



informe

operadores de mercado



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

«Seguir fortaleciendo el papel del PAS en el mercado y en la sociedad»

El Productor Asesor del futuro será un profesional muy especializado, con más y más herramientas en su actividad, muy reconocido por la sociedad y sus clientes, con un alto grado de especialización en muchos riesgos específicos. Agustina Decarre imagina un PAS que desarrolle un nivel de capacitación y formación continuos, para seguir estando a la altura de los desafíos futuros. Las iniciativas y acciones que desarrolla FAPASA se focalizan en la defensa de los derechos del PAS y de los Asegurados, el crecimiento del mercado sobre bases sólidas, y la constante profesionalización del Productor Asesor de Seguros.

R.A.S.A.
REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.
Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA
SOLIDEZ Y
RESPALDO
CALIFICACIÓN
AA-

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

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

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
0800-666-8400 | www.ssn.gov.ar | Nº de inscripción 846



Decarre. «Perseguimos como meta que todos los PAS, independientemente de su tamaño y capacidad económica, puedan acceder a formación de calidad. Que su formación no dependa de su capacidad económica o de su distancia a los grandes centros urbanos. Para esto nos apoyamos en el Centro Federal de Capacitación de FAPASA».

Agustina Decarre, Presidente de la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de Argentina (FAPASA), reflexiona sobre el rol del PAS del futuro y la actualidad de gestión de la Federación.

¿Cuál es tu balance de gestión al frente de FAPASA desde el año 2021 a la actualidad y cuál es la proyección hacia 2023 en términos de objetivos y asignaturas pendientes?

- Estamos muy conformes con lo actuado hasta la fecha por todos los miembros que conforman FAPASA. No hay que olvidar que FAPASA es una entidad profundamente federal y democrática, formada por 22 Asociaciones primarias, a lo largo y ancho del país.

Las políticas de FAPASA son fijadas por el Consejo Federal. Este Consejo está formado por los Presidentes de cada una de las 22 Asociaciones miembro. El Consejo Directivo no hace más que poner en práctica dichas políticas. El Consejo Directivo de FAPASA actualmente está conformado de la siguiente manera:

- Presidente: **Agustina Decarre** (APAS Noroeste Pcia. de Bs.As.).
- Vicepresidente: **Néstor Fabián Álvarez** (APAS La Pampa y Oeste Bs As).
- Secretario: **Jorge L. Costas Zottos** (APAS Salta).
- Prosecretario: **Juan Ignacio Lucco** (AMPAS Misiones).
- Tesorero: **Daniel Omar Cassiet** (APAS Corrientes).
- Protesorero: **Horacio Esteban Zacarias** (APAS Chaco).
- Vocal Titular 1°: **Leandro Rubén Arietti** (APAS Santa Fe).
- Vocal Titular 2°: **Martín Eduardo Zavaleta** (APAS Tucumán).
- Vocal Titular 3°: **Daniel Néstor Scattolini** (APAS Bahía Blanca).
- Vocal Titular 4°: **María Gabriela Merlo** (APAS Catamarca). ➔

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.

1925
BOSTON
SEGUROS

Nº de inscripción en SSN
0032

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



- Vocals Titular 5°: **Laura Alejandra Matos** (APAS Córdoba).
- Vocals Titular 6°: **Pablo Damián Recoliza** (APAS Rosario).
- Vocals Suplente 1°: **Ramiro Tejón** (AMPAS Mar del Plata).
- Vocals Suplente 2°: **Juan M. Gonzalez Pessolani** (APAS Entre Ríos).

Este gran equipo trabaja mancomunadamente. Y, como se observa, tanto ellos como los miembros del Consejo Federal, **representan las distintas visiones y formas de ejercer la profesión de Productor Asesor de Seguros en cada rincón del país.**

Nuestra mirada de cara a 2023 es **seguir fortaleciendo el papel del Productor Asesor de Seguros en el mercado y en la sociedad.**

Nuestra proyección consiste en profundizar las acciones que ya está llevando adelante la Federación, y la puesta en funcionamiento de la **mutual de FAPASA (AMUPASRA)**,

cuya autorización para operar hemos recibido este año, de parte del ente que regula la actividad cooperativa en la Argentina. Esperamos que nuestra mutual esté plenamente operativa el año que viene.

¿Cuáles son las principales políticas y líneas de acción de FAPASA en defensa de la actividad del Productor Asesor?

- En cuanto a nuestras políticas y líneas de acción, puedo destacar que estamos llevando una agenda de trabajo intensa, que cubre muchos frentes. En primer lugar, destaco el fortalecimiento institucional de las Asociaciones de Productores Asesores de Seguros (APAS) del país.

Las APAS han crecido y durante este año hemos podido realizar varios encuentros presenciales en distintas regiones, algo que tuvimos que interrumpir durante la pandemia y ahora hemos retomado.

Por otro lado, quiero **poner énfasis en la multiplicidad de convenios, acuerdos y alianzas que hemos firmado con distintos actores**, todos tendientes a fortalecer la capacitación y formación de nuestros colegas, crear conciencia aseguradora, y generar nuevas oportunidades.

En este sentido, rescato los siguientes:

- Con **APROMES**, entidad que nuclea a corredores de España, con quienes estamos trabajando en una certificación internacional, y tareas de capacitación.

- Con **RUS**, para promover la inclusión. De hecho, hace pocos días se recibió como Productora Asesora de Seguros (PAS) **Diana Belén Acaredo**, oriunda de Concepción del Uruguay, Entre Ríos. Es la primera becada de un programa que inició el año pasado. Becamos a personas de colectivos vulnerables para facilitar su inclusión en el sector asegurados.

- Participación en las mesas de trabajo impulsadas por la **SSN**.
- Participamos en foros y eventos como disertantes, para hacer oír la voz de los PAS sobre distintos temas que nos preocupan. Un ejemplo de ello ha sido nuestra participación en el **Congreso Iberoamericano COPAPROSE**, en República Dominicana, en el **Encuentro Nacional de Seguros en Rosario**, o el **Congreso Nacional e Internacional de Derecho de Seguros**, en la ciudad de Paraná, Entre Ríos. Y, por supuesto, la reciente organización del **Congreso COPAPROSE 2022 en Buenos Aires**.

- Se firmó un convenio entre el **Sindicato del Seguro** y **FAPASA**, para promover programas de capacitación para aspirantes y PAS a través del **Centro Federal de Capacitación de FAPASA**. Afiliados del Sindicato y de OSSEG podrán tomar la capacitación para aspirantes y para PAS. El convenio de cooperación es de alcance nacional. Además, se desarrollarán acciones conjuntas en el marco de un amplio programa de trabajo, para acercar beneficios a los socios/afiliados de ambas instituciones.

- Impulsamos una **web de denuncias (www.denuncias.com.ar)** para que el público pueda denunciar abusos bancarios y en créditos prendarios vinculados con la contratación de seguros, así como la venta ilegal de seguros. Esta herramienta surgió porque vemos con preocupación la constante violación al derecho a elegir libremente la aseguradora y el canal de comercialización de los seguros en el momento de solicitar un crédito prendario o hipotecario, ya que, como condición para su otorgamiento, se exige que se contrate el seguro sobre el bien en el mismo banco sin contar con el asesoramiento profesional que brinda un PAS. Algo parecido ocurre en muchas concesionarias de automotores. ➔



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

Contactanos y sumate a más!

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



En 60 años cambiaron muchas cosas.
 Pero el valor de la palabra sigue siendo el mismo de siempre.



Nº de inscripción en SSN: 0286 | Atención al asegurado: 0800-666-8400 | Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn | **SSNI SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN**



INTĒGRITY
 SEGUROS



→ - **¿Qué iniciativas de tipo institucional lleva adelante la Federación a nivel provincial, regional y zonal, considerando que agrupa a las diferentes asociaciones de productores en el ámbito nacional?**

- Las iniciativas de **FAPASA** se focalizan en la defensa de los derechos del PAS y de los Asegurados, el crecimiento del mercado sobre bases sólidas, y la constante profesionalización del PAS.

Todo nuestro trabajo busca empoderar a las APAS y acompañarlas en su trabajo local y regional. Un ejemplo de ello, es el apoyo que se brinda a las APAS del

PROTAGONISTAS

NEA que están desarrollando un trabajo territorial con el Ministerio de Trabajo de la Nación para promover programas de empleo a través de sus Delegaciones.

En el plano nacional, solicitamos la regulación de los canales digitales para el ofrecimiento de contratos de seguros. Desde nuestra perspectiva, hay que establecer qué coberturas se pueden ofrecer, a través de qué medios y con qué control de contenidos. Nos preocupa cómo se controlará el contenido de las ofertas de seguros a través de dichos canales para que no se incurra en violaciones a la ley de seguros y la ley 22.400, permitiendo que personas no habilitadas en la concertación de operaciones de seguros operen bajo el 'paraguas' de operatorias digitales no debidamente reguladas, que además pueden abrir la puerta para el fraude al seguro.

Desde **FAPASA** venimos realizando gestiones desde hace varios meses ante las autoridades de la UIF, SSN y el Ministerio de Economía, para lograr que se excluya a los PAS como sujetos obligados ante la UIF. Al respecto, **vemos con agrado el proyecto de ley enviado al Congreso por el PEN que excluye a los PAS como sujetos obligados en la normativa contra el lavado de activos y la financiación del terrorismo.** El proyecto incluye un capítulo en el que se modifica la nómina de los sujetos obligados, suprimiendo tal obligación a los Productores Asesores de Seguros que operan en Patrimoniales, y se mantendría para quienes operan en Seguros de Vida con Capitalización.

FAPASA también participa de la **Alianza del Seguro**, una iniciativa supranacional, que reúne a profesionales de diversas disciplinas en todo el mundo, y que tiene como objetivo la promoción del seguro y su vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

- **¿Cómo analizas el nivel de profesionalización y capacitación del PAS y cuáles son las herramientas que le brinda la Federación en estos aspectos?**

- El PAS se fue adaptando a los cambios de la sociedad y fue profesionalizando su actividad en línea con lo que demanda la sociedad actual. El PAS fue incorporando tecnología a su actividad y también otro conjunto de habilidades blandas que **FAPASA** y las APAS acompañamos desde la implementación de diversos cursos de formación y capacitación. Todo esto adaptado a las distintas realidades del país.

El objetivo es muy abarcativo. **Perseguimos como meta que todos los PAS, independientemente de su tamaño y capacidad económica, puedan acceder a formación de calidad.** Que su formación no dependa de su capacidad económica o de su distancia a los grandes centros urbanos.

Para esto nos apoyamos en el **Centro Federal de Capacitación** de **FAPASA**, y en las actividades de realizan las →

informe
operatorias de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 30 / Nº 723 - 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.**

tpcseguros

**¡Conocé
TPC App!**



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

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

¡Y más!



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

Buscanos en
TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN 0741 | Atención al asegurado 0800 566 8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

**#1
VOS**



2 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

PROTAGONISTAS

→ APAS. De hecho, el Centro Federal de Capacitación tiene filiales en todas las APAS del país, lo que le da presencia y actividad nacional. Y cuenta con profesionales muy destacados.

En este marco, también debo recordar la alianza con la **Asociación Argentina de Peritos y Liquidadores de Seguros**. Este mismo año hemos participado del primero de los cursos promovidos en este convenio, becando a nuestros participantes.

Por otra parte, promovemos la participación de los afiliados a las APAS en los cursos mensuales del ciclo de capacitación internacional que propone **COPAPROSE**.

- ¿Qué rol juega el avance de la tecnología y la digitalización en la actividad diaria del Productor Asesor, y de qué manera el PAS puede dar valor agregado a través de las herramientas tecnológicas?

- La tecnología juega un rol muy importante. No podemos pensar un desarrollo comercial competitivo sin la intervención de la tecnología, con herramientas adaptadas al tipo de organización y cartera de que se trate. En mayor o menor



medida, todos los PAS han incorporado tecnología en sus procesos, sobre todo a partir de la pandemia.

El PAS con su gestión le da valor a distintas herramientas tecnológicas. **El PAS no agrega valor por la tecnología que utiliza, sino por su alto nivel de conocimiento del seguro y su asesoramiento profesional.**

- Como integrante de una familia de Productores Asesores y representante de todos los profesionales matriculados que existen en el país, ¿cuál es tu concepción acerca del rol del productor asesor de seguros del futuro? ¿Sería adecuado hablar de un «administrador de riesgos» y por qué?

- **El Productor Asesor del futuro será un profesional muy especializado, con más y más herramientas en su actividad, muy reconocido por la sociedad y sus clientes, con un alto grado de especialización en muchos riesgos específicos. Agregar valor en el asesoramiento en riesgos nos da y nos seguirá dando ese lugar destacado en la sociedad y en el mercado asegurador.**

Me imagino un PAS que desarrolla un nivel de capacitación y formación continuos, para seguir estando a la altura de los desafíos futuros.

- Como mujer líder de una federación de asociaciones de PAS, ¿qué reflexión haces sobre la diversidad y equidad de género en la industria aseguradora y cómo ves el rol de la mujer en la actividad de intermediación en particular?

- **Falta mucho trabajo por realizar en torno a la diversidad y equidad.** Cada una de las mujeres que estamos hoy liderando organizaciones, como mi caso, o incluso el de la Actuaría Adriana Guida, Superintendente de Seguros de la Nación, o las actuales presidentes de cámaras aseguradoras, **tenemos la responsabilidad de articular políticas que favorezcan la inclusión de mujeres y también de jóvenes.** La participación de los jóvenes también debe incrementarse.

En la intermediación de seguros se presenta un panorama mucho más inclusivo de la mujer que cuando hablamos de los puestos directivos en las aseguradoras. En la intermediación nos encontramos con un gran volumen de mujeres productoras de seguros. En el último año se incrementó muchísimo la cantidad de mujeres PAS, en línea con cambios en la sociedad que también van en este sentido.

- ¿Cómo es la relación y el trabajo conjunto de FAPASA con la Superintendencia de Seguros de la Nación y sobre qué ejes temáticos giran tanto el feedback como los requerimientos al Órgano de Control?

- **El trabajo con la SSN es muy positivo. Existe mucho diálogo para aportar nuestras inquietudes e ideas.** Está claro que no siempre logramos nuestros objetivos. A veces hay algunas limitaciones impuestas por la realidad, pero en general encontramos un buen eco a nuestras ideas y solicitudes.

Como ya mencioné, los temas centrales de nuestra agenda con la SSN son la regulación de los canales digitales, excluir a los PAS como sujetos de obligaciones para la UIF, evitar el intrusismo en nuestra profesión, combatir la venta ilegal, y garantizar la libre contratación de seguros en créditos prendarios.

Además, trabajamos en cuestiones de género, tecnología, inclusión y rol del PAS.

- ¿Cuáles son desde tu visión los principales desafíos, amenazas y oportunidades que enfrentan los productores asesores para poder desarrollar su actividad?

- El principal desafío del PAS es estar a la altura de estas difíciles y complejas circunstancias que nos toca vivir como mercado y como país. Entender que **solo la capacitación nos hará mejores profesionales y nos diferencia de otros canales. Asesorar, asesorar, asesorar es nuestro 'mantra'.**

Especializarnos en riesgos específicos e incorporar tecnología, para seguir siendo el canal más elegido, tal como lo muestran las estadísticas de producción de la SSN.

Como amenaza, vemos el surgimiento de canales digitales directos que no cumplen con el debido asesoramiento al asegurado, o que incluso operan ilegalmente, sin las autorizaciones que prescribe la ley.

Y, finalmente, tenemos muchísimas oportunidades. **Si podemos consolidar la profesionalización, la especialización, la incorporación de nuevas herramientas, tenemos todas las chances para acrecentar nuestra participación en el mercado y en la sociedad.**

Avanzar con actitud es ir siempre por más.

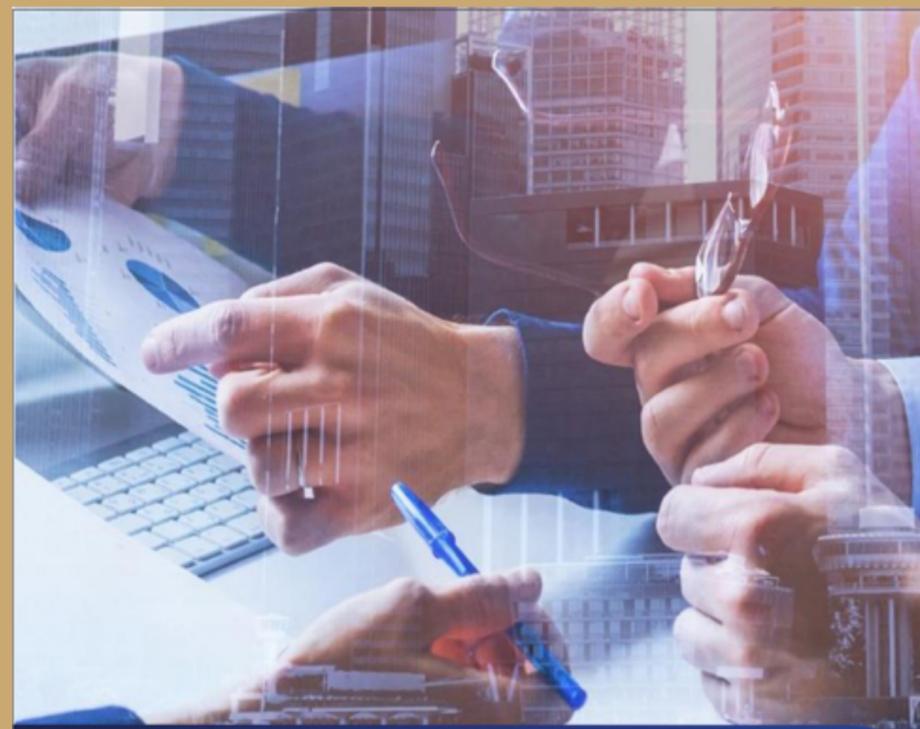


Somos una compañía que busca darte en todos los ramos productos disruptivos e innovadores para vos y tus clientes.

Más oportunidades, más negocios.

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

LIBRA
Compañía de Seguros



Innovación y Compromiso al servicio de nuestros Productores de Seguros



FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA.

www.fedpat.com.ar



Baja penetración de los seguros contra incendio pese a su relevancia

La penetración de los seguros contra incendio de propiedades en la sociedad argentina es realmente baja a pesar de tratarse de una cobertura de poco costo. No debería ser así si se tuvieran en cuenta las consecuencias nefastas que la ocurrencia de un incendio puede traer aparejadas. Especialistas en estos seguros analizan el tipo de coberturas -tradicional y adicionales-, la determinación del valor de la cuota, la aceptación en el mercado y los motivos que influyen en su baja penetración, entre otros temas.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

Cuando hablamos de coberturas para incendios, ya sea de vehículos o de propiedades, la realidad es que la probabilidad de su ocurrencia es algo que vemos completamente lejano de nuestras vidas. Si bien en el caso de autos, al ser una cobertura de las más comunes -por decirlo de alguna manera-, casi todos los vehículos cuentan con ella; la ausencia de perspectiva acerca de la ocurrencia del incendio puede observarse con mucho más detalle en el caso de propiedades. Lo cierto es que la penetración de los seguros de incendio de propiedades en la sociedad argentina es realmente baja a pesar de tratarse de una cobertura de bajo costo.

Ello no debería ser así, sobre todo si tenemos en cuenta las consecuencias nefastas que la ocurrencia de un incendio en una propiedad puede traer aparejada, desde el fallecimiento de sus ocupantes, hasta los daños materiales causados por el fuego, y sin olvidarnos de los daños causados también por el humo en paredes, techos, pisos, es decir, en un minuto podemos perder todo lo que tenemos, sumado a la problemática de perder el techo donde vivimos.



La única forma de reparar -al menos en parte- los daños materiales sufridos es a través de la contratación de una compañía de seguros, que abone los mismos, permitiéndonos al menos en parte recuperar lo perdido.

En oportunidad de realizar esta nota, hemos entrevistado a varias compañías aseguradoras expertas en el seguro de incendios, tanto en lo relativo a los vehículos como así también en lo que hace a las coberturas de las propiedades.

- De acuerdo al nicho de mercado al cual se dirige la compañía, ¿qué coberturas ofrecen a los asegurados para cubrirse de los daños ocasionados por un incendio?

En el caso de **ATM Seguros**, Compañía que opera en este ramo únicamente en el seguro automotor, **Eugenio Muerza, Gerente Comercial de la firma**, destacó: «Nuestros clientes se ven resguardados de los daños ocasionados por incendio, sean parciales o totales, a partir de tres tipos de coberturas:

- **Terceros Completo**, que incluye Responsabilidad Civil con un tope de \$23.000.000, robo y/o hurto total y parcial y destrucción total al 80%.

- **Terceros Completo Premium**. A las prestaciones ya mencionadas, se agrega cobertura por daños parciales por granizo (hasta la suma asegurada, en todo el país), daños a cristales, parabrisas, lunetas o cerraduras, daños parciales al amparo del robo o hurto total aparecido, robo al contenido del vehículo y la reposición de un OKM en caso de robo, hurto, incendio o destrucción total.

- **Todo Riesgo**, que también amparan en caso de incendio, además de incluir todos los servicios de las coberturas anteriores, cubren a los asegurados en caso de daños parciales por accidente con franquicia. A esto se le suman otros beneficios como la cobertura de la rueda de auxilio, asistencia en países limítrofes y Perú, asistencia al viajero a partir de 100 km lineales partiendo del domicilio del asegurado, cobertura por accidentes personales al titular de la póliza, traslado del vehículo en caso de robo o hurto total aparecido, localización, envío de repuestos y en caso de requerirlo, un conductor profesional o alojamiento cuando la reparación del vehículo no pudiera ser concluida dentro del mismo día del imprevisto o en caso de robo».

En lo relativo a la cobertura de incendio de propiedades, el **Ingeniero Alejandro Cavallero, Supervisor de Incendio, Integrales y Todo Riesgo Operativo del Grupo Asegurador La Segunda**, comentó que «nuestra línea de negocio ofrece una amplia variedad de productos orientados en satisfacer las necesidades de coberturas de incendio y aliados. Entre ellas podemos diferenciar cuatro productos según sean las características de los riesgos, actividad desarrollada, ocupación, coberturas a contratar, etc., a saber: ➔»



AMERICAL
REINSURANCE
SOLUTIONS

Global Reinsurance Brokers

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

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com

www.americalre.com

**SABEMOS QUÉ
NECESITÁS.
ENTENDEMOS
A TUS CLIENTES.**

**PRESENCIA
AGILIDAD
SERVICIO**

Conocé nuestra propuesta en
PROVINCIAART.COM.AR/PAS





▲ Eugenio Muerza, Gerente Comercial de ATM Seguros

- Independientemente de las coberturas básicas, ¿cuentan con coberturas adicionales al seguro de incendio?

En el caso de **ATM Seguros**, **Eugenio Muerza** señaló que «en nuestra compañía cada producto cuenta con características particulares y responde a las demandas de cada cliente. En ese sentido, ofrecemos servicios diferenciales en todas las coberturas. En consecuencia, no tenemos productos básicos, sino que todos los productos son Premium; incluso las contrataciones de Responsabilidad Civil incluyen asistencia al viajero, urgencia mecánica y remolque, y descuentos de hasta el 30% en comercios de todo el país, a través de la plataforma **ATM Beneficios**».

El Ingeniero **Alejandro Cavallero**, del **Grupo Asegurador La Segunda**, comentó que «nuestras propuestas son sumamente amplias y están pensadas para satisfacer todas las expectativas frente a un siniestro».

Tenemos que recordar que desde el punto de vista estrictamente técnico las coberturas básicas de incendio son:

- incendio.
- rayo.
- explosión.
- daños materiales por vandalismo.
- malevolencia.
- huelga.
- lock out.
- impacto de vehículos.
- humo.

Mientras que las coberturas adicionales son:

- vendaval.
- tornado.
- ciclón.
- huracán.
- granizo.

A su vez, podemos encontrar coberturas complementarias como:

- cristales.
- robo.



▲ Alejandro Cavallero, Supervisor de Incendio, Integrales y TRO de La Segunda

- ¿Cómo se determina el valor de la cuota?

En **ATM Seguros**, que cuenta con la cobertura de incendio sólo para el caso de Autos, **Eugenio Muerza** explicó que el costo varía de acuerdo al valor del vehículo y la prima se determina en base a un cálculo actuarial.

En el caso del **Grupo Asegurador La Segunda**, **Alejandro Cavallero** nos comentó que el costo del seguro se relaciona de manera directa con la transferencia de los riesgos a la compañía aseguradora (coberturas, adicionales y coberturas complementarias seleccionadas por el cliente), el valor de los bienes asegurados, prestación de la cobertura (con franquicia, a prorrata, a primer riesgo, etc.), con el período de la vigencia de la cobertura (número de cuotas a financiar), forma de pago (medios de pago).

En **Libra Seguros**, **Fernando Álvarez** relató que el costo y el valor de la cuota va a depender del uso del inmueble y la actividad que se realice dentro de éste, como así también de los materiales de fabricación del mismo.

- ¿A través de qué vías puede contratarse este tipo de seguros?

En **ATM Seguros**, «la contratación de los productos se hace exclusivamente a través de nuestros Productores Asesores de Seguros, a quienes los interesados pueden consultar y quienes les aportarán toda la información necesaria. Ellos cumplen un rol fundamental en nuestra compañía: son los que asesoran a cada cliente, conocen sus necesidades y saben cómo responder a cada demanda. Para **ATM Seguros**, los PAS son socios estratégicos de la compañía, poseen la capacitación adecuada»

- equipos electrónicos.
 - responsabilidad civil, etc.
- Y servicios prestacionales de asistencia en caso de urgencias en el hogar como:
- cerrajería.
 - cristalería.
 - electricidad».

Desde **Libra Seguros**, **Fernando Álvarez** señaló que «todas las coberturas brindadas por la compañía, cuentan con adicionales tales como:

- Incendio y daños materiales por terremoto.
- Remoción de escombros.
- Gastos de limpieza y remoción de contenidos.
- Responsabilidad Civil.
- Reposición a nuevo.
- Inundación.
- Combustión Espontánea.
- Lucro Cesante.
- Beneficio Esperado (mercaderías).
- Huracán, Vendaval, Ciclón y/o Tornado.
- Granizo (En función al tipo de construcción del techo).
- Cámaras frigoríficas: Rotura de maquinaria refrigerante.
- Derrame del refrigerante.
- Agotamiento y disipación de amoníaco.
- Paralización del equipo generador de energía por no menos de 12 horas.
- Contaminación de mercadería por derrame.
- Falta de energía».



▲ Fernando Álvarez, Director Comercial de Libra Seguros

- Incendio.
- Multicobertura de comercio.
- Multicobertura de vivienda.
- Todo riesgo operativo».

« La cobertura ofrecida puede amparar el edificio y el contenido del mismo »

Fernando Álvarez, **Director Comercial de Libra Seguros**, agregó que en el caso de la compañía, la cobertura ofrecida puede amparar el edificio y el contenido del mismo, en la modalidad de prorrata, primer riesgo relativo o primer riesgo absoluto.

EN ORBIS ESTAMOS LISTOS PARA SALIR A LA CANCHA CON NUESTROS PAS

¡Participá del concurso y viajá para ver a la Selección!

Si quieres ser PAS ORBIS ¡Sumate a nuestro equipo ahora!

* Consultá con tu Agencia comercial
Ver bases y condiciones del concurso en www.orbiseguros.com.ar

Nº de inscripción en SSN C293 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

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 SALUD | **GALENO ART** | **GALENO SEGUROS**

GALENO.COM.AR - GALENOSEGUROS.COM.AR

INCENDIO

⇒ y están siempre dispuestos a mejorar para brindar la mejor atención a cada cliente».

En el **Grupo Asegurador La Segunda**, «la comercialización se realiza a través de nuestra red exclusiva de Asesores de Seguros, también a través de nuestros Centros de Atención al Cliente y por el canal ecommerce».

En **Libra Seguros**, el canal de comercialización es exclusivamente a través de los Productores Asesores de Seguros.

- **Ante la ocurrencia de un siniestro, ¿cómo se determina el valor a abonar?**

En el caso de los seguros de automotores, **Muerza** -de **ATM Seguros**- señaló que el valor que se aplica es el del mercado al momento del siniestro.



Cavallero, del **Grupo Asegurador La Segunda**, relató que el monto indemnizable se determina según la modalidad de la prestación de las coberturas. «En los seguros de incendio se presentan dos medidas de prestación: a primer riesgo, que es una modalidad que simplifica el ajuste de la indemnización en caso de siniestro; y la otra es a prorrata o también llamada 'proporcional', donde el cálculo de la indemnización guarda relación entre el valor asegurado y el valor real de objeto del seguro, es decir, la regla proporcional se aplica en casos de infraseguro».

Álvarez, desde **Libra Seguros**, destacó que según el tipo de cobertura contratada, debe estimarse el valor de los bienes asegurados al momento del siniestro y compararlos con los valores asegurados para el caso de la contratación en la modalidad de prorrata.

- **¿Qué aceptación tiene en el mercado este tipo de coberturas?**

Eugenio Muerza, Gerente Comercial de **ATM Seguros**, señaló que en lo que respecta a cobertura contra incendio, no existe un seguro de incendio puro para autos. «De hecho, las coberturas son combinadas, partiendo de la Responsabilidad Civil que es obligatoria para poder circular de acuerdo con la Ley Nacional de Tránsito 24.449».

En opinión de **Alejandro Cavallero**, Supervisor de **Incendio, Integrales y Todo Riesgo Operativo del Grupo Asegurador La Segunda**, hay un segmento de clientes que tiene verdadera dimensión de la exposición de sus activos, «y justamente son los que mayor interés y aceptación tienen sobre este tipo de coberturas de riesgos».

Tal como comenta **Fernando Álvarez**, Director Comercial de **Libra Seguros**, en realidad la penetración es muy baja, no hay una cultura aseguradora que potencie este tipo de contratos. «Este es un desafío que tenemos como industria, generar conciencia y desarrollar productos innovadores en el ramo».

- **¿Por qué piensa que, a pesar de la importancia que representa contar con un seguro para este hecho catastrófico, la penetración en el mercado no es de la magnitud del seguro para vehículos?**

En ese sentido, comenta **Eugenio Muerza** que hay que seguir trabajando en la cultura de la prevención, ya que la percepción de bajo riesgo influye negativamente en la decisión de contratar seguros. «La principal excusa para no contratar seguros sigue siendo fundamentada por los clientes en las dificultades económicas, sin tener en cuenta que en momentos de crisis económica es cuando mejor protegido hay que estar, porque un siniestro hará imposible la reposición o reparación de los bienes perdidos o dañados».

En opinión de **Alejandro Cavallero**, «algunos de los factores que inciden en la penetración de las coberturas de incendio es la reestructuración de prioridades de los clientes frente a una situación económica compleja, también -y no de menor importancia- la falta de una cultura aseguradora de la sociedad en general».

Para **Fernando Álvarez**, «la realidad del mercado es que solo se contratan masivamente las coberturas de perfil obligatorio (ART, Automotores). En Argentina -reitero- no hay creada una conciencia aseguradora que lleve a amparar lo más valioso que tenemos, como es la vida de cada uno, y lo segundo más importante que son nuestras propiedades inmuebles».

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

**ESTAMOS
CONECTADOS**

PERO MÁS IMPORTANTE AÚN
ESTAMOS EN CONTACTO SIEMPRE

NEGOCIO
DATOS
PERSONAS
EMPRESAS

DC SISTEMAS
TECNOLOGÍA ASEGURADORA

ACOMPañANDO, EVOLUCIONANDO
Y GENERANDO NUEVAS HERRAMIENTAS
PARA **NUEVAS REALIDADES**

Esmeralda 719 7° Piso
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel: 4393-0110 (líneas rotativas)
info@dcsistemas.com.ar

www.dcsistemas.com.ar

El Seguro Iberoamericano reunido en Buenos Aires

En esta nota damos cuenta de todo lo más importante del XXIX Congreso Iberoamericano COPAPROSE 2022, realizado en Buenos Aires bajo el lema «¿Por qué el productor de seguros tiene que ser el protagonista del futuro del Seguro?». La Confederación Panamericana de Productores de Seguros cuenta con 24 asociaciones miembro y más de 110.000 PAS representados en 17 países, y cumplió recientemente 55 años de vida institucional.

Escribe Lic. Aníbal Cejas

Los días 14, 15 y 16 de septiembre se llevó a cabo el XXIX Congreso Iberoamericano COPAPROSE 2022, en un hotel céntrico de Buenos Aires. El evento, organizado por COPAPROSE (Confederación Panamericana de Productores de Seguros) y FAPASA (Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de la Argentina), reunió a Productores Asesores de Seguros de la Argentina y la región. El Congreso se desarrolló bajo el lema «¿Por qué el productor de seguros tiene que ser el protagonista del futuro del Seguro?».

COPAPROSE cuenta con 24 asociaciones miembro y más de 110.000 productores de seguros representados, en 17 países. La entidad cumplió hace poco 55 años de vida institucional.

Casi 600 participantes se dieron cita. Asistieron profesionales de Centroamérica, América del Sur y del Norte, y España. Una nota particular fue aportada por las delegaciones de productores de las distintas provincias argentinas.

El día 14 se realizó la **Asamblea Extraordinaria de COPAPROSE**, una actividad exclusiva para los miembros de la entidad. Los dirigentes presentes fueron **Marvin Umaña** (Costa Rica), **Presidente**; **Elizabeth Vogt** (México) como **Vicepresidente primera**; **Agustina Decarre** (Argentina) como **Vicepresidente segunda**, los **Consejeros Jorge Suxo** (Bolivia) y **Hugo Smith** (Chile), y la **Directora Ejecutiva Erika Herrera**. También participaron **Sebastián Del Brutto** (Argentina), **Mauricio Benavides** (Costa Rica), **Alfredo Serrano** (Ecuador), **Zaida Alba Cavagliano** (República Dominicana), **Erika Padilla** (Honduras), y **Lorenzo Paradell** y **Juan Pablo Rizzo** (Uruguay). Y otros integrantes de la Confederación se conectaron por vía remota.



▲ Agustina Decarre, **Presidente de FAPASA** y **Vicepresidente 2º de COPAPROSE**; Marvin Umaña, **Presidente de COPAPROSE**; Adriana Guida, **Superintendente de Seguros de la Nación**; y Jorge L. Zottos, **Secretario de FAPASA** y **Presidente del Ente Cooperador Ley 22.100**.

La asamblea reformó el Estatuto. Entre los cambios más importantes, se autorizó la realización de asambleas virtuales, y se simplificó la estructura. Ahora hay una asamblea general y un consejo de administración. Una forma de gestión más eficiente y práctica.

DÍA 1

El día 15 de septiembre se dio inicio formal al Congreso para todos los participantes. El puntapié inicial estuvo a cargo de **Jorge L. Zottos, Secretario de FAPASA** y **Presidente del Ente Cooperador Ley 22.400**. El dirigente valoró el desafío que supuso para FAPASA organizar un evento de tal magnitud y enfatizó la importancia del debate y la unión de los productores de seguros de toda la región.

A continuación, se realizó la apertura oficial. En primer término, **Marvin Umaña**, de Costa Rica, **Presidente de**

COPAPROSE, se dirigió a los presentes. Destacó la oportunidad de poder reunir en forma presencial a la dirigencia regional de la entidad y la importante presencia de productores y profesionales del sector.

Luego, **Adriana Guida, Superintendente de Seguros de la Nación**, agradeció la oportunidad de presentar los ejes más destacados de su gestión. En este sentido, la funcionaria indicó que han emitido normas para acompañar al mercado, determinando que los títulos públicos (que las aseguradoras han debido adquirir obligados por la normativa) fueran valuados a valores técnicos (y no de mercado), dada la importante caída en sus cotizaciones.

Además, Guida resaltó la labor de la SSN en cuestiones de paridad de género, seguros inclusivos y micro seguros. También anunció que la SSN implementará el programa **El**



▲ Jorge L. Zottos, **Secretario de FAPASA**

Seguro va a la Escuela y **El Seguro va los barrios**, con el objetivo de difundir el conocimiento del seguro e incrementar la cultura aseguradora.

Por **FAPASA** no sólo asistieron los Presidentes de las APAS y miembros de sus comisiones directivas y afiliados, sino también los asesores de la Federación y Expresidentes. Asimismo, hay que destacar la participación de **Rodrigo Bedoya, Presidente de FIDES (Federación Interamericana de Empresas de Seguros)** y **Francisco Astelarra, Director Ejecutivo de la entidad**.

Después, fue el turno de **Agustina Decarre**, en su carácter de **Presidente de FAPASA** y **Vicepresidente segunda de COPAPROSE**. Resaltó y agradeció la importante participación de los PAS de todos los rincones del país. Además, indicó que conceptos como digitalización, experiencia del cliente, mundo híbrido, el desarrollo de la tecnología, las habilidades blandas, el marketing digital, el **Big Data**, y la Inteligencia Artificial, entre otros, conforman un rompecabezas que determinará en gran medida el futuro del sector y de la intermediación en seguros. Es por esto que **Decarre** se preguntó -y preguntó a los presentes- ¿qué tienen que hacer los productores de seguros para formar parte de ese futuro? «Estas son las preguntas que intentaremos responder en este Congreso», definió.

Más adelante, enfatizó: «Si queremos ser protagonistas y no meros espectadores del futuro, tenemos que construir nuestro propio destino, y para ello, es necesario que nos preguntemos que tipo de profesionales queremos ser y asumamos como protagonistas del cambio».

Antes de iniciar con la ronda de ponencias, la organización brindó un espacio para que **FAPASA** rindiera homenaje a la aseguradora **Federación Patronal**, que este año cumple 100 años de vida, por su constante apoyo al canal de Productores Asesores de Seguros, su único canal de comercialización. Recibieron la distinción su actual **Gerente General, Fernando Vallina**, y **Jorge Del Pecho**, anterior Gerente General, e impulsor de los grandes cambios que le dieron a la aseguradora la proyección nacional que hoy ostenta, liderados por el fallecido Presidente de la entidad, **Aquilino Madariaga**.

La mirada sobre el asesoramiento

Acto seguido, se inició la primera de las conferencias, a cargo de **Mónica Mendoza, especialista en ventas** y conocedora en profundidad del mundo del seguro. Mendoza analizó los cambios que la pandemia ha provocado en los ➔



▲ Agustina Decarre, **Presidente de FAPASA** y **Vicepresidente 2º de COPAPROSE**



Junto a vos,
dedicados a brindar el mejor servicio.



Descargá nuestra aplicación.



0810 999 3200

www.seguorsrivadavia.com

Nº de inscripción en SSN 0222

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



→ clientes y en las maneras de vender productos intangibles como el seguro.

Resaltó que el nuevo modelo de trabajo que incluye la virtualidad y el mundo híbrido, además del presencial tradicional, ha modificado comportamientos, habilidades y conocimientos del mundo de las ventas, obligando a reinventar nuevas fórmulas y a innovar en la relación con los clientes, especialmente en cuanto a **pensar el asesoramiento y la venta desde la perspectiva del cliente**.

En una parte de su disertación, **Mendoza** marcó claramente la diferencia entre la venta tradicional y la venta consultiva: «En la venta tradicional, el productor de seguros ponía énfasis en la descripción del producto, en su propio argumento, en hablar y convencer al cliente, en presionar para cerrar la venta. Esto no significa que quisiera engañar al cliente, pero es cierto que desde la ética y los valores, su objetivo central era vender la póliza.

Hoy hay tanta sobreoferta de seguros en el mercado que la mejor manera es 'vender sin vender'. Esto significa escuchar las necesidades del otro, y que el cliente nos vea como un partner que lo quiere ayudar en su negocio y en su vida. Que no perciba al productor de seguros como un mero colocador de un producto, o un vendedor que solo quiere cumplir su objetivo de ventas.

'Vender sin vender' significa crear un mapa de confianza que genera que el cliente explique mejor sus necesidades, y el productor pone el foco más en escuchar y menos en hablar. De esta manera, el productor puede ofrecer una solución que sea un traje a medida de sus necesidades. Y de este modo, es mucho más fácil cerrar un acuerdo».

Al final, dijo: «Como siempre, los vendedores tenemos que ser los más vistos y destacados de la fiesta, pero las reglas de la fiesta han cambiado, y debemos adaptarnos a ellas.

El Productor de Seguros tiene un dilema: no solamente ha cambiado la visión de las cosas, ha cambiado el cliente, sino que ello empuja al productor a ser el primero en tomar la iniciativa del cambio».

Tecnología

Luego de una pausa para el café, que fue muy valorada para el 'networking' y el reencuentro, fue el turno de **Isidre Mensa**, un profesional español con experiencia de tres décadas en el ámbito de la tecnología, la gestión y marketing de producto, y el desarrollo comercial de modelos de digitalización. Es **Presidente de la consultora MPM**, dedicada a la tecnología para canales de distribución de seguros, operando como líder del mercado de soluciones para bancaseguros en España.

La disertación de **Mensa** giró en torno a las tecnologías que necesita el PAS para dar el salto al futuro. En este sentido, expresó: «No cualquier tecnología sirve al Productor de Seguros. El proceso de digitalización que ha iniciado hace algunos años el seguro ha demostrado que, si bien hay unas pautas y comportamientos comunes, lo más importante es saber focalizar el negocio y los objetivos que se traza cada profesional. De acuerdo con ello, se diseña el modelo digital que tendrá que aplicar cada productor».

Luego, añadió: «Lo primero que necesita un productor de seguros es un ERP con CRM, con analítica de datos y con un sistema de gestión de procesos. Esto es lo que llamamos el back office del productor. Es el cómo nos ordenamos en nuestra propia casa. Luego viene la parte externa. Uno de los temas más importantes es cómo integrar el sistema del productor con las aseguradoras, para que el dato viaje y no haya que introducirlo a mano, con los riesgos que esto implica. La idea es que los sistemas dialoguen entre sí. Ese proceso de integración es muy importante porque libera al productor de una tarea que no agrega valor.

Por otro lado, está el cliente. Sobre todo las nuevas generaciones están acostumbradas a solicitar bienes y servicios a través de su teléfono móvil. Y a tener la información cuando quiere, y de la forma que quiere. Por lo tanto, hay que brindarle al cliente un servicio 24x7. Para ello, tenemos que facilitarle la entrada a la correduría, ya sea con un portal o con APP propia del corredor. La idea es que el cliente pueda resolver algunas consultas y algún nivel de autoservicio. Que no sea necesario siempre llamar a alguien, porque tal vez estamos hablando de una necesidad fuera del horario de atención de la oficina del bróker, y el cliente necesita tener acceso a una determinada información. Por lo tanto, hay que integrar al cliente en la propia correduría».

Antes del almuerzo, se desarrolló el panel sobre tendencias regulatorias, con **Andrea Signorino**, de Uruguay, y **Laura Pilar Duque**, de España.

En la mesa se puso de relieve la necesidad de que la regulación de los canales digitales no genere una situación de indefensión de los productores frente a los nuevos canales de venta, privilegiando la sostenibilidad y la ética en los mercados.



Cierre

Antes del cierre, se rindió homenaje al **Expresidente de COPAPROSE Sergio Sidero**, también **Expresidente de la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS)**.

Luego, las autoridades de **FAPASA** reconocieron la labor de **Jorge L. Zottos**. La distinción reconoce al dirigente «por su dedicación y compromiso como dirigente, reconociendo sus aportes para el crecimiento de la Federación y sus Asociaciones».

El cierre estuvo a cargo de **Marvin Umaña (Presidente de COPAPROSE)** y **Agustina Decarre (Presidente de FAPASA)**.

Umaña dijo: «El productor tiene que comprar seguros 'con' el cliente, enfatizando la palabra 'con'. El productor de seguros tiene que asumir que no somos solo vendedores. Tenemos que entender que comprar un seguro tiene que ser comprar 'tranquilidad'. Para lograr que el asegurado se sienta bien con una cobertura, el productor tiene que acercarse a su cliente y conocer en profundidad sus necesidades. Hay que visitar sus instalaciones, su fábrica, su comercio, conocer como es su vida. Y de esa manera, determinar para qué puede necesitar un determinado seguro. El productor debe buscar un producto en el mercado que se adecúe a sus necesidades, junto con el cliente.

Al final del día, el cliente recibe una póliza de muchísimas páginas, con un clausulado bastante complejo, que casi nunca leen. El cliente necesita quedarse tranquilo en que cuando necesite hacer uso de lo estipulado en la póliza, el producto responderá a sus expectativas, y ello se logra solo conociendo muy bien al cliente.

La actitud del productor hacia la aseguradora con la que trabaja tiene que ser fundamentalmente colaborativa. El productor tiene que ser consciente que aseguradora y productores, dependemos el uno del otro. Debemos colaborar con las compañías, y hablar muy bien de ellas, ya que cumplen una función social importante».

« Sólo la capacitación nos hará mejores profesionales y nos distinguirá de otros canales »

Por su parte, **Decarre** agradeció a los presentes, puso de relieve el valor de estos encuentros, y reiteró un mensaje que recorrió todas las charlas, debates y ponencias: «Solo la capacitación nos hará mejores profesionales y nos distinguirá de otros canales. Solo la capacitación nos llevará hacia el futuro que todos anhelamos. Pero ello depende de nosotros. Solo nuestro compromiso y actitud nos hará protagonistas de nuestro propio futuro».

Talleres

Por la tarde, se llevaron a cabo dos talleres de trabajo. El primero, sobre venta, estrategia comercial y productos, a cargo de **Florencia Gianelli, Belén Gómez, Nadina de Carlos y Walter Wörner**. El eje de la sesión giró en torno a enfocar la venta de seguros a partir de la experiencia del cliente, la gestión de carteras, el análisis de riesgos, y el desarrollo de cartera a través de los seguros de personas.

El segundo taller se enfocó en el marketing de contenidos, a cargo de **Martín Latrechina**. El profesional afirmó que «el contenido es vital en la estrategia de marketing del productor» y que «el contenido digital dará a los productores la posibilidad de moverse a mayor velocidad y de poder medir los negocios minuto a minuto».

DÍA 2

La jornada se inició con la conferencia magistral de **Recaredo Arias**, de México, reconocido especialista en los seguros, presidente durante 17 años de la **Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)**, y actual directivo de varias aseguradoras.

Arias aportó la visión de las aseguradoras sobre el papel del productor de seguros. Desarrolló el concepto de la 5ª revolución industrial y cómo influye en el seguro y la intermediación.

Después, se desarrolló un **Conversatorio** cuya dirección estuvo a cargo de **Pasqual Llongueras** (España), del que participaron como ponentes **Elizabeth Vogt** (México), Vicepresidenta I de COPAPROSE; **Agustina Decarre**, Vicepresidenta II de COPAPROSE; los Consejeros de COPAPROSE **Jorge Suxo** (Bolivia) y **Hugo Smith** (Chile), junto a **Rodrigo Bedoya** (Bolivia), Presidente de FIDES, y el ya mencionado **Recaredo Arias**. En definitiva, todos coincidieron en la importancia del trabajo conjunto, mancomunado, entre productores y aseguradores.

Luego de una pausa, llegó la exposición de **Gabriel Mysler**, CEO de la consultora **Innovation@Reach**, especialista en innovación y estrategia.

Mysler se propuso inspirar a los productores de seguros para que aprendan a pensar de manera creativa. «Si el productor de seguros se plantea y se propone ser un asesor y analista de riesgos profesional, el mayor riesgo que tiene es el de la falta de innovación. Uno mismo debe ser el conductor de su destino y de la estrategia que le permita adaptarse al cambio y no simplemente acostumbrarse al cambio, verlo como espectador», indicó.



“ Falta para retirarnos, pero vamos seguir viajando como lo hacemos ahora.”

Poné tus sueños en manos de especialistas y asegurará tus proyectos de mañana.

Planes que aseguran tus planes.



www.swissmedicalseguros.com



LIFE PLANNING
Ahorros para tu futuro.

SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A. CUIT 30-68584340-0. ARENALES 1826 (C1124AAB) BUENOS AIRES, ARGENTINA | SMG LIFE COMPAÑÍA DE SEGUROS DE RETIRO S.A. CUIT 30-70096480-5. ARENALES 1826 (C1124AAB) BUENOS AIRES, ARGENTINA.

N° de inscripción SSN
0580/0710

Departamento de Orientación
y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn



Transformación digital para los Organizadores y Productores de Seguros

Rendoro Software es una empresa tecnológica enfocada en el mercado del seguro, que ofrece específicamente soluciones de cotización y venta, ideales para equipos comerciales. Dentro de sus servicios para vendedores de seguros, sobresale 'Igniter', un Sitio Web Multicotizador de Seguro Automotor que permite a sus potenciales compradores cotizar y comparar valores rápidamente en múltiples compañías y en tiempo real; y 'Renpas', un software de uso interno para equipos de Productores de Seguros que simplifican las tareas de cotización automotor, envío de propuesta al prospecto, seguimiento y venta final en el trabajo diario. Entrevistamos a Arturo Diehl, Director de Proyectos de la firma.



Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

El avance de la tecnología y los requerimientos de la sociedad moderna, cada vez más inmersa en los beneficios que ésta trae aparejada para el desarrollo de su vida cotidiana, han potenciado el surgimiento de nuevos modelos de negocio, caracterizados por **empresas de software dedicadas a brindar soluciones tecnológicas** para hacer la vida de las empresas mucho más sencilla, ágil y con la posibilidad de brindar respuestas cualquier día, las 24 horas.

El **nuevo modelo de consumidor** que demanda respuestas inmediatas, sin límites de días ni horarios, que navega entre comparadores para obtener el mejor beneficio al precio más conveniente y que gracias a la llegada de internet conoce y averigua sobre la acción que está desarrollando, ya sea adquirir algún producto, contratar un servicio, incluso un seguro, obligó a las empresas a generar respuestas que lo satisfagan, que creen una experiencia satisfactoria. Y en esa búsqueda de una buena experiencia, debieron desarrollar en el caso de los seguros, cotizadores *on line*, comparadores de precios entre diferentes compañías en un mismo lugar, información completa sobre los productores disponibles para la venta, entre otros.

En virtud de ello, en esta oportunidades, entrevistamos a **Arturo Diehl, Director de Proyectos de la firma Rendoro Software**, una empresa tecnológica enfocada en el mercado asegurador, la cual a través de la interacción con Brokers, Organizadores, Productores de Seguros y Agentes Instorios, **ha desarrollado un software de última generación, con las mejores herramientas y prácticas,**

entregando soluciones de uso simple, que potencian de manera apreciable sus modelos de negocios.

Dentro de los servicios que ofrecen para Vendedores de Seguros podemos destacar dos en particular:

■ **IGNITER:** que consiste en un **sitio Web Multicotizador de Seguros de Automotores** que permite a sus potenciales compradores cotizar y comparar valores rápidamente en múltiples compañías y en tiempo real, tan sólo con la carga de algunos datos y en segundos, solicitando finalmente la cobertura de interés. Se trata de una herramienta que opera casi como un vendedor digital. Como características de este servicio podemos destacar: la conexión directa a todas las compañías aseguradoras con las que la empresa trabaja, la sincronización completa con los planes comerciales particulares de cada productor, ya que cotiza igual que el sistema interno de cada compañía, la búsqueda del seguro rápida para el cliente final en un solo paso, con respuesta instantánea de precios y coberturas, la recepción por *email* de datos del cliente y cobertura seleccionada al momento de la cotización, facilitando de esta forma el cierre de la venta en forma inmediata.

■ **RENPAS:** se trata de un sistema cotizador para Equipos de Venta de Seguros, **un software de uso interno para equipos de Productores de Seguros que simplifican las tareas de cotización automotor**, envío de propuesta al prospecto, seguimiento y venta final en el trabajo diario. Incluye dos perfiles de uso: Administrador y Vendedores. Permite cotizar en múltiples aseguradoras en tiempo real, generando presupuestos instantáneos.

Arturo Diehl, Director de Proyectos de la firma Rendoro Software, nos comentó un poco más en profundidad los detalles de los servicios brindados por su empresa y cómo fue su desarrollo y evolución en el curso del tiempo.

- Luego de haber atravesado la era que marcó la parte más dura de la pandemia ¿qué cambios notaron en el desarrollo de su trabajo antes y después de la misma?

- A nivel desarrollo, en **Rendoro Software** no generamos cambios significativos por la pandemia, sino que la misma operó como un acelerador de lo que veníamos ➡



30%* MENOS EN TU
SEGURO DE AUTO
Y MÁS DE “YO INVITO”



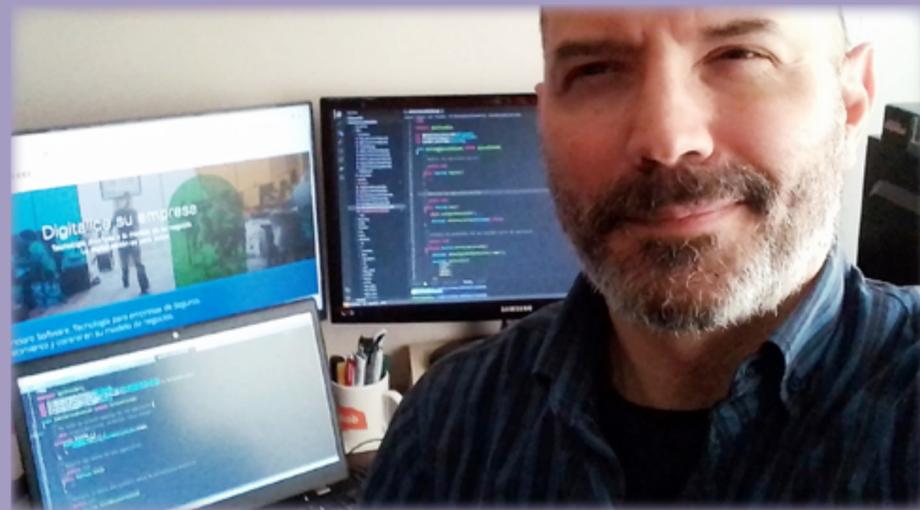
TODO PARA VOS



¿Sos Productor Asesor de Seguros?

TE INVITAMOS A LA EXPERIENCIA HAWK





▲ Arturo Diehl, Director de Proyectos de Rendoro Software

→ transitando. Me refiero a que ya estábamos trabajando en forma remota y cada vez pasábamos menos por la oficina. Esto para las empresas de corte *software*, es normal, ya que el **talento humano y los recursos en IT en esta área no se concentran en un solo punto sino que se encuentran dispersos en forma global, todo con accesos remotos**. Si necesitamos contratar un administrador de base de datos que viva en Mar del Plata o en Madrid, que opera sobre nuestros servidores en USA, aunque la oficina esté en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se contrata y punto, lo físico no interesa, es anecdótico.

Así trabajan gran cantidad de empresas IT del planeta, donde los recursos a nivel humano son escasos y donde **importa más el expertise de la persona, que su localidad física**. Básicamente trabajamos con servidores y personal

distribuidos, todo en el mismo tono. Acorde a esto, en el ambiente IT existen procesos claros para lo que es comunicación y desarrollo. Ambos funcionan estupendamente en forma remota, ya que hay empresas enormes que aportan recursos impresionantes para ello. La comunicación entre los integrantes de equipos, como así también el trabajo y *deploy* sobre servidores alojados en diferentes países, forma parte de la estandarización diaria y es un básico.

Por todas estas razones, aunque vimos cómo el mundo pandémico giraba hacia el *home office* con cierto temor en los resultados, **las empresas de sistemas ya estábamos haciendo tiempo con esta modalidad, en mayor o menor medida.**

- Desde su experiencia, ¿cómo ven actualmente la industria del seguro?

- La industria aseguradora la vemos segmentada, entre quienes están parados en un piso tradicional, medianamente resistiendo y solamente *aggiornando* cada tanto su capa de marketing sobre los mismos canales y servicios de siempre y quienes entienden que la tecnología ya está presente, quieren generar una estrategia nueva y la incorporan como un vehículo para generar más y mejor. Si bien todos usamos *Whatsapp* y correo, estamos hablando de **generar resultados sobre ambientes tech, invirtiendo tiempo y dinero. Esto en la economía argentina es un desafío, pero es el único camino si se busca crecimiento y nuevos negocios.**

En lo macro, lo bueno es que **en Argentina hay claras intenciones de profundizar el curso tecnológico asegurador como en USA o Europa**, con una *Cámara Insurtech* creada recientemente, muy pujante, que suma socios rápidamente. **Esto es un punto transformador fuerte, ya que la cámara reúne a la SSN, compañías, empresas y emprendedores en un mismo ámbito, lo cual es perfecto para generar nuevos proyectos.** Un laboratorio tech ideal por así decir, donde hablando tecnológicamente, la Superintendencia de Seguros de la Nación opera como el generador de reglas de negocio, las compañías como procesadores y repositorios de información y las empresas y emprendedores como generadores de sistemas. Y está todo ahí, al alcance de la mano.

- La era digital ha provocado un profundo cambio en los consumidores de seguros, ¿qué cambios notan en ellos y cómo se manejan con respecto a la necesidad de inmediatez que impera hoy en nuestra sociedad?

- La inmediatez es de todos los días, porque **el software opera en tiempo real y medimos los procesos en milisegundos, no hay demoras.**

Respecto del consumidor final, **el foco en «compra online» es cada vez más estrecho y exigente, por lo cual las soluciones deberían apuntar a simplificar y concretar en forma inmediata.** Nos juega en contra que un comprador *online* no entiende el iceberg de decisiones que hay detrás de una póliza y espera la misma experiencia que al adquirir un par de zapatos. Por ello, **entendemos que las estructuras de negocios de las compañías deben acercarse todo lo posible hacia la simplificación**, como para acompañar la inmediatez que el mercado pide y que la tecnología está deseosa de implementar. Esto para disminuir los procesos para lograr un asegurado y, como consecuencia, lograr mayor alcance



y diversidad de negocio. Actualmente, hay compañías cuyo modelo comercial opera con tanto margen, que el circuito se torna tecnológicamente complejo y esto impacta incluso en intermediarios y clientes finales. Y aunque siempre podemos implementar tecnologías para lidiar con dicha complejidad, no siempre esto resuelve el escenario de una forma óptima.

- ¿Qué servicios ofrecen para sus clientes y a qué público están dirigidos?

- **Rendoro Software** es una empresa tecnológica enfocada en el mercado del seguro. **Ofrecemos específicamente soluciones de cotización y venta, ideales para equipos comerciales.** Esto es sitios cotizadores que desarrollamos a medida para el cliente y, aparte, sistemas para equipos de productores, con experiencia de uso tipo *«home banking»*, que permiten cotizar y enviar presupuestos al cliente final. Todo conectado en tiempo real a más de 20 compañías.

- ¿Qué beneficios trae aparejados el uso de estas herramientas digitales?

- Básicamente **incrementar el volumen de ventas, ya que estas soluciones permiten ganar tiempo y generar mayor alcance comercial.** Actualmente un productor opera con múltiples compañías, con lo cual, cotizar para obtener valores se vuelve un problema. Nuestro sistema resuelve esto minimizando tiempos, permitiendo el envío al cliente de la cotización ideal. Y los sitios cotizadores operan como un productor más, sin límite geográfico. Son soluciones que hacen fácil lo difícil, que energizan la venta.

- ¿Qué resultados obtuvieron con la implementación de estas nuevas tecnologías?

- Actualmente tenemos múltiples clientes en la segunda versión del sistema y vamos por más, ya estamos desarrollando la tercera generación.

Escuchamos mucho a los clientes, por lo cual, en las versiones que desarrollamos incluimos lo que el mercado pide. **A nivel sistemas y negocios, lo que viene es más atractivo, más veloz y potente.**

- ¿Cómo ven el futuro del mercado asegurador?

- Al ser un mercado concentrado y pujante, se están produciendo cambios rápidos que en otros escenarios llevan más tiempo. **La comunicación, las redes, piden productos nuevos todo el tiempo**, hoy un seguro de auto tradicional, mañana hablaremos de un seguro por uso con descuentos si manejas mejor. Incluso la pandemia y crisis económica actúan como catalizadores, ya que este conjunto acelera la exposición de las necesidades.

Todo esto permite imaginar nichos nuevos sobre los cuales la tecnología actúa como nervio. Por esto, entendemos que todo está por hacer y, desde el punto de vista del software, **lo vivimos como una fuente de trabajo inagotable y absolutamente fuera de rutina.** El famoso *«hasta donde quieres llegar hoy»* está muy presente en la industria del seguro. ☺



SANCOR SEGUROS presentó su imponente edificio de oficinas en Mendoza

Se trata de una estructura de 18.000 m² construidos y con capacidad para 1.200 puestos de trabajo que la aseguradora está llevando adelante en alianza estratégica con Grupo Presidente.



Con un avance de obra del 80%, el pasado 22 de septiembre **SANCOR SEGUROS presentó en sociedad su flamante edificio ubicado en Luján de Cuyo (Mendoza)**, donde próximamente concentrará su operación regional. Compuesto de una planta baja y cuatro pisos, **se posiciona como el edificio corporativo más importante del oeste argentino por su gran escala, exigente arquitectura, alta tecnología y ubicación estratégica**, ofreciendo alta *performance*, vistas únicas y acceso directo a la naturaleza.

Se trata de una **estructura de 18.000 m² construidos y con capacidad para 1.200 puestos de trabajo** que la aseguradora está llevando adelante **en sociedad con Grupo Presidente**, uno de los desarrolladores más grandes y con mayor trayectoria del oeste argentino. El proyecto forma parte de un desarrollo inmobiliario en Palmares Valley que a futuro incluirá un sector residencial y otro gastronómico, comercial y de servicios, conformando así un ecosistema pensado para dar respuesta a las actuales demandas de calidad de vida y trabajo.

El evento de presentación en sociedad del edificio (cuyo final de obra está previsto para marzo de 2023), **considerado un verdadero hito para Mendoza y la región** -así como para la propia Aseguradora-, contó con la presencia del **Gobernador de Mendoza, Rodolfo Suárez** y del **Intendente de Luján de Cuyo, Sebastián Bragagnolo**, junto a las principales autoridades de las entidades anfitrionas.



«Quiero felicitar a SANCOR SEGUROS y a Presidente, por ser dos entidades muy serias que apuestan por Mendoza. También, felicitarlos por la cantidad de empleos que están generando con este proyecto. Esto es muy importante porque son empresas que dan certidumbre al país», destacó el **gobernador provincial**.

Por su parte, el **titular de la Municipalidad de Luján de Cuyo, Sebastián Bragagnolo**, resaltó con gran orgullo: *«Para nosotros es un honor que hayan elegido invertir en nuestro departamento y un placer que la sede regional del Grupo Sancor Seguros, que históricamente estuvo en la ciudad de Mendoza, ahora esté en Luján, que en los últimos dos años ha recibido la misma inversión privada que otros 11 departamentos de la provincia».*

Julían Groissman, Vicepresidente Ejecutivo del Grupo Presidente, puso en valor el proyecto que lidera junto con **SANCOR SEGUROS** y subrayó: *«El proyecto Avatar va a cambiar no solo la forma de trabajar y del talento que va a concentrar, sino que además va a ayudar a diversificar la matriz productiva de Mendoza a través de más inversiones».*

Oportunamente, el **Presidente del Grupo Sancor Seguros, Alfredo Panella**, afirmó: *«A esta tierra nos une un vínculo*

de más de 65 años. Inicialmente, decidimos apostar a Mendoza mediante la apertura de nuestra Sede en 1956. Con el tiempo fuimos creciendo y sumamos Oficinas Comerciales en San Rafael, San Juan y San Luis; y en cada uno de esos lugares, nuestras distintas empresas tienen el soporte necesario para cumplir con toda nuestra gente. De esta manera, renovamos nuestro vínculo con esta querida provincia y con toda la región, comprometidos a brindar soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades de cada persona y de las actividades productivas de la zona».

Tras finalizar las palabras alusivas, **Lucas Montini y José María Loughlin, presidentes de AOSS** (Asociación de Organizadores de Sancor Seguros) y **AMPASS** (Asociación Mutual de Productores Asesores de Sancor Seguros), respectivamente, **entregaron como presente a SANCOR SEGUROS una pintura del artista santafesino Gustavo Cuello.**

Además, el **Grupo Sancor Seguros hizo efectiva una importante donación al Banco de Alimentos de Mendoza**, monto que fue recibido por el **Presidente de la entidad, Daniel Ortiz** y el **Vicepresidente, Enrique Sampedro**, quienes manifestaron su profundo agradecimiento.



Características del proyecto:

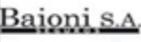
- 18.000 m² construidos, plantas libres y flexibles de hasta 2.800 m².
- Áreas de descanso y socialización.
- Capacidad para 1.200 puestos de trabajo.
- Altura: Planta baja: 5,90 metros; resto de los pisos: 4,60 metros.
- Seguridad y control de acceso digital
- Batería de 6 ascensores.
- Grupo electrógeno.
- Sistema contra incendios (hidrantes + sprinklers).
- Losas de hormigón visto.
- Pisos técnicos.
- Optimización energética y alta eficiencia.
- Sistema de climatización VRF Heat Recovery.
- Fibra óptica de alta velocidad (FTTH).
- Sistema de climatización VRF Heat Recovery.
- Amplia capacidad de estacionamiento.
- Vestuarios con duchas.
- Salas de reuniones de múltiples tamaños en PB.
- Dos circuitos de trekking en los cerros (intensidad media y alta) de aprox. 5 km cada uno.

En el siguiente link se puede ver el video de presentación: <https://www.youtube.com/watch?v=ZmluG8Kfpw>



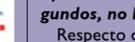
Grupo BAIONI

Siempre Juntos













<http://www.grupobaioni.com>



SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

Atención al asegurado
0800-666-6400

Por sexto año consecutivo, La Segunda lidera el ranking de las aseguradoras en Agro



● Con más de 5 millones de hectáreas cubiertas, el grupo asegurador vuelve a ser número uno indiscutible a nivel nacional. Con una cobertura territorial estratégica que les permite estar siempre cerca del productor agropecuario, el **Grupo Asegurador La Segunda** logra por sexto año consecutivo **liderar el ranking del mercado asegurador en la campaña de granos 2021/22**.

Las cifras son contundentes, puesto que el área de agro de la compañía logró asegurar **5 millones de hectáreas, con más de 10.000 productores agropecuarios asegurados y respondió con \$5.800 millones en siniestros pagos de esta campaña**. Con estos números, más un **crecimiento del 60,12% en sus primas**, es la Superintendencia de Seguros de la Nación la que destaca en el ranking a **La Segunda como la primera del país**.

Un liderazgo sostenido

Las razones por las cuales esta compañía de casi 90 años logra nuevamente este liderazgo son muchas. El **gerente de Riesgos Agropecuarios y Forestales, Carlos Comas**, analiza que una de las claves para ser líderes es **«el cumplimiento de la palabra, esa palabra que se traduce en una póliza y luego en el pago sin ninguna excusa»**.

«En **La Segunda** la fecha de pago nunca se modifica, bajo ningún contexto y esa es la solvencia de esta firma, porque pensamos que el liderazgo no se alcanza con un ranking de una campaña, sino que **somos líderes por historia, por nuestros productos, por la fuerza de venta y por haber sido innovadores siempre**», agrega.

Otro de los factores claves en esta confianza que se ha ido construyendo generación tras generación es **el factor humano**. Es importante entender que **los seguros no se realizan de manera online, sino que siempre está la intermediación de un productor de seguros**. Eso les permite esa cercanía con el hombre de campo, que siempre encuentra una respuesta directa frente a su requerimiento.

Una red de productores

Quien conoce de esto en primera persona es **Sebastián Ferrari, responsable comercial de Riesgos Agropecuarios y Forestales**, y lo describe de esta forma: «Nuestra fortaleza radica en que **nuestros productores de seguros son protagonistas por el asesoramiento que brindan, por el profesionalismo, por el conocimiento que tienen de cada producto**. También hay que destacar que logramos ser líderes gracias a nuestro desarrollo territorial, porque **en cada pueblo donde existe producción agropecuaria, hay un productor asesor de seguros de La Segunda que lo atiende todos los días**. Esto posibilita un marco de confianza muy importante».

Para conocer la distribución territorial de **La Segunda**, que justamente nació tras una red de cooperativas diseminadas en todo el país, existen en este momento **2.300 agencias activas de La Segunda en Argentina, de las cuales 641 trabajan directamente con el sector agropecuario**. Si bien estos números son muy dinámicos, porque siempre se van sumando nuevos agentes y más cobertura, lo cierto es que dan una idea de la cercanía de la compañía con sus clientes.

En esta línea de estar junto al productor, **Sebastián** destaca que a pesar de estar en un nuevo mundo post pandémico donde los vínculos son muchas veces **online**, lo cierto es que desde **La Segunda** priorizan **«el vínculo directo, viajando a todas las localidades para dar charlas, capacitaciones e incluso cenas de camaradería, eso no lo hemos perdido porque es nuestro contacto directo con lo que necesita el productor agropecuario»**.

Pilares de confianza

Por último, **Sebastián** concluye que **«cuando una persona compra un seguro, compra una promesa, es decir algo intangible. Es una promesa de pago ante un eventual siniestro o un riesgo, por lo cual la importancia del encuentro personal, de la palabra, de la confianza es fundamental. Justamente en la idiosincrasia del productor está la necesidad del asesoramiento y por eso con nuestra estructura comercial recorremos el país, asesorando y contándoles todas las novedades de cada campaña»**.

La Segunda fue fundada en 1933 y si bien desde sus inicios estuvieron junto al campo por sus pólizas personales para el productor, **desde hace 50 años su área de agro se especializó en los problemas concretos de los productores agropecuarios**. Esta campaña fue difícil por la sequía que azotó a todo el campo argentino, pero en lo que respecta a los seguros el productor no dudó a la hora de cubrirse, por lo cual **desde la compañía ya preparan nuevos anuncios con mayores coberturas para seguir sosteniendo este liderazgo clave**.

Breves de Informe

AOSS celebró su Asamblea Anual y renovó sus autoridades



● En la ciudad de Mendoza y con la participación de las principales autoridades del **Grupo Sancor Seguros**, la **Asociación de Organizadores de Sancor Seguros (AOSS)** celebró su **Asamblea Anual Ordinaria**.

En el marco de este acontecimiento, se procedió a la **renovación de autoridades para el ejercicio 2022-2023**, quedando la **Comisión Directiva** compuesta de la siguiente manera:

COMISIÓN DIRECTIVA AOSS | Ejercicio 2022-2023

- **Presidente:** Manuel Fregona
- **Vicepresidente:** Lucas Montini
- **Tesorero:** Ángel Calichchia
- **Secretario:** Marcelo Chialvo
- **Secretario de Actas:** Horacio Coppetti

Vocales titulares:

- Ramón Aquino
- Fabián Puntin
- Jorge Elías
- Gonzalo Casas
- Pablo Piotrowsky
- Alejandro Pastorino

Vocales suplentes:

- Alejandro Bianchi
- Dario Subat
- Mónica Medei
- Lucas Grillo
- Jorge Pennesi
- Ángel Edgardo Calichchia
- Mauricio Poldrugach

- **Síndico Titular:** Julio Chiacchiarini
- **Síndico Suplente:** Martín Fernández
- **Coordinador General:** Diego Sales

El flamante **Presidente, Manuel Fregona**, manifestó: «Esta nueva **Comisión Directiva asume el desafío de potenciar la participación plural y la integración intergeneracional con los jóvenes y las mujeres de nuestra Asociación, así como de alcanzar nuevas metas orientadas al desarrollo de nuestra querida entidad, siempre con el espíritu de mejora continua que nos caracteriza**».

Libra Seguros: Repensando las Inversiones Institucionales en el mercado del seguro

● **Juan Ignacio Perucchi, Gerente General de Libra Seguros**, disertó en el ámbito del **«Foro Regional para la Transición»** abordando la temática de **«Financiación Institucional en la industria del seguro»**.



Señaló la **importancia que los actores institucionales tienen en el desarrollo de una economía sostenible y sustentable con inclusión social y financiera**, en ese sentido, la industria del seguro, que es el principal inversor institucional, tiene mucho que decir y hacer.

El actual contexto económico impacta claramente en las inversiones institucionales, debido a causas específicas, en primer lugar, la inflación, que genera atrasos tarifarios y fuertes incrementos en la reposición / indemnización del siniestro, por otro lado, el incremento sinistral tanto en frecuencia como en intensidad, esto lleva a que se reduzca la capacidad inversora y la misma sea poco rentable, en síntesis, **se ven afectados tanto los resultados técnicos como los financieros**.

Esta deficiencia o reducción de la capacidad de inversión no solo repercute en las compañías de seguro, sino en las Pymes, en la economía circular, en la inclusión financiera y social y en el mercado en general.

Perucchi planteó la necesidad de **repensar el modelo de inversiones para superar e incrementar los montos de inversión y la rentabilidad de los mismos**.

En este sentido, hay que revisar las políticas de inversión y rever dónde están orientadas las políticas regulatorias que se ajustan más a las necesidades del estado (títulos públicos) que a las necesidades del mercado en general, esto requiere de un profundo diálogo Público / Privado para encontrar un equilibrio beneficioso para todos los actores.

Integrity reunió a sus PAS en una degustación de vinos After Work



● **Integrity Seguros invitó a sus PAS a un evento exclusivo «After Work»**, el pasado jueves 8 de Septiembre, en el que **participaron más de 30 Productores Asesores de Seguros junto a los directivos de la compañía**. Con el objetivo de reencontrarse personalmente luego de la pandemia, dialogar sobre las necesidades actuales en este nuevo contexto cambiante y cómo la compañía puede acompañarlos en este trayecto.

Edgardo Narbais, Director General, junto a **David Rey Goitia, Presidente**, presentaron las últimas novedades de la empresa: que en 2022 y de acuerdo a análisis externos se posicionó como **una de las mejores compañías en solvencia patrimonial, liderando el ratio de menor cantidad de juicios contra vehículos expuestos y con excelente calificación en las encuestas a sus PAS**. También se presentaron las reformas de modernización en el edificio de casa central ya iniciadas. En definitiva, el objetivo fue disfrutar de un espacio de **networking** e intercambio de información entre amigos en un ámbito de relax.

Luego de la presentación, **Julián Piloni, sommelier en The Buma Vinoteca Boutique**, deleitó a los invitados con una degustación de vinos seleccionados especialmente.

Matafuegos: La Perseverancia Seguros informa cómo utilizarlos correctamente en caso de incendio



● **El uso de un extintor inadecuado puede agravar aún más un incendio**, por lo que es fundamental conocer cuándo utilizar cada tipo de matafuego, cómo hacerlo y qué medidas tomar para conservarlo adecuadamente.

Los matafuegos o extintores son un elemento esencial para la seguridad ya que sirven para apagar diferentes tipos de fuego de manera segura y confiable. Dada su importancia, el equipo de **La Perseverancia Seguros -compañía líder en el país, con más de 116 años de trayectoria-** comparte información sobre las distintas clases de fuego -según sus orígenes- los distintos tipos de extintores, cómo utilizarlos y qué medidas tomar para conservarlo adecuadamente. En primer lugar, **es fundamental reconocer el origen del fuego**, para luego **poder elegir uno de los 6 tipos distintos de matafuegos que existen**:

- **Matafuegos clasificado como 'A'**: extintores de agua. Se utilizan para combatir el fuego de materiales combustibles sólidos.
- **Aquellos clasificados como 'A B'**: extintores de espuma. Se utilizan para combatir el fuego de líquidos combustibles o gases. No deben usarse en fuegos de equipos eléctricos.
- **'B C'**: extintores de dióxido de carbono. Se utilizan para combatir el fuego de equipos eléctricos de baja tensión.
- **'A B C'**: extintores de polvo químico seco y extintores a base de productos halogenados. Se utilizan para combatir el fuego de materiales combustibles sólidos, de líquidos combustibles o gases, o de equipos eléctricos de baja tensión.
- **'K'**: Se utilizan para combatir el fuego de aceites vegetales o grasas animales.
- **'D'**: Se utilizan para combatir el fuego de ciertos metales combustibles.

Una vez elegido el matafuegos indicado, **¿Cómo utilizarlo correctamente?** 1. Quitar el pasador que trava el gatillo, girándolo y rompiendo el precinto. 2. Colocarse a una distancia aproximada de 3 metros del fuego y apuntar la boquilla del extintor hacia la base de las llamas. 3. Apretar el gatillo, manteniendo siempre el extintor en posición vertical. 4. Mover la boquilla de lado a lado cubriendo el área del fuego.

Cuidados y mantenimiento

Los extintores no deben tener desgastes, óxido o fugas, y deben ubicarse en lugares de fácil alcance. Es importante que las instrucciones de uso sean legibles y que el matafuegos tenga la presión adecuada para su correcto funcionamiento. Cada tres meses debe realizarse una inspección visual, cada un año debe recargarse el extintor, y cada cinco años debe llevarse a cabo una prueba hidráulica.

Matafuegos en automóviles

Según la Ley 2894, **todas las unidades deben estar provistas de extintores de incendio**. Deben estar ubicados al alcance del conductor, en un lugar que no represente un riesgo para el mismo o para su acompañante. El extintor debe fijarse de forma tal que no pueda desprenderse, y no debe colocarse sobre los parantes del techo del auto. La ley prohíbe utilizar un sistema de abrazadera elástica para sujetar el extintor. «Como parte de nuestro compromiso con la comunidad, es nuestro deber informar sobre las especificidades de los extintores para disminuir los riesgos en casos de incendio», comenta **Adalberto Bruzzone, director de La Perseverancia Seguros**, y agrega **«recomendamos contar con un seguro contra incendios tanto en los hogares como también en los lugares de trabajo y los automóviles»**.

Se lanzó la convocatoria para participar de los Premios SANCOR SEGUROS Impulsa 2022

● Están orientados a emprendedores y emprendedoras de distintos sectores que resuelvan un desafío social concreto y que, además, busquen generar riqueza y empleos de calidad y estén comprometidos con el ambiente. Se valorarán positivamente los proyectos que apunten a promover la aceptación de la diversidad y la no discriminación.

SANCOR SEGUROS, a través de su incubadora **CITES IMPULSA** y con el apoyo de **DAIA (Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas)**, anunció la apertura de la convocatoria de los **«Premios SANCOR SEGUROS Impulsa 2022»**.

Se trata de un concurso orientado a **proyectos/emprendimientos que resuelvan un desafío social o ambiental concreto o de innovación o sensibilización de la diversidad, la no discriminación y la igualdad de oportunidades**.

Podrán participar emprendedores que lideren un proyecto que presente un fuerte componente innovador económico/social y que persiga, simultáneamente, generar un impacto positivo en temáticas relacionadas a la No Discriminación, Inclusión, Diversidad, Impacto Social, Igualdad de Oportunidades. Se priorizarán los emprendimientos especializados en las siguientes verticales/sectores: **educación, salud, hábitat, medioambiente, empleo, desarrollo local y ciudades inteligentes, energía, finanzas, entre otros**.

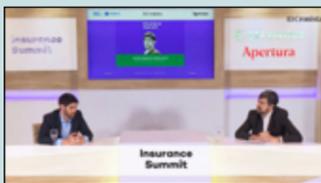
Los cinco ganadores tendrán la posibilidad de formar parte del **Programa de Incubación de SANCOR SEGUROS Impulsa 2023** con una beca completa. En forma adicional, uno de ellos podrá acceder a un **ticket de inversión de capital semilla por USD 10.000**.

«Tenemos el pleno convencimiento de que los emprendedores son impulsores clave del desarrollo: tienen menor aversión al riesgo, mayor apertura a las nuevas oportunidades y mejores estímulos para pensarse globales. Por eso, como empresa federal de origen cooperativo, quisimos salir al encuentro de esas personas emprendedoras de todo el país que cada día se levantan con un sueño: ser protagonistas de su vida y de la Argentina del futuro», comentaron desde **SANCOR SEGUROS**.

La inscripción se realiza desde **www.citesimpulsa.com.ar** (allí también pueden consultarse las Bases y Condiciones) y hay tiempo hasta el 17 de octubre para postular casos.

Ver el Video: <https://www.youtube.com/watch?v=s9zZhV8LlK>

La voz de Libra en Insurance Summit de El Cronista



● **Libra Seguros**, a través de su **Gerente General Juan Ignacio Perucchi**, participó en el evento anual **Insurance Summit de El Cronista**.

Perucchi recorrió los distintos aspectos de la actual realidad del mercado, remarcando la necesidad de **enarcar los desafíos transformadores que requiere la industria del seguro**. En ese sentido, expuso sobre el impacto del contexto macroeconómico que dificulta los resultados económicos y financieros de la industria. Apeló a no darle continuidad a la guerra tarifaria ya que, si bien puede solventar la 'caja' en el corto plazo, tiene una muy negativa incidencia en el mediano y largo plazo.

Señaló el **combate frontal que Libra está llevando adelante contra el Fraude**, principalmente porque es un delito y porque atenta significativamente con los resultados del negocio.

Habló sobre **establecer un diálogo institucional para enfrentar las problemáticas del sector** y poder, de esa manera, **tener una voz unificada**, el hecho de que en la actualidad haya 8 cámaras implica una dilución del diálogo y de criterios.

Dentro de los desafíos estructurales comentó sobre la creación de **MoveOn**, la empresa de asistencia y remolque del **Grupo Libra**, donde dicha compañía viene a dar respuesta a un servicio que en la actualidad es muy deficitario, tanto a nivel de servicio como económico. Señaló que **han logrado bajar en casi un 80% las demoras y obteniendo un importante ahorro en los costos de ese servicio**.

Concluyó que, superada la crisis actual, enfrentando las transformaciones necesarias, generando mayor conciencia aseguradora en todos los ramos y ofreciendo productos nuevos y disruptivos, el mercado asegurador se verá robustecido y encaminado a seguir siendo **un factor fundamental en la creación de valor**.

Breves de Informe

Boston Seguros presente en la 29ª edición de COPAPROSE



● La aseguradora participó del **Congreso Iberoamericano de Productores de Seguros** de tres jornadas, organizado por **COPAPROSE** y **FAPASA** en el que se debatió **el rol del Productor Asesor de Seguros en el escenario del futuro**.

17 disertantes nacionales e internacionales plantearon temáticas imprescindibles para configurar **el porvenir del mercado asegurador con el PAS como eje central**: tecnología, marketing de contenidos, experiencia de cliente, marco regulatorio y estrategias comerciales, entre otras.

Boston recibió a los asistentes con un **espacio de hospitality**, donde además de establecer un punto de encuentro entre la compañía y los Productores, **podieron disfrutar de la experiencia de tripular un simulador de vuelo sobre la isla de Manhattan**, en clara referencia a Seguros de Aeronavegación donde la compañía tiene fuerte actividad.

De la aseguradora estuvieron presentes directivos comerciales abocados a la atención del Canal Productores, Brokers y Organizadores para acompañar a su red. **Boston**, cuyo objetivo principal es **posicionarse entre las primeras 10 aseguradoras del mercado**, desarrolla un proyecto digital importante en el que el rol del Productor es una pieza clave para alcanzar en conjunto las metas de crecimiento y expansión.

SANCOR SEGUROS y AOSS fueron protagonistas en el Congreso Iberoamericano de Productores de Seguros



● El pasado 15 y 16 de septiembre, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se llevó a cabo el **XXIX Congreso Iberoamericano de Productores de Seguros COPAPROSE 2022**, que en esta oportunidad fue organizado por **FAPASA (Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de Argentina)** bajo el lema: **«¿Por qué el Productor de Seguros tiene que ser el protagonista del futuro del seguro?»**.

En este contexto, **SANCOR SEGUROS** y la **Asociación de Organizadores de Sancor Seguros (AOSS)** se hicieron presentes en calidad de **main sponsor** y a través de un **stand, participando así junto a más de 450 Productores Asesores de Iberoamérica**.

Algunos de los tópicos abordados durante las dos jornadas fueron: cómo las nuevas formas de venta pueden potenciar la labor de los PAS; qué herramientas digitales necesitan los agentes para dar el salto al futuro; visión regulatoria ante los cambios tecnológicos; cómo crecer integrando atención al cliente, marketing, data y contenidos; cómo inspirar al PAS para que aprenda a pensar de manera creativa; entre otros, todo a través de talleres y conferencias dictadas por especialistas de renombre nacional e internacional.

«Como dijo la Presidenta de FAPASA, los PAS somos futuro. Lejos de diluirse a partir de los cambios que trajeron la tecnología y las nuevas formas de consumo, nuestro rol está llamado a fortalecerse de cara a los próximos años y a nutrirse de todo lo que la digitalización tiene para ofrecernos, siempre con el objetivo de brindar el mejor servicio a los clientes», destacó **Lucas Montini, Presidente de AOSS**.

Por su parte, **Osiris Trossero, Director de RRRP y Servicios al Productor Asesor de Seguros del Grupo Sancor Seguros**, afirmó: **«El asesoramiento profesional, la contención y la atención personalizada son factores que hacen a la calidad del servicio en materia de seguros y que solo pueden ser garantizados a través de un PAS. Por eso, es indispensable la continua capacitación para poder incorporar las últimas tendencias a la operatoria diaria, razón por la cual desde el Grupo impulsamos distintos programas orientados a la profesionalización de nuestros agentes»**.

Seguros SURA lanza una solución innovadora para el sector ganadero



● Lo novedoso de este seguro con relación a los que existen en el mercado es que **se adapta a los diferentes sistemas productivos ganaderos**. Por lo tanto, cubre cría, recría e invernada, incluyendo no solo el stock de producción, sino también el de capital hacienda. Con el objetivo de brindar una solución integral y personalizada, **Seguros SURA creó una solución innovadora para la producción ganadera**, luego de un trabajo que llevó más de dos años de observación, desarrollo y testeo a campo.

Se trata de **una cobertura que se ajusta a cada cliente: sus tiempos, su modelo y su forma de producción**. Por tal motivo, presenta tres opciones distintas. La **básica** incluye cobertura por incendio y ahogamiento por inhalación de humo, rayos y centellas, y accidentes. La **intermedia** consta de la anterior, sumada a riesgos de la naturaleza, que actualmente no lo cubren otras empresas, tales como: inundación, granizo, vientos fuertes, temperatura excesiva o golpe de calor. También ofrece respaldo si el ganado padece intoxicación alimentaria, envenenamiento y empaste. Y la tercera alternativa, **la más completa**, agrega a todos los servicios mencionados, la cobertura por enfermedades nominadas.

Cabe destacar que **las tres alternativas aplican a todos los sistemas productivos**: cría (vacas y sus terneros hasta el destete), recría (del destete hasta el precio de ingreso a terminación) e invernada o terminación (proceso de preparación previo a faena). Además, esta cobertura permite combinar cualquiera de las actividades e inclusive comprender el periodo completo productivo ganadero de punta a punta.

En este sentido, **María Fernanda Muñoz, subgerente de Riesgos Agrícolas en Seguros SURA**, explica que **«este seguro se diferencia de los que se encuentran en el mercado desde dos puntos: desde el sector ganadero, más precisamente el bovino, donde se tiene en cuenta el sistema productivo, es decir la alimentación y el formato de la actividad. Y, por otro lado, dentro de lo que es el stock o los bienes asegurables, estamos cubriendo no solo los de producción, o sea lo que se vende, sino también el stock de capital hacienda, es decir el permanente»**. Y agrega que **«al ser pioneros en Argentina, tuvimos que generar una nueva póliza debido a que no existía un producto de estas características»**.

Otro beneficio muy importante que **Seguros SURA** ofrece a quienes contratan el producto es el acceso a **GeoSura, la plataforma digital de reportes climáticos**, que permite visualizar gráficamente la información sobre temperatura de topes nubosos, precipitación acumulada, temperaturas bajas, ocurrencia de heladas, NDVI y puntualmente para el caso de la ganadería entrega el ITH (Índice de temperatura y Humedad), de manera que los clientes puedan monitorear diariamente a nivel de coordenada GPS sus animales. Por otra parte, esta plataforma entrega a nivel de lotes pronósticos estacionales de actualización mensual, para conocer las temperatura, precipitaciones y comportamiento del fenómeno ENSO, entre otros datos. Esto es de interés para el productor, ya que lo ayuda a tomar decisiones a tiempo y colabora en la mitigación de riesgos climáticos de impacto. **Este producto innovador abarca toda la Argentina, en especial la zona de La Pampa húmeda**. Si bien está destinado a un perfil de productor medio que tiene de 800 a 4500 cabezas, dependiendo la zona y el modelo productivo, por su flexibilidad, integralidad y funcionalidad, ya analizan ampliar el segmento.

Lucas Di Bin asume la vicepresidencia de Portafolio, Canal PAS y Brokers en Seguros SURA

● **Seguros SURA**, empresa especializada en Seguros, Tendencias y Riesgos, **designó a Lucas Di Bin como nuevo vicepresidente de Portafolio, Canal PAS y Brokers**. Anteriormente, se ha desempeñado en el cargo de Vicepresidente de Riesgos y ha liderado el proyecto de transformación de Modelo Operativo y los procesos de direccionamiento estratégico.

Asimismo, a lo largo de sus 13 años de trayectoria dentro la compañía, **Di Bin ha ocupado distintos roles y ha realizado diversas tareas, liderando áreas de portafolio, actuariales y riesgos**. Acompañando a la marca en el desarrollo de soluciones que contribuyan al bienestar y competitividad de personas y empresas, mediante un modelo orientado a gestionar no solo los riesgos operativos de sus clientes, sino también los grandes riesgos estratégicos.

Tras haber asumido nuevo rol, **Lucas Di Bin** expresó: **«Estoy muy agradecido por la confianza depositada en mí y me siento entusiasmado de asumir este desafío de profundizar el crecimiento de Seguros SURA, a través del desarrollo de soluciones que contribuyan a la transformación digital, con el objetivo de automatizar procesos, agilizar la relación con los productores y generar fluidez en la relación con los clientes y colaboradores»**.

Llega **Mujeres en negocios**, el primer programa de formación abierto y gratuito con perspectiva de género de **WomanPas**



Desarrollado por **Elbinger e Innovate** y con el apoyo de **Zurich Argentina**, **Mujeres en negocios** busca motivar, impulsar y brindar herramientas para que más mujeres puedan construir empresas propias en la industria de seguros.

El programa está orientado a mujeres con perfil comercial y/o de liderazgo que quieran desarrollar un negocio en el ámbito de los seguros. «Con esta alianza queremos ayudar a otras mujeres a llegar a posiciones de gerenciamiento en la industria, donde más del 90% de las decisiones de poder las toman los hombres, pero en el que las mujeres ocupan un lugar muy importante en sectores menos calificados», compartieron **Soledad Mastragostino**, directora ejecutiva de **Innovate**, y **Marisol Elbinger**, directora ejecutiva de **Elbinger SA**, desarrolladoras del programa.

Los cupos son limitados, quienes deseen inscribirse al proceso de selección de candidatas pueden hacerlo en este [link](#) hasta el 7 de octubre.

«En **Zurich** estamos convencidos de que podemos tener un impacto positivo desde nuestro rol como aseguradora, inversora, empleadora y en la comunidad. Es así como trabajamos principalmente en dos ejes, medio ambiente y comunidad. Apoyamos a **Woman Pas** en este programa de formación porque encontramos una plataforma en la que convergen nuestros valores, especialmente aquellos ligados a diversidad e inclusión para acompañar el desarrollo y el potencial de las mujeres en todos los ámbitos para promover la igualdad de oportunidades», agregó **Adriana Arias**, Head of Communication & Sustainability en **Zurich Argentina**.

Con una duración de un año, se abordarán temas esenciales para el desarrollo y liderazgo de un negocio a cargo de capacitadores especializados en cada área, como: introducción y desarrollo de negocio; mercado potencial; ciclo de ventas; productos; desarrollo de cartera; empresa unipersonal; marca personal; comunicación inclusiva; plan de negocio y autoliderazgo; entre otros.

Las capacitaciones se dictarán en formato híbrido, es decir que las participantes podrán elegir asistir de manera presencial a las oficinas de **Elbinger** en **Teniente General Perón 1558 7° piso, CABA**, o bien de manera virtual. El programa comenzará el 18 de octubre y la inscripción al proceso de selección ya está abierta en el siguiente [link](#). Quienes deseen conocer más sobre el programa, pueden inscribirse haciendo clic acá a una charla virtual de presentación que se realizará el viernes 30 de septiembre a las 10 horas. Y también visitar <http://womaspas.com/> o escribir a mujeresennegocios@womaspas.com.

El Grupo **Assekuransa** celebró sus 30 Años en Mallorca



El Grupo **Assekuransa** reunió en Mallorca a los casi 120 integrantes de sus oficinas en América Latina, Estados Unidos y Europa, en una celebración tardía de los 30 años de operación, que habían debido postergarse en el año 2020 por la pandemia.

El objetivo del encuentro fue celebrar el aniversario y compartir los proyectos que el grupo tiene en carpeta para implementar en los próximos 5 años, con vistas a crecer a partir de una expansión de sus negocios y de la ampliación de su oferta de seguros.

Durante el evento principal, que tuvo lugar en el **Steigenberger Golf & Spa**, en Camp de Mar, Mallorca, el fundador y presidente del Grupo **Assekuransa**, **Juan Ángel González Insaurrealde** recordó, junto a **Jürgen Bochanski**, fundador de **Aktiv Assekuranz**, su primer socio comercial, los inicios del negocio y repasaron la evolución en estos ahora 32 años.

El CEO del grupo, **Sebastián Galletto**, señaló que: «Este era un encuentro muy esperado, que tuvo que postergarse dos años, pero que finalmente se hizo y permitió que los que trabajamos día a día en el crecimiento del Grupo **Assekuransa** en América Latina, Estados Unidos y Europa pudiéramos encontrarnos, celebrar lo que hemos logrado y planear un futuro que nos imaginamos todavía mejor».

El Grupo **Assekuransa** está integrado centralmente por brokers de seguros y compañías de seguros que comercializan seguros de responsabilidad, carga, transporte de mercaderías y cauciones, con foco en el comercio internacional.

Recientemente, su compañía de seguros de Argentina fue calificada por **Moody's** como **A+** por su fortaleza financiera.

Breves de Informe

La **SSN** creó el Departamento de Cultura y Conciencia Aseguradora



Las autoridades presentaron el plan de acción 2022 a fin de generar un impacto social positivo en materia aseguradora. A través de la **Resolución SSN N° 666/2022** firmada el miércoles 21 de septiembre, la **Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)** creó el **Departamento de Cultura y Conciencia Aseguradora (DCCA)**, con la finalidad última de generar impacto y transformación social.

El organismo tiene como función el desarrollo de políticas que acompañen el crecimiento del mercado, que contribuyan a disminuir posibles conflictos y que generen un impacto social positivo en materia aseguradora.

Por tal motivo, a través del **DCCA** se impulsa el «Programa Cultura y Conciencia Aseguradora», cuyo objetivo principal es el de fortalecer las políticas de cultura y conciencia aseguradora como así también el rol y potestad del organismo en materia de seguros.

Asimismo, se ha designado al **Lic. Ariel Albergo** como responsable a cargo del **DCCA**, cuya estructura y organización dependerá de la Gerencia de Asuntos Institucionales y Relaciones Internacionales.

Cabe destacar que este proyecto fue ideado, impulsado y presentado ante las autoridades por la delegación general de **UPCN** del organismo con el fin de potenciar las políticas internas y el rol de los trabajadores de la **SSN** ante la sociedad.

El desarrollo, promoción y difusión de las políticas que el programa engloba se realizará a través de diversas acciones, proyectos y campañas entre las cuales se destaca «**El seguro va a la Escuela**», cuyo objetivo es difundir contenidos y desarrollar actividades que tengan como finalidad la educación en materia de seguros para los diferentes niveles de aprendizaje, y «**El Seguro va a los Barrios**», acción que realizará campañas en distintos municipios para posicionar a la **SSN** como un organismo activo y presente para los asegurados y la ciudadanía en general.

Se suman al **Plan de Acción 2022**, las iniciativas «**El Seguro va al Estado**» y «**Vacaciones Seguras**». El primero se centrará en la difusión del rol de la **SSN** y de sus funciones exclusivas y excluyentes, ante diversos sectores y reparticiones de la **APN**. En cambio, el segundo, apuntará a realizar campañas de difusión y prevención respecto de los principales requisitos a tener en cuenta a la hora de vacacionar.

La presentación del Plan de Acción se oficializó mediante una reunión en la cual estuvieron presentes la **Superintendente de Seguros de la Nación, Act. Mirta Adriana Guida**; la **Coordinadora General, Ana Durañona y Vedía**; la **Gerenta de Asuntos Institucionales y Relaciones Internacionales, Verónica López Quesada**; el **Subgerente de Relaciones Institucionales, Matías Luppi**; la **Secretaria Adjunta de la Delegación General UPCN-SSN, Silvana Ruscitti**; el **Secretario Gremial, Mauricio Moffa** y el **Responsable del Departamento de Cultura y Conciencia Aseguradora, Ariel Albergo**.

Será misión del **DCCA** fomentar y difundir la importancia y función del Seguro, incrementar la confianza de la comunidad en el sector así como facilitar y fortalecer los vínculos y el acceso a la información de la comunidad con el sector.

Sumado a esto, cabe destacar que es primordial para la **SSN** mantener un criterio de escucha activa y apertura a las propuestas, demandas, necesidades y sugerencias de los distintos actores del sector.

La creación del **Departamento de Cultura y Conciencia Aseguradora** es muestra del compromiso asumido por la **SSN** en transformar la realidad actual, promover la inclusión, el acceso y el ejercicio pleno de los derechos en todas sus expresiones y dentro del marco de políticas públicas.



Las **ART** también prestarán cobertura a las cooperativas de trabajo según el **Decreto SRT 651/2022**



Se amplía el alcance de la cobertura del Sistema de Riesgos del Trabajo a trabajadores que no están bajo relación de dependencia. Así lo dispuso el gobierno nacional a través del **Decreto 651/2022**, que establece un marco normativo protectorio específico para las y los trabajadores de este sector. La norma, firmada por el presidente de la Nación, **Alberto Fernández**; el jefe de Gabinete, **Juan Manzur**, y por el ministro de Trabajo, **Claudio Moroni**, precisa que se extiende «el ámbito de aplicación de la Ley de Riesgos del Trabajo 24.557, sus modificatorias y complementarias a los trabajadores asociados y las trabajadoras asociadas en Cooperativas de Trabajo previstas en la Ley de Cooperativas 20.337 y su modificatoria».

El texto del decreto determina que la extensión de la cobertura deberá ser solicitada por la propia cooperativa, quien deberá ser la que requiera su inclusión en dicho régimen. En ese caso, la decisión de contratar la prestación a cargo de una **ART** será adoptada por la asamblea de socias y socios de la Cooperativa de Trabajo, según la ley 20.337 y sus propios estatutos. A partir de esa decisión, corresponderá a la cooperativa de trabajo contratar la cobertura de sus asociados con una aseguradora de riesgos del trabajo y abonar las correspondientes alícuotas.

La determinación de la base imponible «será efectuada sobre la base de la retribución mensual declarada para el trabajador asociado o la trabajadora asociada, conformadas por la distribución de excedentes definidos por la cooperativa o sobre el Salario Mínimo, Vital y Móvil, el que sea mayor». De igual modo, el cálculo de las prestaciones dinerarias será «efectuado sobre la base de las retribuciones promedio declaradas para el trabajador o la trabajadora durante el año anterior a la primera manifestación invalidante o en el tiempo de prestación de servicio si fuera menor, conformadas por la distribución de excedentes definidos por la cooperativa o sobre el Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVYM), el que sea mayor».

En tanto que la **Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT)** y la de **Seguros de la Nación** serán los organismos facultados para dictar, en forma conjunta o indistinta, en el marco de sus respectivas competencias, las normas complementarias o aclaratorias que resulten necesarias para la efectiva aplicación del decreto. **Decreto 651/2022**

Comunicación con propósito: la importancia de comunicar con responsabilidad y compromiso social



En el marco de su responsabilidad social empresarial, el **Grupo SanCor Salud** junto al **Consejo Publicitario Argentino (CPA)**, llevó a cabo un evento exclusivo, gratuito y abierto a todo público, que tuvo lugar en la ciudad de Rosario donde profesionales y especialistas en la materia de comunicación, abordaron la temática «Comunicación con propósito».

El encuentro tuvo lugar el pasado viernes 16 de septiembre, de forma presencial, en el Salón Gran Paraná del **City Center Rosario**. Allí, se hicieron presentes asistentes pertenecientes al ámbito académico, empresarial y periodístico, el equipo de disertantes estuvo conformado por **Nora Mosso** (Gerenta de Marketing de SanCor Salud, Grupo de Medicina Privada), **Mariano Pasik** (presidente del Consejo Publicitario Argentino y CEO de Liebre Amotinada), **Santiago Olivera** (CEO de VMLY&R), **Mary Teahan** (presidenta de Qendar) y **Belén Urbaneja** (VP, RSE, Gestión de Marca y Diversidad, Equidad e Inclusión en The Walt Disney Company Latam). La periodista **Gisela Busaniche** fue la encargada de presentar y moderar el panel expositivo.

A lo largo del evento, los profesionales reflexionaron sobre el mundo de la comunicación desde una nueva perspectiva y apostando a la construcción de una sociedad más sostenible e inclusiva. En este sentido, **Nora Mosso**, Gerenta del Área de Marketing de **SanCor Salud**, destacó que «la sociedad quiere construir parámetros más respetuosos y más sanos. Hoy los consumidores son más conscientes y exigentes. Por eso, las empresas como actores sociales, debemos sumarnos activamente, debemos ser cada vez más humanas y comprometidas».

«Nuestra comunicación debe ser responsable y lo que hacemos en estos términos debe estar conectado con lo que hacemos día a día como empresa», agregó **Nora Mosso**. Por su parte, **Mariano Pasik**, presidente del Consejo Publicitario Argentino, expresó: «Es un orgullo para el Consejo Publicitario Argentino estar acá en Rosario haciendo este evento federal junto a anunciantes, medios y agencias, para reflexionar e incentivar el accionar responsable de las empresas y marcas. ¡Gracias SanCor Salud por hacerlo posible!».

El **Grupo SanCor Salud**, responsable con su rol social, apuesta a la organización de estas propuestas que priorizan el diálogo y la reflexión y buscan enfatizar en la importancia de comunicar con responsabilidad, desde una mirada integral y coherente, a fin de contribuir a la conformación de comunidades más respetuosas y saludables.



gourmend

EL TROPEZÓN
DESDE 1974

Callao 248, C.A.B.A. / 011 4371 5046
@eltropezonrestaurant

profile
profile

HIERRO (PALERMO)

La combinación de carne, hierro & fuego

Concepto **Hierro**, el ambicioso proyecto que combina carne, hierro y fuego, llegó al barrio de Palermo para abrir allí una nueva sucursal. Al igual que su sede en la Bahía de Nordelta, la oferta gastronómica luce **carnes maduras puertas adentro y cocidas a las brasas** (al quebracho colorado), preparaciones elaboradas con vegetales orgánicos de estación y una interesante coterlección de autor, además de una cuidada selección de vinos.

Se trata de un espacio donde convergen diferentes situaciones que, enlazadas, transportan al comensal por un viaje de sensaciones a través de todos los sentidos, en un



ambiente moderno, ideal para disfrutar de música chill out.

Ambientación

En su sede de Palermo, el local se descubre sobre la calle Costa Rica al 5602, en la esquina de Fitz Roy. Es un espacio de 400 m² distribuidos en una planta con techos altos y un sobre piso, además de dos pérgolas climatizadas en

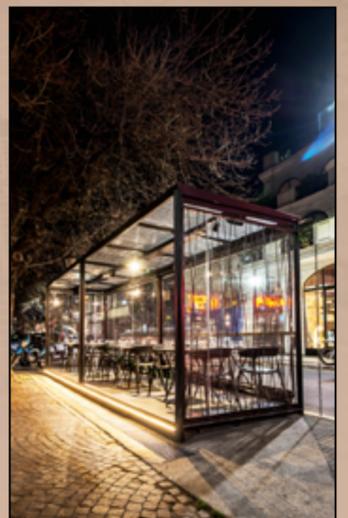
la vereda. El amplio salón alberga mesas y sillas para grupos de dos y cuatro personas, así como un espacio privado, una imponente barra de cocktails y un sobre piso. Al fondo, una gran «H» de hierro enmarca la segunda barra que está ubicada frente a los fuegos, desde donde se puede observar el trabajo de los parrilleros y cocineros. Su ambientación mantiene la misma esencia



que la sede de Nordelta: el hierro -estandarte de la marca- está presente en lámparas, barras, banquetas, sillones, sillas y mesas combinadas con **neolith**.

Gastronomía

La carta despliega platos tradicionales elaborados con materias primas de primera línea y reversionados con sello personal. **La especialidad de la casa es la carne** y por eso utilizan piezas de raza **Angus Black** seleccionadas especialmente para **Hierro**. Una vez en el restaurante, son sometidas a un **proceso de maduración al vacío** para lograr la máxima expresión de su ternura y sabor. Por último, **son cocidas a la parrilla con carbón y quebracho colorado**.



Una mirada vanguardista de la parrilla argentina



→ La experiencia comienza con una sección de **Entradas**, donde resalta la infaltable *provoleta* en dos versiones; las *empanadas fritas* rellenas de ternera a cuchillo, tomates asados y verdeo -también hay opción Veggie a base de hongos, coliflor asada, mozzarella y pesto de albahaca-; y *Achuras* como *Mollejas a las brasas*, *Chorizo de puro cerdo*, *Morcilla vasca con crema de pera asada* (con nuez, verdeo y pasa de uva), *Chinchulines* (alimonados a las brasas, con papa aplastada, manteca, romero y ajo), o *Salchichas parrilleras de cordero*.

Dentro de los **Principales**, son protagonistas el *Ojo de bife*, el *Bife de chorizo con hueso*, la *Entraña* y el *Corte especial de Raza Wagyu*, entre otras carnes que se sirven en el punto elegido por el comensal.

Los **vegetales orgánicos** son el complemento perfecto y están trabajados con igual dedicación: *Chauchas rollizas con hongos de estación*, *crocante de cebolla morada frita, ají cayena, ajo y limón*; su especial versión de la *Ensalada de Papas, con papines patagónicos, huevo poché, cebolla morada, alioli de alcázaras, cilantro fresco y alcázaras fritas*; y *Rúcula*

selvática con tomates deshidratados, láminas de queso parmesano y dressing balsámico son solo algunas de las tantas opciones.

Pero además, se puede optar por platos como el *Pollo de Campo* (a la parrilla); o los *Noquis Caseros* (*Ragout de hongos de pino, almendras, tostadas, queso parmesano y oliva*).

Los **Postres** no se quedan atrás y en el menú se pueden encontrar sabores clásicos en creaciones originales como el *Triple de Dulce de Leche*, un volcán de dulce de leche con *Vauquita casera* y semifreddo de dulce de leche; el *Crumble de nueces con peras asadas*, merengue italiano y semifreddo de

chocolate blanco; y las *Texturas de Chocolate* (*Mousse* y *Lajas de Chocolate Semi Amargo*, *Merengue de Cacao*, *Zest de Naranja*).

Hierro, además, ofrece una **propuesta especial para niños** y un **Menú de Mediodías**, disponible de lunes a viernes.

Bebidas

Para coronar la experiencia se proponen vinos de pequeñas y prestigiosas bodegas nacionales, cervezas artesanales y cócteles de autor elaborados con espirituosas de calidad, frutas frescas de estación, frutas deshidratadas, almibares y jarabes artesanales. Algunos de los más recomendados son *La Musa* (con vermouth de ajeno, London Dry Gin, té negro, lima, maple syrup y eucalipto) y *El Chanta* (con whisky escocés, manzana verde, jarabe de jalapeño quemado, lima, Angostura y chip de manzana).

Hierro se perfila como una **marca local creada para exportar**, siendo su estandarte el uso de productos nacionales y el aprovechamiento de los mismos para ofrecer un servicio de alta calidad en Argentina y el mundo. 🇦🇷



SER DE CAMPO
ES HABLAR CON HECHOS

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!

SANCOR SEGUROS | AGRO

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

Julia Centanni

Casada - 35 Años - Signo Tauro (8 de Mayo)

Supervisora Comercial en Intēgrity Seguros



CARA a CARA

● **UN HOBBY**

Viajar

● **LA JUSTICIA**

Mejor la divina

● **SU MAYOR VIRTUD**

La gratitud

● **LA SEGURIDAD**

Un compromiso de todos

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Casual

● **UN SER QUERIDO**

Mi mamá

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Julia Roberts y Christopher Pratt

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Ir a estudiar al exterior

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

«El que depositó dólares, recibirá dólares»

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Proyectos

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Los sueños

● **LA MUERTE**

Inevitable

● **EL MATRIMONIO**

Un compromiso de felicidad

● **EL PASADO**

El mejor maestro

● **EL DÓLAR**

Siempre fuerte

● **LE TENGO MIEDO A...**

Las arañas

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

Puerto Cristal

● **LA INFLACIÓN**

Ineptitud de gestión

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

Cuando aprendí a andar en rollers

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Conmigo misma

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

No necesariamente

● **EL FIN DEL MUNDO**

Que me agarre viajando!

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Arturo Frondizi

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Pizza

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

Revisar el celular

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

Todo se puede perdonar

● **UNA CANCIÓN**

Mareo de Babasónicos

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

En el que vaya contra mis sueños

● **PSICOANÁLISIS**

Necesario

● **ME ARREPIENTO DE**

Nada

● **DIOS**

Omnipresente

● **ESCRITOR FAVORITO**

Haruki Murakami

● **EN TEATRO**

Sleep no more

● **LA CORRUPCIÓN**

Mata

● **LA INFIDELIDAD**

Una cuestión de perspectiva

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

El mejor estado emocional

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Vivir en el exterior

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Paso a Paso

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

Mejor: Jurassic World

Peor: La Cabeza de la Araña

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

Casa con Netflix y pochoclos

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

Su Compañía

● **LA TRAICIÓN**

Es de débiles

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Piña Colada

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

Daniela De Lucía

● **EL AUTO DESEADO**

Toyota Prius

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Coti Sorokin

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Estudiantes de la Plata

● **EL PERFUME**

Romance de Ralph Lauren

● **EL HOMBRE IDEAL**

Un buen compañero de viajes

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Instagram

● **LA CULPA ES DE...**

Cobardes

● **EL GRAN AUSENTE**

Mi papá

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

Los brazos

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

«Estás para más», de Daniela De Lucía

● **UN SECRETO**

Siempre bien guardado

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Actriz

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Volver a Hawái

● **UN MAESTRO**

El pasado

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Para ver, fútbol; para hacer, rollers

● **UNA CONFESIÓN**

Antes de ser Pincha era de Boca

● **NO PUEDO**

No pensar en viajes

● **MI PEOR DEFECTO ES**

No tener paciencia

● **MARKETING**

Un aliado

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

Tiempo

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

Escuchar música en el auto

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

España

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

