



informe

operadores de mercado



15° Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro de AVIRA

Inclusión + Innovación

El Futuro de los Seguros de Vida y Retiro

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



Inclusión e Innovación en Seguros de Personas

Con gran participación tanto presencial como virtual, se llevó a cabo el 15° Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro organizado por AVIRA, que contó con la participación de la Subsecretaria de Servicios Financieros del Ministerio de Economía de la Nación, Lic. Natalia Capurso; de la Superintendente de Seguros de la Nación, Adriana Guida; y de María Inés Guzzi, Presidenta de AVIRA, además de especialistas internacionales en el tema. Presentamos las ideas principales desarrolladas por los expositores.

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.gov.ar | N° de inscripción B46



Guzzi. «Las aseguradoras no solo vendemos seguros de vida de protección sino también productos con capitalización. Cuidar las inversiones es cuidar la promesa de producto que hemos hecho».

Escribe **Lic. Anibal Cejas**

El pasado 1° de septiembre, **AVIRA**, la **Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina**, realizó su ya tradicional Seminario Internacional. Fue la edición número 15. Cabe destacar que este evento no se suspendió ni siquiera durante la pandemia, cuando se hizo en forma virtual.

Bajo el lema «**Inclusión + Innovación**», el Seminario repasó distintos aspectos relativos a la definición de los seguros inclusivos, sus canales de comercialización, diseño de productos, análisis de necesidades de las poblaciones objetivo y casos de éxito.

- Los expositores internacionales convocados fueron:
- **Luciana Dall'Agnol**, de Brasil, **Superintendente de Relaciones con el Consumidor y Sustentabilidad de la Confederación Nacional de Empresas de Seguros**.
 - **Andrea Camargo**, de Colombia, **Senior Insurance Specialist del Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas**.
 - **Hugues Bertin**, CEO y **Fundador de Digital Insurance LATAM**.

La anfitriona, **María Inés Guzzi**, **Presidenta de AVIRA**, agradeció a los asistentes, presentó la agenda del evento, y destacó que «la pandemia transformó a las personas y organizaciones y que estos cambios llegan a las empresas y gobiernos con la necesidad de crear un nuevo orden».

Luego, continuó: «Desde AVIRA pensamos que ese proceso está en marcha y por ello llevamos nuestras ideas a otros ámbitos, destacando la importancia de nuestro rol en la sociedad.»

TRAYECTORIA QUE NOS UNE



Hace un año que comenzamos un nuevo recorrido. Nos renovamos porque para nosotros lo más importante de nuestra trayectoria, es consolidar la de nuestros clientes y productores asesores.



N° de inscripción en SSN
0032

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





▲ María Inés Guzzi, Presidente de AVIRA, Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina.

➔ En ese marco, nos comprometimos con la **Alianza del Seguro** con la idea de que estamos viviendo una transformación desde lo humano, lo social y lo político.

En otro momento de su disertación, anunció: «Estamos trabajando en un documento que expresa nuestro punto de vista destinado a todos aquellos que tengan vocación de conducir nuestro país.

El documento ordena todas las oportunidades que tiene el mercado asegurador para crecer y todas las condiciones necesarias para lograrlo».



Inversiones

Guzzi también se refirió a la importancia de las inversiones en el sector de Vida y Retiro: «Las aseguradoras no solo vendemos seguros de vida de protección sino también productos con capitalización. Cuidar las inversiones es cuidar la promesa de producto que hemos hecho».

Seguros inclusivos

La elección de este tema no es casual. Durante su presentación, Guzzi informó que AVIRA (entidad con 27 años de trayectoria que nuclea a 43 de las principales compañías del ramo) puso de relieve el trabajo de la cámara enfocado en analizar oportunidades en ámbitos menos desarrollados del mercado: «Así surgió el proyecto de **Seguros Inclusivos**, en 2020. Elaboramos un documento que cuenta con experiencia de otros países de la región en esta temática y un análisis de nuestro mercado local y posibilidades de desarrollo. También sugerimos cambios normativos que harían posible un ámbito de negocios para que las compañías operen este tipo de productos de manera sostenible».

Autoridades nacionales

Luego de las palabras de apertura de María Inés Guzzi, la **Superintendente de Seguros de la Nación, Adriana Guida**, pasó revista a las acciones del regulador.

La funcionaria anunció que se lanzará un proyecto para



▲ Adriana Guida, Superintendente de Seguros de la Nación

fomentar la cultura aseguradora: «Este proyecto permitirá reestablecer el programa **El Seguro va a la Escuela**, para que los niños conozcan la importancia del seguro. También incorporaremos **El Seguro va a los Barrios**, para que la población tome conciencia de la necesidad de estar asegurados. Y que sepan que el seguro está hecho a la medida que cada uno necesite. Sobre todo, el Seguro de Vida y de Retiro.

Asimismo, estamos reforzando el programa **Mujeres y Seguros**. Argentina ganó el concurso realizado por la IAIS.

Dentro del organismo, hemos reestablecido el **Departamento de Orientación al Asegurado**, con la finalidad que las personas se pongan en contacto con la SSN para evacuar dudas y solucionar algún tipo de problema».

Hacia el final del evento, **Natalia Capurso, Subsecretaria de Servicios Financieros del Ministerio de Economía de la Nación**, hizo uso de la palabra, poniendo énfasis en el **apoyo y el acompañamiento del sector asegurador a las políticas públicas relativas al financiamiento del Estado**. En este sentido, Capurso manifestó: «Desde el Ministerio de Economía, en particular desde la Secretaría de Finanzas, nos sentimos muy acompañados por el sector asegurador. Venimos tomando distintas medidas que nos están permitiendo normalizar el mercado de pesos y sanar las finanzas del Estado, y mejorar los perfiles de vencimiento de deuda dando mayor certidumbre y previsibilidad al mercado. Las licitaciones fueron fundamentales para el proceso de reconstrucción del mercado de pesos y el financiamiento del Tesoro. Por eso, agradecemos el apoyo de todo el sector asegurador en las distintas licitaciones que llevamos adelante, sobre todo en el último canje de deuda, en donde el sector participó en el 100% del canje. Esto nos permitió despejar vencimientos concentrados en los meses de agosto, septiembre y octubre, descomprimiendo las finanzas del Tesoro.

El fortalecimiento del mercado de deuda pública en pesos es necesario para achicar la dependencia y reducir las exposiciones que tenemos a las variaciones de las economías internacionales y a vaivenes del tipo de cambio».



▲ Natalia Capurso, Subsecretaria de Servicios Financieros del Min. de Economía de la Nación

Experiencias internacionales

El primer panel internacional fue moderado por **Rosana Techima, Directora General de CNP Argentina**, e integrante de la **Comisión Directiva de AVIRA**.

De esta manera, la ejecutiva dio paso a la exposición de **Luciana Dall'Agnol**, quien se concentró en **la experiencia brasileña en cuanto la normativa y la implementación de los seguros inclusivos**.



▲ Rosana Techima, Directora General de CNP Argentina

«Para analizar los seguros inclusivos en Brasil hay que estudiar el marco regulatorio y su evolución -indicó-. El microseguro se introdujo en el marco regulatorio brasileño en diciembre de 2011. La normativa los definió como seguros para poblaciones de bajos ingresos, o microempresarios individuales.

En 2012 el regulador sectorial reguló las operaciones de microseguros. También se publicaron normas para los canales de distribución de seguros inclusivos que autorizaron venta de seguros masivos y por canales minoristas. Dichas regulaciones fueron consideradas muy estrictas porque establecían límites máximos a las coberturas y autorización para operar solo en algunas ramas.

Por ello se entendió que había poco margen de operación. Desde 2019 hubo una revisión y se implementaron reglas más generales. Por ejemplo, se estableció una regla de conducta y atención del cliente (transparencia, lealtad y otros, durante todo el ciclo de vida del producto)».

Más adelante, señaló: «En cuanto a la distribución, se autorizó la distribución a cadenas minoristas (que pueden vender seguros con o sin relación con los productos comercializados), así como redes bancarias y de lotería, siempre teniendo en cuenta la capilaridad de dichos canales, y que pueden atender a segmentos a los que no llegan los canales tradicionales.

La normativa también establece que quienes intervienen en la cadena de consumo tienen responsabilidad solidaria entre ellos, razón por la cual las aseguradoras pueden ser responsabilizadas directamente por los actos de sus corresponsales comerciales, en especial, los minoristas».



▲ Luciana Dall'Agnol, Superintendente de Relaciones con el Consumidor y Sustentabilidad de la Confederación Nacional de Empresas de Seguros de Brasil (pantalla izquierda).

▲ Andrea Camargo, Senior Insurance Specialist del Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas (pantalla derecha).

A continuación, **Andrea Camargo**, se refirió a los **elementos indispensables para desarrollar una estrategia de seguros inclusivos**.

En primer término, explicó en qué consiste una experiencia exitosa en seguros inclusivos: «Los seguros inclusivos se han definido como productos para poblaciones que generalmente no tienen acceso a los seguros tradicionales, o tienen acceso a coberturas que no representan sus perfiles de riesgo.

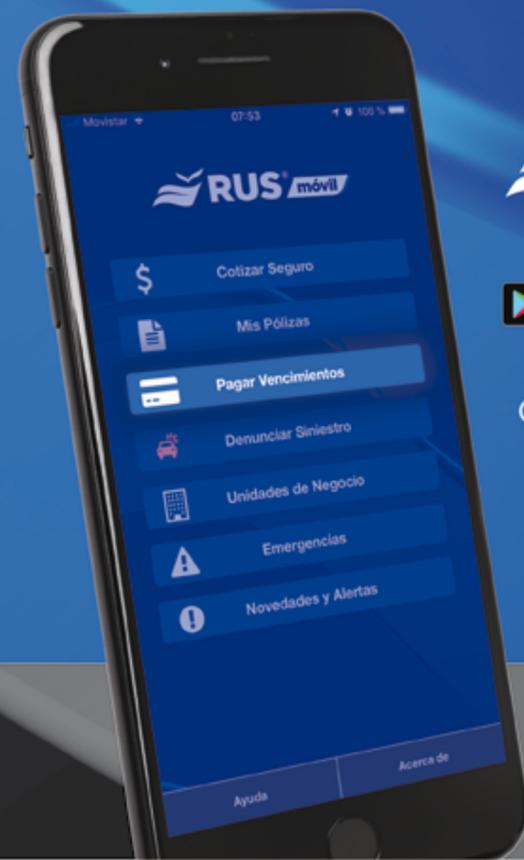
En ese concepto global de seguros inclusivos, encontramos otras categorías, como el microseguro. Este concepto se refiere a seguros para una población en especial, generalmente de bajos ingresos. En algunos casos, esto también incluye a microempresarios, como ocurre con la regulación de Perú.

Hay otras categorías como la comercialización masiva, que tiene la capacidad de integrar una elevada cantidad de beneficiarios. ➔»



▲ Alejandro Massa, Director Ejecutivo de AVIRA; Adriana Guida, Superintendente de Seguros de la Nación; y María Inés Guzzi, Presidente de AVIRA.

RUS presenta su botón de pago!



Descargá



DISPONIBLE EN Google Play

Consíguelo en el App Store

o ingresá en **rus.com.ar**



Nº de inscripción en SSN 0360

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



Estar cerca es que sepan que siempre estás para dar una mano.





Escaneá el código QR y descargá la app.



Mucho más cerca tuyo.

Nº de inscripción en SSN 0360

Atención al asegurado 0800-666-8400

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





▲ María Inés Guzzi, Presidente de AVIRA; Natalia Capurso, Subsecretaria de Servicios Financieros del Ministerio de Economía de la Nación; y Alejandro Massa.

VIDA Y RETIRO

➤ El seguro masivo está muy determinado a llegar a la mayor cantidad de asegurados posible, sin tantos miramientos.

A mi juicio, un caso de seguros inclusivos es exitoso teniendo en cuenta varios criterios. Uno de ellos es el tema de la masa crítica. **Un seguro inclusivo exitoso lo es porque llega a una alta cantidad de asegurados.** Un seguro que llega a muchos es financieramente sostenible a largo plazo. Desde la perspectiva de los gobiernos, este es un criterio importante porque marca que se está promoviendo la inclusión financiera. Tener una elevada masa de asegurados demuestra que efectivamente se está cerrando la brecha de protección. De esta manera, los seguros inclusivos masivos cumplen con el mandato de incrementar la inclusión financiera.

« Un seguro inclusivo exitoso lo es porque llega a una alta cantidad de asegurados. Un seguro que llega a muchos es financieramente sostenible a largo plazo »

Otro aspecto es que el riesgo sea pertinente, atendiendo las necesidades de la población objetivo. Y tener en cuenta las particularidades del beneficiario para impulsar un seguro inclusivo permite vincular el seguro con otras estrategias de transferencia de riesgos como el ahorro.

También es importante desarrollar estrategias de mercadeo visuales, que tengan poco texto.

Por ejemplo, en el caso de ofrecer seguros inclusivos a poblaciones aisladas, sin acceso a servicios móviles, la estrategia de distribución no puede utilizar teléfonos móviles. Estas particularidades tienen que ser tenidas en cuenta a la hora de diseñar la propuesta.

En suma, todas las características del producto y todas las estrategias de distribución que voy a establecer, son puntos importantísimos para el éxito de los seguros inclusivos».

Más adelante, enfatizó: «Un factor importante es que el Supervisor tenga en cuenta posibles conflictos de intereses en la cadena de distribución. Y también, el asesoramiento. A veces ocurre que se observa, con el paso del tiempo, que los asegurados no conocen que están asegurados, ni el alcance de la cobertura, y las tasas de siniestralidad son sumamente bajas porque la gente no hace la denuncia del siniestro porque no conoce la cobertura. Por ello, estos son aspectos que el regulador debe tener muy en cuenta».

tpcseguros

iConocé
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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

informe
operadores del mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 30 / Nº 722 - Septiembre 2022

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES
www.informeoperadores.com.ar

https://www.instagram.com/informeoperadores/ - https://twitter.com/InformeOperador

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

COLABORADORES

Lic. Anibal Cejas
Dra. Gabriela Álvarez

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 - 0416

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Hugues Bertin, CEO y Fundador de Digital Insurance LATAM.

VIDA Y RETIRO



→ Innovación

Luego de una pausa para el café, que fue muy aprovechada por los presentes para el reencuentro y el networking, **Hugues Bertin, Fundador y CEO de Digital Insurance Latam**, expuso sobre **la innovación y disrupción en seguros de personas**.

«Hoy los dos nuevos drivers de los seguros son **la sustentabilidad y la inclusión**», disparó al inicio.

«En Francia -comentó-, se hizo una encuesta que consultaba si los encuestados estaban dispuestos a pagar 10% más en caso que se garantice que su aseguradora cumple con una política de sustentabilidad. Lo relevante es que el 53% de los encuestados de entre 18 y 24 años dijo que sí. En los rangos etarios mayores, esta respuesta disminuyó. Esto demuestra concretamente que nuestro consumidor de hoy y de mañana está dispuesto a pagar más por la sustentabilidad.

Esto es un cambio de paradigma. Las personas mayores consideramos que no es relevante pagar más por la sustentabilidad. Pero la realidad es que hoy sí importa.

Otro tema: ¿Quién está preocupado por el cambio climático en el mundo? Una encuesta revela que los más preocupados son los latinoamericanos. Esto también es un cambio de paradigma porque antes pensábamos que los más preocupados serían los europeos o norteamericanos.

Nosotros en Latinoamérica tenemos clientes preocupados por el medio ambiente y dispuestos a tomar alguna acción en concreto para preservarlo. En cambio, las aseguradoras en LATAM no están haciendo acciones importantes relacionadas con el cambio climático».

«**Hoy los dos nuevos drivers de los seguros son la sustentabilidad y la inclusión**»

Su conclusión sobre estos datos fue que «**hoy sabemos que, a largo plazo, un negocio que no tenga impacto se muere; tenemos que volver a poner el impacto como eje fundamental**».

Más adelante, presentó un interesante ejemplo sobre seguros para choferes de Cabify contra el riesgo de padecer cáncer. Esto se solucionó con la tecnología. «La tecnología nos permite que cada chofer pueda activar la cobertura y sumar cobertura por cantidad de viajes -señaló-.

Otro ejemplo es el caso de Brasil. Nubank (el banco digital más grande del mundo con 70 millones de clientes) comenzó a vender seguros de Vida en forma digital. Hicieron una alianza con Chubb para vender seguros de Vida en Brasil y a la fecha han logrado vender 700.000 pólizas. Pero lo que más me llama la atención es que más del 50% de esos clientes, nunca habían comprado un seguro. **Esto se llama inclusión**.

Prudential, con Mercado Libre y la participación de Klimber, lanzó algo parecido hace un mes y medio. Es claro que hay que analizar el tipo de asesoramiento que se brinda. Y hay que ver cómo evoluciona esa cartera. Pero traigo este ejemplo para indicar que ahí también se está buscando la inclusión.

Hoy, la tecnología nos permite generar seguros inclusivos».



Protegemos a todos los miembros de la familia

| Seguro para mascotas.

Nº de inscripción en SSN 0157 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

LIDERES EN SEGUROS DE CAUCIÓN

NUESTRO ESTILO



ADAPTABILIDAD

CREATIVIDAD

TRABAJO EN EQUIPO

COMPROMISO



Fianzas y Crédito
S.A. Compañía de Seguros

Nº de inscripción en SSN 0253

Atención al asegurado 0800 666 6400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Por la inflación y el cepo al dólar crece el Seguro de Retiro

Junto a Andrés Moll, Jefe de Vida y Retiro del Grupo Asegurador La Segunda; Guillermo Pellerano, Gerente General de San Cristóbal Retiro; Irene Capusselli, Gerente General de Orígenes Seguros de Retiro; y Matías Manzo, Gerente de Prevención Retiro, analizamos el funcionamiento del Seguro de Retiro, y las posibilidades que brinda en un contexto inflacionario y dolarizado.

Escribe Lic. Anibal Cejas

Entre marzo de 2021 y marzo de 2022, la producción de primas de Seguros de Retiro creció 1,2% en términos reales. Expresados en pesos a moneda corriente, la producción de primas a marzo de 2022 ascendió a 15.375 millones. 2.098 millones corresponden a Seguros de Retiro Individual y 13.276 millones a Retiro Colectivo.

El sistema contaba, al 31 de marzo de 2022, con 42.903 pólizas individuales y 673 colectivas, estas últimas con 1.421.550 certificados. Esto en relación al período de Ahorro.

En período de renta, había 149 pólizas individuales y 19.275 certificados.

Había 1.464.453 asegurados en Período de Ahorro. Los Rentistas de Seguros de Retiro Individual y Colectivo eran 19.641. Los Rentistas de Renta Vitalicia Previsional eran 115.653. Y 9.526 derivados de Riesgos del Trabajo.

El sistema contaba con 257 mil millones de pesos en Reservas Matemáticas, al 31 de marzo de 2022.

De acuerdo al testimonio de los ejecutivos entrevistados por Informe Operadores de Mercado, la inflación y el cepo al dólar han revitalizado el interés por los Seguros de Retiro.



«Estamos experimentando un redescubrimiento del seguro de retiro individual en dólares. Las restricciones para tomar cobertura en moneda dura, así como la falta de alternativas en pesos que ofrezcan resguardo contra la inflación, con seguridad y liquidez, alientan este tipo de coberturas», destacó Andrés Moll, Jefe de Vida y Retiro de La Segunda.

Seguidamente, Guillermo Pellerano, Gerente General de San Cristóbal Retiro, consideró: «En general influyen positivamente, porque las personas entienden que alguna decisión deben tomar respecto de su dinero ahorrado, sobre todo cuando se trata de una suma que quiere tenerse como respaldo o no quiere ser gastada en algún bien o servicio».

Por su parte, Irene Capusselli, Gerente General de Orígenes Seguros de Retiro, explicó: «El seguro de retiro es un instrumento de ahorro pensado para el mediano y largo plazo. Por eso la inflación es un grave problema, ya que dificulta poder mantener e incrementar el valor de los ahorros de los asegurados, en moneda peso. Esta situación, sumada a las restricciones para la compra de dólares, hizo que los asegurados se interesen por productos 'dólar linked' que siguen la evolución del dólar oficial».

Por último, Matías Manzo, Gerente de Prevención Retiro, aseveró: «El contexto actual de inestabilidad económica y las restricciones cambiarias, claramente generan la necesidad de buscar nuevas alternativas financieras que ayuden a sortear estos inconvenientes. Desde Prevención Retiro, ofrecemos distintas opciones para contrarrestar los efectos de la inflación y evitar la pérdida del poder adquisitivo de sus ahorros, sea con nuestro producto en pesos o en dólares, según el perfil del cliente».

La demanda de seguros de retiro es muy positiva y lo vemos reflejado en nuestro constante crecimiento».

En dólares

¿Cómo funcionan las pólizas nominadas en dólares, y cuáles son las posibilidades de inversión?

Capusselli respondió: «Estas pólizas reciben aportes del asegurado en pesos que se convierten a dólares, al tipo de cambio oficial de la fecha del ingreso del aporte. A la hora de rescatar los fondos, el asegurado recibe pesos por los dólares ahorrados convertidos al tipo de cambio oficial del día del pago. Claramente es una forma de invertir pesos al tipo de cambio oficial, con la ventaja de que, como todos los productos de retiro, la compañía garantiza tanto el capital aportado como una rentabilidad mínima garantizada, que en nuestros productos de retiro en dólares es del 1% anual».

Marsh

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.

www.segurometal.com

En 60 años cambiaron muchas cosas.

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

Nº de inscripción en SSN 0295

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

Manzo expuso la misma situación: «Al contratar una póliza de retiro nominada en dólares, los aportes se realizan en moneda nacional (pesos), considerando el tipo de cambio oficial BNA. El mismo criterio se aplica al momento de solicitar un rescate o cobrar el beneficio.»

En el caso de **Prevención Retiro**, en lo que refiere a la cartera en dólares, la estrategia sigue siendo la inversión en activos vinculados a la variación del dólar oficial (dólar linked), emitidos por empresas que presentan un bajo riesgo crediticio, y que permitan obtener rendimientos en dólares superiores a la tasa garantizada. En la misma línea, se destinó un porcentaje a activos dólar linked emitidos por el estado nacional y diferentes gobiernos provinciales.

La cartera se encuentra principalmente invertida en activos con vencimientos de mediano y largo plazo, lo que se traduce en una buena posición para afrontar cualquier tipo de variación en el tipo de cambio oficial.

Por su parte, **Pellerano** comentó: «Nosotros tenemos dos productos en dólares, uno que se aporta y retira en dólar billete y otro que se aporta y retira en pesos, al tipo de cambio oficial. Esta segunda alternativa es una forma práctica y sencilla de dolarizar los pesos y de cubrirse contra la devaluación del tipo de cambio dólar/peso.»

Moll finalizó: «En el caso de nuestra empresa, todos los movimientos son nominados en dólares, pero se reexpresan a pesos al tipo de cambio vendedor del BNA. El asegurado hace sus aportes en pesos, que se reexpresan a dólares a dicho tipo de cambio. En el futuro, cuando el asegurado haga un rescate o tome la opción de una renta, los pagos que haga la compañía desarrollarán el proceso inverso, convirtiendo esos dólares a pesos al tipo de cambio de ese momento. En esta dinámica, toma un rol fundamental la brecha cambiaria. En particular, este es un muy buen momento para el eventual asegurado.»



▲ Andrés Moll, Jefe de Vida y Retiro de La Segunda

Para todos

Más adelante, **Manzo** comentó: «En nuestro país, dentro del ramo, se ofrecen distintas alternativas de seguros de Retiro para individuos. Así también, existe el producto Retiro Colectivo, destinado al segmento empresas. Ambas opciones ofrecen la alternativa de contratación tanto en pesos como en dólares.»

Luego, **Pellerano** amplió: «Existen seguros de retiro individuales (los contratan las personas para sí mismas) y colectivos (los contrata una entidad para un grupo de personas que tiene un vínculo con la misma).»

A su vez, estos seguros pueden ser en pesos y en dólares. Y estos últimos pueden ser integrados y retirados en dólar billete o en pesos al tipo de cambio oficial.»

Por su parte, **Moll** nos contó: «En cuanto a moneda de contratación, estamos ofreciendo las alternativas de pesos y dólares con las condiciones comentadas anteriormente.»

En cuanto a los planes comerciales, la compañía tiene tres opciones. Una enfocada en el ahorrista mediano, que quiere hacer un ahorro con el excedente de sus ingresos mensuales; un plan para inversores que quieran destinar sumas más importantes por única vez; y planes destinados a asegurables que desean contratar una renta de modo inmediato con un aporte único. Nuestro equipo de asesores puede moldear los planes para adaptarlos a necesidades particulares.»

La ronda concluyó con **Capusselli**: «El mercado ofrece diferentes tipos de seguros orientados al ahorro. Algunos cubren primero la vida de la persona y luego una parte de los aportes conforman el ahorro (productos de vida con ahorro).»

Si hablamos exclusivamente de ahorro, el Seguro de Retiro es la opción por excelencia. La mayoría de las compañías ofrecen ➡



▲ Irene Capusselli, Gerente General de Orígenes Seguros de Retiro



Innovación y Compromiso al servicio de nuestros Productores de Seguros



FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar



NUEVO

Seguro de Hogar Premium

Elegí un Seguro de Hogar Integral con más coberturas y beneficios.



Nuevas Coberturas:



RC Hechos Privados
Incluye razas peligrosas de perros.



Objetos Específicos fuera del domicilio
(Con declaración del bien).
Cobertura de bicicleta y monopatin eléctrico.



Extensión de cobertura a vivienda de vacaciones.



Accidentes Personales para el personal doméstico.

- Servicio de Asistencias para el Hogar
- Servicio de Asistencias para Mascotas
- Club de Beneficios Colón

Para más información comunicate con tu Productor Asesor de Seguros o llámanos al 0810 222 6566.



📍 Alicia Moreau de Justo 170 C1107AAD - CABA - Argentina | ✉ comercialpas@colonseguros.com.ar | 🌐 www.colonseguros.com.ar | 📱 / colonseguros

Cobertura de Seguros brindada por Colón Compañía de Seguros S.A. Los servicios de asistencia son prestados por Colón Servicios y Asistencias S.A. El presente anuncio no constituye ni podrá considerarse una formal oferta de seguro sino una simple invitación a solicitar la cobertura referida en el presente folleto o publicidad. Reservándose Colón Compañía de Seguros S.A. la facultad de aceptar o rechazar la solicitud de seguro en base a su sólo criterio.



PERSONAS



▲ Guillermo Pellerano, Gerente General de San Cristóbal Retiro

► productos en pesos y solo algunas suman la opción de otra moneda como el dólar, en la modalidad 'dólar linked', con aportes y rescates en pesos al tipo de cambio oficial.

Existen tanto productos para las personas físicas (retiros individuales) como para las empresas (retiros colectivos), en ambos casos con productos para la etapa de ahorro o de retiro (rentas vitalicias o temporarias).

Inversiones

¿Cómo evolucionó la rentabilidad de las inversiones en el contexto que presenta el país?

Moll se mostró satisfecho: «En cuanto a la rentabilidad en dólares, hemos tenido en los últimos años rentabilidades por sobre las garantizadas, que son del 2% anual. Hemos superado dicha meta más que sobradamente.

En cuanto a la rentabilidad en pesos, el foco es la protección de los ahorros contra la inflación. Estamos logrando el objetivo manteniendo los niveles de riesgo en valores muy razonables.

Del mismo modo, Manzo compartió: «En nuestro caso puntual, la buena performance de nuestra cartera nos permite obtener rendimientos financieros por encima de otras herramientas del mercado. De esta manera, nuestros productos de retiro son una alternativa ideal para que los clientes capitalicen sus ahorros en el mediano y largo plazo».

Después, Capusselli manifestó: «En el último ejercicio comercial, las inversiones, en especial los títulos públicos que representan una porción importante de las carteras de las aseguradoras, no arrojaron buenos resultados y el proceso de recuperación es aún incierto. En este nuevo ejercicio 2022/23, probablemente también tengamos mucha volatilidad.» ►



▲ Matías Manzo, Gerente de Prevención Retiro

GALENO

BIENESTAR ES
CONTAR CON

Planes Médicos y Seguros



PLANES MÉDICOS

Todas las coberturas y la mayor infraestructura sanatorial propia - Sanatorios de la Trinidad



SEGUROS PATRIMONIALES

Autos y Flotas, Motos, Hogar, Caucción, Integrales de Comercio y de Consorcio, Todo Riesgo Operativo, Agro, Técnico, Responsabilidad Civil, Incendio, Robo



SEGUROS DE PERSONAS

Vida Colectivo (obligatorios y optativos), Accidentes Personales, Vida Saldo Deudor, Sepelio



ART

Cobertura integral en el ámbito laboral, cuidando la salud del trabajo



GALENO.COM.AR - GALENOSEGUROS.COM.AR

Nos une el mismo propósito.

Nos une el compromiso de siempre.

Grupo San Cristóbal



Nº de matrícula en SSN
0442 - 0620 - 0192

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





Finalmente, **Pellerano** afirmó: «El horizonte de nuestros planes es de mediano y largo plazo, puesto que al ser productos de renta variable, siempre es necesario esperar su maduración y la obtención de las oportunidades de rentabilidad que aparecen secuencialmente en el tiempo.

Nuestros asegurados han recibido históricamente una excelente rentabilidad medida en forma comparativa tanto a otros productos alternativos como así también frente a la inflación, con el agregado de la garantía del capital aportado que por regulación tienen nuestras pólizas».

Portafolio

La oferta de productos del mercado es amplia y variada. El mercado ofrece productos para todos los presupuestos, en pesos y dólares, como ya se indicó, y de aseguradoras diversas: privadas, estatales, cooperativas, nacionales, extranjeras.

Sobre las coberturas de la aseguradora del **Grupo Sancor Seguros**, **Manzo** comentó: «En **Prevención Retiro** ofrecemos productos tanto para el segmento Individual como Colectivo. En ambas líneas brindamos la posibilidad de contratación en pesos o en dólares. En todos los casos, nuestro seguro de Retiro posee beneficios adicionales. Entre ellos:

- **Acceso gratuito a los servicios de 'Llamando al Doctor'**, un consultorio virtual que ofrece atención médica calificada e inmediata por videollamada, disponible las 24 horas, todos los días del año.
 - **Servicio de Óptica Digital**, una tienda online donde nuestros asegurados pueden acceder a un amplio catálogo de productos, a precios mucho más convenientes que en el mercado.
 - **Sitio de autogestión** para realizar gestiones en cualquier momento y lugar.
- Todo ello se complementa con el asesoramiento personalizado que ofrecen nuestros Productores Asesores y el respaldo de **SANCOR SEGUROS**».

Desde **La Segunda**, **Moll** indicó: «Ofrecemos todas las coberturas que están presentes en el mercado, tanto en términos de moneda, como de planes de rentas, flexibilidad de aportes, y demás parámetros que permiten que nuestro producto se adapte a las necesidades de cada cliente. Entendemos que es un producto que debe ser personalizado para satisfacer las expectativas que depositan en nosotros».

Pellerano especificó que estas coberturas consisten en: «Planes de ahorro e inversión mediante los cuales las personas hacen uno o más aportes voluntarios a una cuenta (que en nuestro caso es una póliza) de acuerdo a sus posibilidades, deseos o fines. Cada mes, esas pólizas reciben una capitalización de la rentabilidad que la compañía obtiene para esos fondos».

Capusselli, por su parte, manifestó: «Dentro del Ramo Individual, ofrecemos pólizas en pesos o en dólares al tipo de cambio oficial, con aportes mensuales, o con aportes iniciales significativos complementados con aportes periódicos menores.

El asegurado puede disponer de sus fondos en cualquier momento que lo desee, por eso es ideal no sólo como complemento jubilatorio, sino para algún fin determinado, con la tranquilidad de tener siempre el capital y una rentabilidad mínima garantizados.

También contamos con **'Scholarship'**, que asegura la continuidad de estudios de los niños garantizando que el menor cuente con los medios para afrontar los pagos de su carrera.



Si hablamos de Seguros de Retiro Colectivo, son la principal herramienta de fidelización, motivación y retención de Personal Clave, y de captación de los mejores talentos. Se utilizan como complemento para la prestación previsional, disminución de la rotación o pago de diferentes gratificaciones, entre otras, y también para promover una cultura de ahorro en el personal.

Estos seguros cuentan con beneficios económicos e impositivos que varían de acuerdo a la situación de los asegurados y se realizan tanto en pesos como en dólares al tipo de cambio oficial».

Asimismo, se ofrecen coberturas para fines determinados, con un horizonte de inversión menor al largo plazo que representa la etapa del retiro.

Al respecto, **Moll** consideró: «El seguro de retiro ha sido siempre considerado en términos del fin de la vida activa y, en tal sentido, como una cobertura de largo plazo.

En los últimos tiempos -gracias a la colaboración de nuestros productores- hemos generado opciones de cobertura para atender necesidades del mediano plazo. Es visible la búsqueda de un ahorro que permita acceder a fondos disponibles para satisfacer necesidades de plazos más cortos. Desde un ahorro destinado a la educación futura de los hijos, hasta para la compra de bienes muebles o incluso anticipos de bienes inmuebles. Las opciones son ilimitadas y dependen de los deseos de los asegurados. La flexibilidad que ofrece el seguro de retiro es clave para adaptarlo a estos propósitos».

Pellerano acordó: «En tanto los planes se adaptan flexiblemente a la capacidad de ahorro de las personas, con el paso del tiempo van generando un fondo disponible en cualquier momento y para cualquier circunstancia. Esta forma de ahorrar e invertir se vuelve efectiva tanto para consolidar un capital de respaldo previsional, como para hacer frente a cualquier imprevisto inmediato o alcanzar objetivos intermedios, como los que requieren solventar un pago que no alcanza a ser cubierto con el ingreso mensual disponible del asegurado».

Manzo tirió: «Ese es un aspecto de los seguros de Retiro que no todos conocen. Es necesario que los clientes los incorporen como una forma de ahorro con una rentabilidad garantizada y muchas veces superior a la de otras herramientas financieras, sumando ventajas impositivas que les permiten mejorar sus ingresos, además de la disponibilidad de los fondos al momento en que lo deseen, sin necesidad de esperar hasta el retiro».

Perspectivas de desarrollo

Para finalizar, los ejecutivos reflexionaron sobre las posibilidades de desarrollo del seguro de retiro en Argentina.

Pellerano se mostró optimista: «Las perspectivas siempre son alentadoras. Más allá de la coyuntura y de algunos problemas cíclicos de Argentina, la oportunidad de ahorrar y la necesidad de preservar ese capital siempre están presentes. Las personas sacrifican una cuota de consumo actual por la expectativa de un consumo futuro, razón por la cual nuestros planes se vuelven una opción fundamental que garantiza rentabilidad y seguridad».

En la misma línea, **Moll** observó: «La pandemia generó una visibilización de los seguros de personas en general. De algún modo, esto tiene repercusiones también para los seguros de retiro.

Por otra parte, existe en nuestra sociedad una percepción negativa del sistema previsional, por lo tanto aquellos que pueden generar ahorro en base mensual y tienen una cierta conciencia de futuro, nos consultan con la finalidad de asegurar su futuro. Sumado a lo anterior, las dificultades para acceder a instrumentos de ahorro que conjuguen rentabilidad y seguridad, ponen en un escenario destacado a los seguros de retiro.

Por todo lo anterior, somos optimistas respecto del seguro de retiro en los próximos años. Si estos factores fueran acompañados con incentivos impositivos reales, las perspectivas serían muy superiores».

Capusselli, por su parte, especificó: «La recuperación del nivel de actividad será clave para dinamizar los negocios y posibilitar un crecimiento de nuestra industria, por lo que el desarrollo del seguro de retiro deberá sortear varios obstáculos en el corto y mediano plazo.

En cuanto a **Orígenes**, consideramos que un escenario de crisis también es un escenario de oportunidades y de reposicionamiento, por lo que esperamos poder seguir creciendo a pesar de las dificultades y desafíos».

Y **Manzo** concluyó: «La conciencia aseguradora en materia de Retiro está creciendo, aunque si comparamos el mercado argentino con países del primer mundo, tenemos mucho por hacer. La inestabilidad económica y los efectos de la alta inflación generan que la toma de decisiones esté estrictamente enfocada en lo inmediato, postergando las acciones con efecto a largo plazo.

Es indispensable que cada vez más personas tomen conciencia de la situación problemática que atraviesa el sistema previsional y de lo importante que es comenzar a planificar el futuro ahora. La implementación de una educación financiera en edades tempranas también es fundamental para fomentar la cultura del ahorro.

Desde el origen de **Prevención Retiro**, ese fue nuestro objetivo: redefinir lo que se entiende por retiro, para que sea comprendida como una etapa de disfrute, en la que también se puede seguir proyectando y, para ello, es fundamental tener un plan durante nuestra etapa laboral activa».

Acompañamos cada momento de tu vida

0810.222.2444

Consultá con tu productora o productor asesor de seguros o en provinciaseguros.com.ar



Nuestra misión:
Proteger al equipo de salud.

Uno de cada dos médicos está cubierto por Seguros Médicos.



SEGUROS MEDICOS: Viamonte 1674. Tel. (5411) 5811-3510 / 3918 / 3519 | info@segurosmedicos.com.ar | www.segurosmedicos.com.ar

Nº de inscripción en SSN 0749 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn |  SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



Los últimos fallos judiciales ponen en juego la Seguridad Jurídica

La inseguridad jurídica reinante en seguros es un tema realmente preocupante para las entidades. Extender la responsabilidad de una Aseguradora por fuera de los límites fijados en el contrato y tenidos en cuenta a la hora de determinar el importe de la prima, pone en peligro no sólo la estabilidad de las Compañías, sino también su capacidad de afrontar las obligaciones asumidas con sus Asegurados. Como muestra de la actitud de los juzgadores a la hora de regular en materia de seguros, esta nota expone y analiza algunos de los fallos más relevantes de los últimos tiempos.

Escribe Dra. Gabriela Álvarez

La relación entre el contrato de seguros y las decisiones de los jueces fue desde siempre materia de controversias, discusiones e interpretaciones de lo más variadas. Fallos que se contradicen, sentencias que desvirtúan la existencia misma de los contratos de seguros, provocan grandes dolores de cabeza a las aseguradoras. El desconocimiento reinante en los estrados judiciales de esta materia tan específica como lo es el ámbito asegurador, sumado al hecho de tener como contraparte en su mayoría personas físicas que han pasado por alguna tragedia que pone en marcha el uso del seguro contratado, provoca que **muchos jueces pongan su mirada en la defensa de la víctima, ignorando los límites fijados en el contrato. La consideración del seguro como un contrato de adhesión, refuerza aún más esa postura.**

La sanción de la **Ley de Defensa del Consumidor Nro. 24240** que tuvo lugar en nuestro país en el año 1993, **puso aún más en jaque la interpretación de las normas de la ley de seguros a la luz de esta nueva normativa**, que aún al día de hoy se discute si está en pie de igualdad con la ley de seguros, es superior a ella, o es inferior por modificar en algunos aspectos la ley específica de la materia. Sumado a ello, la Reforma Constitucional de 1994, en su artículo 42, otorgó jerarquía constitucional a los derechos del consumidor.

Inseguridad Jurídica

Sólo a modo de ejemplo de la inseguridad jurídica que reina hoy en la materia, la **Ley 24240 de Defensa del Consumidor**, en su reforma del año 2008 a través de la Ley 26.361, estableció en su artículo 50: «Prescripción. Las acciones judiciales,



las administrativas y las sanciones emergentes de la presente ley prescribirán en el término de TRES (3) años. Cuando por otras leyes generales o especiales se fijen plazos de prescripción distintos del establecido precedentemente, se estará al más favorable al consumidor o usuario. La prescripción se interrumpirá por la comisión de nuevas infracciones o por el inicio de las actuaciones administrativas o judiciales». Esta reforma, al establecer la necesidad de desplazar aquellas leyes que establecieran plazos más perjudiciales para el consumidor, generó gran cantidad de fallos judiciales sosteniendo que esta nueva disposición debía aplicarse al ámbito asegurador, modificando de esta forma la **Ley de Seguros** que establecía un plazo de prescripción de 1 año, pasando a tener en cuenta el plazo de 3 años fijado por la Ley de Defensa del Consumidor, por considerarlo más favorable al consumidor.

Posteriormente, ya en el año 2015, se produce un hecho de gran importancia en el ámbito jurídico de nuestro país

como lo fue la sanción del **Nuevo Código Civil y Comercial de la Nación**, a través del cual se derogó el anterior Código Civil, como así también el Código de Comercio vigente hasta ese momento. Los mismos autores del proyecto original del nuevo Código Civil y Comercial de la Nación, así se llamó, consideraron en sus fundamentos que el mismo respetaba los otros microsistemas normativos autosuficientes, tratando de no modificar otras leyes, excepto que ello fuera absolutamente necesario. A *prima facie*, ello indicaría que el texto del nuevo Código no contendría modificaciones respecto de la **Ley de Seguros** (17418), la **Ley de Entidades de Seguros y su control** (20091) y del **Régimen Legal de los Productores Asesores de Seguros** (22400). Sin embargo, en su texto dispuso algunas modificaciones puntuales de otras normas que se encontraban en vigencia en el momento de su sanción. Precisamente, una de ellas fue la redacción del mencionado artículo 50 de la **Ley de Defensa del Consumidor**, el cual quedó redactado de ➡



SPECIAL DIVISION
REINSURANCE BROKERS

CONNECTING PEOPLE

We see change as opportunity,
We see our clients as partners



www.specialdivisionre.com



info@specialdivisionre.com



Conocé los beneficios de pertenecer a AAPAS

¡Asociate!





JUDICIALIDAD

invocarlo, deben circunscribirse a sus términos (artículo 1022 del Código Civil y Comercial de la Nación)». Asimismo, destaca que «la obligación del asegurador de reparar el daño tiene naturaleza meramente 'contractual', y si su finalidad es indemnizar al asegurado de los perjuicios sufridos por la producción del riesgo asegurado, su origen no es el daño sino el contrato de seguro. De tal manera, la pretensión de que la aseguradora se haga cargo del pago de la indemnización 'más allá de las limitaciones cuantitativas establecidas en el contrato' carece de fuente jurídica que la justifique y, por tanto, no puede ser el objeto de una obligación civil».

« La pretensión de que la aseguradora se haga cargo del pago de la indemnización 'más allá de las limitaciones cuantitativas establecidas en el contrato' carece de fuente jurídica que la justifique y, por tanto, no puede ser objeto de una obligación civil »

➔ la siguiente manera: «Prescripción. Las sanciones emergentes de la presente ley prescriben en el término de tres años. La prescripción se interrumpe por la comisión de nuevas infracciones o por el inicio de las actuaciones administrativas».

Tal como surge del nuevo texto legal, la norma ha suprimido lo atinente a las acciones judiciales, por ende aquellos fallos que postulaban la aplicación de la Ley del Consumidor a juicios vinculados al contrato de seguro en lo relativo al plazo de prescripción, quedarían sin sustento normativo alguno.

Si bien hacemos referencia en este caso puntual al plazo de prescripción, la misma situación se dio con diversos temas relativos al ámbito asegurador, tales como la inoponibilidad de los límites de cobertura fijados en el contrato de seguros, las exclusiones por culpa grave del asegurado, los efectos de la denuncia extemporánea, entre otros.

A raíz de esta situación, la jurisprudencia se ha ido expresando a través de sus fallos adoptando dos posturas claramente diferenciadas, una que podemos denominar restrictiva y otra que daremos en llamar amplia. Aquellos doctrinarios que se inclinan por la postura restrictiva consideran que la Ley de Seguros Nro. 17.418 y la Ley de Defensa del Consumidor Nro. 24.240 tienen idéntica jerarquía, pero la normativa que rige el contrato de seguro es una ley específica de dicho ámbito que prevalece sobre una norma de carácter general como es la relativa al consumidor. Asimismo, consideran que ni la Ley de Defensa del Consumidor, ni el nuevo Código Civil y Comercial modifican en forma alguna a ninguna de las leyes que regulan el mercado asegurador argentino, lo que implica que no corresponde ir más allá de lo que los propios autores de dichas normativas señalaron. Agregan además que, si bien la normativa de la Ley Nro. 24.240 debe proteger al consumidor ante cláusulas generales predisuestas (como ocurre en el contrato de seguro), ello solo se justifica cuando el Estado no se encuentra presente en la regulación específica de ese sector, situación que no acontece en el ámbito de la actividad aseguradora debido a que la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) es una entidad autárquica que aprueba las cláusulas de las pólizas, controla las reservas técnicas de las aseguradoras para hacer frente a los siniestros y la suficiencia de su capital mínimo, entre otras tareas.

Por otro lado, aquellos autores que se inclinan por la postura amplia, basan su razonamiento en la importancia de la aplicación del artículo 42, al considerarlo como una norma de protección del consumidor que adquirió relevancia constitucional en la última Reforma. Como fundamento legal de su postura, destacan lo dispuesto por el artículo 1094 del Código Civil y Comercial de la Nación, el cual dispone: «Interpretación y prelación normativa. Las normas que regulan las relaciones de consumo deben ser aplicadas e interpretadas conforme con el principio de protección del consumidor y el de acceso al consumo sustentable. En caso de duda sobre la interpretación de este Código o las leyes especiales, prevalece la más favorable al consumidor».

Como muestra de la actitud de los juzgadores a la hora de regular en materia de seguros y, en muchos casos, la inseguridad jurídica que ello genera en nuestro país en materia de contratos de seguros, vamos a exponer algunos de los fallos más relevantes de los últimos tiempos.

Inoponibilidad de los Límites de Cobertura

La discusión acerca de si los límites fijados por el contrato de seguros en lo relativo al alcance de las coberturas son aplicables, o no, viene de larga data. Esto se da principalmente en lo que hace a las coberturas de Responsabilidad Civil, y se genera en base a argumentos que consideran que las cláusulas que ponen un freno al límite de la cobertura resultan abusivas para el consumidor, toda vez que si tenemos en cuenta que el propósito perseguido por la Ley de Seguros -en virtud de la función social del contrato- es mantener indemne al tercero damnificado, que la víctima es un tercero ajeno a la relación contractual entre el asegurado y el asegurador, dicho freno no debería aplicarse.

En lo que hace al aspecto judicial, esta discusión pareció terminada en el año 2017, cuando la Corte Suprema de Justicia de la Nación, dictó el fallo «Flores, Lorena Romina c/ Gimenez, Marcelino Osvaldo y otro s/ Daños y perjuicios (acc. trán. c/ les. o muerte)», que a su vez hizo alusión al fallo «Buffoni, Osvaldo Omar c/ Castro, Ramiro Martín s/ daños y perjuicios». En él, la Corte consideró que: «...sin perjuicio de señalar que el acceso a una reparación integral de los daños padecidos por las víctimas constituye un principio constitucional que debe ser tutelado y que esta Corte ha reforzado toda interpretación conducente a su plena satisfacción, ello no implica desconocer que el contrato de seguro rige una relación jurídica entre los otorgantes (artículos 957, 959 y 1021 del Código Civil y Comercial de la Nación) pues los damnificados revisan la condición de terceros frente a aquellos que no participaron de su realización, por lo que si pretenden

A pesar de ello, la discusión no quedó zanjada en este ámbito, puesto que al día de hoy continúan dictándose condenas en exceso de las sumas aseguradas.

En el expediente «Gómez Rocca, Javier Hernán y otros c/ Creatore, Víctor Juan y otros s/ daños y perjuicios (acc. trán. c/ les. o muerte) (nota 1)», la Cámara condenó en exceso de la suma asegurada fijada en el contrato de seguro de un establecimiento educativo, indicando que «...de esta manera se violenta el servicio asegurativo que, indirectamente, recae sobre las víctimas de accidentes, para quienes el seguro contra la responsabilidad civil cumple una función de garantía en la efectiva percepción de la indemnización del daño. (...) Aceptar esta cláusula limitativa de responsabilidad implicaría desnaturalizar las obligaciones que se encuentran a cargo de la aseguradora en un contrato de seguro 'normal', al contrariar los deberes esenciales o naturales del contrato, o sea, su fin». A pesar de ello, cabe destacar que este decisorio fue posteriormente revocado por la CSJN, ratificando los argumentos esgrimidos en el Fallo Flores: la «función social» del contrato de seguro no implica la reparación de todos los daños de los terceros damnificados con indiferencia de los límites establecidos en el contrato de seguros. La obligación que tiene la compañía de seguros de reparar el daño es de naturaleza contractual.

Dentro de los fallos más recientes podemos citar «Carames, Claudia Mariela y otro c/ Orellana Montañón, Ever y otros s/ daños y perjuicios (acc. tran. c/les. o muerte)», dictado en el ➔



Tu hogar protegido con Allianz





JUDICIALIDAD

➔ mes de agosto de 2021, en el cual se fundó la **inoponibilidad del límite de la cobertura de un seguro de responsabilidad civil**, argumentando que la cláusula en cuestión desnaturaliza la función social del seguro, desvirtuando el propósito de la ley que lo insertó.

El 4 de febrero de 2021, en autos «*Acuña, María Angélica y otros c/ Romario SRL y otros s/daños y perjuicios*», la sala A de la **Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil**, frente al reclamo de una transeúnte que padeció una caída por un montículo de materiales y escombros depositados en la acera de un local gastronómico, consideró que el monto de la suma asegurada estipulada en el contrato de seguro de responsabilidad civil del comercio y la franquicia eran inoponibles a la víctima, reclamante en autos, mencionando que: «*Aceptar esta cláusula limitativa de responsabilidad implicaría desnaturalizar las obligaciones que se encuentran a cargo de la aseguradora en un contrato de seguro 'normal', al violentar los deberes esenciales o naturales del contrato, o sea, su fin. Ello frustraría las expectativas razonables que legítimamente tienen los asegurados, contrariando las raíces del contrato. Es, evidentemente, una cláusula abusiva que traslada sus efectos no solo a la parte adherente, sino también a los damnificados... Añadido, al respecto, que la regulación de las obligaciones que competen a la aseguradora frente al damnificado no se agota en lo contractual, sino que está integrada también por la Ley de Seguros y la demás normativa que resulte aplicable. En particular, las normas administrativas que instituyen al seguro de responsabilidad civil como obligatorio para aquellos que lleven a cabo la actividad gastronómica con fines comerciales al aire libre tienen por función, indudablemente, proteger a las eventuales víctimas de accidentes mediante la contratación de seguros que les permitan, llegado el caso, cobrar montos indemnizatorios razonables.*».

A pesar de ello, en otro fallo dictado por la misma Sala A de la Cámara, de fecha 30/12/2021, apenas unos meses después, en autos caratulados «*Ferreira, Nancy Beatriz c/Ghilini, Pedro Julio y otro s/daños y perjuicios*», donde la parte actora reclamó por los daños sufridos en un balneario por deficiencias de las instalaciones, **los jueces dispusieron la condena al asegurador en la medida del seguro contratado, es decir, respetando el monto de la suma asegurada y de la franquicia pactadas**. Así, el tribunal sostuvo: «*En casos como el de autos estamos ante un seguro voluntario, que tiene su fuente en el art. 109 de la Ley de Seguros, en cuanto impone al asegurador la obligación de mantener indemne al asegurado por cuanto éste debe a un tercero a consecuencia de un riesgo cubierto por la póliza; es evidente, pues, que la contratación se realiza en exclusivo interés del asegurado, no del tercero damnificado... Que solo puede realizarse una correcta interpretación técnica y jurídica del art. 109 evaluándolo en consonancia con lo que prescribe el art. 118 de la citada Ley de Seguros, en el sentido de que la obligación de indemnidad que compromete al asegurador lo es en 'la medida del seguro', lo que significa que lo será de acuerdo con sus condiciones, términos, limitaciones y exclusiones de la póliza...».*

Cabe destacar que **este tipo de fallos, donde los jueces declaran inoponibles los límites de cobertura fijados en el contrato de seguros, no constituyen una regla general, sino por el contrario, son sólo una minoría**. Sin embargo, seguimos encontrando fallos de esta naturaleza al día de hoy, a pesar del dictado del *Fallo Flores*, por parte de la Corte Suprema de Justicia de la Nación.

Prescripción de la Ley

Tal como adelantáramos más arriba, el tema del plazo de prescripción de la ley continuó siendo un tema de debate.

Por un lado, la Sala D de la **Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial**, en un fallo del mes de agosto de 2021, en autos: «*Ovelar, Raúl Francisco C/ Federación Patronal Seguros S.A.*», señaló que: «*Si bien es cierto que el régimen de defensa del consumidor, también invocado por el recurrente, puede ser aplicado a la actividad asegurativa y protege al consumidor de seguros, no lo es menos que la aplicación de la ley 24.240 en la órbita de la ley 17.418, reclama una adecuada interpretación... No puede sostenerse que el plazo de prescripción anual que establece una norma especial, pueda considerarse ampliado por otra que tiene un carácter general. La actividad aseguradora posee ➔*

CONSULTORÍA ACTUARIAL / SOFTWARE TÉCNICO

24 años de experiencia en servicios actuariales y software técnico en Argentina como FM&A – Fernando Mesquida y Asociados. Hoy como Milliman, ofrecemos nuestra experiencia única, incluyendo:

- Software analítico (precios – reservas – capitales)
- Software de administración (vida)
- Plan de Negocios
- Desarrollo de productos innovadores
- Asesoramiento estratégico
- M & A

Para obtener más información, contacte a:

Fernando Mesquida
fernando.mesquida@milliman.com

Hector Gueler
hector.gueler@milliman.com

milliman.com
Paraguay 610 Piso 25 - (54 11) 4314-6230



aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.


rasa
Reaseguradores Argentinos SA

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

➔ un fundamento técnico que debe ser respetado, so pena de minar las propias bases del sistema. Los efectos de la relación entre las partes (tomador/asegurado y compañía aseguradora) no quedan limitados al marco del contrato particular, sino que se expanden a toda la mutualidad de asegurados».

Sin embargo, a tan sólo unos días de diferencia, una resolución emitida por la Sala C de la misma Cámara, en el expediente: «Silva, Viviana Isabel C/ Edificar Seguros S.A.», en el cual, ante el planteo de prescripción de la aseguradora demandada por haberse excedido el plazo estipulado en la Ley de Seguros, se señala que: «La ley 24.240 no establece hoy ningún plazo específico de prescripción para las acciones que derivan del derecho del consumidor. La doctrina acepta que, cuando el legislador modificó el citado art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor, no dejó -ni podría haber dejado- esas acciones sin plazo de prescripción, por lo que, a falta de plazo específico, ellas pasaron a estar regidas por el art. 2560 del Código Civil y Comercial. Si esto se acepta, forzoso es aceptar también que esa norma se incorporó al sistema consumerista, encargándose de regir la prescripción de las acciones respectivas. Ninguna norma, por más especial que sea, puede desplazar a las que rigen el derecho del consumidor, dada la mayor jerarquía constitucional de éstas... El art. 2560 del Código Civil y Comercial establece, es verdad, una norma general, pero que tiene esa particularidad: está llamada a regir la generalidad de las relaciones de consumo, lo cual revela la intención legislativa de integrarla al sistema respectivo y, por ser esa su materia, desplazar a toda otra norma que le sea ajena. Si se acepta que la derogación del plazo de prescripción previsto en el art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor dio paso a la aplicación del art. 2560 del Código Civil y Comercial, forzoso es concluir que ésta es la norma que se ocupa del asunto cuando nos hallamos ante acciones derivadas del derecho del consumo. Para determinar si una norma integra o no el sistema, no es su carácter general o especial, sino que ella cumpla con los recaudos previstos en ese art. 3 de la ley 24.240, a saber: por un lado, que se halle destinada a regular relaciones de consumo; y, por el otro, que lo haga de modo tal que incorpore la solución más favorable al consumidor... Aplicados los principios de dicho art. 3 de la ley 24.240 al caso, es claro que, aun si se aceptara que el art. 58 de la Ley de Seguros regula esta materia, ese artículo no podría considerarse parte del sistema, toda vez que, como es claro, el art. 2560 del Código Civil y Comercial también regula lo mismo y lo hace en términos que superan el test que aquella norma exige efectuar. No parece válido sostener que, relegando a un segundo plano la común sustancia consumeril de todas estas acciones, la ley haya concebido para ellas diferentes regímenes de prescripción fundados, no en la pertenencia de la acción respectiva a este ámbito, sino en el contenido específico del contrato o relación que en cada caso estuviera involucrado, por lo cual, se concluye que teniendo



en consideración que si se aplica al caso el plazo de cinco años previsto en el citado art. 2560, la acción no se hallaba prescripta, la defensa ensayada habrá de ser desestimada».

Ley de Seguros como Ley de Consumo

En un fallo de agosto del año pasado, dictado en autos «A., J.A. c/ Liderar Compañía General de Seguros S.A.», en los que se accionó contra el asegurador y contra el productor por la falta de pago de la indemnización debida con motivo del hurto de un camión, la Sala A de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial dispuso liberar de responsabilidad a este último, basándose en dos fundamentos. Por el primero de ellos, declaró que en este caso, tratándose el bien asegurado de un camión destinado a su explotación comercial, no resultaba aplicable la Ley de Defensa del Consumidor y, por lo tanto, quedaba excluida de toda responsabilidad el productor. Por el segundo, la Cámara sostuvo que el productor asesor de seguros no puede quedar incluido en las previsiones antes citadas del artículo 40 de la LDC: «...En tanto la normativa que rige la actividad de las aseguradoras requiere de estas últimas el cumplimiento de, entre otras, exigentes pautas de información con respecto a las características de la sociedad que llevará adelante la actividad, sobre la identidad de sus socios y su situación financiera, además de exigir el cumplimiento de un nivel mínimo de capitalización, la adopción de ciertos recaudos especiales al llevar la contabilidad e imponer una limitación de las opciones de inversión del ente; todo ello a fin de que, entre otras cosas, garantizar que esas compañías se encuentren en condiciones de responder por los riesgos asegurados». Y agregó que dichas exigencias no son requeridas al productor de seguros, respecto de quien la Ley N° 22.400, que regula esa actividad, no prevé, «ni siquiera en forma refleja, la obligación de

dar cumplimiento a las indemnizaciones prometidas en la pólizas en cuya celebración intervengan».

En el mes de septiembre del año 2016, la Sala F del mismo Tribunal en autos caratulados «Maggio, Rocio c/ Aseguradora Federal Argentina S.A.», resolvió en sentido contrario.

Ampliación de las Enfermedades Profesionales

En un fallo cuestionado, y pese a que el Síndrome de Burnout (cabeza quemada) y el estrés laboral no están incluidas en el listado de enfermedades profesionales de Argentina, la Cámara del Trabajo de Río Cuarto ordenó que una Aseguradora de Riesgos del Trabajo (ART) indemnice a un empleado bancario, a raíz del ambiente que vivía en su trabajo. Es así que sostuvo: «Es procedente admitir el reclamo de la prestación dineraria del art. 14.2 a. de la Ley 24557 porque se acreditó que el actor padeció estrés laboral o síndrome de burnout y resulta evidente que el empleador demandado no adoptó medidas para prevenir situaciones de ambiente hostil en el establecimiento, ni tampoco realizó los exámenes médicos periódicos, responsabilidad que también le compete a la aseguradora». El caso en cuestión, se trató de una demanda presentada por un hombre que trabajó durante 12 años como asesor de ventas de seguros en un reconocido banco internacional en la ciudad de Río Cuarto y en la ciudad de Villa María. El actor debía concretar y cumplir, a partir del sistema de objetivos propuestos por los empleadores, una cantidad notoriamente alta de ventas por mes, bajo apercibimiento de ver disminuidas sus remuneraciones y hasta de perder su puesto de trabajo si no se cumplía con las cantidades exigidas. Es así que la jueza consideró que «el sistema de objetivos (de la entidad bancaria), aunado a la presión, la exigencia y la alta competitividad instaurada en el ambiente laboral, junto con el trato ejercido por parte de los superiores jerárquicos, generó un terreno fértil para el desencadenamiento de la enfermedad denunciada, por el alto estrés y presión emocional e intelectual... la enfermedad contraída y las dolencias que aquejan al actor deben calificarse como enfermedad profesional... la enfermedad burnout diagnosticada al actor guarda vinculación con el ambiente y exigencias del trabajo y con el modo en que las empleadoras diagramaban la prestación de tareas y organización del rendimiento laboral».

Conclusiones

La inseguridad jurídica reinante en la materia seguros es un tema realmente preocupante para las aseguradoras. No olvidemos que éstas, deben constituir reservas suficientes para mantener su nivel de solvencia, las cuales son calculadas por los actuarios en base a métricas respecto de la frecuencia, gravedad y costo de los siniestros, lo que da como resultado el importe de las primas que deberán abonar la masa de asegurados. Por tal motivo, extender la responsabilidad de la aseguradora por fuera de los límites fijados en el contrato y tenidos en cuenta a la hora de determinar el importe de la prima, pone en peligro no sólo la estabilidad de las compañías, sino también su capacidad de afrontar las obligaciones asumidas con el resto de los asegurados.

Por lo expuesto, considero de suma importancia el respeto por el contrato de seguros, y las cláusulas allí fijadas, las cuales entre otras cosas están también reguladas por la Superintendencia de Seguros de la Nación. **La seguridad jurídica nos permite fijar reglas claras de juego a la hora de evaluar los riesgos que corremos de la solvencia de las compañías para hacer frente a ellos.**

Conferencia Magistral «La Era del Desorden» de RUS



© Marcos Urarte: «La mejor forma de predecir el futuro es inventarlo, gestionando y pensando cómo enfrentar posibles situaciones». El lunes 12 de septiembre, invitado por Río Uruguay Seguros (RUS) en el marco de las actividades de la Universidad Corporativa (U-RUS), Marcos Urarte -reconocido geopolítico de referencia mundial- participó como orador de la Conferencia Magistral: «La Era del Desorden» que fue destinada al capital humano de la empresa, productoras y productores de seguros e invitados especiales. La charla, que tuvo un formato híbrido (presencial y por streaming), se realizó con el propósito de reflexionar sobre los cambios a nivel mundial durante los últimos 160 años, el impacto en diferentes ámbitos, sobre todo el empresarial, la capacidad de adaptación de las organizaciones y cómo éstas deben prepararse para el futuro. Si bien la jornada estuvo a cargo de Urarte, contó además, con la presencia de Pasqual Llongueras, director general de la Alianza del Seguro y presidente de la consultora internacional Génesis Latam; y de Juan Carlos Lucio Godoy, presidente ejecutivo de Río Uruguay Seguros, quienes fueron los responsables de las palabras de apertura.

Respecto a la temática y referenciando la transformación digital de RUS, Juan Carlos Lucio Godoy, expresó: «Nosotros buscamos diferenciarnos y trabajamos intensamente para llegar a la digitalización y lo logramos. En esa búsqueda de diferenciación está la reputación y eso es algo que en los mercados vale mucho. No se trata solamente de la plata, los fierros o la tecnología, sino fundamentalmente del pensamiento y la estrategia, en definitiva, del colectivo intelectual que está conduciendo la organización y avanzamos bastante en ese sentido. Para hacer los cambios hay que prepararse y eso se logra estudiando. Hay que hacer del cambio una cultura permanente y transmitir ese pensamiento constantemente».

En esa misma línea, Pasqual Llongueras afirmó: «No podemos entender el futuro sin haber interpretado el presente conociendo de dónde venimos. Es importante entender qué hemos hecho y qué han hecho otros para saber realmente qué impactos puede tener en el futuro. Esta charla, 'La Era del Desorden', nos sirve para pensar en cuáles son los aprendizajes que tenemos que tener para poder proyectar el presente hacia el futuro y cuáles son los posibles horizontes».

Por su parte, el orador Marcos Urarte, remarcó la importancia de la visión de las empresas hacia el futuro e insistió en que las mismas no tienen que pensar sólo en 'sobrevivir' sino en trabajar para perdurar en el tiempo. «Es imprescindible que las empresas cuenten con dos planes de acción: uno a corto plazo y otro a medio y largo plazo. El plan de acción a corto plazo tiene que tener un enfoque defensivo, es decir, de abordaje de las gestiones diarias, mientras que el plan de acción a medio y largo plazo tiene que tener un enfoque prospectivo y proactivo, es decir de gestión hacia el futuro y de preparación para el mismo». Asimismo, Urarte señaló que «la mejor forma de predecir el futuro es inventarlo, gestionando y pensando cómo enfrentar posibles situaciones» y que para ello, «analizar el pasado y el presente de la empresa es clave para proyectar ese presente al futuro». A esto, Urarte lo llama «proyactiva estratégica» que consiste en «proyectar el presente al futuro identificando los puntos fuertes de la empresa para potenciarlos poniendo al cliente como centro de todas las decisiones».

Cabe destacar que al finalizar la conferencia, tanto Urarte como Llongueras recibieron unos presentes por parte de RUS en agradecimiento por su participación y aporte intelectual a la compañía. Foto: Pasqual Llongueras, Marcos Urarte y Juan Carlos Lucio Godoy.

AAPAS y el Sindicato del Seguro se unen para dar un beneficio exclusivo a sus socios



© AAPAS firmó un convenio con el Sindicato del Seguro para otorgarle un nuevo beneficio para Socios de AAPAS. Consiste en un 20% de descuento sobre la tarifa publicada para PAS en hoteles del Sindicato del Seguro. Esta bonificación es exclusiva para socios de AAPAS y su grupo familiar primario.

En la reunión donde se selló el acuerdo, estuvieron presentes por parte del Sindicato del Seguro, su Secretario General, Jorge Sola, y la Secretaria de la Mujer, Familia, Juventud y Derechos Humanos, Stella María Chiarelli. Y del lado de AAPAS, Sebastián Del Brutto (Presidente), Nicolás Saurit Román (Vicepresidente), y Martín Caoiro (Prosecretario).

Los alojamientos disponibles están ubicados en Mar del Plata, Bariloche, Paso de la Patria, La Falda, Buenos Aires, Córdoba y Mendoza.

Los socios de AAPAS podrán acceder al formulario para obtener su descuento, desde la página web del Sindicato del Seguro.

Breves de Informe

Grupo Sancor Seguros organizó un encuentro para sus Continuidadores de Cartera



© Los días 8 y 9 de septiembre, Grupo Sancor Seguros invitó a sus continuadores de cartera a participar de dos jornadas en Sunchales (Santa Fe), donde tiene su Casa Central. La acción se realizó en el marco de su programa «DALE Continuador», orientado precisamente a este público.

Durante el primer día, los participantes (provenientes de distintas zonas, como Buenos Aires, Casa Central, Córdoba, Mendoza, Rosario, Santa Fe, Tucumán y Bahía Blanca) tuvieron oportunidad de recorrer las instalaciones del Nuevo Edificio Corporativo del Grupo, conocer sobre CITES, la propuesta de valor del área de Servicios al Productor Asesor de Seguros y la Sede Social de AOSS y AMPASS (Asociación de Organizadores de Sancor Seguros y Asociación Mutual de Productores Asesores de Sancor Seguros, respectivamente), así como el Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES) y el Espacio de Diálogo Interreligioso.

Por la noche, compartieron una cena en la que estuvo presente el Director de RRRP y Servicios al Productor Asesor de Seguros, Osiris Trossero, junto a Gerentes de su área, y disfrutaron de un show humorístico.

En la jornada siguiente, previo al almuerzo, los Continuadores realizaron un taller sobre «Técnicas para las Conversaciones Difíciles» y desarrollaron actividades lúdicas de «Team Building», con el objetivo de promover la integración entre los equipos, mejorar la comunicación y aumentar la productividad y motivación entre los participantes.

«A través de estos encuentros, acompañamos a los Continuadores para que puedan conocer más en profundidad nuestro Grupo y para facilitar la transición generacional en el seno de sus respectivas Organizaciones», concluyó Osiris Trossero.

La Caja celebró el mes de las infancias a lo largo del país



© En el marco del mes de las infancias, La Caja, a través de su programa The Human Safety Net, celebró el mes de las infancias a nivel federal junto a más de 22 organizaciones sociales. Durante agosto y septiembre, las sucursales de La Caja acompañaron a cada institución de su localidad en un evento para niños, niñas y sus familias para celebrar el mes de las infancias.

Como parte del Grupo Generali, La Caja, a través del programa global The Human Safety Net, busca promover una cultura solidaria: una red de personas ayudando a personas. Se trabaja con las familias de las comunidades más vulnerables y se les brinda herramientas para que transformen su vida por medio de dos organizaciones: «Fundación Emmanuel» y «Haciendo Camino».

En su festejo, se propusieron acciones para compartir tiempo de calidad en familia. Se entregaron libros de juegos para que sigan creando momentos mágicos y lúdicos en sus casas. De esta manera, poder afianzar su relación y mejorar el desarrollo infantil emocional. En total, fueron 22 acciones en diecisiete provincias con el compromiso de más de 90 voluntarios, 350 familias y productores de seguros de La Caja para que este día permanezca en sus memorias. Las mismas fueron: Catamarca, Neuquén, Formosa, Salta, Tucumán, Santa Fe, Chubut, Misiones, La Rioja, Santiago del Estero, Buenos Aires, CABA, Jujuy, San Luis, Mendoza, Río Negro, Córdoba.



«Es sumamente gratificante aportar nuestro granito de arena acompañando a organizaciones que trabajan todos los días para mejorar la calidad de vida de las infancias y sus familias. Estoy orgullosa de formar parte de esta red de personas ayudando a personas», comentó Carla Ponce, gerente de Empleos, Clima Organizacional y RSE de La Caja.

La Segunda lanza su rebranding de la mano de grandes creativos de nuestro país



© La marca evoluciona y se potencia tras un trabajo de dos años junto a agencias de primera línea, como son Shakespeare Works y Young & Rubicam (VMLY&R). Tras un proceso de dos años de investigación y desarrollo, el Grupo Asegurador La Segunda lanzará el rebranding para su firma realizado gracias al trabajo profesional de las mejores agencias de publicidad del país. De esta forma, en breve llegarán novedades en el sector de los seguros que conocerá la potencia de la nueva identidad de la marca, con un relanzamiento adaptado a los cambios culturales, donde la innovación, la sostenibilidad y los desafíos tecnológicos son claves.

Para este desarrollo se trabajó con dos aliados estratégicos, la consultora Shakespeare Works y la agencia de publicidad Young & Rubicam (VMLY&R), más el equipo profesional de comunicación y marketing de La Segunda. La expectativa es grande, porque los rebranding son procesos de resurgimiento de las marcas, donde se vuelve a poner en valor la propia esencia de la compañía que está pronta a cumplir 90 años.

Llega una marca clara y potente

El gerente de Marketing y Comunicación de La Segunda, José Novo, explica que «estamos contentos porque trabajar con Shakespeare y con Young & Rubicam es una experiencia muy enriquecedora, igual que trabajar con nuestras agencias tradicionales. Sentimos que pudimos capitalizar cada hito, cada logro comunicacional que fuimos alcanzando para representar la evolución de la empresa -como lo fueron los conceptos de 'Una manera de vivir' y 'La primera sos'- y generamos una nueva síntesis, otra vez clara y potente, de lo que es La Segunda».

A la vez destaca que La Segunda es «una empresa que en serio pone a las personas y la comunidad en primer lugar. Que quiere ser una gran aseguradora, y que a la vez tiene un propósito social real. Que quiere impulsar un modelo de negocio justo y transparente, bajo una forma de ser cooperativa, con más colaboración y confianza entre las personas».

Trabajar con los grandes

La experiencia del trabajo en conjunto fue muy motivadora para todos los equipos. En el caso de Young & Rubicam, el presidente de la agencia en Argentina, Santiago Olivera, destaca que «estamos muy, muy contentos por esta oportunidad que nos da La Segunda de trabajar junto a ellos en la nueva etapa que está iniciando. Es una marca que tiene unos valores excepcionales, un equipo humano único y una energía contagiosa que la convierte en muy especial. Para todos nosotros en VMLY&R es un desafío súper inspirador y confiamos en integrarnos de la mejor forma posible».

En lo que respecta al equipo de la consultora de branding, su experiencia la relata Lorenzo Shakespear, su director: «Después de una etapa muy intensa de entrevistas y análisis concluimos que La Segunda es la aseguradora que hace tangible la promesa de modernidad, la permanencia, la innovación y la solidez de una marca humana y comprometida con la construcción de un mejor futuro para la comunidad». Además, explica el contexto en el que se producen los cambios, teniendo en cuenta que «La Segunda siempre se percibe cercana, y así, la interacción se construye siempre con claridad y empatía. Las personas siempre hacen la diferencia. No olvidemos que junto con las tecnologías y los contextos sociales y políticos, también cambian las personas. La pulsión generacional de los clientes más jóvenes es muy distinta a la de los clientes de las últimas décadas, pero La Segunda ha sabido interpretar estas diferencias».

Otro punto interesante que señalan desde Shakespeare es que «cuando una marca es entendida como fuente de valor, construye respeto, confianza y preferencia. Cada vez que la marca actúa, inspira, crea y contagia valor. Claridad, identidad, confianza, orden, innovación, calidad, respeto, cercanía, son evocaciones históricamente afines a La Segunda. Pero deben planificarse, diseñarse y sostenerse en el tiempo para poder honrarse».

Por último, José Novo destacó que «con Young y Shakespeare nos volvimos a encontrar con equipos no solamente de un alto nivel profesional, sino también de un alto nivel humano. Estamos cómodos, en la misma sintonía, sinceramente estamos fluyendo con una armonía que hace todo más fácil y, gracias a ello, sin dudas más productivo. La verdad que estamos orgullosos, tanto del resultado del trabajo en conjunto como del vínculo que establecimos con las agencias y sus equipos. Estoy seguro que eso garantiza que la nueva marca y sus campañas, van a poder reflejar todo lo que La Segunda representa en términos de empresa y de involucramiento social».

Si bien aún hay que esperar para conocer el nuevo rebranding de La Segunda, lo cierto es que podemos asegurar que lo que llega es una revalorización de una marca que ya está muy cerca de cumplir sus 90 años de vida haciendo historia en el campo de los seguros y pensando en todo un futuro para las nuevas generaciones.

La Mutua de Productores Asesores de Sancor Seguros (AMPASS) renovó sus autoridades



En septiembre, la Asociación Mutua de Productores Asesores de Sancor Seguros (AMPASS) celebró su Asamblea Anual Ordinaria. En el marco de este evento, se procedió a la renovación de autoridades para el ejercicio 2022-2023, de acuerdo con el siguiente detalle:

COMISIÓN DIRECTIVA AMPASS

Presidente: José María Loughlin

Vicepresidente: Raúl Oscar Meroni

Secretario: Martín Antonio Alcaraz

Tesorero: Franco Enrique Ferrari

Vocales Titulares:

Laura Gabriela Calado

Gonzalo Manuel Riera

Guillermo Enrique Sánchez

Vocales Suplentes:

Salvador Ángel Assenza

Santiago Nicolás Ferrero

Luis María Lehmann

Junta Fiscalizadora Titulares:

Rodrigo Ignacio Guadagnoli

Hugo Santiago Chinellato

Juan Carlos Di Gennaro

Junta Fiscalizadora Suplentes:

Néstor Raúl Revelante

Marcela Alejandra Fariás

Fabrizio Cardonato

«El compromiso de esta nueva Comisión Directiva es el de continuar bajando con vocación de servicio, apertura al diálogo y espíritu de mejora continua, a fin de velar por el bienestar de nuestros Asociados y alcanzar los diversos objetivos que la entidad se proponga durante el periodo», resaltó el Presidente de AMPASS, José María Loughlin.

Se graduó la primera PAS del Programa de Beas de RUS y FAPASA

Días pasados, se recibió como Productora Asesora de Seguros (PAS) Diana Belén Aceredo, oriunda de Concepción del Uruguay, Entre Ríos, quien se convirtió en la primera becada graduada del Programa de Formación en Seguros impulsado por Río Uruguay Seguros (RUS) y la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de la Argentina (FAPASA). Diana es una de las 25 personas becadas de este programa que comenzó en mayo de 2021 a raíz de un convenio entre RUS y FAPASA, cuyo fin es capacitar en seguros a mujeres y a diferentes colectivos sociales brindándoles las herramientas y conocimientos necesarios para insertarse laboralmente.

La iniciativa forma parte de las diferentes acciones que RUS realiza, en el marco de su estrategia de Seguros por la Equidad, junto a la Asociación de Mujeres en Seguros (AMES) y a Estacubierto.com a modo de generar inserción laboral, social y financiera a través de la industria aseguradora. Quienes llevan adelante las capacitaciones del programa son profesionales de la Universidad Corporativa de Río Uruguay Seguros (U-RUS), de AMES y de FAPASA, que dictan las clases a través de una plataforma virtual abordando temáticas como la historia del seguro, su comercialización, difusión y otros contenidos afines.

Respecto a su experiencia, Diana contó: «¡Estoy super feliz! Vivir esto fue una experiencia muy importante para mí y siempre tuve el apoyo de RUS y de la gente de mi entorno que me incentivaron a seguir y a terminar de cursar. Durante la capacitación me sentí bien, también pasé por diferentes emociones porque hacía mucho tiempo que no estudiaba y tenía que adaptarme a todo lo nuevo, como por ejemplo a la modalidad virtual. Haber aprobado me pone contenta y por supuesto que me seguiré formando».

Cabe destacar que la reciente graduada como PAS integró un equipo que colaboró en el diseño del producto Salud Trans, una cobertura de salud ideada por RUS para personas transgénero que garantiza el goce de su salud integral. Acercó también formó parte del programa de capacitación para asistentes de seguros, un trabajo articulado entre RUS, la Dirección de Mujeres, Géneros y Diversidad de Concepción del Uruguay y la Oficina de Empleo de Concepción del Uruguay que cuenta con el respaldo del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.

Estas acciones impulsadas y acompañadas por RUS junto a diferentes entidades, tienen el fin de democratizar y promover el acceso de los seguros a todas las personas, contribuyendo no sólo a crear productos y servicios acordes a cada necesidad, sino también a generar inclusión laboral, social y educación financiera para mejorar su calidad de vida.

Breves de Informe

Normas de tránsito para ciclistas: todo lo necesario para circular con seguridad según La Perseverancia Seguros



En la actualidad, un porcentaje significativo de la población utiliza la bicicleta como medio de transporte, por lo que se vuelve imprescindible la difusión y el conocimiento sobre las normas de tránsito que aplican a estos vehículos.

Cada vez son más las personas que eligen trasladarse en bicicleta en vez de hacerlo en auto, ya sea por los bajos costos que implica, por contribuir con el cuidado del medio ambiente o por hacer más ejercicio.

A pesar de que una gran cantidad de gente la utiliza como medio de transporte, en muchos casos se desconoce las obligaciones que conlleva el uso de una bicicleta. Es por ello que el equipo de La Perseverancia Seguros, compañía líder en el país con más de 116 años de trayectoria, comparte las normas y los requerimientos necesarios a la hora de utilizar este vehículo sustentable.

Respetar las señales de tránsito: En primer lugar, es fundamental saber que la circulación en bicicleta se enmarca en la Ley Nacional de Tránsito (Ley 24.449), por lo que deben respetarse todas las señales de tránsito y normas comprendidas por esta ley.

Condiciones con las que debe cumplir una bicicleta para poder circular por la vía pública:

- Un sistema de rodamiento, dirección y freno en buen estado.
- Una luz blanca en la parte delantera y una luz de posición de color rojo en la parte trasera.
- Señalización reflectiva en pedales y ruedas.
- Espejos retrovisores de ambos lados.
- Timbre o bocina.
- Guardabarros sobre ambas ruedas.
- Protección:

Es fundamental que todos los conductores usen casco protector. Se recomienda, además, llevar ropa ajustada, para no correr riesgo de que se enganche con la cadena, y de colores claros, para ser vistos con facilidad. Es importante que el calzado se afirme con seguridad a los pedales.

Llevar el equipaje bien asegurado: Si se necesita transportar algún objeto, se debe contar con un portaequipaje adecuado para asegurar la maniobrabilidad y estabilidad de la bicicleta. Un dato importante a tener en cuenta es que el tamaño de la carga no puede exceder el largo del manubrio.

Llevar a los niños en sus asientos: El asiento utilizado para llevar niños debe cumplir los mismos requisitos que el portaequipaje, para que el conductor pueda maniobrar cómodamente y mantener la estabilidad del vehículo.

«Usar bicicletas como medio de transporte tiene múltiples beneficios, mejora el estado físico, contribuye a la disminución del calentamiento global y no demanda inversiones significativas», asegura Adalberto Bruzzone, director de La Perseverancia Seguros, y agrega, «como parte de nuestro compromiso con la comunidad, no sólo informamos sobre las normas de seguridad vial para la seguridad de todos los usuarios, sino que también contamos con un seguro de movilidad urbana que protege los bienes de nuestros asegurados».

Fernando Albano fue nombrado CFO de Allianz Argentina



Antes de incorporarse a Allianz Argentina, Fernando se desempeñó en Moody's por tres años y en HSBC Bank por otros seis, habiendo tenido también experiencia en la Superintendencia de AFP y en el Ministerio de Economía de la Nación.

Fernando Albano es Actuario y Lic. en Administración por la Universidad de Buenos Aires, tiene una especialización en Finanzas en el Banco Central de la República Argentina (BCRA) y es Chartered Financial Analyst del CFA Institute.

SanCor Salud, un Grupo dedicado al bienestar de las personas y empresas argentinas

Más de 700.000 personas le confían lo máspreciado, y más de 3500 empresas la eligen para cuidar a sus colaboradores. Con origen en Sunchales, Santa Fe, SanCor Salud es la prepaga más federal, que está en el podio de las compañías del rubro con puntos de atención en toda Argentina y más de 203 mil profesionales de la salud que forman parte de su red, la más amplia del país. En los últimos dos años, marcados por un contexto altamente desafiante, logró aumentar la cantidad de asociados un 39,15%.



Así se presenta a esta compañía, que confiesa que una de las estrategias para tener diez años de crecimiento sostenido y ubicarse en el podio de las empresas del sector, fue la diversificación del negocio. Además de la medicina prepaga, Grupo SanCor Salud abarca una gran diversidad de rubros porque su misión es la de ser un Grupo de Bienestar que ofrece soluciones para la salud integral de las personas, entendida como un equilibrio físico, mental y emocional, y no solo como ausencia de enfermedades. Es por eso que hoy en día opera en la comercialización de seguros, una red de farmacias propias, servicios de turismo y un centro médico propio con especialidad de diagnóstico.

Esta junto al segmento corporativo es uno de sus mayores compromisos. En la búsqueda de cuidar el talento de su capital humano, SanCor Salud potencia una de sus unidades estratégicas, Línea Empresa, conformada actualmente por más de 3.500 pequeñas, medianas y grandes empresas clientes -las cuales representan el 17% de su cartera de asociados- que eligen a la prepaga como un beneficio para sus colaboradores y colaboradoras. Para brindarles soluciones de valor, la compañía les ofrece productos y servicios con alternativas diversas que garantizan un saludable equilibrio entre precio y calidad, además de múltiples beneficios para que su experiencia sea la mejor. En este sentido, el Grupo posibilita que cada corporación diseñe un plan de salud a su medida, pudiendo elegir el alcance de la cobertura y los profesionales médicos asistenciales según sus requerimientos. La atención personalizada y citas administrativas por videollamadas con agentes especializados, la disponibilidad de un equipo de asesoramiento médico que aborda casos especiales y el servicio de salud en línea para que los/as asociados/as corporativos accedan a videoconsultas médicas con turnos programados en múltiples especialidades, son otros de los beneficios.

Dentro de su programa de relacionamiento, SanCor Salud lleva a cabo distintas propuestas que, además de fortalecer la cercanía con el segmento corporativo, están diseñadas para potenciar el valor y las habilidades de las personas. Desde hace dos años realiza un ciclo de charlas -virtuales y presenciales- bajo el nombre de [REC] Crear, dirigido a referentes de empresas para que puedan disfrutar de contenido actual sobre diferentes temáticas de interés. Son encuentros exclusivos conducidos por disertantes nacionales, líderes de equipos de trabajo que hablan desde su trayectoria y experiencia profesional y personal. Algunos de ellos: Peque Pareto, Julio Lamas, Sergio Hernández, Rubén Magnano y Juan Ignacio 'Pepe' Sánchez.

Además de cuidar la salud de las personas, la misión de SanCor Salud es incentivar e impulsar a las empresas en su crecimiento. Tal es así que, en el último tiempo, el Grupo se encuentra consolidando su propuesta «UNI Empresas» con el objetivo de ofrecer a las empresas clientes un espacio de formación online con herramientas que contribuyan a potenciar su talento y el de sus colaboradores.

El Grupo de medicina privada es sponsor oficial de 'Las Leonas' y 'Los Leones', y lanzó recientemente una campaña comunicacional donde se destaca como una compañía que cuida la salud de los y las más grandes deportistas del Seleccionado Argentino de Hockey y también lo hace con los colaboradores y colaboradoras que integran su cartera corporativa. En este sentido, a través de diversos canales y formatos, SanCor Salud elige llegar con un mensaje que transmite a cada empresa cercanía, tranquilidad y confianza e involucra a los/as integrantes del Seleccionado de Hockey: «Cuidamos a los que dejan todo en la cancha, a los que trabajan día a día y nada los detiene, a los que se preparan para llegar más alto asumiendo con pasión cada desafío, comprometiéndose con su equipo», enfatiza el spot. Una prepaga consolidada y preparada para cuidar el bienestar integral de la Selección Argentina de Hockey y de Los Leones y Las Leonas de las empresas, es el concepto principal de la campaña.

Una vez más, SanCor Salud refleja la importancia de estar cerca de quienes le confían lo máspreciado, su salud y la de sus equipos, fortaleciendo en forma continua sus esfuerzos en resguardar el bienestar y profesionalizar a sus propios talentos, al mismo tiempo que se desempeña con responsabilidad social, reportando su accionar sustentable desde hace una década. El compromiso y la mirada son integrales y coherentes, de cara a la construcción de sociedades cada vez más saludables. Para ver el comercial ingresar a <https://youtu.be/vYustoB3lC4>

Aceleradora RUS: Seis insurtechs fueron seleccionadas para acelerar sus proyectos



Este año se presentaron a la convocatoria 21 insurtechs provenientes de diferentes partes del mundo, de las cuales 11 cumplieron los requisitos para pasar al Pitch Day, instancia de defensa y exposición de las ideas, y 6 resultaron seleccionadas para acelerar sus proyectos.

Las iniciativas elegidas fueron las de Bee Seguros, Red Fastrack y Seguro por Hoy de Argentina; Roble y Warmi de España; y Alita de Ecuador, que a partir de los próximos días comenzarán con el mentoring a cargo de diferentes profesionales junto al respaldo de la Cámara Insurtech Argentina y de Amazon Web Services (AWS).

El jurado del Pitch Day estuvo integrado por Juan Carlos Lucio Godoy, presidente ejecutivo de Río Uruguay Seguros; Hugues Bertin, CEO de Digital Insurance LatAm; y Óscar Paz de la Fuente López, Director General de Insurtech Community Hub; quienes además, estuvieron acompañados por Juan Pablo Núñez, líder de la Aceleradora RUS.

Respecto a las propuestas presentadas, el Presidente de RUS, expresó: «Esta instancia me da felicidad porque acá hay intelectualidad, trabajo, perspectiva y diversidad. Las aseguradoras hoy, en el mundo, sin las insurtechs no están en condiciones de avanzar como corresponde. Lo hemos probado y comprobamos permanentemente. Por eso, para mí, es un orgullo representar a una empresa que en la Argentina está mostrando que se pueden y se deben encontrar estos mecanismos para lograr sinergias de trabajo que sirven para crecer entre todos».

Por su parte, el CEO de Digital Insurance LatAm, se refirió a la evolución de la Aceleradora explicando que la iniciativa nació en 2019 como Incubadora y que, debido a los cambios en el mundo provocados por la pandemia, se abrió un abanico de oportunidades para que insurtechs de diferentes países pudieran participar. «La primera convocatoria se lanzó para Argentina, sin embargo, la llegada de la pandemia fue un gran cambio de paradigma que no hizo pensar que hacer extensiva la invitación a otras insurtechs dentro y fuera de Latinoamérica era totalmente factible. Este año el 38% de los proyectos presentados fueron de Argentina, el 43% de otros países latinoamericanos y el 19% de Europa, demostrando que el sector de seguros está interconectado más que nunca».

En esa misma línea, el Director de Insurtech Community Hub, afirmó: «Para nosotros, generar una comunidad diversa poniendo en contacto a actores de diferentes naturalezas es algo que nos enorgullece. En las candidaturas de esta edición hemos visto mayor diversidad tanto a nivel geográfico como de modelos de negocios. Y en esa diversidad está la riqueza, porque allí es donde surgen cosas y hay más oportunidades de crecimiento».

Finalmente, el líder de la Aceleradora RUS, cerró la jornada agradeciendo y destacando el interés y el aporte de las insurtechs al sector asegurador. «Nos enorgullece que sean cada vez más las que participan para favorecer y fortalecer la transformación digital del seguro que es uno de nuestros principales objetivos».

El crecimiento de tres dígitos de Libra Seguros

Libra Seguros nuevamente forma parte del ranking top 50 de empresas de mayor crecimiento en el último año. Siendo, dentro del ranking, la compañía con mayor crecimiento en prima de automotores con una performance del 128%, bastante superior a la media del mercado.

«En Libra Seguros tenemos muy claro nuestro norte, con el foco puesto en nuevos productos, en el cuidado de los resultados técnicos, y en el compromiso con nuestros PAS, asegurados y el mercado del seguro en general. Es nuestra esencia la superación constante, y a partir de un ambicioso, detallado y sustentable plan de negocios no solo hemos crecido en prima de automotores, sino también mejoramos la composición de la misma y sumamos una importante producción en otros Ramos.

Este crecimiento en parte se refleja en el aumento del 22% en cantidad de PAS registrados en la compañía, con quienes establecimos un vínculo de confianza y de oportunidades de negocios, siendo hoy para muchos de ellos su primera opción de compañía», señaló Juan Ignacio Perucchi, Gerente General de Libra Seguros.

Breves de Informe

Grupo San Cristóbal está comprometido con la educación y la inclusión laboral



La compañía firmó un acuerdo con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para desarrollar actividades educativas. Grupo San Cristóbal realizó un convenio con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para el desarrollo de prácticas educativas presenciales en las oficinas de Asociart, la aseguradora de Riesgos del Trabajo del Grupo.

La iniciativa se enmarca dentro del plan de estudios del Ministerio de Educación de la Ciudad, que ofrece experiencias pedagógicas destinadas a acercar a los/las estudiantes de 5º año al mundo laboral, cultural y de formación profesional, permitiéndoles adquirir aprendizajes significativos en contextos reales y con situaciones específicas asociadas al mundo del trabajo. Asociart recibió el «Sello Compromiso con la Educación», un reconocimiento que agrega valor y demuestra el involucramiento con los desafíos de las próximas generaciones.

«Queremos brindarles a las personas estudiantes nuestras experiencias y conocimientos para que puedan potenciar e incorporar nuevas habilidades que podrán capitalizar en su futuro profesional. En una primera etapa desarrollaremos esta práctica en Asociart, ya que ofrece un abanico amplio de posibilidades de instrucción y luego ampliaremos al resto de las unidades de negocio», aseguró Laura Valeiro, Gerente de Personas y Bienestar de Grupo San Cristóbal.

Grupo San Cristóbal promueve un liderazgo responsable y colabora efectivamente para ofrecer una capacitación de calidad, impulsar el talento, crear más oportunidades y mejorar la empleabilidad de jóvenes. Además cuenta con iniciativas de formación para personas con discapacidad y en situación de vulnerabilidad socioeconómica, programas de especialización digital y becas para distintos niveles educativos.

Provincia ART brinda formación sobre Primeros Auxilios e Higiene y Seguridad en Septiembre



Provincia ART, la aseguradora de Riesgos de Trabajo de Grupo Provincia, confirmó su cronograma de capacitaciones para el noveno mes del año. En esta ocasión, el foco estará puesto en los primeros auxilios e higiene y seguridad.

La cartilla incluye formaciones sobre «Primeros Auxilios» el miércoles 7 a las 11 hs. y el viernes 30 al mismo horario. Además de «Reanimación Cardi Pulmonar», el jueves 15 a las 10 hs.

También tendrá lugar la «Conferencia Biopsicosocial», el jueves 8 a las 8:30 hs. En esta línea se dictarán también: «Tips para dar una charla de seguridad en 10 minutos», el miércoles 14 a las 10 hs; «Evaluación del riesgo higiénico. Aceptabilidad del riesgo y criterios de exposición», el martes 20 a las 9:30 hs; «Prevención laboral en accidentes» el mismo día a las 19 hs, y «Ergonomía en tareas administrativas» el miércoles 21 a las 10 hs.

En el marco del espacio psicosocial, se dictarán las capacitaciones de «Manejo de ansiedad: estrategias para enfrentar nuevos desafíos», el martes 13 a las 10 hs. y «Desconexión Digital: hábitos saludables en el uso de dispositivos digitales», el jueves 22 a las 11 hs.

Finalmente se renueva el ciclo para Pymes, con los siguientes encuentros a las 11 hs: «Documentación de Construcción: Aviso de Obra y Programas de Seguridad» el viernes 9; «Cómo utilizar la plataforma de autogestión web» el lunes 19; «Documentación de Prevención FRE+RGL+RAR» el martes 27 y «Cómo actuar en caso de accidente: Denuncia y prestaciones» el miércoles 28; el mismo día se desarrollará «Cómo solicitar el reintegro de salarios en caso de accidentes» a las 15 hs; mientras que «RAR + Res. 8/119: Criterios de exposición y carga web de formularios» se llevará a cabo el jueves 29 a las 11 hs.

Para consultar el cronograma, pedir más información e inscribirse, los interesados pueden visitar la sección Programa de Capacitaciones del sitio web de Provincia ART o escribir a: capacitaciones@provarit.com.ar.

Grupo Sancor Seguros reconoció el desempeño de miembros de su cuerpo de ventas



En una cena que se desarrolló en Sunchales (Santa Fe), donde tiene su Casa Central, el Grupo Sancor Seguros agasajó a Productores Asesores en el marco de la entrega del Premio Final de la Segunda Categoría de la edición 2022 de «Ganó Más», el programa de incentivos para su cuerpo de ventas.

Como reconocimiento a su buen desempeño comercial en los ramos de Seguros Agropecuarios, Patrimoniales, Personas, Prevención ART, Prevención Salud, Prevención Retiro/Vida con Capitalización y Banco del Sol, los PAS homenajeados se hicieron acreedores de una notebook y una impresora. Además, disfrutaron de un show a cargo de un reconocido humorista cordobés.

El evento contó con la participación del Director de RRPP y Servicios al Productor Asesor de Seguros, Osiris Trossero y del Director de Operaciones, Gustavo Giubergia, acompañados por el Gerente de RRPP y Publicidad y de cada uno de los ramos mencionados.

«En esta historia de logros y crecimiento, sabemos que nuestros Productores Asesores tuvieron un protagonismo incuestionable. Por eso, cada año queremos premiar su desempeño. Tienen talento, actitud ganadora y voluntad de superación permanente. Y esta es una fórmula que siempre arroja los mejores resultados», afirmó Trossero.

Próximamente, el Grupo Sancor Seguros entregará el Premio Final de la Primera Categoría de su programa de incentivos, que consiste en un viaje al Mundial de Catar.

Swiss Medical Seguros en el Monitor del Mercado Asegurador 2022



Luego de realizar un arduo trabajo de seguimiento, logística y envíos, se cerró el relevamiento del Monitor del Mercado Asegurador 2022. Con la finalidad de evaluar la calidad del servicio en seguros patrimoniales, el relevamiento del Monitor Mercado Asegurador 2022 para coberturas patrimoniales de auto e integrales realizó el análisis con un récord de más de 55.000 entrevistas efectivas. Swiss Medical Seguros mejoró un 65% su participación muestral, superando las 500 entrevistas efectivas y obteniendo promedios óptimos y crecientes, por encima de la media del mercado. Siguiendo los resultados del Benchmarking, el promedio de satisfacción global subió 3 décimas y el NPS ganó 6 puntos en relación con el año 2021, teniendo una menor presencia de detractores. Los promedios más altos se encuentran en la gestión de denuncias de siniestros a través de las sucursales, la calidad de atención de los inspectores, la gestión de siniestros integrales y la capacidad de dirección en contexto de pandemia. La compañía logró un posicionamiento por encima de la media del mercado, revertiendo positivamente la brecha de diferenciación, obteniendo una alta cobertura de expectativas y una mayoritaria propensión a la continuidad.

AlbaCaución presenta el restyling de su marca

A partir de septiembre, AlbaCaución actualiza su identidad visual, con el objetivo de mantenerse siempre vigente y en movimiento, acompañando los cambios propios y los que se vienen gestando en el mercado.



Manteniendo los mismos principios y valores que fundamentan su origen y propósito, esta aseguradora de capitales integramente nacionales y de fuerte carácter federal, muestra en el restyling de su isotipo la convergencia de Pasado, Presente y Futuro, de sus Hitos, Retos y Proyectos. Introduciendo formas modernas y diferenciales, pero manteniendo el tradicional sistema cromático de la marca.

Este cambio representa una oportunidad para consolidar la escucha frente a las necesidades de clientes, productores, asegurados; respondiendo con el compromiso implícito en el ADN de cada uno de los colaboradores que conforman esta Aseguradora, transmitiendo la esencia de la marca a través de la calidez en la atención y la eficiencia del servicio, guiados por la diaria convicción en los valores que representan: Profesionalismo, Flexibilidad y Cercanía. Hoy AlbaCaución se renueva para seguir avanzando y creciendo, consolidándose con fuerza en el mercado de seguros de caución y potenciando el desarrollo de sus clientes.

Alba Compañía Argentina de Seguros S.A. es una aseguradora de capitales nacionales. Avalada por su trayectoria y su conocimiento que potencian su compromiso con el crecimiento y desarrollo del sector productivo de nuestro País. Spot nueva identidad visual.

SanCor Salud junto a UNICEF por el futuro de las infancias y las adolescencias

Comprometido con la educación de calidad y en pos de contribuir a garantizar los derechos de niños, niñas y adolescentes de todo el país, el Grupo SanCor Salud acompañó con su campaña #ayuDAR, a UNICEF Argentina en su iniciativa solidaria «Un Sol para los Chicos». Por cuatro años consecutivos, el Grupo de medicina privada enfocado en la construcción de sociedades cada vez más saludables, colabora una vez más con el programa de UNICEF, Un Sol para los chicos, a través de #ayuDAR para que niños, niñas y adolescentes que viven en parajes rurales de todo el país puedan continuar sus estudios y, por supuesto, graduarse. La situación contextual impulsa aún más a la compañía en la planificación de programas que ayuden a mitigar las estadísticas. Según UNICEF, entre los/as adolescentes que asisten a la escuela, 2 de cada 10 lo hace con rezago escolar y cerca de solo 1 de cada 2 que ingresa a la secundaria logra completar el nivel y el 29% lo hace en los tiempos establecidos por el sistema.

Por ello, la iniciativa #ayuDAR se enmarca dentro de las acciones del Grupo que buscan contribuir a una educación igualitaria, accesible e inclusiva, garantizando la equidad de oportunidades de aprendizaje. Con el lema «Ayudemos a construir su futuro», SanCor Salud desarrolló una estrategia comunicacional con mensajes personalizados que invitaban a cambiar el futuro de los/as jóvenes. La convocatoria alcanzó a los más de 700 mil asociados de la prepaga y sus más de 2.000 colaboradores/as, quienes pudieron sumar su contribución voluntaria, logrando así, de forma conjunta, alcanzar un aporte de \$5.000.000.

El Director General de la compañía, Fernando Werlen, hizo entrega de la recaudación en la edición 2022 de «Un Sol para los Chicos». «El aporte de esta campaña es lo que entregamos con mucha alegría para que miles de niños, niñas y adolescentes puedan seguir estudiando. Esta es la forma que el Grupo SanCor Salud y su familia de asociados elige para estar cerca», expresó Werlen.

Como compañía socialmente responsable, con plena conciencia de la importancia de su rol como motor de desarrollo social, el Grupo empresario continúa fortaleciendo y consolidando estrategias de acción en pos de asegurar el respeto por los derechos de las infancias.

Marsh realirma su liderazgo con nuevos nombramientos en Latinoamérica y El Caribe

Marsh, líder global en consultoría de riesgos y corretaje de seguros anunció el nombramiento de José Ramón Ojeda como Líder Regional del segmento Corporativa (medianas empresas) y Ventas para Latinoamérica y El Caribe. José Ramón está basado en la Ciudad de México y reporta a Ricardo Brockmann, CEO de Marsh para Latinoamérica y El Caribe. En este nuevo rol, José Ramón es responsable de liderar al equipo de colegas especializado en el segmento de medianas empresas y de ventas para Marsh, brindando soluciones de seguros a clientes en toda la región, y apoyarlos en la gestión de los cada vez más complejos riesgos que enfrentan ahora. Además de trabajar con Ricardo Brockmann, José Ramón colaborará directamente con Hans Van Heukelum, director de Marketing y Comunicaciones de Marsh a nivel global.

Con más de 25 años de experiencia en el sector financiero en México, José Ramón trabajó en American Express durante los últimos 18 años en diversas posiciones y áreas, entre ellas, análisis, ventas, relaciones comerciales y desarrollo de proyectos. Antes de unirse a Marsh, se desempeñó como Director General del programa de lealtad Payback de American Express en México durante cinco años.

«Estoy emocionado de unirme a Marsh, una compañía que cuenta con una historia excepcional de liderazgo e innovación de 150 años. Espero con ilusión la oportunidad de continuar mejorando los servicios y soluciones de Marsh para los clientes de Latinoamérica y El Caribe, así como construir sobre la posición de liderazgo en el sector de la empresa», complementó José Ramón.

En adición al nombramiento de José Ramón, la consultora también anunció el nombramiento de Douglas Hardman como nuevo Líder de Clientes Multinacionales para Latinoamérica y El Caribe.

Basado en Bogotá, Douglas cuenta con 22 años de experiencia como bróker de seguros y consultor estratégico de riesgos para grandes multinacionales y en este nuevo rol trabajará con un gran equipo multidisciplinario, especializado por industria y en riesgos complejos, para traer a los clientes de la región las inigualables capacidades globales de Marsh McLennan.

Breves de Informe

«Confiamos en que el liderazgo de José Ramón y de Douglas potenciará el increíble trabajo y resultados de todo el equipo de Sales & Corporate y Multinacional en la región, ofreciendo a nuestros clientes las más innovadoras soluciones para la protección, crecimiento, resiliencia y sostenibilidad, de las compañías en Latinoamérica», apuntó Ricardo Brockmann, CEO Marsh Latinoamérica y El Caribe.

Aniversario del Sistema CLEAS de CESVI Argentina, 15 años agilizándolo tu seguro



CLEAS, el innovador sistema de compensación de siniestros de CESVI ARGENTINA y que fue creado para brindar una mejor experiencia y atención al asegurado no responsable del choque, cumple sus primeros 15 años en el mercado asegurador. Más de 780.000 asegurados fueron beneficiados con el Sistema, y se logró certificar la reparación de, al menos, el 87% de los casos.

Una de las fortalezas del sistema ha sido la rapidez en la resolución del siniestro. El tiempo en que una de las partes acepta la responsabilidad, a partir de que alguna de las compañías toma conocimiento de siniestro en la plataforma CLEAS, es de 6 días corridos aproximadamente.

«Las experiencias compartidas con las 10 aseguradoras que eligen formar parte de CLEAS y las fortalezas del Sistema, evidencian la importancia que tiene esta herramienta como solución para los asegurados, quienes manifiestan su conformidad al poder ser atendidos por sus propias compañías ante un siniestro en el que no son responsables, logrando agilidad, transparencia e inmediatez en todo el proceso de reclamo», señaló Marcelo Aiello, Gerente General de CESVI ARGENTINA.

El objetivo del sistema es reparar los vehículos, buscando restaurar las condiciones anteriores al siniestro, y no indemnizar con dinero. Este es un beneficio muy valorado por los asegurados, ya que se soluciona el problema, en lugar de una indemnización que luego no garantiza la reparación.

¿Cómo funciona CLEAS?

CLEAS está autorizado por la Superintendencia de Seguros de la Nación e incorporado en todas las pólizas de las compañías adheridas sin costo adicional. Cuando dos vehículos asegurados en algunas de estas compañías colisionan se puede iniciar un caso CLEAS. Cualquiera de las dos partes realiza la denuncia ante su compañía de seguros. Ésta, junto a la compañía del tercero, verifican la cobertura y determinan quién es el responsable. Luego, la aseguradora del no responsable ordena la reparación del vehículo. Una vez finalizada y con la acreditación de la misma, se procede a la compensación entre las compañías, realizada con un módulo representativo.

¿Quiénes están excluidos?

Los siniestros entre vehículos de la misma compañía, también aquellos con participación de más de dos vehículos, destrucciones totales, lesiones y/o muertes. Además, no pueden participar vehículos de más de 9 toneladas de peso bruto (ómnibus y camiones), máquinas agrícolas, casas rodantes, acoplados, motos, furgones y semirremolques.

Beneficios para las compañías

CLEAS le aporta ventajas fundamentales a las compañías de seguros:

Fidelización del Asegurado. Mejora la atención al cliente, ya que es atendido en forma personalizada por la propia compañía en el momento del siniestro.

Baja judicialización. Los casos que se tramitan por CLEAS determinan una disminución de la judicialización del orden del 90%. Un verdadero indicador de satisfacción de la atención recibida.

Autos reparados, aporte a la seguridad vial. Promueve la reparación segura del automotor, logrando la reincorporación vehículos reparados al mercado.

¿Cuáles son las compañías que tienen CLEAS?

- Allianz
- Lúnigo
- La Segunda
- MAPPRE
- Río Uruguay
- Seguros Rivadavia
- San Cristóbal
- Sancor Seguros
- SURA
- Zurich

Avanzando hacia el desarrollo sostenible, SANCOR SEGUROS Brasil publica su quinto Reporte de Sustentabilidad

A través de este documento, la aseguradora profundiza su compromiso con la sociedad y el desarrollo sostenible, bajo el convencimiento de la importancia del mismo y de la necesidad de replantearnos el futuro de las próximas generaciones. SANCOR SEGUROS Brasil presenta un nuevo Reporte, que refleja lo desarrollado en el Proceso de Sustentabilidad. Este último, organizado como una gestión de riesgos, marca el rumbo de la empresa para detectar, identificar y trabajar los desafíos y oportunidades que se plantean, especialmente en estos momentos de incertidumbre. En línea con tendencias como la integración 'ASG' (Ambiental, Social y de Gobierno) en todas las áreas y operaciones, la aseguradora identificó dentro de su gestión de sustentabilidad, asuntos que se ven reflejados en la nueva Matriz de Materialidad, como el uso sustentable de recursos y energía, el respeto de los derechos fundamentales de las personas, la resiliencia social, la ética y transparencia en la gestión del negocio, la diversidad e inclusión, la ciberseguridad y protección de datos, y la reducción de la siniestralidad, entre otras temáticas claves enfocadas en el desarrollo sostenible.

«Estamos viviendo tiempos desafiantes y la industria del seguro no es ajena a este contexto, ya que debemos adaptarnos a un escenario en permanente transformación y a condiciones de actuación sin precedentes, cuidando de no sacrificar la calidad del servicio y la capacidad de respuesta de cara a los asegurados. A todo ello, como organización debemos sumar un reto más: el de atender las urgencias sin que ello signifique dejar de poner foco en nuestras prioridades de sustentabilidad», comentó el Director General de SANCOR SEGUROS Brasil.

Para la elaboración del Reporte se siguieron iniciativas y estándares internacionales de sustentabilidad como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su herramienta SDG Compass, los lineamientos de Global Reporting Initiative (Estándares GRI), la Norma Internacional de Responsabilidad Social ISO 26000, los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (ONU Woman) y la Serie AA1000 de AccountAbility. Para más información y para conocer este Reporte de Sustentabilidad: www.sancorseguros.com.br/sustentabilidade o directamente ingresando aquí. La empresa invita a dejar opiniones y sugerencias para hacer de este Proceso un canal de doble vía y de mejora continua, a través del siguiente contacto: rse@grupossancorseguros.com

Nuevo Servicio Integral de Oftalmología de Sanatorios de La Trinidad



Oftalmología Trinidad funciona en red y se potencia con todos los servicios de los sanatorios, pudiendo obtener de manera inmediata la interconsulta con otras especialidades relacionadas con la patología ocular. Un nuevo servicio de vanguardia llega a los Sanatorios de la Trinidad. Con aparatología de última generación y la posibilidad de realizar trasplantes de córnea, ya comienza a funcionar el Servicio Integral de Oftalmología Trinidad. Formado por un equipo destacado de médicos oftalmólogos y cirujanos de amplia trayectoria, el paciente podrá realizar en un mismo lugar todo lo necesario para su patología, desde consultas, diagnóstico, tratamiento y cirugías. Cuenta con quirófanos ambulatorios y centrales para pacientes de alta complejidad y avanzadas tecnologías.

Por otra parte, la prevención es un eje central de este nuevo servicio. «La prevención oftalmológica es fundamental; se calcula que el 80% de los casos de ceguera pueden ser curados o prevenidos a través de controles periódicos», afirma el Dr. Alberto Brochard, jefe del Servicio Integral de Oftalmología Sanatorios de la Trinidad Palermo. «Con los controles hasta la edad preescolar, lo que se busca es prevenir la ambliopía, que es una disminución de agudeza visual sin que haya ninguna lesión orgánica que la justifique. La pueden provocar la catarata congénita, el glaucoma congénito, los errores refractivos en diferentes ojos, las anomalías oculares, la caída del párpado superior, el estrabismo, la pérdida de transparencia de la córnea, la retinopatía del prematuro, entre otras», agrega.

Equipos multidisciplinarios de vanguardia

El gran valor agregado está dado por los equipos multidisciplinarios en las distintas subespecialidades en oftalmología, como, por ejemplo, Oftalmología General, Oftalmopediatría, Retina, Glaucoma, Uveítis, Plástica y Vías Lagrimales, Diagnóstico por Imágenes, Oncología, entre otras. El nuevo Servicio Integral cuenta con tecnología de avanzada tanto en diagnóstico (topógrafos, microscopio especular, ecógrafos, paquímetros -mide el espesor de la córnea-, biómetros, campo visual computarizado, tomografía óptica) como en fotocirugías láser. En una primera etapa, el servicio funcionará con atención integral en Sanatorios de la Trinidad Palermo, Trinidad Mitre, Trinidad Ramos y Trinidad San Isidro. En una segunda etapa, la idea es que todos puedan ser integrales.

Grupo Galeno continúa su crecimiento a través de la integración de servicios, tecnología y equipos médicos de vanguardia para acompañar a los pacientes y su familia.



profile profile

AVG ELECTRIC CAFÉ

La unión entre naturaleza y diseño



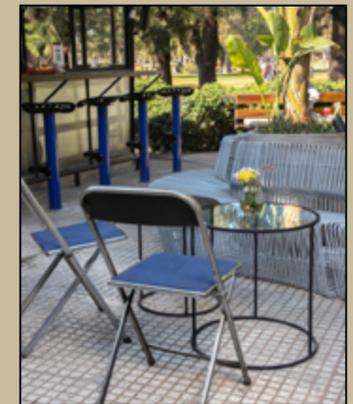
La arquitectura del local se diseñó estratégicamente para que la luz natural se disfrute en todos sus rincones.

Ambientación

Ubicado en el Arco 9 del antiguo Paseo de la Infanta, este nuevo spot recibe a sus visitantes en un patio frontal rodeado de verde, un amplio salón completamente vidriado y un patio trasero que será escenario de shows en vivo. Con un estilo Mid Century moderno, su ambientación tiene líneas simples y elegantes con muchos elementos en madera y muebles de diseño minimalista. La iluminación del espacio es otro punto clave

Gastronomía

La carta comienza con sus imperdibles Cafés de Especialidad hechos con un blend de granos colombianos y brasileños provisto por Café Registrado. Las diferentes variantes se preparan en una máquina Rocket importada desde Italia y se ofrecen estilos clásicos como el Flat White (doble shot de espresso y leche) y el Macchiato (shot de espresso y lágrima de leche), además de opciones especiales como el Irlandés (doble shot de espresso y whisky) y el imperdible Cold Brew (café infusionado en frío durante 24 horas).



La sección de Pastelería que acompaña esta propuesta incluye productos populares como chipá, medialunas, croissants, cookies, alfajores de limón o de dulce de leche y budines caseros del día.

Otro apartado que resalta en el menú es el de Desayunos & Brunch, con preparaciones a base de panes de masa madre y huevos orgánicos en diversas cocciones. Se destaca el infaltable Avocado toast (tostada con palta, huevo poché y semillas), el Pan de papa y huevo (pan de papa con huevos revueltos, sriracha y cilantro), el Tostado de queso y tomate (pita artesanal con queso tybo y tomates), el Omelette y portobellos (tortilla con queso tybo y hongos portobello) y los Huevos Eléctricos (pan de papa, huevo poché, jamón natural, salsa Mornay y ciboulette).

Pequeños placeres en un Bistró & Café de especialidad

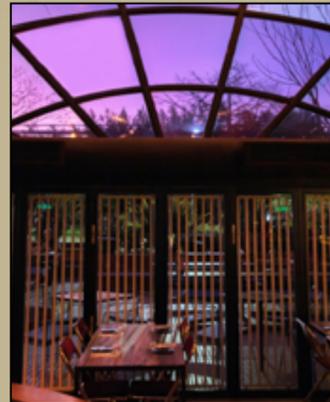


➔ También se puede optar por **Bowls Frescos** con frutas de estación como el **Yogurt con granola** (yogurt de búfala con granola casera y miel de peras) y el **Smoothie Bowl** (smoothie de frutos rojos con chía y banana). Para una tentación dulce se proponen los **Pancakes sin TACC** acompañados de miel de peras y frutas de estación.

Sus **Sándwiches** lucen panes caseros de masa madre, materias primas de primera línea y tentadoras combinaciones de sabor. Entre ellos figuran el de **Milanesa de bife** (ciabatta con milanesa de bife de chorizo, Dijon, queso dambo, alcaparras, tomates asados y hojas verdes), el de **Hongos** (focaccia con portobellos, pesto, queso de cajú y rúcula) y el **Electric Club Sándwich** (focaccia con palta, panceta, lactonesa, tomate y lechuga).

Por otra parte, sus **Ensaladas** son una gran alternativa con originales opciones como la de **Halloumi y remolachas** (hojas verdes, queso halloumi dorado, remolachas braseadas, almendras, cebollas caramelizadas y vinagreta cítrica), la **ensalada de Repollos, hierbas y tofu** (mix de repollos, tofu marinado, hilos de vegetales, hierbas aromáticas y vinagreta cítrica) y la **Poke Salad** (arroz de sushi, hummus de remolacha, palta, hilos de vegetales y salsa Ponzu).

Entre los **«Platitos»** se destacan opciones como las **Empanadas de Hongos** (Girgolas asadas en salsa anticuchera, y salsa jawa); **Hummus de Berenjena** (con pasas de



uva y maní tostado); **Fish Cake** (Croquetas de pesca blanca, coleslaw y hierbas); o las **Zanahorias Asadas** (en manteca especiada al horno de barro, ricota de cabra, menta, labneh, pickle de cebolla morada y eneldo), entre otros.

Los **«Platos»** comprenden propuestas como la **Pasta Rellena** (con manteca de salvia y hierbas); **Ojo de Bife** (300 grs. de ojo de bife, manteca de ajo, tomillo y romero); **Yakimeshi Veggie / Langostinos** (Arroz frito con vegetales, huevo poché / Arroz frito con vegetales, langostinos, huevo poché), entre otros.

En materia de **Postres**, sobresalen el clásico **Flan de Dulce de Leche**; **Chocolate y Mandarina** (Cremoso de chocolate, curd de mandarina y mandarina confitada), o el tradicional **Quesos y Dulces** (artesanales).

Bebidas

La propuesta de bebidas no se queda atrás. Hay **Mocktails** como la **pomelada con tomillo**, el **agua de Jamaica** y la **limonada con menta y jengibre**, además de una carta especial de **Cócteles** con mezclas clásicas y de autor o



Bottle Service para armar tragos a gusto en la mesa. Entre los **Electric Cocktails** se proponen creaciones de la casa como el **Electric Negroni** (Cognac Hennessy, Gin Beefeater y amaro Averna), el **Lynchburg lemonade** (whisky Bourbon, jugo de limón, Cointreau, gaseosa lima limón y bitter Angostura) y el **Amaretto Sour** (licor de almendras Disaronno, limón, clara de huevo y ralladura de almendras).

AVG Electric Café es un lugar ideal para disfrutar de los pequeños placeres, como un buen café, un rico bocado, un rayo de sol y música. ☺



Anticipate a todo contratando el pack de precampaña que mejor se adapta a tu región productiva y llevate todos estos beneficios:

Te acreditamos **dinero** en tu billetera virtual YPF para comprar combustible y servicios.

De acuerdo a tu compra, recibis **vouchers** para cancelar cualquier otra póliza vigente o nueva.

¡Asegurás en quintales o dólares y pagás en pesos fijos sin interés!



Comunicate hoy mismo con tu productor asesor de seguros y **DALO POR HECHO**.
O ingresá a: campo-granizo-max.sancorseguros.com.ar



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Mario Assenza

Divorciado - 64 Años - 3 Hijos - Signo Capricornio (10-01-1958)
Productor Asesor de Seguros en La Segunda CLSG
Presidente de APAS Santa Fe



CARA
a
CARA

● **UN HOBBY**

Carpintería

● **LA JUSTICIA**

Insípida

● **SU MAYOR VIRTUD**

Ser tenaz

● **LA SEGURIDAD**

No existe

● **AVIÓN O BARCO**

Ambos

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Sport

● **UN SER QUERIDO**

Mis nietos

● **ACTOR / ACTRIZ**

No tengo

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Seguir disfrutando

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Esperanza

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

La impericia

● **LA MUERTE**

Una obligación

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

Lissantino

● **EL FIN DEL MUNDO**

Un buen vino patagónico

● **EL MATRIMONIO**

Una circunstancia

● **LE TENGO MIEDO A...**

La incapacidad física y mental

● **ME ARREPIENTO DE**

Hasta ahora de nada

● **UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY**

El tornado de San Justo (Santa Fe) del 10-01-1973

● **EL PASADO**

Una foto hermosa

● **LA INFLACIÓN**

Una forma de vivir

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

La vida

● **LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES**

De ninguna manera

● **LA CORRUPCIÓN**

Enfermedad que está sepultando el país

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

San Martín

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Empanadas

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La traición

● **¿QUÉ MALA COSTUMBRE LE GUSTARÍA DEJAR?**

Ya las dejé

● **DIOS**

Naturaleza

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Italia

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

El encanto de la vida

● **UNA CANCIÓN**

Yesterday

● **ESCRITOR FAVORITO**

Eduardo Galeano

● **¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?**

Criptomonedas

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Disfrutar

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Fútbol

● **PSICOANÁLISIS**

No

● **¿QUÉ ES LO QUE MÁS APRECIA DE SUS AMIGOS?**

La nobleza

● **LA CULPA ES DE...**

Mía

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Fútbol

● **LA MUJER IDEAL**

Todas

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

WhatsApp

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Cerati

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

La política nacional

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

El Caribe

● **¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?**

«Un gorrion en Siberia»

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Vino

● **MEJOR Y PEOR PELÍCULA QUE VIO ÚLTIMAMENTE**

No he ido últimamente al cine

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Colón de Santa Fe

● **EL PERFUME**

One Million

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Insistir

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Lo que soy

● **LA INFIDELIDAD**

Endemia

● **MI MODELO PREFERIDO ES**

René Favaloro

● **¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UNA MUJER?**

Jajaja, los ojos

● **UN MAESTRO**

Mi padre

● **LA TRAICIÓN**

Un bajón

● **UNA CONFESIÓN**

A veces quisiera ser juez

● **EL DÓLAR**

Referencia

● **EL GRAN AUSENTE**

Un patriota

● **EN TEATRO**

No voy

● **UN SECRETO**

Es secreto

● **EL AUTO DESEADO**

Honda CR-V

● **NO PUEDO**

Soportar la corrupción

● **MARKETING**

Verso

● **¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?**

Ya me compré todo

● **¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?**

Grandes virtudes

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

Canadá

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

