



informe

operadores de mercado



Entrevista a Mara Bettioli Presidenta de la UART



25 Años de Trabajo y Resultados

SIMPLE



PÓLIZA DE CAUCIÓN DIGITAL DE AFIANZADORA
EN EL MOMENTO Y SIN MOVERTE DE TU NOTEBOOK.

Sólo un PAS entiende la necesidad de una garantía accesible, económica y confiable. La Póliza Digital de Afianzadora es la herramienta de trabajo más simple para la gestión de Seguros de Caucción. Imposible de falsificar y extraviar, de disponibilidad inmediata, segura, ecológica y confidencial.

Escribinos a: info@afianzadora.com.ar



Escaneá para conocer más.



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

El Sistema salvó 14 mil vidas sólo por el descenso en los índices de fallecidos

Con casi 10 millones de trabajadores cubiertos y 1 millón de empleadores protegidos, el Sistema de Riesgos del Trabajo ha experimentado en 25 Años de existencia un proceso de mejora continua que se evidencia en números concretos. El esfuerzo conjunto de trabajadores, empleadores, ARTs y el Estado, permite destacar que desde el sistema se han salvado 14 mil vidas sólo por el descenso logrado en los índices de fallecidos. En la otra cara, la conformación de los Cuerpos Médicos Forenses (CMF) sigue siendo una asignatura pendiente que amenaza su sustentabilidad.



Bettiol, «Es clave el cuidado de la solvencia y escindir de una vez la litigiosidad del sistema para que pueda seguir brindando cobertura y los servicios en tiempo y forma. En este sentido, el cumplimiento de la Ley 27.348 por parte de las cortes provinciales es crítico».

Mara Bettiol, Presidente de la Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART), reflexiona sobre la actualidad y evolución del sistema.

- A 25 años de la creación del Sistema de Riesgos del Trabajo (Ley 24.557), ¿cuál es su balance en cuanto a prevención, resultados, logros y asignaturas pendientes?

- En estos 25 años el Sistema de Riesgos del Trabajo ha experimentado un proceso de mejora continua que se evidencia en números concretos. Casi **10 millones de trabajadores y 1 millón de empleadores protegidos**, para una cobertura que hoy es un aspiracional para los trabajadores que no cuentan con ella. Encuestas anuales evidencian un nivel de satisfacción creciente para aquellos que cuentan con la cobertura y que debieron recibir atención por algún accidente o enfermedad profesional. Asimismo, un esfuerzo en prevención, capacitación y asesoramiento permanente que evoluciona de acuerdo con las características del mercado laboral, los avances tecnológicos, y las situaciones que se van planteando. Todo este esfuerzo conjunto de trabajadores, empleadores, ARTs y el Estado, nos permite destacar hoy que **desde el sistema salvamos 14 mil vidas sólo por el descenso logrado en los índices de fallecidos**.

Pero sin lugar a dudas, la pandemia fue un punto de inflexión que gracias al nivel de informatización existente, la atención en las diversas plataformas, la elaboración de nuevos protocolos y la tecnología disponible, permitió no sólo sostener la cobertura de las contingencias vinculadas al trabajo sino además sumar respuestas, contención y atención del COVID como nueva patología extraña y ➔

R.A.S.A.
REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.
Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.
EXPERIENCIA SOLIDEZ Y RESPALDO
CALIFICACIÓN **AA-**

Nacimos sobre bases del sector solidario, afianzando un proyecto de apoyo y crecimiento a empresas de Seguros en la República Argentina.

R.A.S.A. se caracteriza por la fidelidad de sus clientes, fruto de su solvencia, la calidad de sus servicios y su interés en establecer relaciones de larga duración

vda. DE MAYO 1370 1° PISO, CABA
www.rasare.com.ar
info@rasa-re.com.ar
00 54 11 4384- 7313 / 4381 2642 / 4383 6147

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
0800-666-8400 | www.ssn.gob.ar | N° de inscripción 846



ESCUDO SEGUROS
Una buena decisión

NUESTROS PRODUCTOS

- Automotor
- Motovehículo
- Caución
- Combinado Familiar
- Transportes (Nacional)
- Cascos
- Integral de Comercio
- Responsabilidad Civil
- Robo
- Seguro Técnico
- Cristales
- Integral de Consorcio
- Transporte Público de Pasajeros



www.escudoseguros.com.ar

Corrientes 330, 4° Piso, CABA | escudo@escudoseguros.com.ar | 0810 888 3728



Tu comunidad de seguros: www.universoescudo.com.ar

N° de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



→ ajena al sistema. Una vez más, **el sistema respondió a la altura de las circunstancias.**

Definidos los logros y las complejidades que el sistema supo superar, **la conformación de los Cuerpos Médicos Forenses (CMF) sigue siendo una asignatura pendiente.** Ya más de cuatro años desde que, con la reforma L.27.348, se definió la importancia de su constitución para ordenar y contener desvíos y dislates periciales. Un pendiente, cuya responsabilidad está en cabeza de las máximas autoridades judiciales de cada provincia y en el caso de CABA de la CSJN, que amenaza la sustentabilidad misma del sistema y deja espacio al crecimiento de la litigiosidad.

- Tras el Decreto 367/20 que declaró al Covid-19 como enfermedad profesional no listada, ¿cómo evalúa el impacto y la respuesta del Sistema en general y de las Aseguradoras de Riesgos del Trabajo en particular durante 2020 y 2021?

- La crisis pandémica fue un evento súbito vinculado a una patología desconocida. La colaboración permanente, el trabajo conjunto sobre la base de consensos que se activó de modo conjunto entre el Ministerio de Trabajo, la Superintendencia de Riesgos de Trabajo, la Superintendencia de Seguros de la Nación y las ART fueron la clave para lidiar con esta circunstancia excepcional que puso en seria tensión a toda la ciudadanía y a los actores económicos del país con la reconfiguración de rutinas para trabajadores esenciales y el

PROTAGONISTAS

- ¿Cómo analiza los últimos fallos de la Corte Suprema de Justicia que han vuelto a respaldar la aplicación del Baremo de Ley como única herramienta para determinar la incapacidad surgida de un accidente de trabajo?

- Sin lugar a dudas, **son destacables las más de dos docenas de fallos de CSJN que han validado aspectos clave de la reforma de 2017.**

El aval a instrumentos consagrados por la Ley 27.348 como el Baremo (*Fallo Seva*) como única tabla de objetivación del daño y las Comisiones Médicas como la instancia previa obligatoria a la causa judicial (*Fallo Pogonza*), sin por ello vulnerar el derecho del trabajador de litigar, vienen a poner orden y a guiar el accionar de la justicia en instancias inferiores corrigiendo criterios que se hubieran apartado de la norma.

No obstante, es también de mencionar el sobre costo que los dislates periciales, las sentencias mal fundamentadas y los porcentajes exorbitantes de incapacidad otorgados generan en todo el sistema de trabajo argentino, más allá de la seria amenaza que provocan a la sustentabilidad misma del sistema de Riesgos del Trabajo.

« La conformación de los Cuerpos Médicos Forenses (CMF) sigue siendo una asignatura pendiente »

advenimiento del teletrabajo masivamente mientras duró el ASPO y DISPO.

Precisamente, durante 2020 y gracias a una revolución cuantitativa en todas las áreas de atención se brindaron 5 millones de prestaciones asistenciales y se produjeron en paralelo 26 millones de acciones virtuales en prevención más múltiples programas de prevención y capacitaciones con enfoque federal.

Para responder médicamente, se incorporaron módulos de aislamiento en sanatorios, clínicas y unidades no hospitalarias medicalizadas en hoteles, más seguimiento domiciliario de pacientes que cursaban la infección en sus casas. Se desarrolló un protocolo operativo de gestión interna para la atención médica integral, desde la recepción de la denuncia hasta el alta, se entregaron kits de protección profesional para distintas especialidades (odontología, serología, etc.), se reforzaron los planteles médicos con clínicos, infectólogos inmunólogos, psicólogos, etc. **La logística de atención se modificó radicalmente y la telemedicina asumió protagonismo. Múltiples canales de atención 24x7 y ampliación de red de prestadores.** Todo lo cual, fue concretado en tiempos récord para la atención, **contando al 08/10/21 de más de 436 mil casos COVID positivos.**



- ¿Cuál es hoy la situación del Sistema en materia de litigiosidad y siniestralidad? ¿Cuál es actualmente la adhesión de las provincias a la Ley Complementaria 27.348?

- **Tenemos una buena adhesión a la L.27.348 con 15 provincias más CABA**, lo que **en conjunto representa el 94% de la masa judicial.** No obstante, **la demora en la constitución del CMF abre una grieta** para que, con honorarios periciales atados al monto de la sentencia, se generen incentivos para la litigiosidad acompañado por un aumento injustificable de las incapacidades que no guardan relación con el Baremo.

Luego de la reforma, la litigiosidad recorrió un camino descendente con 39% menos juicios en 2018 respecto de 2017. En 2019, la baja fue del 15%. En 2020, año muy atípico por cierto dado que el ASPO generó una suerte de tapón, la baja fue del 34%. Pero ya **para 2021 proyectamos una suba del 87% con 50.788 juicios a Agosto 2021 contra 44.667 para todo el año 2020.**

- En julio 2021 ha sido reelegida y ha iniciado su noveno ciclo como Presidente de la Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART). ¿cuáles son los principales desafíos y objetivos que plantea para su actual gestión?

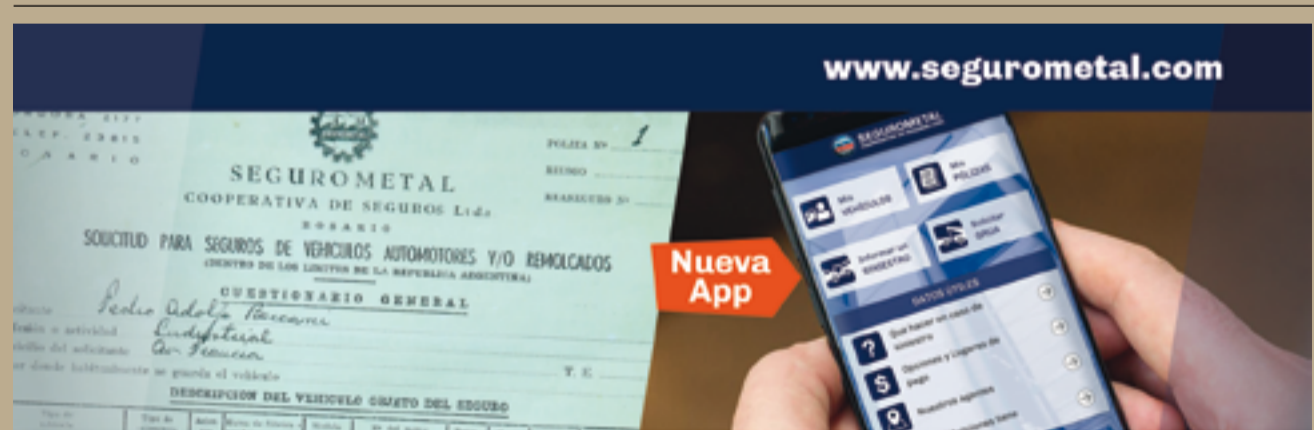
- Hay mucha tarea para realizar. **Nuestro principal objetivo como entidad es velar por el cumplimiento de** →

Cuando te sumás a nuestra red de Productores, te sumás a más.

Contactanos y sumate a más!



quieroserpas@integrityseguros.com.ar
integrityseguros.com.ar/productores



En 60 años cambiaron muchas cosas.

Pero el valor de la palabra sigue siendo el mismo de siempre.



Nº de inscripción en SSN 0286

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



INTĒGRITY
SEGUROS



«> la ley y, en este sentido, seguiremos peticionando ante la Justicia a fin de que se conformen lo CMF como cuerpo especializado de peritos convocados por concurso y remunerados por acto médico. Entendemos que cada año que pasa sin su constitución se generan enormes perjuicios en el sistema de riesgos de trabajo. También **queremos echar luz sobre el problema de la infra tarifación crónica del sistema**, agravada por la litigiosidad, y sobre la brecha entre la tasa de actualización de pasivos judiciales y el rendimiento de las inversiones en cartera de las aseguradoras.

Insistimos en que **debe haber una correlación eficiente entre servicios a brindar y financiamiento de los mismos**. Lo ideal además sería que no exista esa fuga de recursos permanente por la exacerbada e injustificada litigiosidad en un sistema que da respuestas en especie y dinerarias. **Las primas deben guardar relación con los riesgos a cubrir, los costos deben ser predecibles.**

- ¿En qué consiste el Programa Prevenir, de Seguridad y Salud Ocupacional, y cuáles fueron sus resultados y repercusiones?

- El **Programa Prevenir**, realizado por UART y coordinado por FISO, despliega múltiples acciones focalizadas en seguridad ocupacional, gratuitas, con criterio amplio abordando estrategias de prevención de riesgos para múltiples áreas de la economía y enfocadas con visión federal. Las mismas toman forma de seminarios, cursos virtuales, *benchmarking* y el congreso anual que se encuentra ya en su 11° Edición y por segundo año consecutivo llevamos adelante en modo virtual.

Con nuevos temas y contenidos y el apoyo hoy de más de 38 instituciones nacionales, **el programa se caracteriza por una fuerte impronta federal y la participación de 32.000 personas en todo el país.**

Concebido para los profesionales de Higiene y Seguridad, aborda temáticas tan variadas como el COVID, la seguridad



vial, la seguridad con maquinarias agrícolas, el uso responsable de los fitosanitarios, la ergonomía en la actividad frutihortícola, entre otras.

- ¿Cuál es su mirada en relación a la prevención de riesgos laborales desde el inicio del sistema a la actualidad y cuál es el enfoque que se le da desde la UART?

- Respecto de prevención de riesgos, hemos recorrido un largo y productivo sendero, en el que la comunidad de objetivos entre trabajadores respetando las medidas de seguridad, empleadores implementando las mejoras, aseguradoras asesorando y atendiendo y el Estado regulando y fiscalizando, ha dado frutos. **Las políticas y estrategias de prevención fueron evolucionando también en estos**»

tpcseguros

¡Conocé TPC App!



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

Cotizar • Emitir • Consultar pólizas • Cartera • Sucursales
Teléfonos útiles • Denuncia de siniestros.

¡Y más!



Av. Corrientes 316 - 6º C1043AAQ, Buenos Aires, Argentina | Tel. (+5411) 4876 5300
www.tpcseguros.com - info@tpcseguros.com - 0800 222 2872

Buscanos en TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN 0741

Atención al asegurado 0800 566 8400

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



informe

operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 29 / Nº 701 - Octubre 2021

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES

Tucumán 1946, Piso 3º, Oficina "B" (C1050AAN), CABA, Argentina
Tel. (54 11) 7534 9090 / 7533 0316 - <https://twitter.com/InformeOperador>
www.informeoperadores.com.ar

DIRECTORA

Delia Rimada
delia.rimada@moez.com.ar

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN

Analia Aita / analia.aita@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD

Rosa Asta / rosa.asta@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD

Elizabeth Domenech / elizabeth.domenech@moez.com.ar

CONSEJO DE REDACCIÓN

Néstor Abatidaga, Oscar Díaz, Antonio García Vilariño, Raúl Herrera,
Juan Pablo Chevallier-Boutell, Walter Wörmer.

Edición Digital. Descarga desde www.informeoperadores.com.ar

Prohibida la reproducción total o parcial del material publicado sin expresa autorización de la dirección. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la opinión de la dirección.
Registro de la Propiedad Intelectual Nº 273.478.

#1 VOS



GRUPO ASEGURADOR
La segunda

LO PRIMERO SOS VOS

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

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



PROTAGONISTAS

→ 25 años con los cambios en los trabajos y los avances en las tecnologías. Esta focalización conjunta del tema permitió una baja sensible en los accidentes en ocasión del trabajo y -como ya dijimos previamente- una **reducción de 80% en los fallecimientos, lo que significa 14 mil vidas salvadas**. La pandemia también implicó un enfoque específico de la prevención para evitar contagios, tanto dentro de las propias aseguradoras, en nuestros proveedores y en las empresas clientes. Por eso se desarrollaron protocolos específicos cuya implementación permitió acotar los riesgos del trabajo presencial.



- **¿Cuál es la agenda futura de UART en el corto y mediano plazo? ¿Cómo es la relación con la SRT y SSN?**

- Ya hablamos de la centralidad que tiene para nosotros la constitución de los CMF. Es un punto crucial. Resuelto esto, comenzará a despejarse el universo litigioso y podremos entonces pensar en la incorporación de más colectivos al sistema.

La relación con la SRT y con SSN es de colaboración permanente y de trabajo conjunto para abordar todos los desafíos que en 25 años de vida del sistema se han presentado.

- **¿Cuál es la posición de UART sobre el proyecto de ley para la creación de Comités Mixtos de Seguridad, Salud, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos en el Trabajo?**

- Es una herramienta que bien regulada e instrumentada es valorable porque todo lo que involucra la participación de las empresas y trabajadores en materia de prevención es esencial. En este sentido, es clave la opinión de las cámaras empresarias y sindicatos respecto de la iniciativa que promueve el PEN. Si bien no disponemos de números, se sabe que a hoy una buena proporción de trabajadores que desempeñan su tarea en empresas disponen de algún esquema de participación bipartita (empleador- trabajador). La base del sistema de riesgos del trabajo es la prevención, para ello la

ley le provee diferentes herramientas, como el registro de siniestralidad, la posibilidad de establecer precios en función del riesgo, normas claras y cumplibles, roles definidos para empleadores, trabajadores, ART y para el Estado, todo ello hoy sitúa al sistema en un lugar privilegiado para seguir trabajando en prevención de accidentes y enfermedades laborales.

- **A modo de conclusión, ¿qué aspecto clave desea poner en relieve?**

- Una super-síntesis de nuestro sistema. **Es clave el cuidado de la solvencia y escindir de una vez la litigiosidad del sistema para que pueda seguir brindando cobertura y los servicios en tiempo y forma.** En este sentido, **el cumplimiento de la ley 27.348 por parte de las cortes provinciales es crítico**, el esfuerzo que hemos hecho desde las ART, el Estado, las legislaturas provinciales y el Congreso Nacional, los empleadores, los trabajadores, merece que el Poder Judicial esté a la altura y cumpla de una vez con la previsión legal que prevé la constitución de los Cuerpos Médicos Forenses. 📍



Global Reinsurance Brokers

- Accidentes Personales, Vida y Salud
- ART, Riesgos del Trabajo
- Terrorismo, Riesgo Político
- K&R, Riesgos en Guerra
- Deportistas Profesionales
- Cuidados Prolongados
- Responsabilidad Civil, Riesgos Especiales
- Cargo, Hulls, Marine Liability
- E&O, D&O, Líneas Financieras
- Ingeniería, Aeronavegación, Energía
- Equinos y animales exóticos de alto valor
- Travel Insurance

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com

www.americalre.com



¡ÉXITO ROTUNDO!

OrangeTime



50%

de nuestra cartera de PAS ya emite pólizas OT

120%

se incrementó el índice de retención de asegurados

26%

es el ahorro promedio de los asegurados

Vos lo sabés, cuando la **promesa** del producto **se cumple**, el nivel de **satisfacción** de los asegurados es **muy alto**. **Sumate a OrangeTime**. Somos Libra, más oportunidades, mejores negocios.

Somos **actitud que avanza**.
libraseguros.com.ar

LIBRA
Compañía de Seguros

Nº de inscripción en SSN
0852

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

La difícil exposición judicial del Sector Asegurador

Dialogamos con **Martín Argañaraz Luque**, Socio de **Allende & Brea**; **Andrés J. Faragó**, Socio Fundador del **Estudio Faragó & Corrales**, y sus Socios **Fernando Corrales** y **Juan Ignacio Faragó**; y **Diego F. Manfredi**, Titular del **Estudio Manfredi & Asoc.**, sobre el incremento de la instancia extrajudicial en las demandas vinculadas a Seguros Patrimoniales, y las fuentes de litigios más habituales en ART (el vencimiento del plazo previsto en el artículo 3 de la Ley N° 27.347 y la divergencia en la determinación de los porcentajes de incapacidad). En algunos casos, la virtualidad aceleró el ritmo de los trámites. Toma fuerza la idea que admite al tercero damnificado como un consumidor del seguro, y continúan obligando a las aseguradoras a pagar más allá del límite de la póliza. En la legislación argentina conviven tres plazos de prescripción: 1, 3 y 5 años.



Escribe Lic. Aníbal Cejas

Según información presentada por la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) al 30 de marzo de 2021, el sector asegurador alcanzó 457.134 nuevos juicios. En comparación a igual período del año anterior, se registraron 493.612 litigios, es decir que hubo un descenso del 7,4%. A su vez, se observa una tendencia a la baja, trimestre a trimestre, ya que al 31 de diciembre de 2020, la cantidad de juicios en trámite ascendía a 458.592 casos; al 30 de septiembre

de 2020, alcanzaban los 467.082; y a junio 2020, los juicios eran 475.107. Con estas cifras oficiales consultamos a los ejecutivos si la experiencia de sus Estudios desde marzo 2020 coincide con estas cifras oficiales.

Al respecto, **Martín Argañaraz Luque**, Socio del **Estudio Allende & Brea**, dijo: «Definitivamente hubo un descenso de derivaciones de demandas. Entendemos que ello se debió a varias razones, en primer lugar a las dificultades instrumentales que se

presentaron por la virtualidad en la interposición de demandas en los diferentes fueros; y en segundo lugar, en varias jurisdicciones del país hubo un total congelamiento de la actividad jurisdiccional sobre periodos extendidos de tiempo, lo que desalentó la actividad de los abogados de las partes reclamantes y demoró el inicio en los procesos hasta el traslado de la citación en garantía a la aseguradora. Consideramos que esta situación está estabilizándose actualmente y la cantidad de derivaciones se irá incrementando en la segunda parte del año 2021, sobre todo porque los índices de siniestralidad en el 2021 no han descendido en relación con años anteriores».

Sobre este mismo tema, **Diego F. Manfredi**, Titular del **Estudio Manfredi & Asoc.**, apuntó: «Coincidimos con los datos de la SSN respecto a que desde marzo 2020 ha disminuido notablemente la judicialización de casos de RC Autos. Este indicador fue producto de un año atípico por la pandemia que todos conocemos. Un dato no menos importante es que muchos casos que pasaban a mediación y posteriormente a juicio, durante varios meses (marzo 2020 / octubre 2020) todos eran presentados y gestionados en instancia extrajudicial, permitiendo a las aseguradoras demostrar la expertise de los estudios jurídicos en la gestión de los casos en esta instancia que es tan beneficiosas».

Por su parte, **Andrés J. Faragó**, Socio Fundador del **Estudio Faragó & Corrales**, puntualizó las causas que generan la mayor cantidad de reclamos en juicios en Riesgos del Trabajo en nuestro país: «Por las derivaciones que hemos estado teniendo en los últimos meses, hay dos causas que prevalecen, el vencimiento del plazo previsto en el artículo 3 de la Ley N° 27.347 (o mal llamado 'silencio administrativo'); y la divergencia en la determinación de los porcentajes de incapacidad. Se advierte gran cantidad de causas con radicación judicial como consecuencia de la interposición del recurso contra el decisorio de dichos Organismos».

Por otro lado, si bien la Ley N° 27.348 les asigna a los Juzgados de Primera Instancia la facultad de última revisión judicial de aquellos dictámenes, en la práctica se observa que se conceden los recursos de apelación contra tales resoluciones, generándose así otra instancia de revisión ante la C.N.A.T.»



COMPROMISO PYME.

Nuevos planes y condiciones especiales para mejorar tu propuesta comercial.

Porque sin importar el lugar y el momento, nuestro compromiso es acompañar a las PYMES que generan trabajo y son el motor de la economía de nuestro país. Siempre estuvimos a su lado y hoy más que nunca.

Si necesitás saber más, comunicate con tu ejecutivo/a de cuentas o escribí a comercial@provar.com.ar.

Centro de Atención al Cliente
0800-333-1278
Lunes a Viernes de 8 a 20.

Grupo
Provincia

Provincia
ART

INVAI ES EL BROKER QUE ESTABAS ESPERANDO. SI SOS PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS DESARROLLA TODO TU POTENCIAL CON EL POWER INVAI.

CONOCE MÁS EN
WWW.INVAI.COM.AR

¡JUNTOS SOMOS INVAI!

SARMIENTO 930 STO.C - CABA / TEL. 5219-6440

Nº de inscripción en SSN
88.209

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



LITIGIOSIDAD



▲ Martín Argañaraz Luque, Socio del Estudio Allende & Brea

→ Tribunales on line vs atención presencial

Más adelante, consultamos a los abogados sobre la atención de los tribunales en esta etapa de pandemia.

Sobre el particular, **Argañaraz Luque**, explicó: «Actualmente no encontramos que la **virtualidad** sea un estorbo en el impulso de las causas. De hecho, entendemos que en muchos casos **aceleró los procesos y cuestiones que antes llevaban meses**, hoy por hoy pueden resolverse en unos días a través de los medios on line. Desde la remisión digital de un exhorto, la contestación on line de oficios por parte de las diferentes entidades, la posibilidad de celebrar audiencias de manera virtual sin tener los treinta minutos de tolerancia que prevían algunos juzgados, fueron algunos de los avances propiciados por la virtualidad.

Obviamente, como todo cambio también hay aspectos negativos tales como la falta de interacción con el personal del juzgado para pedidos específicos, la imposibilidad de celebrar audiencias testimoniales siendo las mismas diferidas para más adelante, las dificultades en la presentación digital de casos que conllevan mucha documentación, la adaptación a las diferentes acordadas de la CSJN para la presentación electrónica de escritos, la falta de interacción con las contrapartes que era propiciada por las audiencias presenciales. Si bien, producto de la pandemia se han acelerado procesos que no tenía sentido seguir llevándolos a cabo de la forma tradicional, también hay actos para los cuales es indispensable la presencialidad.

En las jurisdicciones en las cuales el estudio está trabajando actualmente no hay una demora mayor al momento pre-pandemia; el ritmo de trabajo en algunos casos se aceleró por los motivos que explicamos más arriba, y en otros se mantuvo igual». →



▲ Diego F. Manfredi, Titular del Estudio Manfredi & Asociados

Más Herramientas. Mejor Servicio

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



FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar



Tus desafíos, nuestro propósito

Este es un tiempo extraordinario para todos.

Los desafíos son grandes, pero también las posibilidades. El futuro del trabajo, la resiliencia climática, la disrupción digital, el bienestar y la salud mental.

Te acompañamos por más de 60 años, navegando la incertidumbre y descubriendo oportunidades en las áreas de riesgo, estrategia y personas.

Y mientras encaramos juntos este nuevo mundo, hay algo que no va a cambiar.

En Marsh, estaremos siempre junto a vos en los momentos que importan.



▲ Fernando Martín Corrales, Socio; Andrés Jorge Faragó, Socio Fundador; y Juan Ignacio Faragó, Socio del Estudio Faragó & Corrales

➤ En contraposición, Fernando M. Corrales, Socio del Estudio Faragó & Corrales señaló: «Desde el mes de marzo de 2020, y luego de cinco meses de feria judicial extraordinaria, se viene evidenciando un funcionamiento deficiente que lejos está de dar respuesta adecuada a las necesidades de los justiciables. Esta situación ha sido reconocida por las autoridades de la Cámara Nacional de Apelaciones del Trabajo, quienes han reconocido que el sistema de gestión judicial no fue diseñado para la virtualidad, lo que complica hallar soluciones en la actual coyuntura. En ese sentido, se encuentran buscando los mecanismos para la vuelta gradual a la presencialidad plena, tanto redistribuyendo el espacio de los juzgados como recurriendo a espacios externos al propio fuero, que distintas asociaciones de profesionales pusieron a disposición.

Esperamos que en virtud de la Acordada 24/21 de la C.S.J.N., que dispuso el retorno a la presencialidad completa de todo el personal judicial, salvo de aquellos que padezcan comorbilidades severas a partir del 20 de octubre, se adopten medidas tendientes a la normalización de la prestación del servicio de Justicia.

Respecto de la litigiosidad, es relevante la proyección estimada de la U.A.R.T. de 83.500 juicios nuevos notificados para el año en curso (destacando que en el mes de agosto ya se habían registrado 50.788), en comparación de los 44.667 del año 2020 y los 67.898 del año 2019. Sin perjuicio de todo ello, la digitalización de los expedientes y la posibilidad de celebrar audiencias virtuales (tanto en la instancia judicial como así también en la extrajudicial) son aspectos que debemos destacar, ya que han acelerado el proceso de informatización de los expedientes».

Indemnizaciones

En otro momento de la charla, comentamos con los ejecutivos acerca de los fallos que obligan a las aseguradoras a pagar más allá del límite de la póliza. El primero en tomar la

palabra fue Manfredi, quien comentó: «Si bien existen fallos en donde la sentencia es superior al límite de póliza, estas situaciones son la excepción y no la regla.

Al recibir la notificación de la demanda la aseguradora como citada en garantía, observando que el monto pretendido supera el límite de póliza, se le da la posibilidad al asegurado que tenga su propio letrado patrocinante o apoderado, para que en conjunto con los Estudios que gestionan juicios pueden trabajar de forma mancomunada, respondiendo la compañía de seguros hasta el tope de póliza y el propio letrado particular que representa al asegurado solicitando eventualmente la pluspetición en caso de corresponder».

Argañaraz Luque lamentó que, a pesar del marcado criterio adoptado por la Corte Suprema de Justicia de la Nación en los leading cases 'Buffoni' y 'Flores', sigan apareciendo fallos que consideran los límites de cobertura inoponibles a las víctimas.



Y remarcó: «La Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil, Sala A, ha determinado la inoponibilidad del límite de cobertura en casos en los cuales el límite resulta irrazonable y desnaturaliza la finalidad del contrato, provocando un caso de 'no seguro'. En efecto, el tribunal argumentó la irracionalidad del límite ínfimo previsto en el contrato de seguro de Responsabilidad Civil celebrado entre una clínica médica y una compañía aseguradora. En este sentido, resolvió la inoponibilidad de la limitación de la cobertura interpuesta

por la compañía de seguros en el marco de una indemnización a favor de la parte actora a causa del fallecimiento de un paciente en el establecimiento médico.

De la lectura de la jurisprudencia se identifican los fundamentos utilizados por los jueces para convalidar la inoponibilidad frente a terceros damnificados de las cláusulas de limitación de la cobertura. En primer lugar, se alude a una interpretación errónea de la función social que cumple un seguro obligatorio de responsabilidad civil. Sin embargo, apelando al art. 42 de la Constitución Nacional y los Tratados Internacionales, ha tomado fuerza la corriente que reconoce al tercero damnificado como un consumidor del seguro.

En esta línea de ideas, la modificación introducida por la Ley N° 26.361 al art. 1 de la Ley de Defensa del Consumidor generó una base normativa para que el juzgador pueda reconocer a la víctima como un sujeto amparado por la regulación protectora del consumidor por ser un 'tercero expuesto a la relación de consumo'. La condición de estar expuesto a una contratación ajena entre asegurado y aseguradora, le brindaría derechos al tercero damnificado que puede invocar. La Cámara Civil y Comercial de Apelaciones de Mar del Plata explicó que 'el rasgo obligatorio del seguro se apoya -ya no en la protección del patrimonio del asegurado- sino en la necesidad de garantizar a la víctima del siniestro su derecho a reparación plena'. En consecuencia, con basamento en argumentos como el principio de buena fe, la seguridad jurídica y la reparación integral, los jueces continúan obligando a las aseguradoras a pagar más allá del límite de la póliza.

En nuestra opinión, obligar a la compañía aseguradora a afrontar una indemnización por encima del límite establecido en el contrato de seguro implicaría imponer una obligación sin fuente legal alguna. Lo cierto es que las obligaciones del asegurador surgen de las estipulaciones contractuales convenidas con el asegurado, con las condiciones y términos pactados entre ambas partes. Por lo tanto, al invocarse el contrato de seguro, la víctima debe circunscribirse a las disposiciones de la póliza que rigen la relación jurídica entre las partes que lo celebran. La Corte Suprema de Justicia de la Nación ha expresado en el fallo 'Flores' que 'obligar a la aseguradora a afrontar el pago de los daños sufridos por la víctima más allá del límite que emerge de la póliza con el único argumento de la supuesta desnaturalización de la función social del seguro, implica una violación de su derecho de propiedad'. En síntesis, apartarse de las cláusulas contractuales del seguro en favor del tercero damnificado implicaría violar la protección constitucional de propiedad de la cual gozan los derechos que nacen de un contrato».

Cuerpos Médicos Forenses

En el marco de los juicios por Riesgos del Trabajo, la conformación de los Cuerpos Médicos Forense (CMF) o de los Cuerpos Periciales, está previsto en el art. 2 in fine de la Ley N° 27.348. La presencia de un órgano especializado que realice las pericias médicas o revise los porcentajes periciales y que, además, garantice una correcta valuación pericial en el ámbito judicial resulta imprescindible.

Es por esta razón, que consultamos a Juan Ignacio Faragó, Socio del Estudio Faragó & Corrales, sobre el impacto que tiene en la justicia de los juicios por Riesgos del Trabajo, la ➤



GALENO

TODAS LAS COBERTURAS EN PLANES MÉDICOS Y EN SEGUROS QUE TUS CLIENTES NECESITAN

Bríndale a tus clientes toda la protección y el cuidado que necesitan, a través de los mejores planes de cobertura médica y una amplia gama de seguros.

Todo con el respaldo de GALENO SOLUTIONS, un programa de soluciones tecnológicas de vanguardia que permiten una gestión ágil y eficaz.

Planes Médicos – Seguros de ART – Seguros de Vida (obligatorios y optativos)
Accidentes Personales – Seguros de Autos y Flotas – Seguros Integrales
Seguros de Todo Riesgo Operativo – Seguros de Caucción – Seguros de Agro

GALENO
SALUD

GALENO
SEGUROS

GALENO
ART

www.galenoseguros.com.ar / www.galeno.com.ar

Servicios al Productor:
0800-333-7784





Estamos donde tus proyectos nos necesitan

Buenos Aires | La Plata | Córdoba | Neuquén | Posadas | Tucumán
Sgo. Del Estero | Resistencia | Mendoza | Rosario | Santa Fe

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

Inscripción en SSN | Atención al Asegurado | Organismo de Control

N° 0329 | 0800-666-8400 | www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

LITIGIOSIDAD



demora en la constitución de los CMF: «Principalmente, y tal como lo ha venido manifestando la U.A.R.T., la demora pone en riesgo y genera una fuerte amenaza a la baja en la litigiosidad. Lamentablemente, y sin perjuicio de que la C.S.J.N. ya se ha expedido al respecto (ver, por ejemplo, entre otros: 'Ferro, Sergio Antonio c/ Asociat s/ accidente - Ley especial', 'Seva, Franco Gabriel c/ Asociat ART S.A. s/ accidente - Ley especial'), muchos Juzgados y Tribunales del Trabajo siguen convalidando pericias que no se ajustan a los lineamientos del baremo de la ley, desoyendo la doctrina del Máximo Tribunal que establece que el Baremo no es una mera 'tabla indicativa', sino una herramienta obligatoria para garantizar el trato igualitario de los siniestros laborales. Es imperioso poder unificar los criterios de las Comisiones Médicas y de los Peritos Médicos Oficiales».

Y además destacó: «Es necesario que la justicia convalide en sus decisivos los lineamientos de la Ley N° 27.348, otorgando calidad de cosa juzgada a las resoluciones de los Juzgados de Primera Instancia que actúan como instancia de última revisión judicial, y terminar de darle forma a la constitución del Cuerpo Médico Forense».

Prescripción

Para completar nuestro Informe, les preguntamos a los especialistas si conocen fallos que desconocen el plazo de prescripción de la Ley de Seguros.

Desde el **Estudio Manfredi & Asoc.**, al momento, no han tenido casos donde fallos judiciales tenga errores respecto a plazos de prescripción, comentó el Titular.

Mientras que **Argañaraz Luque** detalló que en su Estudio si tienen casos en los que «se ha desconocido el plazo previsto en la Ley de Seguros en virtud de resolver si una acción judicial que deriva de una relación contractual entre asegurado y aseguradora se encuentra prescrita o no». Y agregó: «La jurisprudencia ha demostrado que aún continúa vigente el debate de nuestros tribunales acerca de la normativa aplicable a la hora de valorar el plazo de prescripción en las cuestiones referidas a un contrato de seguro. Según los precedentes, el régimen de plazos de prescripción que atañe a una relación aseguradora involucra a tres marcos regulatorios diferentes, a saber: la Ley

de Seguros, la Ley de Defensa del Consumidor (en adelante, la 'LDC') y el Código Civil y Comercial de la Nación (en adelante, el 'CCyCN').

En este sentido, el art. 2560 del Código Civil y Comercial de la Nación señala que: **'El plazo de la prescripción es de cinco años, excepto que esté previsto uno diferente en la legislación local'**. Por su parte, el art. 58 de la Ley de Seguros establece que: 'Las acciones fundadas en el contrato de seguro prescriben en el plazo de un año, computado desde que la correspondiente obligación es exigible'. Por último, el art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor expresa que: 'Las sanciones emergentes de la presente ley prescriben en el término de TRES (3) años (...)'

Conforme lo expuesto, diversos fallos se han ocupado de interpretar las normas referidas al instituto de la prescripción y, en ocasiones, se han inclinado por ponderar la aplicación del plazo estipulado en el CCyCN o la Ley del Consumidor por sobre el indicado en la Ley de Seguros. Por nuestra parte, entendemos errónea cualquier apreciación de las normas que desconozca el plazo previsto en la Ley de Seguros. Ello con fundamento en una interpretación precisa, eficaz e integral del cuerpo normativo recurriendo a la prelación legislativa y de conformidad con la Constitución Nacional.

De la lectura del texto del CCyCN se desprende a todas luces que el art. 2560 se refiere a un plazo genérico y que además se establece un principio de excepción. La expresión 'excepto que esté previsto uno diferente en la legislación local' denota que el plazo de cinco años únicamente se aplicará en tanto no se haya preceptuado un término distinto por una ley especial que regule la materia específica. Es decir, el propio Código determina que la aplicación del plazo genérico quinquenal queda sujeta a la inexistencia de otros plazos especiales. Por ende, no caben dudas de que el término establecido en el CCyCN, de índole general, cede ante aquel tipificado en una normativa especial como lo es la LS, la cual emite sus disposiciones contemplando la naturaleza y características específicas de la actividad aseguradora que regula.

Ahora bien, la principal discusión jurisprudencial se presenta

al momento de definir si corresponde aplicar el plazo de prescripción estipulado en la Ley de Seguros o en la Ley de Defensa del Consumidor. Llegado este punto, consideramos que los contratos de seguros carecen del carácter de consumo y son ajenos a los supuestos previstos en el art. 1 de la LDC. Por consiguiente, en las relaciones contractuales entre asegurado y aseguradora no corresponde la aplicación de las disposiciones de la LDC, por cuanto dicho vínculo jurídico debe ser regido siempre bajo la órbita de la LS.

Sin perjuicio de ello, la jurisprudencia y la doctrina no son pacíficas respecto de la aplicación de la LDC a los contratos de seguros. Exhausto es el debate generado entre nuestros jueces y creemos pertinente expresar nuestra perspectiva acerca de este tema harto controvertido. A los fines de dirimir la cuestión, deviene trascendental remarcar la modificación introducida recientemente por la Ley N° 26.994 al art. 50 de la LDC que suprimió las palabras 'acciones judiciales y administrativas'. Lo cierto es que la norma vigente expresa literalmente que prescriben en el término de tres años 'las sanciones emergentes de la presente ley'. Nótese que la reformulación legislativa eliminó la referencia al plazo de prescripción específico de las acciones judiciales y administrativas que contenía en su anterior composición. En consecuencia, la nueva norma consagrada por el legislador apunta a finalizar con el margen de interpretación del cual gozan los jueces y a clarificar que el plazo de prescripción aplicable a una relación contractual que encuentra sustento inmediato en un contrato de seguro debe ser regido por la Ley de Seguros, como ley especial.

En esta línea argumental, la jurisprudencia ha sostenido que: 'Es por ello que, si bien la LS y LDC tienen idéntica jerarquía, la primera regula el contrato de seguro en forma específica, por lo que, en todo caso, prevalece sobre la otra norma de carácter general, la que se aplica en cuanto no se contrapona a la especial'³.

Asimismo, también se ha dicho que: 'El plazo de prescripción de un (1) año establecido en el art. 58 de la Ley N° 17.418 de Seguros (LS) no puede considerarse ampliado a tres (3) años por disposición de la Ley 24240 de Defensa del Consumidor (LDC), en tanto, se reitera, que la primera es una norma específica que debe prevalecer sobre la general. Siendo la Ley N° 17.418 de Seguros (LS) una ley especial que regula específica y exclusivamente al contrato de seguro, el plazo de prescripción anual previsto por dicha norma debe prevalecer sobre el plazo de prescripción trienal que establece la Ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor -ley general'⁴.

En conclusión, desconocer el plazo de prescripción de la Ley de Seguros implicaría vulnerar el sistema legal idóneamente elaborado para regular la actividad aseguradora, teniendo en cuenta la valoración del riesgo económico específico de este tipo de contrataciones. Más aún, conllevaría a romper con todo el equilibrio jurídico atento a que la LDC es una ley general posterior que no puede derogar a la LS que es anterior y especial, omitiendo el resguardo y el acatamiento de leyes con mayor rango constitucional».

Referencias

1. **Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil**, Sala A, 14/07/2020, «Metidieri, Graciela Noemí c/ Clínica Las Heras s/ Daños y Perjuicios».
2. **Cámara Civil y Comercial de Apelaciones de Mar del Plata**, 8/04/2021, «Fernández, Claudia Mabel c/ Transportes 25 De Mayo SRL y otros s/ Daños y Perjuicios Extracontractual».
3. **Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial**, Sala A, 28/06/2019, «Juárez, Germán Leonardo c/ La Meridional Compañía Argentina De Seguros S.A. y otro s/ Ordinario».
4. **Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial**, Sala A, 6/03/2013, «González, Nilda Raquel c/ Zürich Argentina Cia. de Seguros S.A. s/ Ordinario».

Seguros **ORBIS**

CON **ORBIS SEGUROS**
MI CASA ESTA SEGURA
DIEGO SCHWARTZMAN

ORGANISMO DE CONTROL
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



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 Houder, 25 de Mayo 489 6°, CABA » 0800-345-0085



Nº de inscripción en SSN
0040

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Evolución y desarrollo de los sitios web de las Aseguradoras

En esta nota, diferentes Gerentes de Marketing, Sistemas, IT, Tecnología y Proyectos digitales, detallan las herramientas, funcionalidades, acciones, implementaciones y desarrollos web de importantes aseguradoras del mercado. Les consultamos cuál es el grado de desarrollo de sus sitios web, cómo evolucionaron y qué lugar ocupan actualmente en la estructura de comercialización de la Compañía.

Escribe Dra. Gabriela Álvarez

Las páginas web de las aseguradoras son hoy en día la principal vidriera a los consumidores. En ella pueden conocerse los productos que comercializa, cotizar seguros, realizar actividades de autogestión, y hasta conocer un poco sobre aspectos institucionales de la Aseguradora. Todo ello 24 horas los 7 días de la semana. Pero ¿cuán desarrolladas se encuentran en nuestro país las páginas web de las Compañías y qué lugar ocupan éstas y las redes sociales en su estructura de ventas? Para conocer acerca de ello, consultamos a importantes aseguradoras del mercado, quienes nos brindaron su opinión y experiencia al respecto.

• **El desarrollo de páginas web seguras se ha convertido en los últimos tiempos en una herramienta fundamental para la presentación de la empresa. ¿Qué importancia le asignan a la página web de la compañía?**

• **Fernando Masiá, Gerente IT de Afianzadora Seguros**, opinó que el sitio web de la aseguradora es un elemento estratégico para cualquier compañía que quiera dar un servicio 24 x 7. Un canal disponible para el Productor Asesor de Seguros que pueda operar con la compañía cuando guste, pudiendo transaccionar prácticamente el 100% de las cuestiones administrativas y operativas a través de la web.

• **Andrés Fiorotto, Responsable de Proyectos Digitales de Río Uruguay Seguros**, comentó que la página web resulta un elemento fundamental para el vínculo digital con el cliente, aunque hay dos factores clave: *mobile first* y seguridad. «Es inviable pensar en una web que no se desenvuelva correctamente en un dispositivo móvil, incluso con una experiencia de usuario lo más cercana posible a una app nativa. Por otro lado, la web segura es un requisito sine qua non si pretendemos cualquier tipo de operatoria online».



• **Julieta Fondeville, Gerente de Marketing y Customer Experience de Allianz Seguros**, sostuvo que «la web institucional de la compañía es una pieza fundamental de nuestra estrategia de marketing y comunicación. Permite brindar información sobre los productos y servicios, pero es también un elemento clave de la estrategia de generación de leads digitales, siendo el lugar donde los interesados pueden solicitar una cotización que será gestionada por uno de nuestros productores. Adicionalmente, es un trampolín hacia la gestión del usuario a otros portales de la compañía como el portal de autogestión para asegurados, la App **Allianz Mobile Asegurados** o página web para denuncia de siniestros de terceros».

• **Marcos Gaido, Gerente de Marketing del Grupo Sancor Seguros**, precisó que «el sitio web de **SANCOR SEGUROS** es para nosotros una herramienta muy importante de marketing y comunicación, tanto desde el punto institucional (ya que funciona como carta de presentación de la empresa, con toda la información y las noticias de actualidad para quien quiera conocernos) como comercial (con la oferta de los diversos

productos que comercializamos, sus características e incluso en algunos casos, la posibilidad de cerrar la contratación de los mismos en forma online). Desde allí se accede también al Sitio de Autogestión, que les permite a los asegurados realizar todas las gestiones vinculadas con los seguros que tienen contratados. Dada la importancia que le concedemos dentro de la estrategia de Marketing, de manera permanente buscamos llevar tráfico al sitio, ya sea desde el aspecto publicitario y las diversas piezas de comunicación (donde siempre se lo menciona) como través de los posteos que realizamos en nuestras redes sociales».

• **Paula Atlante, Gerente de Sistemas de Provincia ART**, expresó que la web de **Provincia ART** tiene una importancia fundamental tanto comunicacional como operativa. «El sitio www.provinciart.com.ar es un canal de contacto de la compañía con sus clientes, las personas trabajadoras a las que brindamos prestaciones, las y los productores de seguros y proveedores, además de la comunidad en general. Además, aloja nuestra web transaccional: la Central de Servicios en ➡

VEMOS MÁS ALLÁ

NOS ADAPTAMOS,
EVOLUCIONAMOS, CRECEMOS

CORE DE NEGOCIO
ERP INTEGRADO
ANALYTICS
PORTAL WEB

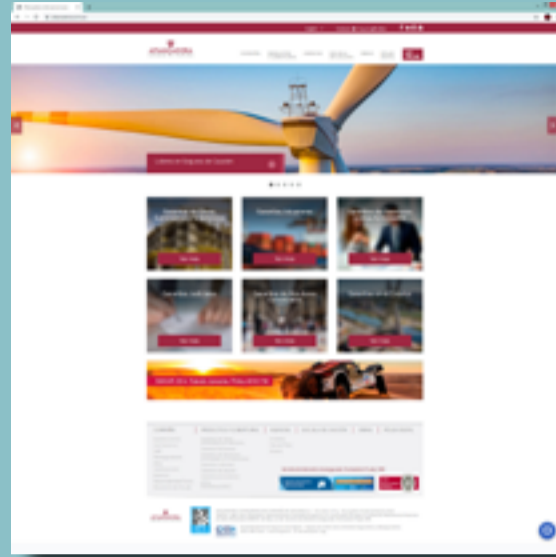
A través de nuestra capacidad tecnológica y optimizando todos los resultados para cada necesidad

UN SISTEMA QUE RESPONDE

UART

Unión de Aseguradoras de Riesgo del Trabajo

- 18 ASEGURADORAS BRINDANDO SERVICIOS
- 13 MIL VIDAS SALVADAS
- ATENCIÓN INMEDIATA E INTEGRAL DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES PROFESIONALES
- RECALIFICACIÓN, REINSERCIÓN Y REUBICACIÓN LABORAL
- INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO
- COMPROMISO Y RESPUESTA 24x7
- ADAPTACIÓN DINÁMICA A LOS REQUERIMIENTOS DEL MUNDO DEL TRABAJO



➔ Línea, que es una herramienta de autogestión -similar a las que utilizan los bancos y otras entidades financieras- donde las empresas y organismos pueden realizar gestiones y consultas de sus contratos, las 24 horas, los 365 días del año».

• **Gastón Jermak, Gerente de Sistemas de Provincia Seguros**, detalló que «nuestra página web es una herramienta muy importante tanto como canal de información como de comunicación. Es por esto que su constante actualización, facilidad de acceso y disponibilidad de contenido, resulta clave para responder a las necesidades de quienes la visitan. Uno de los principales objetivos de la web es facilitar la autogestión. De esta manera, nuestras clientas y clientes pueden encontrar información relevante como datos de contacto, detalles sobre nuestros productos, qué hacer en caso de siniestro e informarse sobre nuevos productos, entre otras funcionalidades».



▲ Fernando Masiá, Gerente II de Afianzadora Seguros

• **Javier Guzmán, Gerente de Tecnología de Provincia Vida**, comentó que «nuestro sitio web es muy importante para la Organización, se trata del punto de contacto con las personas interesadas en obtener información para contratar su seguro de vida, y la herramienta de autogestión de nuestros asegurados y aseguradas. También a través de nuestra web nuestras productoras y productores acceden al Portal PAS, fundamental para su actividad de comercialización y postventa».

• **Florencia Alsina, Gerente de Marketing de Libra Seguros**, indicó que el proceso de compra del consumidor ha evolucionado desde que el usuario cuenta con herramientas tecnológicas para informarse, orientarse y comparar a la hora de comprar un producto o servicio. «Hoy no se concibe un negocio digital, sin un canal web, tanto para comunicación de la oferta de productos, como para comercialización de los mismos, y el servicio de pos venta. Desde **Libra** vemos al canal digital como un generador de negocios para la cartera de nuestros PAS (ya que todas las ventas online se asignan a un productor) y como un facilitador de gestión tanto para los PAS como los asegurados. Por lo tanto la página web de la Compañía se ha convertido en uno de los canales más importantes de comunicación y gestión de **Libra**».

• **¿Cómo fue la evolución de la página web de la Compañía a lo largo del tiempo?**

• En relación a este tema, **Fernando Masiá** comentó que el sitio web de **Afianzadora** ha recorrido un camino que va desde la pura presentación institucional hasta lo que hoy constituye una verdadera oficina virtual y portal de contacto directo con los clientes. «Progresivamente fue separándose la parte pública a la que se accede sin necesidad de loguearse



▲ Andrés Fiorotto, Responsable de Proyectos Digitales de RUS



▲ Julieta Fondeville, Gerente de Marketing y CE de Allianz Seguros

con un usuario y contraseña, que cada vez funciona más como punto de llegada de campañas de publicidad online y respuesta a consultas originadas en buscadores y redes sociales. Y por otro lado, aquella que utilizan nuestros clientes vigentes, que si requiere identificarse y es la plataforma por excelencia para operar».

• En el caso de **Andrés Fiorotto**, relató que «mucha flexibilidad, prueba y error, al punto que no podemos hablar de una única página web para lo que hace al ecosistema **RUS**. Si bien tenemos nuestra página institucional, que es www.riouruguay.com.ar, también tenemos un portal para asegurados (www.rus.com.ar), un sitio web de noticias (www.rusmedia.com.ar), la web de nuestra **Universidad Corporativa U-RUS** (www.u-rus.com.ar), portal para PAS (<https://pas.rus.com.ar/>), o la web para nuestro propio proyecto Blockchain (www.ruscoin.com.ar), por mencionar sólo algunos, cada uno con su experiencia y desarrollo propio. En todos los casos iniciamos el desarrollo a partir de un MVP y crecemos sobre la base de metodologías ágiles, siempre con la experiencia de cliente como principal factor determinante para los pasos futuros».

• **Julieta Fondeville** señaló que la página web adquiere importancia vital en los últimos años, ya que representa el lugar donde desembarcan todos los usuarios que muestran su interés espontáneo por la compañía, o responden a estímulos o campañas digitales en Google o redes sociales. «Tradicionalmente, las webs corporativas estaban focalizadas en mostrar las virtudes de la compañía y las describían en su plano institucional. Las webs actuales tienen un enfoque al cliente, buscando destacar los productos y, por otro, los servicios que brindan las compañías. En el caso de **Allianz**, rediseñamos nuestra web institucional en 2020 sobre una plataforma de Adobe, responsive, y con un diseño y UX simple e intuitiva».

• Según **Marcos Gaido**, en el caso del **Grupo Sancor Seguros**, «con el tiempo, el sitio se fue adecuando para responder a las nuevas tendencias en materia tecnológica, acompañar el posicionamiento del que hoy goza nuestra empresa y estar en línea con los requerimientos de los usuarios actuales. Actualmente, contamos con un sitio pensado para multidispositivos, cuyo enfoque toma al usuario como centro. Por eso, como base para su construcción tomamos diversos informes e investigaciones de mercado, encuestas, etc., con la idea de relevar las necesidades de los usuarios y cubrir sus necesidades puntuales».

• De acuerdo a lo mencionado por **Paula Atlante**, la página web de **Provincia ART**, está en permanente actualización. «Si bien al principio el sitio era un canal unidireccional, lo fuimos nutriendo para que siempre esté a la altura de las necesidades de nuestro público objetivo. De esta forma, al día de hoy, en la ➔»



Junto a vos,
dedicados a brindar el mejor servicio.



Descargá nuestra aplicación. 0810 999 3200 www.segurosriবাদavia.com

Nº de inscripción en SSN 0222 Atención al asegurado 0800-666-8400 Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

La compañía de siempre, más cerca, más ágil.

Mercantil Andina

Incondicional. Siempre.

mercantilandina.com.ar

Nº de inscripción en SSN 116

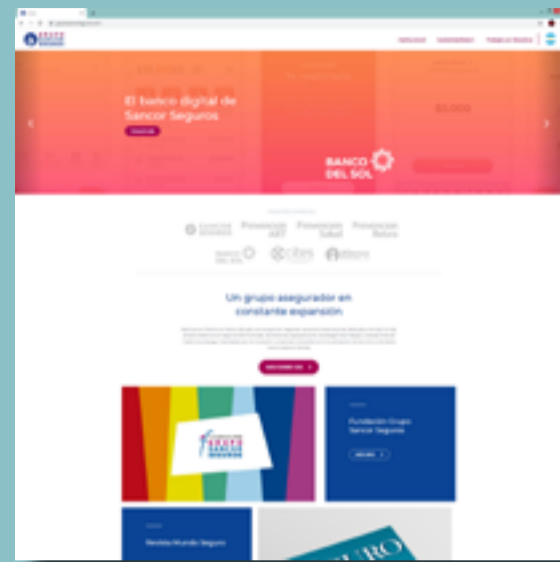
Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Marcos Gaido, Gerente de Marketing del Grupo Sancor Seguros



•> web de **Provincia ART** los usuarios pueden encontrar desde material descargable en materia de prevención, conocer nuestra oferta formativa e inscribirse en los diferentes cursos, consultar los datos de nuestras sucursales y canales de atención, descargar formularios y consultar normativa, hasta postularse para trabajar en la empresa. Además, estamos atentos a las demandas de nuestros clientes, que requieren rapidez en las respuestas y establecimos procesos de mejora continua en lo que respecta a las funcionalidades de autogestión. Finalmente, también se encuentra alojada nuestra 'turnera web', inaugurada a instancias del aislamiento social preventivo y obligatorio y nuestro chat online».

• **Gastón Jermak** señaló que en el caso de **Provincia Seguros**, desde su lanzamiento, fueron muchos los cambios y mejoras desarrolladas acordes a las tendencias y necesidades del mercado. «Hoy, cotizar y contratar un seguro online, denunciar un siniestro, descargar y consultar una póliza y chatear con una o un representante desde la web de **Provincia Seguros**,



es una realidad. Como lo hacemos con todos nuestros canales digitales, trabajamos en su actualización y mejora continua para agilizar el servicio. En este punto, es importante destacar que, en cada cambio o mejora de la plataforma, la seguridad de la información para garantizar el resguardo de datos de quienes visiten nuestra web es nuestra prioridad».

• **Javier Guzmán** sostuvo que «de tratarse de un sitio con información sobre la empresa **Provincia Vida** y sus productos, iniciamos su evolución hacia un sitio transaccional al implementar el Portal PAS, en permanente evolución, el sitio de Clientes y la reciente incorporación de un Chatbot».

• Cerrando el tema, **Florencia Alsina** comentó que la página web de **Libra** pasó de ser un canal informativo y de contacto, a un canal que integra al negocio de punto a punto: Oferta de la cartera de productos, cotización, contratación y gestión pos venta (tanto para el PAS como para el asegurado). Siempre asignando las ventas generadas en este canal a un productor.

• **¿Qué acciones pueden realizarse a través de esa plataforma?**

• **Fernando Masiá** comentó que en el caso de **Afianzadora**, al día de hoy, un cliente puede solicitar una póliza directamente en el sitio, recibirla por email, y pagarla mediante un link de pago digital. «También es posible realizar preliquidaciones de pagos, acceder a información y listados sobre liquidación de comisiones, acceso a reportes de todo tipo, descargar comprobantes (facturas, copias de póliza, certificados de retención, etc.) entre otras funciones. Prácticamente, todo lo automatizable ya es una postestad de la web y seguramente seguirá avanzando en los servicios anexos que puede dar a nuestra red comercial por excelencia, el PAS».

• En la página web de **Río Uruguay Seguros**, **Andrés Fiorotto** comentó que dependiendo de la web a la que se ingrese, hay múltiples acciones que se pueden realizar. Desde simplemente informarse hasta operar de manera online. •>



aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



FINALLOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

Porque creemos en la sana competencia basada en la solidaridad, la honestidad y la solvencia técnica, hemos logrado consolidar nuestra pujante realidad

BIENESTAR PARA ESTAR BIEN.

Porque buscás en todo momento de tu vida estar bien, decidimos darte más que medicina privada; brindarte servicios pensados para tu bienestar. Bienvenido Grupo SanCor Salud. Bienestar para estar bien.



SALUD - SEGUROS - ART - CRÉDITOS - TURISMO
gruposancorsalud.com.ar

ASOCIACIÓN MUTUAL SANCOR SALUD inscrita en el Registro Nacional de Entidades de Medicina Prepaga (INESA) bajo el número 1137. Superintendencia de Servicios de Salud - Órgano de Control de Obras Sociales y Entidades de Medicina Prepaga - 0800-222-SALUD (72583) - www.ssalud.gov.ar. Seguros: Agente Insitatorio de Trayectoria Seguros ART: Agente Insitatorio de Provincia ART y Berkley ART.



▲ Paula Atlante, Gerente de Sistemas de Provincia ART

► En el caso de la web de Allianz, Julieta Fondeville comentó que «contiene información de interés general sobre la compañía (Grupo Allianz, cómo ser productor o trabajar en Allianz, compañía local, etc.), tiene un espacio sobre servicios (cómo denunciar siniestros, canales de contacto, herramientas de autogestión), y también páginas de productos que describen sus principales características y ventajas. En este caso, el usuario podrá completar un formulario para solicitar una cotización. Todas las páginas tienen un módulo de preguntas y respuestas frecuentes, como también accesos rápidos a las gestiones más frecuentes. Por otro lado, la home nos permite comunicar las noticias más importantes y destacadas, y hemos incorporado un blog donde vamos compartiendo contenidos de interés general para la audiencia».

• El sitio web del Grupo Sancor Seguros, tal como nos comentó Marcos Gaido, brinda a los asegurados accesos directos a toda la documentación de sus pólizas, la posibilidad de solicitar cotización del producto de interés y herramientas de autogestión que les permiten realizar distintos trámites vinculados a sus seguros desde cualquier dispositivo, entre otros servicios. «Por ejemplo, desde allí se accede a Beneficia, nuestro programa para clientes (el primero de su tipo en el mercado), quienes una vez adheridos, suman puntos de forma automática en base al monto que paguen en concepto de pólizas, que luego pueden canjear por distintos premios y beneficios, además de habilitarlos para participar de múltiples experiencias, diseñadas por el equipo de Marketing. Para los prospectos o clientes potenciales, el diseño y funcionalidades del sitio permiten encontrar en un mismo lugar, de manera ágil y sencilla, toda la información relacionada a los productos y servicios de nuestra Aseguradora, además de la posibilidad de solicitar cotización online para las principales coberturas orientadas al segmento individuos y acceder de manera sencilla a toda la información sobre cómo proceder ante un siniestro. También da la posibilidad de que un tercero pueda realizar un reclamo de siniestro desde el sitio. En el

caso de nuestros Productores Asesores, cuentan con accesos a los sistemas que utilizan en una única sección, disponible en la página de inicio del sitio, lo cual brinda practicidad a los intermediarios en la realización de sus tareas operativas cotidianas. Desde allí, por ejemplo, pueden ingresar a Portal PAS, la herramienta de comunicación y gestión comercial destinada a Oficiales de Negocios y Productores Asesores de nuestro Grupo. El objetivo de la plataforma es ayudarlos a potenciar las ventas, organizar el negocio y mantenerlos actualizados sobre las novedades del sector».

• Provincia ART, tal como adelantó Paula Atlante, ofrece una plataforma que «cuenta con las funcionalidades más valoradas en el mercado y permite a nuestros y nuestras clientes realizar todas las operaciones que necesitan como emitir certificados de cobertura; gestionar los reintegros de ILT y registrar los datos para transferencias bancarias; realizar denuncias y hacer el posterior seguimiento, en tiempo real, de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales; acceder a la cartilla de prestadores por tipo, provincia y localidad; actualizar la nómina de trabajadores y trabajadoras; registrar avisos de obra; y asignar al médico laboral del cliente un usuario específico para consultar los informes evolutivos y los análisis de siniestros de los establecimientos habilitados, entre otras. Recientemente incorporamos un servicio único en el mercado: se trata del acceso inmediato a los resultados de los exámenes periódicos, ahorrándole a las y los empleadores 45 días de gestión».

• Desde el sitio de Provincia Seguros, Gastón Jermak mencionó que se pueden realizar diversas acciones. «Nuestras aseguradas y asegurados pueden acceder a la 'Web de Clientes', donde cuentan con la posibilidad de gestionar la documentación de sus pólizas, denunciar un siniestro y autogestionar sus datos de contacto entre otras opciones. Las y los productores que trabajan junto a Provincia Seguros tienen el acceso al Portal PAS, donde pueden efectuar diversas acciones para la venta de seguros y la gestión de su cartera. Además, quienes deseen contratar un nuevo seguro de auto, moto o de pantalla de celular, lo pueden gestionar a través de nuestros cotizadores online, donde tendrán la posibilidad de cotizar y emitir su seguro en el momento de forma fácil y rápida. Una de las últimas funcionalidades que incorporamos a nuestra web es el aplicativo de turnos. Quienes necesiten visitar de forma presencial nuestros Centros de Atención podrán sacar un turno para poder asistir de forma segura y respetando los protocolos. Desde nuestro sitio también se pueden pagar las pólizas, ingresar consultas a un formulario de contacto o hacerlo directamente accediendo a nuestro WhatsApp».

• En el caso de Provincia Vida, Javier Guzmán señaló que «a nuestros asegurados y aseguradas les permite acceder a la documentación de sus pólizas vigentes, así como solicitar ser contactados por nuestras áreas de Atención al Cliente, Comercial o Siniestros. La mencionada incorporación del Chatbot permite a los interesados en nuestros productos resolver sus consultas frecuentes y obtener atención personalizada cuando es requerida. Además, a nuestros asegurados los orienta en las diversas gestiones habituales, les permite la descarga de formularios y el envío de documentación, así como un acceso a descargar su póliza o solicitar su envío por email. Por otro lado, el Portal PAS brinda a la fuerza de ventas herramientas de gestión como cotización y solicitud de emisión de los

productos de la Compañía, así como un seguimiento del estado de las operaciones ingresadas y acceso a las pólizas de su cartera. A inicios de este año, incorporamos una solución para la aceptación digital de solicitudes, dando agilidad al proceso de venta al permitirles gestionar el registro electrónico y prescindir de la firma presencial en papel».

• Asintiendo con lo anterior, Florencia Alsina comentó que para Libra Seguros, «el PAS es nuestro principal socio estratégico, por lo cual nuestra estrategia digital está 100% orientada a desarrollar funcionalidades que le permitan a nuestros productores incrementar su cartera, desarrollarse en la gestión digital y, a su vez, agilizar su gestión. Las gestiones que se realizan en nuestra web son las siguientes:

PAS: Cotizar y emitir seguros, renovar y realizar endosos sin movimiento de prima, descargar pólizas en PDF, denunciar siniestros y descargar la denuncia sellada, descargar rúbrica digital y reportes, descargar material publicitario y descargar certificados de cobertura, entre otras.

Clientes: cotizar y contratar su seguro (el cual se asigna a un productor asesor de seguros), descargar su póliza digital, consultar estado de su cobertura, denunciar y consultar estado de siniestro y realizar su pago electrónico a través del botón de pago».

• ¿Con qué redes sociales cuenta la empresa y cómo han influido éstas en la venta de seguros?

• En el caso de Afianzadora, Masiá señala que «el foco está hoy en LinkedIn, Instagram y Facebook, y es parte estratégica de todo nuestro plan comunicacional y de ventas. Fuimos los primeros en tener presencia notoria en redes sociales en el segmento de Caución, y vamos en dirección a tener una estrategia de ventas verdaderamente digital. Muchas de las acciones en redes tiene el objetivo de generar 'Cultura Afianzadora', la cual tiene como fin difundir con mayor vigor el producto en el segmento privado donde no es obligatorio. Contenidos, notas



▲ Gastón Jermak, Gerente de Sistemas de Provincia Seguros



▲ Javier Guzmán, Gerente de Tecnología de Provincia Vida

de interés, invitaciones a capacitarse y aportes permanentes en los medios especializados son actividades casi diarias que tienen como objetivo un mercado más afianzado».

• Fiorotto detalló que en Río Uruguay Seguros desde 2011 tienen una estrategia sostenida de presencia en redes sociales. «Iniciamos con Facebook, y hoy estamos presentes en Instagram, Twitter y YouTube. Han resultado canales fundamentales para la difusión de nuestras acciones, principios y valores, además de las bondades de nuestros servicios con el Productor Asesor de Seguros como aliado».

• En la misma línea, Fondeville señaló que «en Allianz tenemos cuentas en Facebook, Instagram, LinkedIn y Twitter. Sin dudas, representan una herramienta para la difusión de la marca, permitiéndonos llegar a audiencias masivas. Pero también se utilizan para abordar audiencias específicas en situaciones particulares que puedan representar un prospect o lead que se transforme en una potencial venta».

• El Grupo Sancor Seguros, cuenta actualmente con presencia activa en Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube. Tal lo señalado por Gaido, «la influencia sobre las ventas ha sido positiva en el sentido de que nos permitió llegar a nuevos públicos y que, al pensar en una aseguradora, la gente piense en SANCOR SEGUROS. Si bien no se trata de herramientas con objetivo comercial sino de relacionamiento/posicionamiento de marca, finalmente tienen injerencia en las ventas. Para hablar 'el mismo idioma' que las personas, hay que estar presentes donde la gente desarrolla sus conversaciones. Y eso, hoy por hoy, sucede en redes sociales y espacios digitales más que en ninguna otra parte. En efecto, las personas se informan, investigan, comparan, toman decisiones de compra, reclaman, interactúan y un largo etcétera en entornos online. Por eso, es fundamental para una empresa trazar una estrategia de marketing digital que determine cuál es la mejor forma de tener presencia en dichos espacios y cumplir con los objetivos comerciales propuestos».

• Provincia ART cuenta con una fan page de Facebook, una página de empresa en LinkedIn y un canal de YouTube. Tal como señaló Atlante, «en Facebook recibimos y gestionamos todo tipo de consultas: desde prospectos comerciales hasta postulantes para trabajar en la empresa, pasando por consultas de trabajadoras/les afiliadas/los y de proveedores. LinkedIn, por su perfil profesional, nos permite llegar en forma directa a responsables de RRHH, contadores y contadoras o especialistas en Higiene y Seguridad, puestos que tienen a su cargo la contratación de nuestro tipo de servicios. En YouTube, los usuarios pueden encontrar tutoriales de nuestras herramientas, así como de buenas prácticas de prevención (pausas activas, primeros auxilios, RCP, etc.)».

• Provincia Seguros se encuentra presente en Twitter, Facebook, Instagram y LinkedIn. Jermak añadió que «además de ser una herramienta fundamental para dar a conocer nuestros productos y servicios y brindar consejos de seguridad vial, entre otras acciones, las redes sociales permiten una comunicación más directa y en tiempo real entre las clientas y clientes y el equipo de

atención al cliente. Las consultas se responden dentro de las 24 horas y, de ser necesario, se derivan al área correspondiente para pasar a otras instancias de comunicación».

• Provincia Vida está desde agosto de 2020 en las redes sociales a través de Facebook y Twitter. En opinión de Guzmán, «la presencia en estos canales nos dio mayor visibilidad a un bajo costo y con un ritmo acelerado. Descubrimos que llegábamos a un nuevo público, de una manera más descontracturada, con contenido pensado para generar reacción en el usuario de acuerdo con el mensaje que queríamos dar. La segmentación que se puede realizar en RRSS nos ayuda a ser eficaces en cada publicación, traccionando un mayor tráfico a nuestra web de manera continua, convirtiéndose -a la vez- en un canal importante de comunicación directa para informar novedades y atender consultas. Más allá del nivel comercial, también permite activar un rol social, al generar conciencia en toda la sociedad, compartiendo información y recomendaciones, con temas como el cambio climático, vida saludable y planificación a largo plazo. Otro beneficio es que contribuimos en la construcción de conciencia aseguradora en las personas, sean o no clientes. El sector asegurador es nuevo en este terreno, pero está respondiendo con rapidez a la transformación digital que el mercado marca. Es un espacio dinámico del cual seguimos aprendiendo todos los días y trabajando para poder responder a la demanda de los consumidores digitales que son cada vez más exigentes».

• Libra Seguros tiene activas todas las redes sociales, las cuales están orientadas «a la comunicación de la oferta completa de nuestros productos, a la comercialización de los mismos y la atención personalizada de nuestros públicos a través de Community Manager in house para todos los canales. A partir de la pandemia ha crecido este canal y se amplió el perfil de público contratante, por ejemplo, es cada vez más alto el porcentaje de personas de más de 50 años que optan por este tipo de contratación. La contratación se refleja más marcadamente en motocicletas y automotor ya que en otros tipos de seguros es indispensable un asesoramiento más personalizado por parte del PAS, en los casos -por ejemplo- de seguros de vida. Libra Online es un canal muy exitoso porque toda venta realizada es derivada a un PAS de nuestra cartera para su posterior atención, lo cual es muy valorado por ellos y por los asegurados», concluyó Alsina.

• ¿La página web cuenta con chatbot? ¿Qué funciones puede realizar el mismo?

• En Afianzadora, los chatbots están orientados principalmente a dar servicio a clientes de retail, que valoran realizar

sus pedidos y consultas en lenguaje natural, en lugar de tener que acceder a una oficina virtual. Para clientes corporativos hoy en día es más un límite que una solución. La compañía utiliza en su sitio un chatbot destinado a recibir consultas de los visitantes del sitio y redirigirlas al área correspondiente.

• En el caso de Río Uruguay Seguros, cuentan con un chatbot -Avril- que asiste a los clientes en las consultas y operatorias básicas, derivando a su Unidad de Atención Digital, con operadores humanos, cuando la situación lo amerita o así lo solicita el cliente.

• En Allianz Seguros el chatbot no se encuentra en su sitio institucional, sino en su portal de autogestión para el asegurado. Esto es debido a que las consultas recibidas requieren mantener un entorno confidencial para su gestión. «Nuestro chatbot Ally puede gestionar consultas diversas relacionadas a cómo sacar un seguro en Allianz, brindar información y orientación sobre cómo descargar documentación de la póliza, consultas sobre gestiones de cobranzas, cómo denunciar un siniestro y qué documentación se requiere, dar a conocer nuestros canales de contacto y contactar con el servicio de asistencia».



▲ Florencia Alsina, Gerente de Marketing de Libra Seguros

Un seguro para CADA NECESIDAD

SEGURO AUTOMOTOR | SEGURO COLECTIVO DE VIDA | SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES | SEGURO DE SEPELIO

HAMBURGO COMPAÑÍA DE SEGUROS

TU ELECCIÓN SEGURA

Líderes en el Noroeste Argentino

0810-8888690

www.hamburgoseguros.com.ar | contacto@hamburgoseguros.com.ar

CASA CENTRAL Independencia Nº 56 - PB - (4200) Sgo del Estero (0385) 422 0100	AGENCIA JUJUY Güemes Nº 1259 (4.600) (0388) 423 8200	AGENCIA SALTA España Nº 990 (4.400) (0387) 432 7790/92	AGENCIA CATAMARCA Esquiá Nº 551 (4.700) (0383) 443 5050	AGENCIA LA RIOJA Pelajo B. Luna Nº 227 (5.300) (0380) 446 190 / 199	AGENCIA TUCUMÁN 24 de Septiembre Nº 960 (4.000) (0381) 410062 / 63 / 64
--	---	---	--	--	--

Nº de inscripción en SSN 0333 | Atención al asegurado 0800-888-8400 | www.argentina.gub.ar/tan | Organismo de control SSN

Desde 1975 comprometidos con la Excelencia

FARAGÓ & CORRALES
ABOGADOS

WWW.ESTUDIOFARAGO.COM.AR
TEL: (54-11) 5032-3683



¿Qué proyectos tiene a futuro para la evolución de la página web de la compañía?

• **Fernando Masiá** comentó que «para Afianzadora, hoy los planes para nuestro sitio web son fundamentalmente evolutivos. El foco está en optimizar y mover nuestro negocio completamente para que no queden transacciones que un cliente no pueda hacer en el sitio si así lo desea. Por eso, el desafío mayor es el traslado, la interacción sin perder el contacto humano que le aporta valor agregado al servicio de atención».

• En el caso de **Río Uruguay Seguros**, **Andrés Fiorotto** analizó que se encuentran trabajando muy fuerte «con un equipo de UX conformado por el Capital Humano de RUS y asesores externos, para crear una experiencia de atención que rompa con los paradigmas de lo desarrollado hasta ahora, con el foco muy puesto en lo que el cliente está demandando de las empresas de servicios como la nuestra».

• Para **Allianz Seguros**, **Julieta Fondeville** señaló que «el principal proyecto planificado es la integración de cotizadores dentro de la web institucional. El usuario podrá, previo al contacto de un Productor Asesor, obtener un precio de referencia».

• En el caso del **Grupo Sancor Seguros**, **Marcos Gaido** destacó que lo importante es no quedarse atrás, estar siempre atentos a las nuevas tecnologías y tendencias para aplicarlas de inmediato. «Todo esto avanza a ritmo vertiginoso y ningún desarrollo está preparado para resistir el paso de los años. Por eso, el proyecto en relación al sitio consiste en actualizarlo de manera periódica y relevar continuamente las necesidades de los usuarios (Prospects, Asegurados, Productores Asesores y público en general), a fin de que las herramientas respondan a sus necesidades y expectativas».

• Desde **Provincia ART**, **Paula Atlante** señaló que «acompañamos a las y los que producen y hacen al crecimiento del país, cuidando a sus trabajadores y trabajadoras, y la página web continuará siendo una herramienta fundamental, actualizándose para brindar soluciones en torno a este objetivo».

• Si hablamos de **Provincia Seguros**, **Gastón Jermak** indicó que «para 2022 planificamos un rediseño completo de nuestro sitio web, teniendo como premisas fundamentales: la seguridad del sitio, la experiencia usaria y el acceso desde diferentes dispositivos. Este proyecto facilitará aún más el acceso a la información y la ejecución de las acciones que desde allí se pueden realizar, priorizando la seguridad y el resguardo de los datos. Entendemos que en el mundo de la tecnología los cambios se dan a una gran velocidad y trabajamos para poner a disposición las mejores herramientas que acompañen ese cambio. Por eso, la innovación y modernización de nuestro sitio es un gran desafío que nos permite pensar de forma orgánica nuestra empresa, nuestra marca y nuestro servicio a disposición de quienes lo necesitan».

• Para **Provincia Vida**, **Javier Guzmán** comentó que están trabajando en el análisis de los procesos para optimizar la experiencia de usuario, e iniciar en breve un proyecto de cambio de sistema Core, «que nos permitirá disponibilizar en nuestro sitio Web de Clientes y en el Portal PAS herramientas para cubrir nuevas necesidades para su autogestión».

• Finalmente, desde **Libra Seguros**, **Florencia Alsina** comentó que están desarrollando una plataforma de multicotización, «acompañando a la evolución del negocio y crecimiento de **Libra**, integrando toda la oferta de nuestros productos. Trabajamos constantemente en la experiencia de usuario, la autogestión y la facilitación de procesos como carga de denuncias, seguimiento de siniestros, etc.».

• A diferencia de los anteriores, en el **Grupo Sancor Seguros** «tuvimos un chatbot activo durante los meses más complejos de la pandemia, para poder brindar respuestas con mayor celeridad vinculadas a este tema y a cómo funcionó el servicio mientras duró la situación de emergencia. Actualmente no contamos con chatbot, ya que el sitio es muy intuitivo en su navegabilidad y las secciones están debidamente identificadas para que cualquier usuario pueda encontrar respuesta a sus necesidades, incluyendo una sección de preguntas frecuentes y un chat que es atendido por operadores del Centro de Atención al Cliente».

• **Provincia ART** cuenta con un chatbot que recibe a las personas que ingresan su consulta a través del sitio. «Actualmente, el bot brinda respuestas a consultas sobre cuestiones generales, y estamos trabajando en la interactividad para la aplicación de inteligencia virtual, que le permita también realizar gestiones sobre casos puntuales».

• **Provincia Seguros** incorporó este año WhatsApp como un nuevo canal de comunicación, «en el cual nuestra Asistente Virtual orienta y da respuestas a quienes se comunican por este medio. Este desarrollo fue integrado con tecnologías de inteligencia artificial para interpretar las consultas usando lenguaje natural. Desde esta nueva plataforma se puede cotizar y emitir online seguros de autos, efectuar consultas sobre pólizas, obtener link de pago y resolver dudas generales tales como teléfonos útiles, horarios de atención, ubicación de nuestros Centros de Atención, entre otras. A medida que se avanza en la interacción, se despliegan nuevas opciones para que la usaria o el usuario seleccione la que mejor se ajusta a su necesidad. En caso de que las opciones brindadas no se adecuen a la necesidad, el chatbot derivará el mensaje a una o un representante de la compañía para que pueda continuar la conversación. El número de nuestro bot es: +54 9 11 2183 7633».

• **Provincia Vida** sabe que sus clientes y clientas valoran tanto el trato personalizado como la agilidad en la atención, «pensando en ello incorporamos esta herramienta que en ambos aspectos. Se trata de una plataforma conversacional avanzada, su tecnología permite conectar bots y agentes de atención para crear experiencias digitales. Diseñada para todos los canales de comunicación digital, la hemos implementado para atención de WhatsApp corporativo, web-chat en nuestro sitio y redes sociales. Cómo funciona: al momento de contactarte con **Provincia Vida**, nuestro bot da la bienvenida y resuelve las consultas y gestiones habituales. Si el motivo del contacto requiere atención personalizada, asigna la conversación al área de atención específica y es atendida personalmente por representantes de cada una de ellas (Comercial, Atención al Cliente, Productores, Siniestros, Recepción, Proveedores). La herramienta posee un motor de Inteligencia Artificial con machine learning, que se enfoca en la comprensión cognitiva del lenguaje, traduciéndolo a procesos de negocios e intenciones de usuarios. Interpreta modismos, variaciones del lenguaje y hasta errores involuntarios, permitiendo una conversación fluida».

• **Libra Seguros** trabaja desde la omnicanalidad con un fuerte equipo de atención al cliente preparado para responder a todas las consultas de sus asegurados. «Actualmente, el cliente demanda una conexión 24/7, por lo que siempre estamos analizando la incorporación de nuevas tecnologías con el objetivo de una mejora continua en la experiencia de usuario y la prioridad de dar siempre respuesta inmediata al cliente».



LA NUEVA
Cooperativa de Seguros Limitada

DESDE 1933
Honestidad para asegurar
Solvencia para responder

CONTRATÁ ON LINE TU SEGURO AUTOMOTOR INGRESANDO A NUESTRA WEB

PORTAL ASEGURADOS
Ingresá a la web o descargá la aplicación. Podrás realizar nuevas cotizaciones, consultar

Disponible en

MEDIOS DE PAGO

Teléfono: 0800 333 4455
Web: www.lanuevaseguros.com.ar
Dirección: Bartolomé Mitre 4062 - CABA

Nº de inscripción en SSN 0163

Atención al asegurado 0600-666-8400

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

SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Grupo BAIONI
Siempre Juntos

<http://www.grupobaioni.com>

SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Atención al asegurado
0800-666-6400

«La nueva era de los Seguros es la virtualidad»

En diálogo con Informe Operadores de Mercado, Jonathan Vescio, Socio fundador de Grupo JV Argentina -Comercializadora, Seguros, Finanzas- nos dio su punto de vista acerca de la actividad de intermediación en la postpandemia y la importancia de la digitalización, y explicó los motivos por los cuales su Organización viene creciendo de manera exponencial desde hace 6 años.

Por la Dra. Gabriela Álvarez

El Grupo JV nació en el año 2015 en Lanús, donde uno de sus fundadores -Jonathan Vescio- residía en esta ciudad de la Provincia de Buenos Aires. Jonathan se había recibido y matriculado como **Productor Asesor de Seguros** y al mismo tiempo estaba trabajando para una aseguradora en el sector de ventas telefónicas. Pero como siempre tuvo capacidad de organización y perfil de liderazgo, junto a su pareja se plantearon pensar la creación de su propio grupo y staff de productores a nivel nacional.

Dentro de **Grupo JV** se especializan en todo tipo de coberturas patrimoniales, ya sea automotor, hogar, bicicletas, celulares, en fin todo tipo de coberturas.

Por tales motivos, en oportunidad de esta nota, entrevistamos a su socio creador **Jonathan Vescio**, quien nos comentó su postura acerca del negocio asegurador.



digital desde su inicio, tenemos una red de más de 100 productores matriculados, a los cuales los acompañamos, les damos atención de forma personalizada, los asesoramos, los 'couchemos' y tenemos con ellos un contacto diario, lo cual hace que generemos con cada productor una relación laboral muy empática. **Esa es la clave del crecimiento exponencial que venimos teniendo desde hace 6 años.**

¿Qué balance -tanto positivo como negativo- realiza de la actividad que el productor asesor de seguros llevó a cabo durante la etapa de la pandemia?

- Cuando llegó la pandemia, que lo podría destacar como algo claramente trascendental a nivel internacional y que nos hizo a todos dar un vuelco de 180° a nivel personal, podría decir que a nivel profesional **en Grupo JV no tuvimos ningún aspecto negativo, ya que toda nuestra organización es digital y automatizada.** Es más, aunque suene paradigmático, **en la etapa de pandemia nuestro Grupo creció enormemente con el ingreso de nuevos clientes y nuevos productores** que buscaban contratar o trabajar con los medios digitales.

Sin embargo, como nuestra organización obviamente no se encuentra aislada, sino que somos parte de una sociedad, **en la época de pandemia desde Grupo JV nos enfocamos en hacer muchos trabajos sociales y de ayuda comunitaria**, porque como parte de un todo, de una sociedad, nos sentimos bien y útiles cuando ayudamos a quienes más los necesitan.

¿Cuál fue la respuesta de las aseguradoras a esa nueva realidad?

- Si reconocemos en el ramo de aseguradoras, muchas compañías tuvieron ciertos déficits en cuanto a respuestas por no estar actualizados tecnológicamente, pero nosotros como organización teníamos regulado y regularizado desde antes de la pandemia lo que es una eficiente atención al clientes y al productor.

¿Qué cambios nota en el perfil del cliente en los últimos tiempos?

- Podemos destacar que la gente, todo el público al que ofrecemos los seguros, también se actualizó en cuanto a contratar y recibir las propuestas de forma virtual y por apps reconocidas.

¿Cómo considera que continuará la actividad del productor de seguros, si tenemos en cuenta el crecimiento de las redes sociales y otros canales como competidores en la venta de seguros?

- Como organizador de Productores Asesores de Seguros considero que quienes no se digitalicen van a perder campo de trabajo, es por eso que **mi rol como organizador es impulsar a nuestros productores a sumarse a esta transformación digital que vivimos.**

¿Qué acciones lleva a cabo en miras a la venta de seguros no obligatorios para sus clientes? ¿Qué respuesta recibió de ellos? ¿Qué seguros fueron los más contratados?

- Un ejemplo de ello son las campañas digitales que lanzamos en redes sociales. Las mismas fueron muy positivas. Del 100% de los leads que ingresan, el 70% contrata nuestros seguros. **Los seguros más contratados son los de hogar, celulares y bicicletas.**

Hace pocos meses, decidimos formar un equipo de ventas externas para la comercialización de distintos productos más allá de los seguros. Hoy contamos con un call center de más de 30 posiciones, desde el cual lanzamos distintas campañas de ventas telefónicas como por ejemplo para **Lo Jack Strix, Banco del Sol**, entre otros.

Estamos convencidos de que **la digitalización es fundamental para todos aquellos profesionales que se dedican a la comercialización.**



21 DE OCTUBRE DÍA DEL TRABAJADOR DE SEGUROS

El Sindicato del Seguro de la República Argentina y nuestras instituciones saludan a las **trabajadoras y trabajadores** del sector, verdaderos hacedores del **sostenimiento y desarrollo** de la actividad aseguradora.

GABRIELA N. PÉREZ SECRETARIA DE PRENSA | JORGE A. SOLA SECRETARIO GREMIAL | RAÚL A. MARTÍNEZ SECRETARIO GENERAL



Seguimos creciendo: nuevo Seguro de Vida



CONOCÉ LAS SOLUCIONES QUE BRINDA SMSV SEGUROS.

LLEGA ESCOLTA PARA HACER FRENTE A LOS NUEVOS DESAFÍOS QUE PRESENTA EL CONTEXTO ACTUAL.

CARACTERÍSTICAS:

- Protección frente a COVID-19
- Cobertura básica por muerte
- Coberturas adicionales:
 - Muerte accidental
 - Invalidez total y permanente por enfermedad o accidente
 - Muerte, invalidez y pérdidas parciales por accidente
 - Renta diaria por internación por enfermedad o accidente
 - Enfermedades graves
 - Enfermedades terminales
 - Diagnóstico de cáncer
 - Trasplante de órganos

MÁS BENEFICIOS

- TELEMEDICINA
- CÓDIGO ROJO / CÓDIGO AMARILLO
- ESCOLTA TELEFÓNICO



ESPECIALISTAS EN SEGUROS PARA LAS FUERZAS ARMADAS Y FUERZAS DE SEGURIDAD

SE PARTE DE NUESTRA RED DE PRODUCTORES

0810-999-7348

smsvseguros.com.ar
comercial@smsvseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN 747 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

(1) SEGUROS EMITIDOS POR SMSV COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A. | CUIT 30-70833318-9 INSCRIPTA EN LA SSN BAJO EL NÚMERO 747. EL ALCANCE DE LAS COBERTURAS Y CADA PRESTACIÓN SE DETALLA EN LAS RESPECTIVAS CONDICIONES GENERALES DE PÓLIZA Y DE SERVICIO DE ASISTENCIA. LAS COBERTURAS ESTÁN SUJETAS A LA PREVIA ACEPTACIÓN DE LA COMPAÑÍA ASEGURADORA Y SUS CONDICIONES GENERALES DE PÓLIZA.

RUS desarrolló un juego para redes sociales para fomentar las prácticas saludables

En el marco de la **Estrategia de Responsabilidad Social Empresaria de RUS (RSRUS)** y con el objetivo de generar conciencia en la importancia de los cuidados de la salud, **Río Uruguay Seguros** impulsó el desarrollo y publicación de un juego para redes sociales en el que se deben asociar prácticas saludables y sus beneficios para el cuerpo humano.

La idea fue desarrollada por la **Célula de Sustentabilidad** junto al **Equipo de Salud y Ambiente Laboral**, con el asesoramiento de médicos y el soporte tecnológico de la empresa. Basado en el **juego de mesa de asociar parejas**, las jugadoras y los jugadores deben unir las fichas correspondientes (imágenes y textos) en el menor tiempo posible. A partir de esto se genera una tabla de posiciones que permitirá premiar a quienes unan todas las parejas con mayor rapidez, contando con 3 intentos para lograr el objetivo. Al juego, que funciona tanto en computadoras como smartphones, se puede acceder desde la web ruseguros.com/jugar completando los datos de contacto para identificar a las y los participantes y eventualmente comunicarle su premio.

Los obsequios para ganadoras y/o ganadores serán:

Primer premio: segura de salud + merchandising RUS

Segundo premio: merchandising RUS

Tercer premio: merchandising RUS

La Mesa de Innovación de la SSN se pone en marcha

El pasado martes 5 de octubre, se puso en marcha la **Mesa de Innovación de la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)** con la primera reunión del Grupo de Trabajo asignado. La agenda de la Mesa había sido presentada semanas atrás en un evento encabezado por la **Superintendencia de Seguros de la Nación, Mirta Adriana Guida** y el **Subsecretario de Servicios Financieros del Ministerio de Economía de la Nación (MECON), Leandro Daniel Toriano**. El equipo está centrado en el eje: **Onboarding Digital** para la Prevención del Fraude en Seguros y la Optimización de Procesos, cuyo objetivo es generar un convenio marco entre la SSN y el **Registro Nacional de las Personas** que permita al Organismo brindar un servicio tecnológico de alta performance a los regulados.

A través del mismo, se pretende que las compañías puedan validar la identidad de los tomadores de pólizas -personas humanas- y así lograr el incremento de los recaudos en materia de prevención del Fraude. Asimismo, se propicia la optimización en los procesos de suscripción y toda otra instancia en donde sea necesaria la validación de identidad en forma remota. La misma sucederá en tiempo real con el RENAPER, mediante factores de autenticación biométrica y fotografía de DNI.

La reunión estuvo integrada por los responsables del grupo de trabajo **Leonardo M. Hennawi**, Coordinador de Gestión Operativa y Coordinador de la Mesa de Innovación; **Javier Iacobelli**, Subgerente de Antifraude de Seguros; **Alejandra Campolongo**, Subgerente de Tecnología y Comunicaciones, quienes estuvieron acompañados por demás profesionales tanto del Organismo como del sector privado.

Su desarrollo consistió en una serie de exposiciones a cargo de **Paolo Sutton**, en representación de la **Cámara de Insurtech Argentina**; **Maximiliano Clerici**, Coordinador de Sistemas en SMG LIFE, en representación de AVIRA; **Gustavo Trias** en representación de AACCS y **Lorena Drewes**, Directora de Servicios de Validación de Identidad en RENAPER, quienes aportaron a la mesa interesantes lineamientos acerca de la validación y autenticación de la identidad de las personas, los métodos utilizados y las ventajas y desventajas de cada uno de los sistemas. Luego se ofreció un espacio de debate donde los oradores y oyentes del mercado asegurador compartieron sus devoluciones, experiencias y expresaron sus dudas al respecto de lo conversado. Finalmente, se detallaron los pasos a seguir en las próximas reuniones.

Experta Seguros y Experta ART celebraron junto a sus productores y brokers

Experta Seguros, con una amplia trayectoria en el mercado asegurador, llevó a cabo el **Cocktail de Productores** en la pista central de La Rural. El mismo fue el primer encuentro presencial del mercado, en el que se destacó el trabajo en conjunto y la voluntad de seguir desarrollando nuevos productos e iniciativas para el crecimiento y la regionalización de la compañía. Desde **Experta** agradecieron y reconocieron a sus socios estratégicos por su compromiso, profesionalismo y acompañamiento durante estos años tan particulares que tocó transitar. En un marco privilegiado y con el humor de **Roberto Moldavsky** transcurrió una noche de encuentro y celebración.

«Nos encontramos ante una nueva etapa de importantes lanzamientos. Nos interesa seguir creciendo y mantener nuestra marca en estándares de calidad, innovación y servicio diferencial. Nuestro objetivo es darles a nuestros canales comerciales y clientes las mejores herramientas y soluciones inteligentes», expresó el **CEO de la compañía, Roy Humphreys**.

Al mismo asistieron 300 personas, entre productores, brokers y directivos de la compañía.



Breves de Informe

Se celebró la Santa Misa por el 77º Aniversario del Día del Seguro



En el marco de la conmemoración de un nuevo aniversario del **Día del Seguro**, la **Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)** celebró la **tradicional Santa Misa** en la Basílica de Nuestra Señora del Rosario y Convento de Santo Domingo.

Por parte de la SSN estuvieron presentes la **Superintendente de Seguros de la Nación, Mirta Adriana Guida**; la **Gerenta de Coordinación General, Ana Durañona y Vedia**; la **Gerenta de Asuntos Institucionales y Relaciones Internacionales, Verónica López Quesada** y el **Subgerente de Asuntos Institucionales, Matías Luppi**.

En representación del **Ministerio de Economía de la Nación** asistieron a la ceremonia el **Subsecretario de Servicios Financieros, Leandro Daniel Toriano** y el **Director Nacional de Mercado de Capitales y Seguros, Víctor Fuentes Castillo**.

Acompañaron a las autoridades en la celebración los principales representantes de las Cámaras del sector: **Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACCS)**, **Asociación de Aseguradores Argentinos (ADEAA)**, **Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA)**, **Aseguradores del Interior de la República Argentina (ADIRA)**, **Cámara Argentina de Reaseguradoras (CAR)**, **Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART)**, **Cámara Insurtech Argentina (CIA)**, **Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de la Argentina (FAPASA)**. El encuentro, que respetó todos los protocolos, cuidados y distancias necesarias, contó con la **benedición del Frai Carlos Aldao** para todos los fallecidos a causa del COVID 19, en especial recordando a nuestro compañero y amigo Mariano Veronelli, quien fuera gerente y técnico del organismo y falleció este año.

Como culminación de las celebraciones llevadas a cabo durante esta semana, se colocaron dos ramos de flores blancas a modo de ofrenda a la Virgen del Perpetuo Socorro, ubicada junto al cuadro de Manuel Belgrano en el hall de entrada del edificio de la SSN.

A partir del Decreto 24.203 firmado el día 8 de septiembre de 1944, la **Superintendencia de Seguros de la Nación estableció como «Día del Seguro» el 21 de octubre**.

Lo que se conmemora es la iniciativa del Primer Triunvirato de enviar al Tribunal del Consulado una nota con la intención de crear un banco de descuentos y una compañía de seguros marítimos. Según testimonios de historiadores, **Manuel Belgrano habría sido el autor intelectual de esa idea, teniendo un papel importante en la creación de «La Confianza», la primera aseguradora del Virreinato del Río de la Plata.**

«En esta fecha tan especial, desde la SSN queremos expresar nuestro saludo y mejores deseos hacia la totalidad de las personas que forman parte del sector. ¡Feliz día!»

AOSS y AMPASS renovaron sus autoridades

La **Asociación de Organizadores de Sancor Seguros (AOSS)** y la **Asociación Mutual de Productores Asesores de Sancor Seguros (AMPASS)** celebraron sus **Asambleas Anuales Ordinarias**. En el marco de ambos eventos, se procedió a la renovación de autoridades para el ejercicio 2021-2022, quedando las respectivas Comisiones Directivas compuestas de la siguiente manera:

COMISIÓN DIRECTIVA AOSS

Presidente: **Lucas Monti**; Vicepresidente: **Horacio Coppetti**; Tesorero: **Ángel Calicchia**; Secretario: **Marcelo Chialvo**; Secretario de Actas: **Manuel Fregona**; Vocales titulares: **Ramón Aquino, Fabián Puntín, Jorge Elias, Pablo Piotrowsky, Gonzalo Casas, Alejandro Pastorino**. Vocales suplentes: **Alejandro Bianchi, Dario Subat, Mónica Medei, Gabriela Riviolo, Jorge Pennesi, Ángel Edgardo Calicchia, Jorge Loínez**; Síndico Titular: **Patricio Raimondo**; Síndico Suplente: **Martin Fernández**; Coordinador General: **Diego Sales**.

COMISIÓN DIRECTIVA AMPASS

Presidente: **Marcelo Ghione**; Vicepresidente: **José María Loughlin**; Secretario: **Martin Alcaraz**; Tesorero: **Franco Ferrari**; Vocales Titulares: **Laura Calado, Gonzalo Riera, Guillermo Sánchez**; Vocales Suplentes: **Salvador Assenza, Marcos Spaccesi, Raúl Meroni**. Junta Fiscalizadora Titulares: **Rodrigo Guadagnoli, Andrea López, Hugo Chinellato**. Junta Fiscalizadora Suplentes: **Juan Carlos Di Gennaro, Néstor Revelante, Marcela Farías**.

La biodiversidad y los beneficios para la salud humana según Swiss Re Institute

En su publicación **«La biodiversidad y los beneficios para la salud humana»**, **Swiss Re Institute** demuestra cuán beneficioso puede ser el tiempo pasado en la naturaleza para el bienestar físico y mental. Aumentar el acceso y mejorar las áreas verdes en ciudades y suburbios puede reducir los efectos en la salud causados por la contaminación del aire, el ruido excesivo y el calor extremo, y debería ser una prioridad para la atención médica y la prevención de enfermedades, la formulación de políticas, la conservación de la naturaleza y el desarrollo urbano.

Por **Oliver Schelske, Jefe de investigación de activos naturales y ESG, Swiss Re Institute «La naturaleza misma es el mejor médico»**. Así lo dijo **Hipócrates**, el médico griego comúnmente conocido como el «padre de la medicina». Intuitivamente, es lo que la mayoría de nosotros sentimos. Descansar en la playa, caminar por las montañas, pasear por los parques, quedarse en el bosque, andar en bicicleta por un sendero sinuoso para bicicletas: nos hacen sentir mejor, más relajados, más en uno con nosotros mismos.

No tenemos que confiar en la intuición. Tenemos pruebas. La literatura científica ya es rica y continúa creciendo con evidencia de beneficios concretos para la salud conferidos a los participantes del estudio por el tiempo que pasan en la naturaleza. Algunos de estos estudios se han recogido en nuestra publicación 'La biodiversidad y los beneficios para la salud humana'.

¿Sabías?

- Se demostró que los marcadores de enfermedades cardiovasculares mejoran con un mejor acceso a la naturaleza frente a los grupos de control en estudios de EE.UU., España, Corea del Sur y Canadá.
- La contaminación del aire es un problema de salud mundial; y las ciudades con más árboles tienen mejor calidad del aire. Un estudio de EE.UU. sugirió que la cobertura de árboles en los EE.UU. eliminó 17,4 millones de toneladas de contaminantes en 2010, lo que equivale a un ahorro para la salud de USD 6,8 mil millones.
- La mortalidad relacionada con el calor está aumentando en todo el mundo con el cambio climático y las olas de calor más frecuentes. Las ciudades con vegetación se adaptan mejor al calor. Un estudio sugirió que la temperatura del aire durante las olas de calor en Londres podría ser hasta 4 °C más fría dentro de los 400 m de un parque.
- Una investigación de Japón demostró niveles más bajos de cortisol y hemoglobina, ambos asociados con el estrés y la mala salud mental, en un grupo que caminaba regularmente por los bosques locales contra un grupo de control confinado en gran parte a las áreas urbanas.
- La Agencia Europea de Medio Ambiente estimó en 2019 que el 20% de la población europea está expuesta a niveles de ruido perjudiciales para la salud. Esto se traduce en problemas de audición y sueño; y contribuye a las condiciones físicas y mentales secundarias. La ecologización de las carreteras para reducir la contaminación acústica es una medida de atención sanitaria preventiva.

Más de la mitad de la población mundial vive actualmente en áreas urbanas, una cifra que se proyecta crecerá a más de dos tercios para 2050. Desde un ángulo humano, todos apreciarán y disfrutarán de espacios verdes urbanos bien diseñados y mantenidos. Desde una perspectiva política, **mejorar la salud como resultado de estar en la naturaleza reduce los costos de atención médica.** Solo en los EE.UU., los costos de la atención médica en 2018 fueron de USD 3,6 billones, una cifra que aumenta muy por encima de la inflación. Mejore los resultados de salud con espacios verdes en áreas urbanas en solo uno o dos puntos porcentuales, y los ahorros en atención médica ascienden a miles de millones de dólares. Estas relaciones son un llamado a integrar las políticas de salud, tráfico, asentamiento y zonificación urbana y rural.

«Los espacios verdes crean beneficios para la salud pública e individual y pueden ser habilitados y protegidos por seguros», señala **Oliver Schelske, Jefe de investigación de activos naturales y ESG, Swiss Re Institute**. Esto, a su vez, afecta a las reaseguradoras. Ofrecemos productos de seguros de vida y de salud a millones de consumidores. Queremos que nuestra población asegurada esté sana y feliz, y que cierre las brechas de protección de los seguros médicos. Nuestros factores de estilo de vida 'Los seis grandes', una iniciativa para desarrollar una comprensión basada en la evidencia de cómo el estilo de vida y los factores clínicos interactúan entre sí y afectan la salud de las personas, son un paso importante para alcanzar este objetivo. Incluyen el bienestar mental, la actividad física, el medio ambiente, el sueño, la nutrición y el uso de sustancias.

«Los recientes cierres pandémicos demostraron lo valiosos que son los espacios verdes para nuestra salud física y mental», destaca **Christoph Nabholz, Director de investigación, Swiss Re Institute**. Hay muchos factores que contribuyen a la salud de los titulares de pólizas, y creemos firmemente que **un mayor acceso a espacios verdes mejorados y biodiversos es uno de ellos**. Conectando la historia con la propiedad y accidentes, **el seguro puede proporcionar un mecanismo de protección financiera para los riesgos que enfrentan los entornos ecológicos**, ya sean techos verdes contra fugas debido a fuertes lluvias o seguros forestales.



profile profile

BODEGA 'DON ÁNGELO'

Amor por la Enología de Mendoza al Mundo



O rigen **Bodega 'Don Ángel'** debe su nombre al **'Nono' Don Ángel Baldasso**, quien llegó a la Argentina junto a su familia desde Treviso, en la región del Véneto de Italia. Trajo con él sus conocimientos enológicos recibidos y aprendidos de incontables generaciones de vitivinicultores, siendo conocido como **'El Bodeguero'**, que es como antiguamente se llamaba al enólogo. Desde su llegada a Luján de Cuyo, Mendoza, fue uno de los responsables del viñedo y la elaboración del vino en la **Bodega El Artillero**, actualmente **Lagarde**.

En 1942 elaboró el **«Semillón de Lagarde»**, único vino argentino que desde 1992 ganó 3 concursos internacionales de alto nivel con doble Medalla de Oro por haber sido calificado con 100 puntos y 0 defectos.

«Como se observa, este vino ganó los premios cuando ya tenía 50 años. Actualmente sigue vigente con casi 80 años y La Bodega Lagarde posee todavía alrededor de 200 botellas de este increíble vino blanco», señala el **Ing. Osvaldo F. Ortiz**, nieto de Don Ángel, enólogo y actual dueño de la bodega.

Historia

Turísticamente hablando, la Bodega donde se inicia **'Don Ángel'** es el establecimiento más antiguo que se puede visitar en Mendoza. Fue construido en 1869 por un conocido arquitecto de la época. Perteneció

Bodega

El restaurant no funciona actualmente debido a que la Bodega no está abierta al público, pero si están abiertas y se pueden visitar las **vinotecas temáticas** que funcionan durante la temporada de verano en los balnearios atlánticos de Claromecú y Reta, en el partido de Tres Arroyos, provincia de Buenos Aires. Allí, las degustaciones son permanentes.

«Comercializamos y ofrecemos para degustar vinos, champagnes y destilados para los mayores de 18 años. Además, los niños y adolescentes pueden probar las bebidas gasificadas que elaboramos en base a jugo y azúcar de uva, y jugos de fruta, pasas de uvas y varias delicatessen, en base a subproductos vitivinícolas.

Para los jóvenes mayores, se ofrece breves cursos de coctelería, utilizando los destilados producidos por nosotros y otros colegas», destaca **Osvaldo Ortiz**.

En su totalidad, la Bodega constituye una cava excepcional. «Hemos llegado a tener depositadas más de 60.000 botellas, 104 barricas de 225 litros y 40.000 litros de vino a granel en pequeños tanques de acero inoxidable», relata Ortiz.

El edificio está totalmente aislado por paredes de adobe de tierra y paja de 80 centímetros de espesor, techo de barro de 40 centímetros, caña y chapa acanalada de metal.

La sabiduría de los antiguos constructores del siglo XIX quedó plasmada en una bodega de 2 plantas. La primera a nivel del suelo y la segunda enterrada 4 metros bajo el piso. Esa tecnología permite aprovechar



una gran estabilidad térmica que empieza en el sótano y modera la temperatura de la parte superior: A lo largo del año, la temperatura interior fluctúa entre 16° y 25° centígrados, mientras en el exterior se producen entre 40°C en verano y -10°C en invierno.

Este control natural de la temperatura **permite conservar muy bien los vinos en todo tipo de envase**. No se usa refrigeración o calefacción artificial. De esta manera «el vino sabe» en qué estación del año se encuentra. ➔

ficha técnica

NOMBRE	BODEGA DON ÁNGELO
DOMICILIO	<i>Derqui 115, Of. 2, Godoy Cruz (5501) Provincia de Mendoza</i>
TELÉFONO	<i>(+54) 9 261 5869901</i>
ESPECIALIDAD	<i>Bodega Boutique y Viñedo</i>
VARIOS	<i>Vinos y Espumantes intensos y sabrosos. Los vinos se elaboran con uvas provenientes de Luján de Cuyo, el mejor lugar del mundo para cultivar Malbec.</i>

Varietales puros distinguidos a nivel internacional



«Por lo tanto, nuestros vinos se activan y crecen en primavera y verano, comienzan a estabilizarse en otoño y descansan en invierno, sin generar cambios organolépticos», explica el Ing. Ortiz.

Negocio

Actualmente, Bodega Don Ángelo planifica y ejecuta tres líneas diferentes de comercialización:

1. Venta mayorista.

Planea seguir desarrollando y apoyando a un excelente equipo de vendedores y representantes. Actualmente, están distribuyendo pequeñas cantidades de cajas en 7 provincias argentinas, entre ellas Córdoba, Tucumán, Santiago del Estero y Santa Fé. Respecto de la provincia de Buenos Aires, han desarrollado varios sectores de venta, donde el más importante se encuentra situado en zona sur, específicamente en Adrogué que atiende también muchos clientes en CABA. También hay vendedores en zona norte.

Además, comercializan en las zonas alejadas a Tandil, Tres Arroyos, Bahía Blanca, Monte Hermoso y Necochea. A través de su Brand Ambassador independiente, Maximiliano Troya, están planeando una importante expansión.

2. Venta directa al público en las vinotecas propias en la costa atlántica.

3. Franquicias.

Este año comenzarán con vinotecas de bandera a lo largo de la Costa Atlántica.



Etiquetas

Bodega Don Ángelo posee 28 etiquetas. Allí predominan diferentes vinos identificados especialmente por el nivel de calidad y grado de añejamiento. Su colección comienza en el Gran Malbec Ultra Premium 2007 y termina en los Vinos 2017, clásicos de la Bodega.

Los dos varietales más frecuentes son el Malbec y el Cabernet Sauvignon. También se muestran orgullosos de tener un exquisito Pinot Noir y un Gran Cabernet Frank.

En blancos se destaca el Chardonnay Roble Gran Reserva y un exquisito Sauvignon Blanc Reserva. Además, elaboran champagnes Extra Brut, Brut Nature, Dulce Torrontés y Rosado Extra Dulce. En este segmento es muy importante el Champagne Brut Nature, método Champenoise, elaborado en botella.

Capítulo aparte merecen sus vinos Orgánicos y SuperOrgánicos donde no se utilizan sulfitos para su elaboración. La bodega produce Malbec, Cabernet, Syrah y Merlot.

«Nos enorgullece comentar que los Enólogos de la Bodega hemos obtenido 54 medallas en concursos internacionales. El premio más importante fue la Medalla de Oro por nuestro Malbec Ultra Premium, en el Concurso Internacional Vinadino 2009 donde competimos con 1054 productos provenientes de todo el mundo vitivinícola, en especial más de 200 importantes bodegas famosas de Argentina. El estilo de elaboración fue aprendido de nuestros ancestros italianos. Tenemos más de 30 generaciones de Enólogos en Italia y 5 generaciones en Argentina.

Consolidamos los tipos de vinos que nos interesa producir, trabajando y aprendiendo con



grandes Maestros de la Enología el estilo de vinos franceses de alta complejidad y mucho añejamiento en barricas y especialmente en botella», define Osvaldo Ortiz.

Vinos jóvenes y varietales

Bodega Don Ángelo elabora sus productos utilizando técnicas artesanales y maquinaria de alta tecnología. Es de preciado valor su ubicación en Maipú, pues goza de un microclima ideal: días cálidos y noches frías, altitud privilegiada, regular cantidad de lluvia, ausencia de carga bacteriológica que favorece la producción de vinos orgánicos.

Su diseño arquitectónico está orientado para favorecer una fluida circulación del aire, refrigerando los caldos en forma natural y efectiva. Todas las vasijas de hormigón son epoxipadas y de tamaño chico lo que facilita el control de la vendimia, permitiendo el manejo de cosecha en el momento de óptima madurez fenólica.

«Nuestros vinos nacen en la viña. Las uvas permanecen en la misma hasta el día exacto de su madurez, recibiendo la cantidad perfecta de agua y, bajo un sol generoso, la atención técnica y agrícola que favorecerán la obtención de sus excelentes sabores primarios.

Las líneas de Don Ángelo son elaboradas con varietales puros distinguidos a nivel internacional.

El fraccionamiento de nuestros vinos es realizado con equipo de alta tecnología, envasándolos cuidadosamente, respetando sus tiempos y adaptándolos al paladar según las exigencias del mercado internacional», concluye el Ing. Osvaldo F. Ortiz.



PRESTIGIO
SEGUROS
2021

Un Grupo Asegurador de Prestigio

SANCOR
SEGUROS

Prevención ART

ATRIBUTO INNOVACIÓN
(Ejecutivos del mercado)
RUBRO PATRIMONIALES
(Universo Productores)

PRIMER PREMIO DEL RUBRO
RIESGOS DEL TRABAJO

A todos los productores asesores
y personas aseguradas
que nos acompañan día a día:
¡Muchas Gracias!



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Aldana Escalante

Casada - 29 Años - Signo Acuario (04-02-1992)

Analista de RRHH de Libra Seguros

● **UN HOBBY**

Correr

● **LA JUSTICIA**

Ineficiente

● **SU MAYOR VIRTUD**

Escuchar

● **LA SEGURIDAD**

Un derecho

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O**

INFORMAL

Cómoda

● **UN SER QUERIDO**

Abuela

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Johnny Depp - Emma Stone

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Matemáticas

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Nadie miente

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Criterio

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

No se me ocurre

● **LA MUERTE**

Un final

● **EL MATRIMONIO**

Un trámite

● **EL DÓLAR**

Inversión

● **SU RESTAURANTE FAVORITO**

PARA CENAR

No tengo

● **UN SECRETO**

Nada es para siempre

● **EL PASADO**

Un mapa de lo que somos

● **ME ARREPIENTO DE**

Nada

● **¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA**

INVERTIRÍA DINERO?

Bitcoin

● **UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE**

RECUERDE HASTA HOY

Las historias que me contaba mi abuela

● **LE TENGO MIEDO A...**

Las cucarachas

● **LA INFLACIÓN**

Algo a resolver

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mi familia

● **LOS HOMBRES EN EL TRABAJO**

SON MEJORES QUE LAS MUJERES

Falacia

● **EL FIN DEL MUNDO**

Si no hay música

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Perón

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Milanesas

● **¿QUÉ MALA COSTUMBRE**

LE GUSTARÍA DEJAR?

Comer tanto helado

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA**

NUNCA?

La mentira

● **EL LUGAR DESEADO PARA**

VIAJAR

Japón

● **DIOS**

Un concepto

● **ESCRITOR FAVORITO**

Gabriel Rolón

● **EN TEATRO**

Comedia

● **LA CORRUPCIÓN**

El mal del ser humano

● **LA INFIDELIDAD**

Algo que no se puede prevenir

● **PROGRAMA PREFERIDO DE**

TV / CABLE

No tengo

● **UNA CANCIÓN**

«Entero o a pedazos», Catupecu Machu

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Confiar

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Ser mejor que hoy

● **¿QUÉ ES LO QUE MÁS APRECIA**

DE SUS AMIGOS?

Confianza

● **LA TRAICIÓN**

Solo es importante si la persona lo es

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Agua

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

Las montañas



CARA
a
CARA

● **¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UN HOMBRE?**

Sus ojos

● **UN MAESTRO**

Mi mamá

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Running

● **UNA CONFESIÓN**

No sé cocinar

● **EL GRAN AUSENTE**

Responsabilidad

● **NO PUEDO**

Con las injusticias

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Orgullosa

● **MARKETING**

Estrategia

● **¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA**

RECIBIR?

Algo del League of Legends

● **¿QUÉ TÉCNICA DE**

RELAJACIÓN TIENE?

Respiración diafragmática

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO

ELEGIRÍA?

Japón

BBVA Seguros

En ese living la viste crecer, aseguralo

Cada parte de tu hogar tiene una historia

Nuestro Seguro de Hogar se adapta a vos. bbvaseguros.com.ar

