno de los focos son los procesos relacionados con los siniestros. Existen compañías en EEUU que ya han reducido a la mitad la gestión humana en el proceso de denuncia de siniestros. A través de apps, los clientes ya ingresan las fotos de sus autos siniestrados y éstas ingresan directamente al proceso sin intervención humana. Compañías de insurtech como Snapsheet, que trabajan en la automatización de siniestros crecieron 10 veces en sólo 2 años pasando de 50.000 siniestros procesados digitalmente sin intervención humana a 500.000, brindando servicio a 70 compañías.

Puede sorprender, pero ya se usan drones para verificar siniestros en hogares. Desde hace 3 años ya fueron autorizadas muchas compañías que ya lo utilizan para verificaciones luego de grandes siniestros -incendios, tornados, etc.-. Hoy la mayoría de los aseguradores de EEUU utiliza fotografías satelitales -como las de Google Maps pero más precisas- para autorizar la emisión de pólizas o pagar siniestros de pólizas de hogar. En autos, antes se requería colocar un dispositivo en el auto para hacer seguimiento de la conducta del conductor y realizar un scoring preciso, lo que se conoce como telematic. Hoy esa tecnología se está reemplazando con el uso de aplicaciones en teléfonos celulares logrando que ese scoring se pueda transformar en masivo en poco tiempo.

El uso de robots en los procesos de seguros ha crecido vertiginosamente en los últimos 2 años. Uno de los proveedores más importantes en la industria, Enterprise RPA, pasó de valer 109 millones de dólares en abril de 2017 a 3.000 millones en septiembre de 2018. La compañía es una de las líderes en el uso de inteligencia artificial en seguros.

Abrumo con estos datos porque el cambio está a la vuelta de la esquina. Pensemos que ya hay dos compañías que son 100% digitales en nuestro país, mientras

muchas otras están trabajando para tener tecnologías similares. A eso se le suman nuevos agregadores que van apareciendo en el mercado y que están cerca de ser 100% digitales. Es desconocido por muchos, pero ya hay una start up que está transformando digitalmente los principales ramos corporativos y se supone que, si logra conseguir inversor, podría lanzarse al mercado en poco tiempo. Ya hay varias compañías que ofrecen robots para diferentes procesos repetitivos en el negocio de seguros para uso de productores medianos y grandes. Y eso pasa en Argentina.

Lo peor que nos puede pasar es no darnos cuenta de los posibles cambios, hasta que los tengamos en frente de nuestras caras.  
Por eso tenemos que planificar el futuro. No planificar el futuro es planificar el fracaso.

Y el futuro podemos resumirlo en tres posibles tipos de productores.

El que seguirá siendo un productor como lo hemos conocido hasta ahora, con poco nivel de automatización y poca presencia digital, basando su posicionamiento en el asesoramiento profesional personalizado. ¿Sobrevivirá este productor en el futuro? Seguramente sí si se especializa, segmenta muy bien a sus clientes y se focaliza en ramos complejos y en clientes muy exigentes que requieren atención personal. En el negocio de turismo, hoy es habitual comprar vía internet pero existe una agencia de viajes inglesa llamada ITC que no vende por internet ni tiene relación con sus clientes por esa vía. Sus servicios se basan en la atención ultra personalizada y sus clientes son personas de muy altos recursos que quieren ese tipo de atención. En seguros, puede pasar lo mismo. El que quiera precio y no le interese el valor, seguramente contratará su seguro en forma on line a portales de seguros. Pero a quien le interese escuchar consejos, lo hará con productores. En seguros masivos, es probable que quienes elijan internet sean la mayoría, pero a medida que aumente la complejidad de los seguros, el productor puede cumplir un rol relevante.

La segunda opción es transformarse en una organización digital. Muchos productores están evaluando esta alternativa. Parece fácil hacerlo con la tecnología disponible pero el problema no es tener un portal sino cómo hacer para que los clientes en forma masiva acudan a él. Y allí radica la dificultad. Para te-

ner éxito, es necesario crear un modelo de start-up, contar con fuerte inversiones, no sólo para desarrollarlo sino para hacer campañas de marketing masivas para dirigir la demanda. Se piensa que el éxito de Despegar, Trivago o almodo es su forma de vender. En parte sí, porque ofrecen buenas experiencias al usuario. Pero más allá de eso, invierten sumas millonarias para estar en la mente de las personas y que los elijan. Hacen campañas en internet, pero también en TV, radio y todos los medios imaginables. ¿Es posible crear un portal digital? Sí, pero sólo si se invierte lo suficiente y eso requiere de un proyecto y un modelo de negocio apropiado con inversores que lo sostengan.

Y la tercera opción es transformarse en un productor actualizado y potenciado por la tecnología. Es decir, tener herramientas para poder cotizar on line, tener fuerte presencia en internet y en medios sociales, atención de cliente que también incluya el plano digital pero siempre manteniendo el diferencial de la personalización. Este parece ser el futuro.

Para esto, los productores deberían desaprender muchas de las cosas que aprendieron para comenzar a aprender nuevos conceptos relacionados con lo digital. Al mismo tiempo, deberían ajustar sus prioridades de relación con las compañías y poner estos temas en el primer lugar de la agenda de soporte. Las compañías deben trasladar al productor conocimiento y avances tecnológicos para que puedan actualizar sus servicios pensando ya en el futuro. Es una responsabilidad conjunta si en el modelo de negocios futuro de las compañías seguirá siendo importante el rol del productor. Los temas claves serán: contar con sistemas apropiados de administración vía web, administrar las redes sociales y la creación de contenidos permanentes con ayuda de la compañía, potenciar el uso de los medios sociales para la atención. Sólo un dato: en una última encuesta global, el 80% de los asegurados que son atendidos por productores indicaron que desean que el contacto sea digital en lugar de personal o telefónico.

Para cerrar, según el Centro del Futuro del Trabajo de la empresa Cognizant, una de las grandes firmas de servicios profesionales del mundo y referente en proyectar el futuro, el 13% de los trabajos actuales desaparecerán, el 18% serán nuevos trabajos que hoy no conocemos y el 70% serán los trabajos actuales potenciados por la tecnología. El productor no debe estar en el 13% de los trabajos que desaparecerán. Debe estar en los que se potenciarán con la tecnología. Este último debería ser el viaje más seguro para el futuro del productor de seguros.



# CRECER , INVERTIR, ASEGURAR



Arq. Alberto Duran, Titular de Consultora Montserrat SA

Su sola lectura no deja dudas de que se trata de verbos trascendentes en la vida de las personas y de los países, infinitivos que normalmente aparecen relacionados en nuestros razonamientos cada vez que abordamos un análisis de lo que es y lo que debería ser la industria del Seguro.

Muchas veces nos preguntamos qué deberíamos hacer para erradicar ese pueril argumento subyacente en el inconsciente colectivo de buena parte de nuestra sociedad cuando se hace referencia a la "letra chica de las pólizas", o cuando se alega con la más absoluta convicción que "siempre las Aseguradoras buscan la manera de NO pagar, de eludir su obligación y/o de contribuir lo menos posible"; frases que como otras muchas ya forman parte de nuestro acervo cultural.

Todos los que participamos en la "industria del Seguro", desde el lugar que nos toque desempeñar, tenemos la obligación de pensar la manera en que podríamos colaborar para engrandecer la actividad. Si bien las posibilidades son amplísimas como en casi todos los órdenes, en general cuando pensamos en mejorar solemos enfocarnos en la incorporación de recursos tecnológicos, en desarrollar nuevos productos, incentivar la comercialización e incrementar los canales de venta, etc., y muy pocas veces nos detenemos en 2 aspectos que a mi entender son centrales;

- 1).- difundir el instituto del Seguro creando una mayor conciencia asegurativa;
- 2).- invertir en capacitación;

El primer aspecto resulta crucial en una sociedad que NO tiene incorporado en su idiosincrasia la importancia del ahorro y la preservación de su patrimonio. Queda claro que los conceptos de ahorrar, invertir, capitalizar etc., los tenemos asociados con la actividad privada, (solemos pensar que el Estado se ocupa de otras cosas); por lo que asumimos tácitamente que su motorización dependerá de las empresas y de los individuos.

Sin embargo, en un país con inflación y sin crédito, alta tasa de desocupación y/o sub ocupación, riesgo de pérdida de empleo en simultáneo con un elevado costo laboral, y fundamentalmente ante la falta de políticas para fomentar la cultura del trabajo que nos inculcaron nuestros abuelos inmigrantes, NO es fácil lograr que un ciudadano común perciba las bondades a largo plazo de todo aquello que no tiene un retorno inmediato, en la medida que sus resultados necesariamente habrán de trascender la cercana frontera del cortoplacismo.

Allí entra a jugar el segundo aspecto al que hice mención, dado que capacitarse no debería ser una elección supeditada a la voluntad de un individuo con inquietudes, sino debe ser una premisa que a todos nos compete incentivar, destacando no solo la ventaja que representa el adquirir una formación intelectual sólida sino el valor agregado que conlleva el contar con herramientas más competitivas, adecuadas al dinamismo de la demanda y las nuevas potencialidades que requiere el mercado laboral.

Del mismo modo deberíamos conscientizar a nuestros jóvenes acerca del alto grado de compromiso que exige llevar adelante cualquier emprendimiento individual o colectivo para alcanzar un crecimiento gradual y sostenido, y que aún así nada nos garantiza una "premiación" a semejante esfuerzo.

Ese es justamente el desafío, puesto que el recorrido a transitar suele ser arduo y plagado de dificultades, con un final que bien puede ser lejano e incierto, que solo

nos ofrece la seguridad de que lograr los objetivos redundará en una satisfacción personal y/o realización profesional, pero que no necesariamente estará ligada al éxito comercial y/o el reconocimiento económico.

Es entonces que, en un contexto de país que desde hace muchos años NO ofrece previsibilidad, e incluso nos ha enseñado que algunas decisiones involuntariamente desacertadas y/o determinadas situaciones coyunturales ajenas a nuestra facultad de resolución provocan severas pérdidas patrimoniales, terminamos por asumir la "volatilidad" de todo logro material que "supimos conseguir"; lo cual aleja aún más la posibilidad de forjar una convicción real y genuina acerca de la importancia del resguardo patrimonial.

Sin embargo y paradójicamente por la misma razón, estamos quienes decidimos instalarnos en una vereda opuesta, que es precisamente la de apreciar aún más el valor de lo que tanto nos ha costado, y en el afán de su preservación advertimos la conveniencia de recurrir al Seguro como la mejor herramienta para el resguardo de nuestro patrimonio; y es allí donde debemos poner el foco.

Para ello debemos generar un amplio programa de concientización social, al que todos los actores del mercado tenemos

que contribuir, aplicando nuestro mayor esfuerzo en brindar servicio, en capacitar, ofrecer transparencia, cumplir con las obligaciones y cargas y, más aún, con la palabra, no perdiendo de vista que una póliza de Seguros es un contrato de buena fe, cuyo texto requiere ser emitido en consonancia con el interés asegurable que se solicitó suscribir, sin dejar lugar a dudas, ambigüedades y/o indefiniciones.

Tan es así que la culminación de todo lo dicho queda expuesto en la eventualidad de un siniestro, cuando todas las partes deben demostrar que se está a la altura, tanto para dar respuesta a las expectativas del Asegurado, que atraviesa por una situación de pérdida usualmente traumática, cuanto para cumplir con lo pactado en el contrato.

Es allí cuando el PAS deberá acreditar su eficacia al haber asesorado a su cliente de manera adecuada y profesional, cuando la Aseguradora se obligará a brindar una contra prestación consistente con el producto que vendió y se comprometió a respaldar, con la agilidad y solvencia que estos tiempos demandan, y cuando el Perito Liquidador deberá practicar un ajuste imparcial y acorde con las condiciones de la póliza. Solo entonces habremos probado la conveniencia de estar asegurado, y con ello la eficiencia del instituto del Seguro.



# LOS PAS VENDEN SERVICIOS DE IKÉ ASISTENCIA



PABLO SOTELO, Gerente  
Comercial de Ike Asistencia  
Argentina SA



Desde el año 2016 los Productores Asesores de Seguros (PAS) comercializan servicios de asistencia a través de una plataforma digital que ofrece iKé Asistencia de manera complementaria a la venta de seguros.

iKé Asistencia ofrece comercializar sus servicios de alta calidad y generar nuevos ingresos al mismo tiempo. La percepción de la asistencia como un producto comerciable per se, propone un espectro nuevo de negocios para los PAS.

## **Entrevista a Pablo Sotelo, Gerente Comercial**

### **TdS: ¿Cuál es la propuesta puntual de iKé Asistencia para los PAS?**

PS: Mejorar el servicio a los asegurados, generar nuevos ingresos para los PAS y fidelizar a sus asegurados con un producto de alta calidad.

La asistencia es un producto que el asegurado necesita, por lo que el PAS puede ver esa carencia y generar una cartera importante, independientemente de las pólizas y las compañías con las cuales trabaja.

Además, dado el alto grado de relacionamiento y el conocimiento que tienen de los asegurados, permite pensar y ofrecerles nuevos tipos de asistencias –por ejemplo, para el hogar, mascota, bicicleta, motos, viajes y tecnológica, entre otras– o incorporar kilómetros de remolque a lo que ofrece en una póliza tradicional.

### **TdS: ¿Cómo es la plataforma digital que utilizan los PAS?**

PS: Rápida y fácil. En ella principalmente se explican las asistencias, se administra la cartera y se conoce la comisión del PAS por la promoción de los productos. Además el Productor puede solicitar la creación de productos adaptados a su cartera de asegurados. En este caso, se diseñan asistencias a medida que luego serán gestionadas a través de la plataforma.

### **TdS: ¿La asistencia puede tomarse como un producto independiente?**

PS: Debemos entender que la asistencia es un producto con peso propio y altamente tangible para el asegurado. Deja de representar un costo dentro de una póliza para simbolizar un ingreso para los Productores.

### **TdS: ¿Se puede adaptar la oferta de productos para cada PAS?**

PS: Podemos desarrollar propuestas específicas de acuerdo a las necesidades del PAS incluyendo productos viales u otras asistencias. Cabe destacar que el PAS puede volcar una cartera o realizar la venta uno a uno de las diferentes asistencias que ofrecemos a través de nuestra web.

### **TdS: ¿Cuál es el beneficio de contratar iKé Asistencia para la flota asegurada?**

PS: El PAS al contratar el servicio de iKé Asistencia para la flota asegurada logra que el asegurado reciba un servicio de excelencia. Al disminuir las quejas de los asegurados, podrán aumentar su fidelidad y generar oportunidades para comercializar más productos.

### **TdS: ¿Cuál es la relación de iKé Asistencia con las grúas?**

PS: En iKé Asistencia estamos comprometidos en superar las expectativas. Para garantizar la calidad de servicio acordamos pagar a las empresas de grúas en mejores plazos y condiciones que el mercado.

Además, en nuestro Centro de Atención Telefónica (CAT) contamos con una dotación de operadores experimentados que generan un alto nivel de sinergia con nuestros socios prestadores.

### **TdS: ¿Por qué iKé Asistencia hace foco en la calidad?**

PS: El principal foco de iKé es la excelencia en la calidad de los servicios. El 96% de los usuarios que utilizaron los servicios viales, lo recomendarían a otros y más del 97% calificó la asistencia recibida como satisfactoria o excelente. Por lo tanto, el foco es la calidad de servicio, atención al cliente hasta que soluciona su problema, rapidez, estar permanentemente comunicado con el cliente desde el principio hasta el fin del servicio.











# CORAJE ES CREAR *TU PROPIO FUTURO*

En Allianz brindamos confianza y tranquilidad a nuestros clientes, sustentados en sólidos indicadores financieros que afirman nuestra solvencia.

Un grupo asegurador comprometido con la innovación, y el desarrollo de soluciones para hacer frente a los desafíos del futuro.

Un equipo enfocado a la eficiencia y la calidad, para brindar siempre el mejor servicio a nuestros asegurados y productores.

**Consultá a nuestro equipo comercial para más información.**



**Allianz** 

Nº de inscripción en SSN  
0036

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



**EVOLUCIONAMOS**  
comprometidos con vos

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

▶ DIGITALIZÁ A TUS CLIENTES

▶ ADHERILOS AL DÉBITO AUTOMÁTICO

*y hacé más simple y ágil tu gestión comercial*



**FEDERACION PATRONAL  
SEGUROS SA.**

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

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

