

ACTIVIDADES

Seguros: Mercado Libre de asesoramiento

ACTUALIDAD

Mascotas, un segmento con alto potencial

PROTAGONISTAS

Daniel Salazar, Presidente de Victoria Seguros

FUERA DE FOCO

Natación, waterpolo, kayak y una vida ligada al deporte

SEGUROS

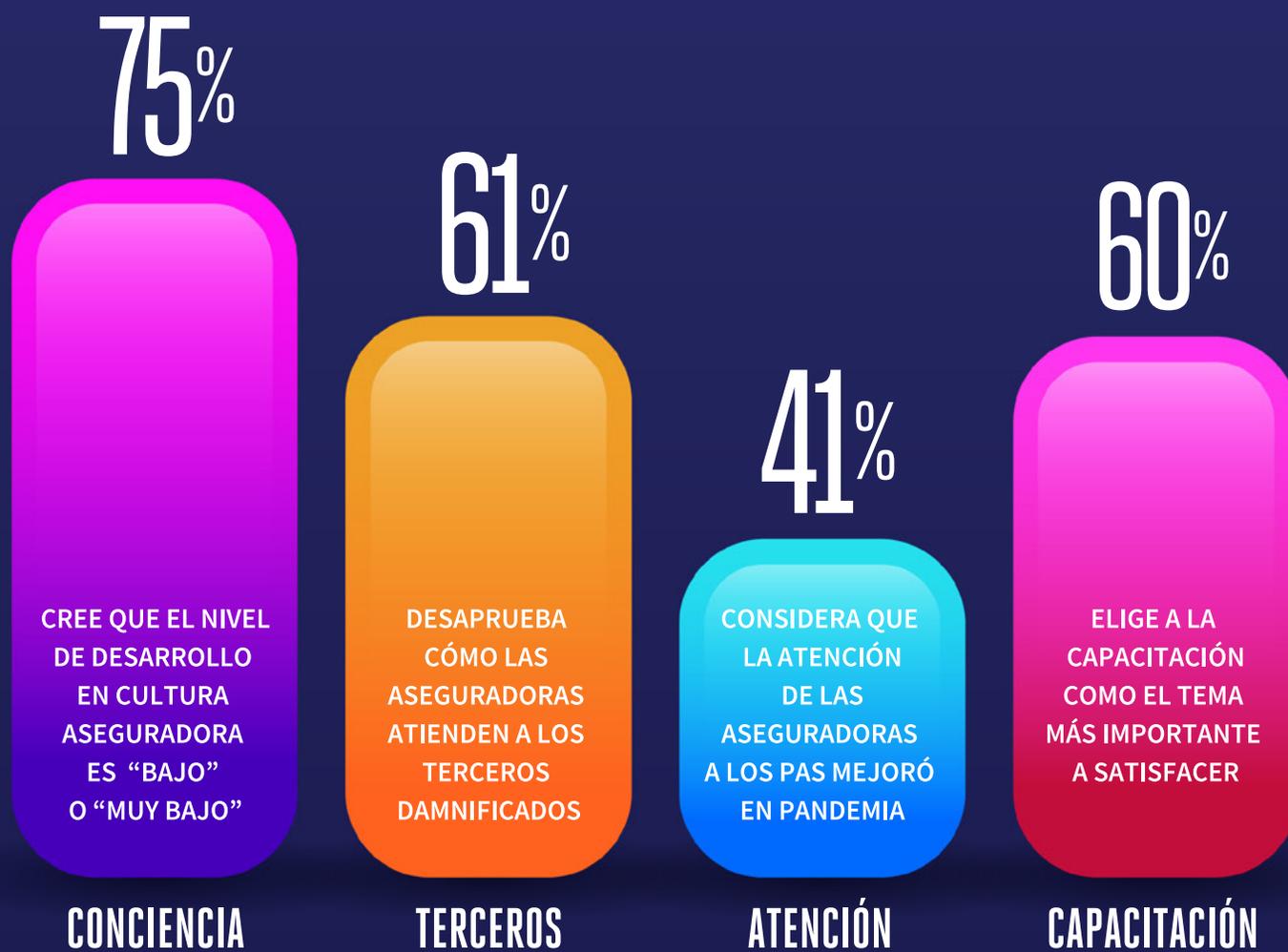
Año LIII . 2021

Número 324

Editada por la Asociación

Argentina de Productores

Asesores de Seguros



El PAS tiene la palabra

Estos son sólo algunos de los resultados de una encuesta inédita realizada a más de 200 Productores Asesores de Seguros socios de AAPAS que dieron su opinión sobre los temas más sensibles que hacen a su actividad y al mercado asegurador. Datos reveladores.

Lanzamos el Seguro de Retiro Colectivo.

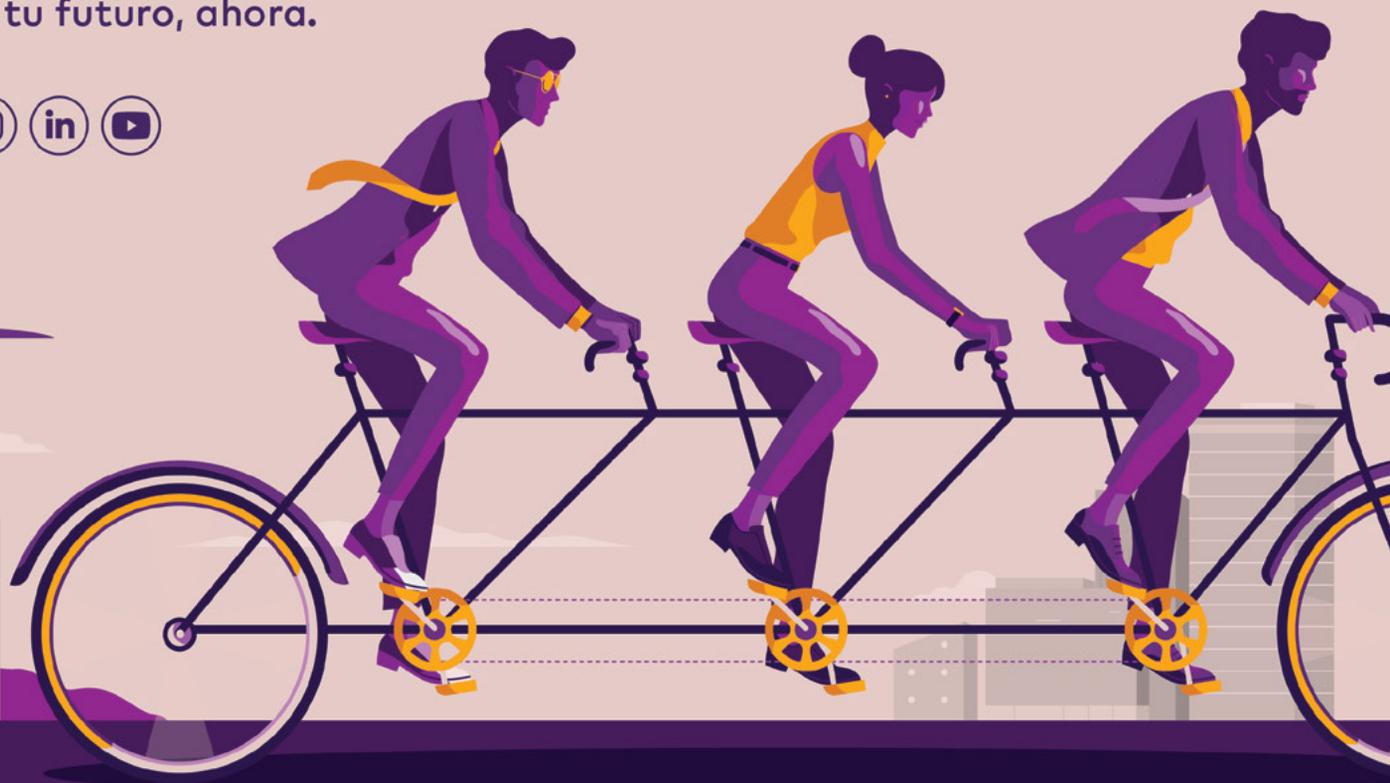
Llegó **Retiro Colectivo**, para que cada miembro de esa gran familia que es tu **empresa**, pueda prever su retiro con una inversión que lo ayude a concretar lo que quiera hacer con su futuro.

Entrá en prevencionretiro.com.ar y conocé más.

Prevención Retiro

de SANCOR SEGUROS

Prevé tu futuro, ahora.



En defensa del mercado y la profesionalización del PAS



En los primeros meses de gestión de esta nueva Comisión Directiva continuamos realizando acciones enfocadas en profesionalizar al PAS. Eso va en línea con el plan de trabajo establecido para este nuevo período, que fue muy bien recibido por los Productores Asesores de Seguros, que se siguen asociando a AAPAS en cantidad récord y manifestaron su apoyo a las acciones llevadas adelante.

Realizamos presentaciones y denuncias con referencia a Mercado Libre, dejando en claro la posición de esta Comisión Directiva ante la competencia desleal y las implicancias negativas para el mercado de la autorización a operar de este tipo de empresas. También se dejó de manifiesto la posición de nuestra Asociación ante la llegada de nuevos Agentes Institorios como FINAER, que pese a una sanción previa de parte de la SSN ahora pueden intervenir en el mercado libremente.

Continuamos con reuniones ante la IGJ para lograr la libre elección en Planes de Ahorro y Créditos Prendarios. En estos casos, es importante el nivel de representatividad de nuestra entidad y es por ello que invitamos a todos los que aún no son parte de AAPAS a involucrarse más activamente, asociándose y acercando casos para seguir presentando ante los organismos competentes.

Entendemos que el asesoramiento profesional es nuestra mejor herramienta para marcar las diferencias con los otros canales de venta y, en sintonía con los resultados de la encuesta que forma parte de la nota principal de esta edición de *SEGUROS*, apos-

tamos a una actualización y capacitación permanentes de nuestros socios para contar con los conocimientos necesarios y así asesorar de manera integral a sus clientes.

En ese sentido, desarrollamos diferentes cursos y programas académicos dirigidos tanto a los PAS recién matriculados como a aquellos con mayor trayectoria a quienes apuntamos a convertirlos en verdaderos Analistas de Riesgos.

En el primer caso, actualizamos el contenido de "Primeros PASos", pensando en quienes acaban de matricularse, y sumamos charlas técnicas de la mano de compañías que apoyan al PAS y al Plan Estratégico de la Asociación para que se animen a incorporar nuevos riesgos. Además, acercamos a los CEOs de las aseguradoras al Productor Asesor de Seguros, con charlas en vivo descontracturadas. Y llevamos a cabo talleres prácticos -Rúbrica Digital, etc.- para complementar las preguntas más frecuentes.

Por su parte, para aquellos PAS con algo más de recorrido, tuvimos una excelente recepción con el nuevo Centro de Altos Estudios (CAES) que ya está cumpliendo su primer año, donde realizamos dos ediciones del curso de Analista de Riesgos (ARPAS) -con vacantes agotadas-, y una edición también con cupo completo del curso de Administración de Negocios (ANPAS) para transformar al Productor en un verdadero empresario del seguro.

Nos entusiasma ver a los colegas demandando capacitaciones de excelencia, que van más allá de las obligatorias que debemos cumplir cada año. Y en este sentido, creamos

con los egresados de CAES "Alumni", un espacio para compartir experiencias, escuchar a grandes actores del mercado y ver casos testigos.

Volviendo gradualmente a la presencialidad, estamos proyectando actividades que nos acerquen cada vez más al socio, con eventos sociales, culturales y académicos que afiancen el vínculo que logramos desarrollar desde la virtualidad.

En estos últimos días, y con la excusa de festejar el Día del Seguro, el 21 de octubre nos encontramos con una gran cantidad de socios en el clásico Torneo de Golf que realizamos todos los años. Es una oportunidad para generar espacios de charla, escuchar a los PAS y a los directivos de las compañías de seguros para apostar todos juntos al crecimiento del sector.

Los invitamos a sumarse a los próximos encuentros que realicemos de manera virtual y presencial, entre ellos, el Foro Nacional de Seguros (FNS 2022), que es grato anunciar que realizaremos de forma presencial en marzo/2022. Un evento de Productores para Productores. Tienen disponibles todos los canales de contacto. La Asociación es la que nos agrupa y estamos cada uno de los directivos para escucharlos. Como en la nota de portada, como en cada acción que llevamos adelante. El PAS tiene la palabra. ■

SEBASTIÁN DEL BRUTTO,
Presidente de AAPAS

Staff Contenidos

DIRECCION PERIODISTICA
Realización Integral



Comité Editorial

AAPAS:

Sebastián Del Brutto
Nicolás Saurit Román
Rodrigo Puértolas
Martín Caoiro

100% SEGURO:

Hernán Fernández
Leonardo Redolfi

Colaboradores

Anabella Carpenito
Samanta Ergas
María del Pilar Wolffelt

Fotografía

Javier Heinzmann

Datos generales

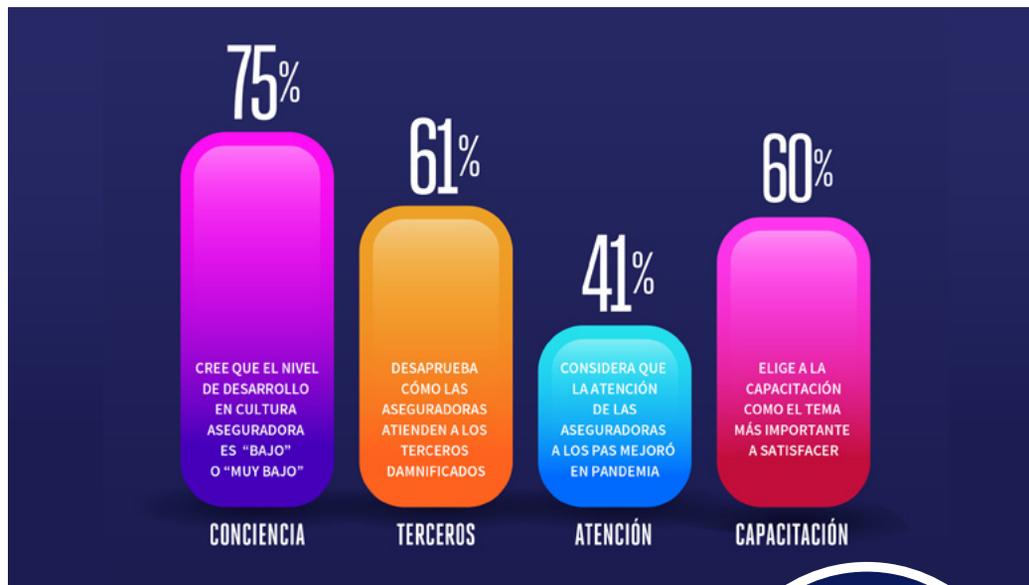
Dirección, redacción,
publicidad y administración:
Bolívar 332, 4° piso (C1066AAH),
CABA, Argentina.
Tel: 011 4343-7780/8040
Mail: revistaseguros@aapas.org.ar
Web: www.aapas.org.ar
Registro de propiedad intelectual
N° 2.284.393

Diseño: Red Brand
www.redbrand.com.ar

Pre/Impresión: LatinGráfica
www.latingrafica.com.ar
Rocamora 4161 (CP 1184), CABA.

La dirección de la revista no se responsabiliza por las opiniones o los conceptos que expresan los entrevistados en los reportajes, ni por el contenido de los artículos firmados. Son puntos de vista personales y no reflejan necesariamente la opinión de la CD. de AAPAS. La publicidad no implica vinculación ni defensa de los intereses de los auspiciantes. Queda expresamente prohibida la reproducción parcial o total de cualquier material sin previa autorización.

Consulte toda la información de AAPAS y del mercado asegurador en: www.aapas.org.ar



PORTADA . ENCUESTA A SOCIOS DE AAPAS

El PAS tiene la palabra

48

RELEVAMIENTO

Principales resultados, con definiciones contundentes › 50

- 1. Perfil › 51
- 2. Alcance y formato › 52
- 3. Imagen y cultura aseguradora › 53

- 4. Atributos de las aseguradoras › 54
- 5. Reclamo de terceros › 56
- 6. Efecto pandemia › 58
- 7. Futuro › 60
- 8. Respuestas abiertas › 62

FUERA DE FOCO

Mundo App:
Alejandro Bleuzet,
Presidente de
Grupo Absa
› 96



Lado B: Omar Molea

Natación, waterpolo, kayak y una vida ligada al deporte › 98

Placeres: Armando Fito

La cocina, un "cable a tierra" en pandemia › 104

ACTIVIDADES

Seguros: Mercado Libre de asesoramiento

6

por **Nicolás Saurit Román**.

Una Asociación muy cerca de los socios, que crecen día a día, por **Ignacio Sammarra** › 10

Una obligatoriedad en CABA que es imperioso extender a todas las jurisdicciones del país, por **Marcelo Garasini** › 14

Muchas novedades, con foco en la defensa del asegurado y del PAS › 22

ACTUALIDAD



TRAYECTORIA

Pedro Zournadjian
60 años ininterrumpidos en la actividad, aportando desde múltiples lugares al mercado (re)asegurador › 26

El creciente auge de las mascotas y las nuevas reglamentaciones propician el desarrollo de un negocio incipiente › 36

ANÁLISIS

Cómo impulsar ventas y retención poniendo la experiencia del cliente en el corazón del negocio, por **Hugo Brunetta** › 92

PROTAGONISTAS

Daniel Ricardo Salazar

Presidente y Director Ejecutivo de Victoria Seguros

100 años de tradición y solidez, trato personal y tecnología



Con perfil corporativo, innovador y apostando al largo plazo



Gregorio Martín Sánchez

Gerente General de Alea Broker

NOVEDADES
de las compañías

86

VIDRIERA
Retratados

106

SÍNTESIS

108

COMISIÓN DIRECTIVA

110

COMPETENCIA

Seguros: Mercado Libre de asesoramiento



Por **NICOLÁS SAURIT ROMÁN**
PAS, Vicepresidente de AAPAS

Finalmente, la Superintendencia de Seguros de la Nación aprobó el registro de Agente Institorio a la plataforma de *marketplace* denominada Mercado Libre (Resolución SSN 712/2021 fechada el 30 de septiembre pasado).

Entendemos que esta aprobación atenta contra el espíritu del seguro, poniendo en manifiesto un riesgo latente para el consumidor: la falta de asesoramiento y de post venta.

El otorgamiento de dicha licencia podría importar perjuicios económicos e inconvenientes para los Productores Asesores de Seguros, organizaciones y brokers.

Consideramos también que la automatización/estandarización de la venta de un seguro puede caer en marcadas diferencias en el momento de la comercialización para con un PAS. Habría falta de conocimiento de lo que compra por parte del asegurado, siendo un segmento donde cobra vital importancia el asesoramiento y análisis de cada caso en particular. No vemos que pueda ser atendido como si se tratara de un *commodity*.

A su vez, hay que tener en cuenta que la norma de la SSN sobre Agentes Institorios no alcanzaba a operadores como Mercado Libre y eso se evidenciaba en el incum-

plimiento de las exigencias derivadas del artículo 4 inciso f) de la Res. SSN 38052.

Por ello, con la prudencia que el caso ameritaba, desde un principio le expusimos al Supervisor que Mercado Libre no cumplía el test de legalidad necesario para ser autorizado a operar como Agente Institorio.

PRESENTACIONES ANTE EL ORGANISMO DE CONTROL

Advertimos esto y así se lo expresamos a la SSN en una extensa presentación de fecha 4 de mayo/2021.

Pero esta aprobación, que nos entristece y nos aleja de un mercado más profesional, tuvo una omisión inentendible al no tratar la denuncia realizada dos meses después de la referida anteriormente.

En efecto, el 8 de julio/2021, se presentó una denuncia porque Mercado Libre estaba utilizando la palabra "SEGUROS" sin estar autorizada para poder hacerlo. (ver imagen)

Para dicha presentación, AAPAS realizó un acto en su sede central (Bolívar 332, CABA), donde se certificó por intermedio de una escribana y una perita informática que "luego de la compra de un producto (en el caso, impresora láser) la empresa Mercado Libre S.R.L. le ofreció la posibilidad de extender la garantía del fabricante prevista en el artículo 11 de la Ley 24.240 mediante la compra de un "SEGURO DE GARANTIA EXTENDIDA" informando que la entidad aseguradora que daría cobertura al producto sería la firma ASSURANT SERVICES ARGENTINA S.A., empresa que luego de una búsqueda exhaustiva

"Esta aprobación atenta contra el espíritu del seguro, poniendo en manifiesto un riesgo latente para el consumidor: la falta de asesoramiento y de post venta"



en el registro de la Superintendencia de Seguros de la Nación, no pudo determinarse que se tratase de una entidad aseguradora autorizada por ese Organismo de Control”.

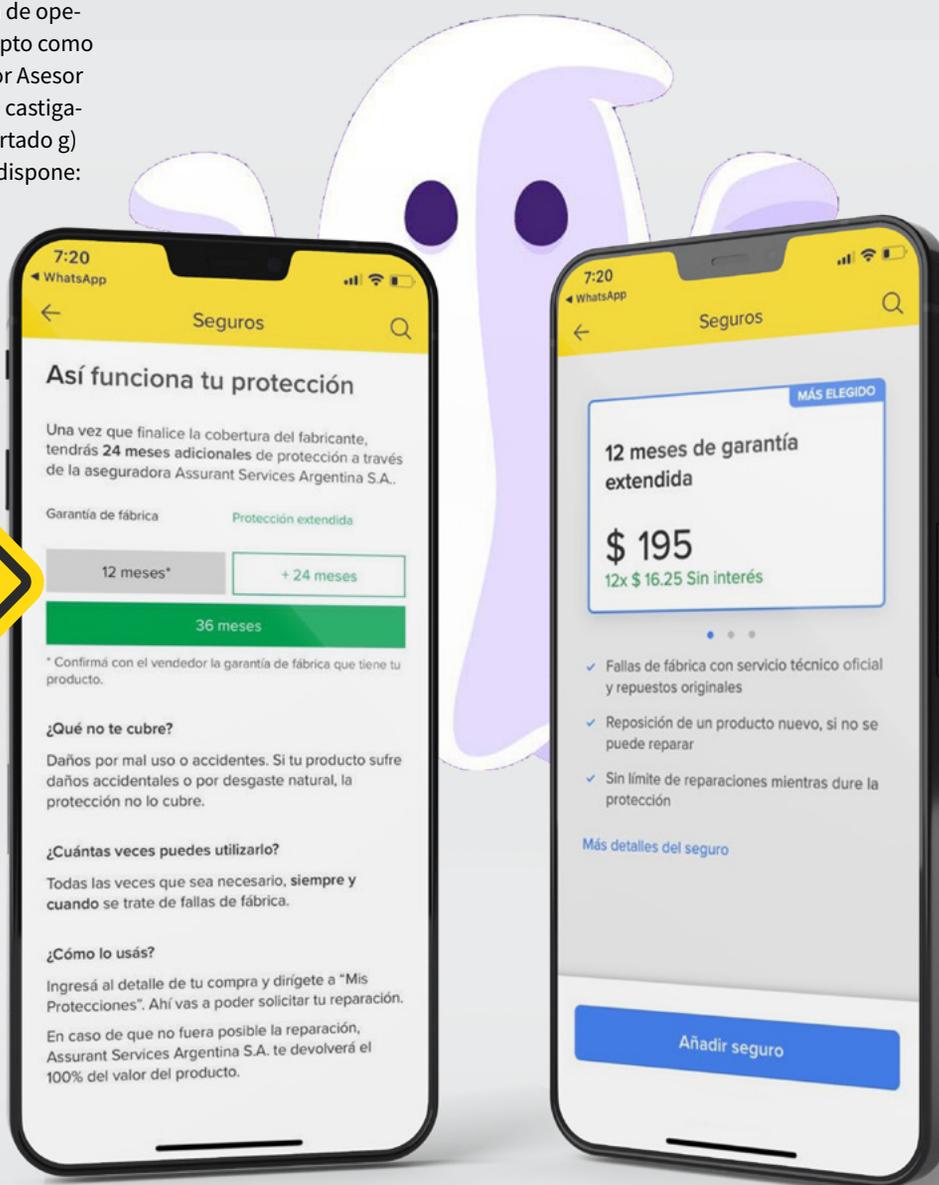
Así, Mercado Libre, intermediario de productos y servicios conforme lo ha destacado reiteradamente la doctrina y jurisprudencia, se estaría presentando ante el consumidor PROMOVIENDO la oferta de operaciones de seguros.

Cabe recordar que la promoción de operaciones de seguros, sin estar inscripto como intermediario de seguros (Productor Asesor de Seguros o Agente Institorio) está castigado por la sanción prevista en el apartado g) del artículo 8 de la Ley 22.400, que dispone:

“No podrán inscribirse en el registro de Productores Asesores de Seguros: ...g) Quienes operen como productores asesores durante la vigencia de la presente ley, sin estar inscriptos y quienes sean excluidos del registro por infracciones a la misma, sin perjuicio de las sanciones previstas en el artículo 13”.



Imagen de la pantalla de un celular, donde se advierte claramente la operación de seguros.





“Desde un principio le expusimos al Supervisor que Mercado Libre no cumplía el test de legalidad necesario para ser autorizado a operar como Agente Institorio”

¿LA SSN DEBIÓ HABER SUSPENDIDO LA SOLICITUD DE APROBACIÓN COMO AGENTE INSTITORIO?

Si bien la suspensión del trámite se encuentra expresamente regulada en el Reglamento de la Actividad del Productor Asesor de Seguros (en su apartado 4.1.2 prevé que “No se aceptará solicitud de inscripción al aspirante a la matrícula que tuviere en trámite denuncia o actuación sumarial en su contra, hasta tanto la misma sea resuelta”) y puntualmente está dispuesta en relación a los aspirantes a la matrícula de PAS, dicho criterio ha sido utilizado por la SSN para impedir la inscripción de Agentes Institorios en más de una ocasión.

Consideramos que la aprobación de Mercado Libre como Agente Institorio sin haber resuelto previamente la denuncia sobre el uso indebido de la palabra “seguros”, intermediación sin autorización previa y otros

incumplimientos, es arbitrario y no cumple los principios de igualdad ante la ley.

CONCLUSIONES

Hemos solicitado las Vistas de ambos expedientes para evaluar las acciones a seguir, ya que consideramos que debió haber un tratamiento distinto del tema, en especial ante la denuncia presentada en julio pasado, la cual daba lugar a la suspensión de la autorización.

Desde AAPAS, apoyamos y celebramos el asesoramiento profesional y la post venta, cualidades que no dejan de lado a la tecnología ni a los medios digitales disponibles. Pero remarcamos, una vez más, que la figura del Productor Asesor de Seguros es fundamental e irremplazable, ya que entre otras cuestiones garantiza que se cumplan los valores intrínsecos del contrato de seguro. ■

Mucho más que el seguro N°1 en motos

En el sector de motos marcamos la diferencia, somos la Compañía número 1 del mercado con los mejores beneficios y las más grandes prestaciones. Ahora, con la misma seriedad y respaldo además de tu moto cuidamos tu auto.

atmseguros.com.ar

0810 345 0492

ATM
SEGUROS

Para mayor información, consultá a tu Productor Asesor de Seguros.



**LA CULTURA AFIANZADORA
NO TIENE FRONTERAS**
**POR ESO AHORA CONTAMOS CON INVITADOS
DE LATINOAMÉRICA Y EUROPA.**

ESTE AÑO, A LOS 4 MÓDULOS CON LAS PRINCIPALES TEMÁTICAS
A CARGO DE NUESTROS PROFESIONALES, LE SUMAMOS
**UNA MASTERCLASS A CARGO DE MARIANO NIMO Y 2 EVENTOS INTERNACIONALES
CON GUSTAVO KRIEGER COMO ARTICULADOR.**
CADA AÑO LLEGAMOS MÁS LEJOS. CADA AÑO SEGUIMOS CRECIENDO.

PREINSCRIPCIÓN 2022: WWW.AFIANZADORA.COM.AR/ESCUELA
DIRECTORES ACADÉMICOS: GUSTAVO KRIEGER | MARIANO NIMO



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

COMISIÓN DE ASOCIADOS DE AAPAS

Una Asociación muy cerca de los socios, que crecen día a día



Por **IGNACIO SAMMARRA**
Productor Asesor de Seguros,
Coordinador de la Comisión
de Asociados de AAPAS

El rol de la Comisión de Asociados es estar cerca de nuestros socios, porque es a ellos a quienes nos debemos como Asociación. Esta premisa de estar cerca tiene varias aristas, que van desde abrir las puertas a nuevos socios, hasta escuchar más y mejor a nuestros socios con diversas realidades. AAPAS nos representa a todos, desde el PAS que está dando sus primeros pasos, así como a los Productores de años de trayectoria, algunos con grandes estructuras y otros operando de manera unipersonal. Y esta responsabilidad de representar distintas realidades nos convoca a estar cerca de nuestros socios y poder entender sus necesidades.

Durante 2020, la Comisión de Asociados impulsó una gran transformación cultural en lo que respecta a la atención de los

socios de la institución. En los albores de la gestión, la pandemia nos golpeó de lleno, como a cada Productor del país. En esos momentos, la cuarentena imposibilitó seguir brindando la atención presencial que hace más de medio siglo caracteriza a nuestra institución, y tanto nuestros sistemas como nuestro equipo aún no estaba preparado para pasar a la virtualidad.

Fue a partir del compromiso de cada uno de los integrantes de AAPAS que pudimos reponernos a esta situación y comenzar una transformación tecnológica en la institución. Esto nos llevó a implementar telefonía IP que nos permite atender telefónicamente a todos nuestros socios, estemos o no en la Asociación, lo cual hemos complementado con un nuevo

Código QR del nuevo
WhatsApp de comunicación
de AAPAS



“Desde la conformación de esta nueva comisión en marzo/2020, que coincidió con el inicio de la pandemia, el crecimiento en cantidad de asociados fue de más del 35%”



COMISIÓN DE ASOCIADOS

MISIÓN

Fortalecer la relación de AAPAS con sus socios, buscando nuevos espacios de encuentro y colaborando en la articulación de diferentes acciones y beneficios para nuestros asociados.

OBJETIVOS

Acercar toda la estructura de AAPAS a nuestros socios, mejorando el nivel de escucha de la institución a las necesidades de cada uno, trabajando continuamente en la búsqueda de nuevos beneficios para ellos.

PLAN DE ACCIÓN

- › Mejorar nuestros canales de atención al socio.
- › Ofrecer nuevos beneficios.
- › Acercar las amplias capacidades de la Asociación a nuestros socios cada vez que nos necesiten.

“En breve, lanzaremos el nuevo programa “Beneficios AAPAS”, una serie de beneficios pensados por Productores de Seguros para Productores de Seguros”

sistema de administración de socios, el cual tiene la función de poder reflejar todos los requerimientos que día a día nuestros socios nos realizan para poder atenderlos correctamente y conocer más sobre ellos.

Recientemente, hemos habilitado un nuevo canal de comunicación, se trata de la línea de WhatsApp de AAPAS, la cual se encuentra integrada con nuestro sistema y nos permite que distintos integrantes de la institución puedan responder rápidamente.

Este nuevo canal es un éxito. La cantidad de PAS que día a día utilizan ese medio para comunicarse con nosotros está en franco crecimiento, lo cual nos llena de alegría porque significa que podemos estar mucho más cerca de ellos.

Desde la conformación de esta nueva comisión en marzo/2020, que coincidió en toda su gestión con la pandemia, el crecimiento en cantidad de asociados fue

de más del 35%, y ese es un número que dice mucho. Creo que es un fenómeno que evidencia que la Asociación está transitando el camino correcto, que a pesar de las dificultades económicas del país, producto de la pandemia, se hayan incorporado a nuestra institución tantos nuevos socios solamente es explicable por el hecho de que sienten a la Asociación cerca y esto se da en muchos aspectos.

Hemos acompañado a los PAS con diversas charlas, capacitaciones, con nuestros teléfonos siempre disponibles y la clara convicción de estar cerca. Pudimos coronar un año de muchas gestiones con la recategorización del Productor de Seguros en Ingresos Brutos de la Provincia de Buenos Aires, lo cual significó un alivio económico para muchos de nuestros socios y Productores en general. Esto solo es posible en tanto nos mantengamos juntos.

TIPOS DE MEMBRESÍA

Contamos con 3 tipos de membresías. Los socios Activos que acceden a todos los beneficios de la Asociación y abonan mensualmente su cuota social. Nuestros socios Emprendedores, orientado a quienes están haciendo sus primeros pasos en la profesión, a quienes les bonificamos su cuota social por un año y acceden parcialmente a los beneficios de AAPAS. Y por último, nuestros socios Vitalicios, quienes a partir de ser socios activos por 30 años, la Asociación los reconoce bonificándoles su cuota social de por vida.

NOVEDADES

En estos días, estaremos lanzando el nuevo programa “Beneficios AAPAS”, una serie de beneficios pensados por Productores de Seguros para Productores de Seguros. Dentro de este programa hemos sumado una red de descuentos que operarán en toda la Argentina para nuestros socios Activos y Vitalicios, quienes también contarán con una nueva cobertura de asistencia al viajero.

A estos beneficios se le sumará un nuevo convenio que estamos firmando con una entidad financiera para ofrecerle un paquete bancario sin cargo a nuestros



“Todos estos logros que día a día la Asociación está alcanzando, son hechos por PAS y para los PAS, quienes participamos ad honorem intentando aportar nuestro granito de arena a la profesión”

socios, y un acuerdo comercial que hemos realizado con una prestadora asistencial que le permitirá a los socios comercializar nuevos productos exclusivos con el objetivo de robustecer su propuesta de valor y generar nuevos ingresos.

Estos beneficios se complementarán con varios más en los que estamos trabajando, y se sumarán a los ya vigentes como: asesoramiento jurídico, contable, impositivo y previsional, bonificación total del PCC, acceso a la comisión de Defensa

al PAS, acceso al ciclo “Primeros PASos”, representación frente a OSSEG, descuentos en distintas capacitaciones y acceso prioritario a las charlas gratuitas, entre otros.

Todos estos logros que día a día la Asociación está alcanzando, son hechos por PAS y para los PAS, quienes participamos ad honorem intentando aportar nuestro granito de arena a la profesión. Por lo tanto, convocamos a todos los Productores a acercarse a AAPAS, haciéndose socios y participando activamente de nuestras comisiones para seguir sumando miradas y crecer juntos. ■

Seguro de Hogar Premium

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

- RC por hechos privados que incluye la tenencia de perros de razas calificadas como potencialmente peligrosas.
- Cobertura de Objetos específicos fuera del domicilio con declaración del bien. Bicicleta y monopatin eléctrico asegurados contra incendio y robo.
- Extensión de cobertura a vivienda de vacaciones.
- Accidentes Personales para el personal doméstico.

Para más información sobre el Seguro de Hogar Premium, **comunicate con tu Productor Asesor de Seguros.**



📍 Alicia Moreau de Justo 170 C1107AAD - GABA - Argentina

✉ comercialpas@colonseguros.com.ar

🌐 www.colonseguros.com.ar

📱 / colonseguros

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



Worldwide Olympic and Paralympic
Insurance Partner

A tu lado



para lo que viene

Nos unimos a los Movimientos Olímpico
y Paralímpico para crear, a través
del deporte, un cambio positivo en el mundo.

Promovemos los valores de excelencia,
respeto y amistad.

→ WWW.ALLIANZ.COM.AR

RC OBLIGATORIA PARA OBRAS



Una obligatoriedad en CABA que es imperioso extender a todas las jurisdicciones del país



Por **MARCELO GARASINI**
PAS, Coordinador de la
Comisión Técnica y Jurídica de AAPAS

El seguro de Responsabilidad Civil es la herramienta que permite a los diferentes agentes de la sociedad interactuar entre sí, con la confianza de que, en caso de causar perjuicios a terceros, su patrimonio estará protegido. La Resolución 412 - AGC (Agencia Gubernamental de Control dependiente del Ministerio de Justicia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires) va más allá, y en su exposición de motivos deja en claro el fin social que implica la necesidad de tener un seguro como protección de los terceros damnificados.

En AAPAS compartimos esta visión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, hemos sido convocados para dar nuestra opinión en esta problemática, interactuado

en forma activa en el desarrollo jurídico de las regulaciones en la materia, y en honor a la verdad estamos frente a una normativa que funciona dado que es controlada en forma eficiente por el Estado, lo que garantiza el fin último para la cual se promulgó la obligatoriedad.

La Comisión Técnica y Jurídica de AAPAS, que entre otras funciones, una de las fundamentales es aportar al desarrollo de la industria aseguradora, y en ese marco la presente columna busca analizar la evolución de este importante ramo y promover a nivel Nacional, Provincial y Municipal la extensión de esta obligatoriedad a todas las jurisdicciones del país como objetivo estratégico de nuestro mercado.



Gracias, Por Acompañarnos Siempre

21 de octubre
¡Feliz día del Seguro!

“Debemos promover a nivel Nacional, Provincial y Municipal la extensión de esta obligatoriedad a todas las jurisdicciones del país como objetivo estratégico de nuestro mercado”

El Dr. Ricardo Lagos, expresidente de Chile y actual asesor de la ONU, en su magistral disertación de cierre de la XXXV Conferencia Hemisférica de Seguros organizada por FIDES, dejaba bien claro que el desarrollo de nuestros mercados debe lograrse mediante un acuerdo superador de los actores de la institución aseguradora en su conjunto, y acordar como política de Estado solo uno o dos ejes -no más-, y sostenerlos a largo plazo más allá de los cambios en la política aseguradora que los gobiernos de turno generen. Es decir, política de Estado entre privados, lo cual parece un concepto extraño, pero grafica muy bien el sentido de hacia dónde debemos ir.

Proponemos entonces trabajar mancomunados todos los actores del mercado asegurador en este objetivo que estamos instalando respecto del crecimiento de primas, y promover lo que funciona, como lo son los seguros obligatorios que el GCBA requiere, y extenderlos a otras jurisdicciones, lo que impacta positivamente en los ratios actuales de la Brecha de Protección del Seguro (BPS), que representa la diferencia entre la cobertura de seguros que es económicamente necesaria y beneficiosa para la sociedad, y la cantidad de dicha cobertura efectivamente adquirida.

Todos sabemos la importancia vital que esto conlleva para los gobiernos, ya que beneficia a los mercados de capitales, impacta en la economía real y en el consumo.

Por definición, nadie puede estar en contra del crecimiento. Es verdad que las compañías, las organizaciones de Productores



res Asesores de Seguros y los colegas, todos los días aportan al crecimiento, innovando y poniendo al cliente en el centro, pero aquí estamos planteando un acuerdo de Política Instruccional donde los dirigentes de las distintas cámaras tenemos la obligación de formular una propuesta concreta a nuestros representantes, sean estos del Poder Ejecutivo, Legislativo o Judicial, e incluir a las Provincias y a los Municipios que son quienes ponen al servicio de la sociedad las respectivas Leyes y Ordenanzas, y que lleven a buen puerto esta necesidad imperiosa, deuda pendiente de la política para con el Seguro, que solo se acuerdan de nuestro sector cuando necesitan imponer algún impuesto regresivo.

Lo hacemos en la inteligencia de que, los Productores Asesores de Seguros estamos comprometidos con el desarrollo de nuestro mercado, a la vez que aportamos asesoramiento profesional y que principalmente es nuestro medio de vida.

LO QUE ES BUENO PARA UNA JURISDICCIÓN ES BUENO PARA TODAS.

Es irracional pensar que una Avenida (la General Paz) puede separar este concepto fundamental en la protección de los terceros

damnificados ante la ocurrencia de un hecho dañoso. Es como si hubiera dos terceros, el que vive o circula en el ámbito de la Capital Federal y el que cruza a un municipio de la Provincia de Buenos Aires, donde ni siquiera existe normativa en materia de seguros para autorizar una obra en construcción, una demolición o una excavación.

Traigo este ejemplo de Responsabilidad Civil Construcción porque es lo más emblemático en materia de siniestros ocurridos de cada lado de las jurisdicciones, cuando hemos observado atónitos (que está sorprendido, asombrado y desconcertado, ante algo poco habitual, y no comprende lo que pasa ni sabe cómo reaccionar) que la misma empresa constructora (misma CUIT, mismo director de obra, etc.) en CABA tiene contratada una póliza de carácter obligatorio de 80 millones de pesos de acuerdo a las características del riesgo, y en la municipalidad lindera a dos cuadras de la General Paz no tiene póliza alguna y las que tienen lo hacen con sumas aseguradas exiguas. Esto está pasando hoy, lo sabemos los Productores y las aseguradoras, pero los gobiernos todavía no han reaccionado a esta problemática que subyace en la sociedad.

El seguro de Responsabilidad Civil ampara un riesgo ante la posibilidad de que el



90
años

Los profesionales de Caledonia Seguros
tienen cada vez más para ofrecerte.



Para tu vehículo, para tu hogar, para tu comercio,
para tu tranquilidad.



5252-1010
www.caledoniaseguros.com.ar
Lavalle 348, Pisos 2 y 5 (C1047AAH)
Buenos Aires, República Argentina



Caledonia Argentina Compañía de Seguros S.A.

 Caledonia Argentina Compañía de Seguros  Caledoniasegurosarg

Nº de inscripción en SSN
0057

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

“El colapso de un edificio pone en la vidriera las limitaciones existentes en el ordenamiento jurídico para lograr una pronta y eficiente indemnización de las víctimas de la indebida construcción”

patrimonio del asegurado se vea afectado como consecuencia del pago a un tercero por los perjuicios que se le causaron en la medida en que todos, personas naturales, jurídicas, privadas y públicas, podemos vernos afectados por él. Siendo así, es válido afirmar que este seguro posibilita el desarrollo de la sociedad al permitirnos no solo realizar actividades cotidianas, sino también emprender actividades profesionales y empresariales a través de las cuales, sin dudas, estamos en constante peligro de perjudicar a terceros

El colapso de un edificio pone en la vidriera las limitaciones existentes en el ordenamiento jurídico para lograr una pronta y eficiente indemnización de las víctimas de la indebida construcción. Sabemos todos en nuestra actividad que solo existe posibilidad de resarcir a los terceros damnificados con una correcta evaluación y diseño del mapa de los riesgos jurídicos que se pueden producir durante el desarrollo de la obra en construcción. Eso solo lo garantiza la institución aseguradora y el Productor Asesor de Seguros, pieza fundamental en el asesoramiento profesional que estamos promoviendo. Sin seguro, no hay futuro, y esto debe ser analizado en el seno de los funcionarios que diseñan las políticas de prevención en sus respectivas jurisdicciones.

Debemos reconocer también las buenas prácticas que en materia de seguros se observa en la regulación específica. A continua-

ción, se describen los artículos referidos a la póliza del seguro de Responsabilidad Civil Construcción que se encuentran detallados en la Resolución 118 - AGC (reglamentaria de la referida Resolución 412 - AGC).

ARTÍCULO 6. Seguro de Responsabilidad Civil contra Terceros

- › Toda obra deberá contar obligatoriamente con un Seguro de Responsabilidad Civil contra Terceros Linderos y Vía Pública que deberá presentar el Director de Obra.
- › El mismo deberá contar con un informe de evaluación del riesgo emitido por la Compañía Aseguradora, de los linderos y de la complejidad de la obra.
- › La Compañía de Seguros contratada deberá tener solvencia patrimonial reconocida en plaza y estar inscripta en la Superintendencia de Seguros de la Nación.
- › El Seguro de Responsabilidad Civil Contra Terceros Linderos y Vía Pública deberá cumplir con los siguientes requisitos:
 - a) El monto mínimo a cubrir para cada tipo de obra estará estipulado en Unidades Fijas de acuerdo al Cuadro de Aplicación del Artículo 10 del presente anexo. El valor de la Unidad Fija se establece semestralmente y se actualiza automáticamente con dicho indicador.
 - b) La vigencia de la póliza se extenderá desde la fecha de inicio de los trabajos hasta la total y efectiva finalización de los mismos.
 - c) La cobertura de la póliza deberá incluir de manera taxativa daños a terceros en su persona y en sus bienes muebles e inmuebles, y Vía Pública ocasionados por:
 1. Derrumbe parcial y/o total de Edificios Linderos, con retiro de escombros y limpieza del terreno lindero;
 2. Afectación o debilitamiento estructural de Edificios Linderos;
 3. Trabajos de pilotaje (de corresponder);
 4. Trabajos de Tablestacado hincado perimetral (de corresponder);
 5. Trabajos de anclajes por pilotes de

tracción (de corresponder);

6. Filtraciones, rajaduras en medianeras o muros divisorios, desprendimientos de revoques y/o revestimientos del exterior y/o interior, taponamiento o rotura de desagües y/o cañerías de inmuebles linderos;
7. Caída de materiales y/o objetos en fincas linderas y/o vía pública;
8. Descalzado de cimientos de muros medianeros o divisorios, deslizamientos de tierra;
9. Incendio y/o explosión;
10. Daños causados por la descarga y carga de materiales y/o escombros;
11. Daños causados a veredas de linderos y pavimentos;
12. Daños causados a instalaciones subterráneas de Servicios Públicos;
13. Toda otra tarea que produzca un daño a los Terceros Linderos y/o Vía Pública;
14. Responsabilidad cruzada.

También observamos una característica esencial en materia de seguros obligatorios, que es la actualización de las sumas aseguradas por un coeficiente de referencia denominado Unidad Fija (UF), que equivale al precio de medio litro de nafta de mayor octanaje según lo informado por el Automóvil Club Argentino y se actualiza cada seis meses.

Los requisitos de autorización de obra en lo que se refiere al seguro de obra son los siguientes:

Toda obra deberá contar obligatoriamente con un seguro de Responsabilidad Civil contra Terceros Linderos y Vía Pública que deberá presentar el Director de Obra al dar el correspondiente Inicio de Obra, a saber:

- › La vigencia de la póliza se extenderá desde la fecha de inicio de los trabajos hasta la total y efectiva finalización de los mismos.
- › El monto mínimo a cubrir para cada tipo de obra se encuentra estipulado en Unidades Fijas de acuerdo al cuadro de Reglamentación del Art. 2.1.11 del Código de Edificación. (Resol-2019-118-AGC)





Seguro para Embarcaciones
Cuando navegar se transforma en un placer.

Conocé las diferentes coberturas que tenemos para los navegantes.

Piloto Patrón Timonel Grumete

SEGURO,
ESTÁS MEJOR.
www.hdi.com.ar

Portal de Autogestión
Productores y Asegurados.
www.hdi.com.ar



Consultá acerca del alcance de las coberturas y servicios, sus límites, condiciones de suscripción y exclusiones de la póliza.

- › Las obras ya iniciadas o por iniciar deberán ajustarse de acuerdo a su Tipo de Obra o superficie a construir, a los montos predeterminados por la regulación.
- › Para las obras únicamente de demolición se requerirá como mínimo el monto estipulado para la Obra Media.

COMENTARIOS FINALES

A título de ejemplo, describimos todo el andamiaje normativo que el GCBA tiene estipulado para la actividad de la Construcción en todas sus modalidades, pero bien sabemos en nuestra actividad que los Seguros Obligatorios abarcan también los de Responsabilidad Civil Ascensores, Conservadores de Ascensores, Instalaciones Térmicas y Calderas, que también se ajustan estrictamente a coberturas preestablecidas en las Resoluciones, como

su correspondiente actualización de sumas aseguradas atadas a la UF.

Por último, resaltamos la satisfacción de quienes integramos la Comisión Técnica y Jurídica de AAPAS de que el Consejo Directivo de la Asociación haya aprobado por unanimidad dar prioridad a este proyecto. Hemos analizado minuciosamente la normativa que regula los Seguros Obligatorios en el ámbito del GCBA, las pólizas de seguros que cubren los riesgos detallados en las Resoluciones y su efectiva implantación en las condiciones generales y particulares, la alta viabilidad de éxito al promover ante las autoridades la extensión de estas buenas prácticas en materia aseguradora al resto de las jurisdicciones Provinciales y Municipales, para lo cual solicitamos el apoyo de los colegas, quienes en definitiva son los destinatarios de las políticas de crecimiento que estamos peticionando. ■

TEXTOS COMPLETOS

La Resolución 412 - AGC es del 2019 y fue reglamentada por la Resolución 118 - AGC

[VER RESOLUCIÓN 412](#)

[VER RESOLUCIÓN 118](#)

Desde 1898 un Progreso Seguro...



Casa Central: 25 de Mayo 432 Piso 11 - C1002ABJ - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Tel: 011 4315-6600
 Casa Matriz: Avda. Casey 99 - B817OAAA - Pigüé - Prov. de Buenos Aires - Tel: 02923 - 472223
info@elprogresoseguros.com.ar www.elprogresoseguros.com.ar



LA PERSEVERANCIA
SEGUROS

ESTAMOS
CRECIENDO
EN **TODO**
EL PAÍS



¿Sos PAS? Sumate a LPS.
creces vos, crecemos juntos.



AAPAS

Muchas novedades, con foco en la defensa del asegurado y del PAS

En los últimos meses, la Asociación se mostró muy activa, con acciones de parte de su Comisión Directiva y sus diferentes comisiones de trabajo. Se realizaron diversas reuniones y convenios de cooperación con el objetivo de revalorizar la actividad, defender al asegurado y el rol fundamental e insustituible de los Productores Asesores de Seguros.

ACUERDO

CONVENIO DE COOPERACIÓN CON EL SINDICATO DEL SEGURO

El 7 de julio/2021, AAPAS celebró un convenio de cooperación con el Sindicato del Seguro de la República Argentina. Este paso es el primero de una serie de instancias de colaboración en materia de capacitación entre ambas instituciones. El acuerdo establece una serie de beneficios para los afiliados al Sindicato sobre el curso preparatorio para la obtención de Matrícula de Productor (PCA), así como también para aquellos afiliados que sean Productores matriculados y que tengan que acreditar las horas correspondientes a los PCC.



NO A MERCADO LIBRE

AAPAS EN DEFENSA DEL ASEGURADO

Desde que comenzó a circular la información del pedido de Mercado Libre para operar como agente institorio, en la Asociación se encendieron todas las alertas. Se realizaron dos presentaciones con los argumentos correspondientes para solicitar la no autorización de Mercado Libre tanto en la SSN como en Defensa de la Competencia. Mientras que el 8 de julio/2021, se presentó otra denuncia ante el organismo de control, pese a lo cual tiempo después el organismo dio el visto bueno para que opere como institorio. Como se detalla una columna de opinión firmada por Nicolás Saurit Román, vicepresidente de AAPAS, que es parte de la presente edición de *SEGUROS*, AAPAS seguirá trabajando en pos de la defensa del asegurado.

Se visualiza que en la solapa de la pagina se indica la palabra "Seguros":

Plan de Protección	Precio
12 meses de protección extendida	\$ 585
24 meses de protección extendida	\$ 1.064
36 meses de protección extendida	\$ 1.707

EX ALUMNOS

SE LANZÓ ALUMNI

El 23 de septiembre/2021, la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros lanzó el programa ALUMNI dentro del Centro de Altos Estudios del Seguro (CAES), un punto de encuentro a toda la comunidad de ex alumnos, cuyo objetivo es animarse a mantener el vínculo creado en torno a la participación a través de diferentes actividades y propuestas que los propios egresados vayan aportando.



CRECIENDO JUNTOS





SEBASTIÁN DEL BRUTTO

“LOS PAS LLEGAMOS A CUBRIR EL 67,2% DEL MERCADO DURANTE LA CUARENTENA”

A principios de octubre/2021, el presidente de la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros, Sebastián Del Brutto, aseguró en un comunicado que “la rueda está girando nuevamente y estamos dejando la crisis de la pandemia atrás”. En ese marco, destacó que “los seguros que vemos con mayor crecimiento, tomando en cuenta esta nueva normalidad, son los relacionados a los seguros personales, los combinados familiares y los relacionados con las nuevas formas de movilidad, como son monopatines, bicicletas, etc”. Y volvió a resaltar que los PAS han ganado mercado en contrapartida con los bancos u otros canales durante la cuarentena, llegando a concentrar el 67,2% del mercado asegurador en Argentina. “Esto tiene una explicación y tiene que ver con la cercanía que tenemos con el cliente cuando nos necesita”, afirmó.

PLANES DE AHORRO

CONTINÚA LA LUCHA POR LA LIBRE ELECCIÓN DE SEGUROS

El 25 de agosto/2021, María Estela D´Amelio, Gabriela Bruzzese y Franco Cavicchia, dirigentes de AAPAS, junto con Silvana Alonso, asesora legal de la Asociación, fueron recibidos en la Inspección General de Justicia por miembros del Departamento de Control Federal de Ahorro y Coordinación Legal. Allí, los representantes de los PAS plantearon la problemática de la falta de asesoramiento que tienen los adherentes a cada grupo de plan de ahorro en la elección de la compañía de seguros que brinda cobertura al bien y la imposibilidad de la intervención del Productor Asesor de Seguros que elija el asegurado. Y explicaron a la IGJ la importancia de la intervención de los PAS que sean de la confianza de la persona que va a contratar una cobertura para su vehículo, que le brinde un correcto y adecuado asesoramiento junto con la información necesaria para que tome la mejor decisión para proteger su patrimonio.



PRESENCIA EN TV

LA CULTURA ASEGURADORA EN EL CENTRO DE LA ESCENA

A principios de agosto/2021, Nicolás Saurit Román, Vicepresidente de AAPAS, estuvo presente en el programa 100% SEGURO, en el habitual “Bloque de Cultura Aseguradora” presentado por la Asociación. Allí el directivo destacó los puntos más relevantes del informe de la SSN que marca el creciente protagonismo del PAS frente a otros canales de venta, algo que se potenció en el 2020 de pandemia, relegando cada vez más a los bancos y entidades financieras. Rubén Mazziotti, Productor de Seguros de 4 décadas de trayectoria, participó en otra edición de ese bloque de “Cultura Aseguradora” con propósito de brindar su experiencia y consejos para los miles de PAS que cada año se suman al mercado y están comenzando en la intermediación de seguros. Lo mismo ocurrió con Christian Zieliński, Director General Académico de AAPAS, quien explicó por qué capacitarse es el verdadero diferencial del Productor de Seguros, detallando la amplia oferta de cursos que ofrece la entidad.



AAPAS JÓVENES

REUNIÓN DE LA
COMISIÓN DE JÓVENES
Y FECOBA JOVEN

El 5 de julio/2020, Julián Niccoló, coordinador de AAPAS Jóvenes y Diego Nunes, presidente de FECOBA Joven, se reunieron con el fin de conocer los objetivos de cada entidad. Ambos representantes asumieron sus roles este año, y con este primer encuentro buscaron estrechar lazos y brindarse apoyo de cara al futuro. Coincidieron en la necesidad de incorporar jóvenes comprometidos con las instituciones, para formar líderes que representen los intereses de los profesionales y emprendedores, e influyan en la toma de decisiones para lograr políticas públicas y privadas que garanticen la sustentabilidad de una economía potente e inclusiva.



GRUPO GALENO

LA COMISIÓN DE
SOCIEDADES DE AAPAS
JUNTO A OPERADORES
DEL MERCADO

A mediados de julio/2021, la Comisión de Sociedades de AAPAS se reunió con Diego Sobrini, Presidente del Grupo Galeno, y Carlos Piantanida, Director Comercial. Ambas partes analizaron la situación actual del mercado, en especial ART, y expresaron la importancia de trabajar en conjunto para generar sinergia al momento de realizar nuevas propuestas para beneficio del mercado. Posteriormente, en septiembre/2021, hubo una nueva reunión para presentar el trabajo que realizan desde Galeno Salud, explicando su propuesta a los brokers de los planes de salud para personas y empresas. Luego de descubrir el potencial que tiene el canal de brokers/PAS para poder fidelizar a sus clientes, la compañía dejó de comercializar el plan de salud íntegramente de manera directa.

Soluciones integrales a tu medida

SEGUROS DE VIDA

SEGUROS DE CAUCIÓN

Buscanos en redes como @seguros.gestion

San Martín 140 - Piso 3 - C.A.B.A. - C.P.: 1004
Tel.: (+54) 5254 4009 / 0800-345-1340
info@segurosgestion.com

www.segurosgestion.com.ar

La compañía de siempre,
más cerca, más ágil.

Mercantil Andina

Incondicional. Siempre.



   / mercantilandina.com.ar

PEDRO ZOURNADJIAN

60 años ininterrumpidos en la actividad, aportando desde múltiples lugares al mercado (re)asegurador



— Pedro Zournadjian es un verdadero “todoterreno” de nuestro mercado. A lo largo de sus seis décadas trabajando en la actividad, logró la versatilidad de poder aportar su energía, ideas y conocimientos en la “arena” del reaseguro, del seguro, en la faz pública, privada, dirigencial... y a su vez en el periodismo especializado y en la docencia. Son solo algunas de las escalas de una vida laboral que le permitió desarrollarse como profesional, como persona, conocer muchos colegas y múltiples ciudades de todo el mundo.

Se casó con Adriana Irma Ratto en 1968, con quien tuvo dos hijos, Fernanda (Actuaria) y Gonzalo (Ingeniero Civil), gracias a los cuales hoy disfruta de seis nietos.

Pedro es Contador Público y Licenciado en Administración de Empresas (UBA) de profesión, aunque su oficio va mucho más allá de esos títulos universitarios. Nacido el 12 de octubre de 1942, recientemente celebró sus “jóvenes” 79 años.

Y es parte de este mercado desde sus 18, cuando ingresó al famoso Instituto Nacional de Reaseguros (INdeR). Fue a mediados de 1961, cuando el país era presidido por Arturo Frondizi y él ya había ingresado a la Facultad de Ciencias Económicas.

En esta nota, conocemos la rica y larga historia de Pedro Zournadjian en primera persona, una breve autobiografía de una persona muy querida en nuestra industria, que acaba de lanzar una nueva plataforma en materia de capacitación, mostrando que aún está lejos del retiro y que sigue apostando y aportando al desarrollo del mercado (re)asegurador.



EN PRIMERA PERSONA

Muchas gracias por darme la oportunidad de poder contarles algunos aspectos de mi vida y trayectoria en la industria aseguradora, luego de haber cumplido 60 años ininterrumpidos de actividad. Me parece muy oportuno comenzar con la pregunta sobre mi descendencia porque mucho de lo que en esencia uno es, viene de sus orígenes, su infancia y adolescencia, luego plasmada por la educación y la vivencia laboral.

Mis padres eran de origen armenio, huérfanos ambos desde pequeños. Habían sufrido los atropellos de la mayor matanza de comienzos del siglo 20. Mi padre, Mampré, llegó a la Argentina en 1921 y mi madre Lucía, lo hizo en 1929. Se conocieron en 1931, rápidamente se casaron y de ese matrimonio nacieron cuatro hijos: Elisa, Rosa, Melcón y el suscripto.

Resulté tener la suerte de ser el menor de una hermosa familia, muy unida hasta el día de hoy, consolidada con las enseñanzas básicas de la moral, el trabajo, las buenas costumbres, la hombría de bien y el amor que nos dieron nuestros maravillosos padres.

Mi padre era pastelero de masas orientales. Había trabajado 3 o 4 años en una confitería de Estambul y con sus recetas que trajo escritas en un cuaderno después de unos años de establecimiento y adaptación al país, comenzó a elaborar sus productos, siendo el primer productor de la hoy famosa masa fila, para hacer comidas hojaldradas.

Como no sobraba nada, pero tampoco faltaba nada de lo esencial, toda la familia de una manera u otra colaboraba con su trabajo y ayudaba ya desde edad temprana. Es así como ninguno de mis hermanos pudo finalizar una carrera universitaria debido a la necesidad de trabajar, si bien eran muy habilidosos e inteligentes. Su sacrificio me permitió a mí, por ser el menor, poder estudiar y cumplir con la enseñanza primaria y secundaria en muy buenos establecimientos educacionales del Estado de los cuales conservo buenos recuerdos y algunos compañeros y amigos.

La finalización de la educación primaria coincidió con la revolución del 55 e ingresé al Comercial N°3 Hipólito Vieytes de Caballito, recibéndome de Perito Mercantil en diciembre de 1960, habiendo aprobado durante los 5 años todas las materias sin aplazos. En este período tuve diferentes trabajos de medio turno desde los 15 años.

En 1961, inicié mis estudios para la carrera de Contador Público en la Facultad de Ciencias



Económicas (UBA) y comencé a cursar dos materias. Fue precisamente a principios de junio de ese año, durante el gobierno de Arturo Frondizi, donde el que fuera Superintendente de Seguros de la Nación y luego presidente del INdeR, Dr. Nelio Benito Cattáneo, a quien conocía del barrio, me dijera en un encuentro callejero: “¿Pibe, querés laburar?”. Me dejó perplejo porque tenía dos exámenes finales en los primeros días de julio, y le dije que me interesaba, pero que tenía que rendir exámenes. Y me contestó: “Tienes que ingresar antes del 30 de junio, te van a tomar un examen de ingreso, preparate y si aprobas ingresas con el sueldo básico inicial y con relación a los estudios no te preocupes porque tienes días de licencia por examen”.

Así fue que me presenté en el Departamento de Personal del INdeR, me tomaron el examen de mecanografía, cálculos de suma y resta de quebrados, y una composición sobre lo que sabía del INdeR, su creación, su función, etc. Ese fue mi ingreso al Instituto y tuve la fortuna que me destinaron al Departamento Automóviles (ramo de reaseguro monopolizado), y Robo y Riesgos Varios (ramo de reaseguro libre). En aquel entonces y hasta 1970, el gerente general era Heriberto E. Lauinger y el subgerente general Feliciano Salvia.

Los primeros años fueron de aprendizaje, realizando las tareas básicas que iban desde archivo a

Pedro junto a toda su familia: esposa, sus dos hijos con sus parejas y seis nietos.

“Durante el gobierno de Frondizi, donde el que fuera Superintendente de Seguros y luego presidente del INDeR, Dr. Nelio Cattáneo, a quien conocía del barrio, me dijera en un encuentro callejero: ‘¿Pibe, querés laburar?’”, cuenta Pedro sobre su llegada al INDeR a sus 18 años.

elaboración de notas de débito y crédito, análisis de bórders y siniestros tanto de Automóviles como de Robo y Riesgos Varios. Mi primer ascenso fue en 1965 cuando me nombraron Jefe de División Automóviles y Robo, luego de haber realizado con éxito una auditoría en conjunto con el Dpto. de Negocios con el Exterior, en una compañía de seguros de Paraguay a la cual el INDeR otorgó contratos de reaseguro.

Ese viaje fue mi bautismo de fuego en el exterior. Realmente el Instituto ofrecía un aprendizaje veloz, variado e ilustrativo, tanto en Producción como en Siniestros, al canalizar consultas del mercado sobre distintos temas no rutinarios que requerían intervención muchas veces del Dpto. de Asuntos Jurídicos y Actuarial.

El contacto cotidiano con mis jefes y responsables de estos departamentos y la Gerencia General, y el hecho de haberme graduado como Contador Público, potenciaron la evolución y la dedicación en las tareas, siendo ascendido a 2do Jefe de Departamento Automóviles y Robo en el año 1968.

Luego de una profunda reestructuración interna, se separaron los Departamentos y en 1970 pase a ser Jefe del Dpto. de Robo y Riesgos Similares, que seguía siendo un ramo de reaseguro libre, de resultados generalmente negativos, con primas insuficientes y con reaseguro proporcional. Las aseguradoras que no conseguían reaseguro en el exterior por sus malos resultados terminaban solicitando reaseguro al INDeR, que solía protegerlos en condiciones y exclusiones especiales, exigiendo mayores retenciones mínimas y una importante reducción en el nivel de comisiones de reaseguro.

En 1972 me nombraron Subgerente a cargo de la Gerencia de Operaciones, que incluía a ramos como Aviación, Transporte Cascos y Mercaderías, Responsabilidad Civil, Riesgo Agrícolas Ganaderos, y Robo y Riesgos Similares. En esta etapa comencé con el anteproyecto de tarifa para Robo y Riesgos

Similares, que luego se convirtió en proyecto con la participación de las Asociaciones de Compañías de ese entonces, para convertirse en la tarifa que todos conocemos con la intervención de la SSN. Entre las novedades que incorporé, tenemos el Primer Riesgo Relativo como modalidad de la contraprestación. Con esta nueva tarifa que algunas aseguradoras fueron renuentes en aplicar, más aún las que tenían reaseguro en el exterior, comenzó una nueva etapa para el ramo que requirió inspecciones de la SSN para garantizar su cumplimiento y, si bien no fue el motivo central, acompañó la decisión política del gobierno de entonces, en 1973, a comenzar con la monopolización de los distintos ramos libres, excepto Caución, que fue monopolizado más tarde.

En 1974 viajé a Londres, invitado por el Lloyd's, para hacer un training de suscripción de Pólizas Integrales Bancarias. Siendo el suscriptor de estas pólizas, preparé a un equipo para que me acompañaran en esa tarea, en una etapa en la que el INDeR tenía el monopolio del ramo.

En ese año, me nombraron Gerente Departamental de todos los ramos que mencioné anteriormente y comencé a ocuparme además del tema Aeronavegación y Transportes (Cascos y Mercaderías), que requerían una atención especial en la renovación de Aerolíneas Argentinas, Austral, Cascos Marítimos ELMA y la Flota Fluvial del Estado. En tal sentido, viajé a Nueva York y Londres acompañado por el gerente de la aseguradora estatal de aviación Seguro Aeronáutico del Estado (SAEDE) y el Jefe de Seguros de Aerolíneas Argentinas en los años 1974 y 1975 para negociar con los líderes las condiciones de renovación de la flota aérea.

Colateralmente llevaba una carpeta con la información del ELMA y Flota Fluvial Argentina, que pagaban primas muy elevadas por la siniestralidad del pasado, cuando se estaban construyendo nuevos buques. El resultado de las negociaciones siempre





Imágenes de la edición #8 del Seminario Latinoamericano de Seguros y Reaseguros, organizado en mayo de 2017 por la revista Mercado Asegurador en su 40 aniversario.

fueron muy exitosos, recibiendo el agradecimiento de los asegurados. Estas acciones fueron introductorias de otras tareas encomendadas por la Dirección de la empresa, donde la negociación resultaba ser uno de los objetivos principales.

Pero todo llega a su fin cuando se cumple una etapa de la vida y surgen otras necesidades familiares y económicas que el INDeR no podía satisfacer, y con mis 33 años luego de un preaviso de tres meses, en diciembre de 1976 presenté mi renuncia para incorporarme a una aseguradora local como Gerente Técnico. Días antes de presentar mi renuncia, la Dirección de la empresa me comunicó que había sido ascendido a Subgerente General y que excepcionalmente sería mantenido mi puesto por un periodo de tres meses, por si decidía retornar.

En febrero de 1977 comencé mis actividades en Compañía de Seguros del Interior S.A., una compañía pujante y en crecimiento con una importante red de sucursales en el interior del país, liderada por Roberto Blanco y accionistas importantes como la Cementera Corcemar y Canteras el Sauce, entre otras. Una de mis tareas era armar una Gerencia Técnica que incluyera un Departamento de Reaseguros, para vincular a la compañía con el mundo del reaseguro, incursionando en la aceptación de reaseguros del exterior, actividad que estaba incluida en los

estatutos de la aseguradora. En esta tarea, me acompañaron mis amigos de siempre Jorge Marcucci y Mauricio Kitaigorodzki, el mejor traductor público de inglés a español de textos vinculados con seguros y reaseguros de América Latina.

Esta actitud de operar reaseguros del exterior fue una iniciativa de varias aseguradoras que buscaban diversificar sus actividades más allá del seguro nacional. De hecho, ya existían reaseguradoras constituidas en el exterior como RASA en Panamá, presidida por Agustín de Vedia y The River Plate Reaseguros, con sede en Londres y presidida por Carlos Goberman. En ese entonces, el Grupo Juncal formó GURSA y La Caja de Ahorro y Seguros también armó su Dpto. de suscripción de negocios del exterior y otras compañías. En el caso de Compañía de Seguros del Interior (CSI), se asoció con La Meridional, Aseguradores Industriales y El Fuerte, y se armó el consorcio Reasegurador Argentino denominado CARSA, del cual fui el gerente y suscriptor de riesgos basado en mi experiencia como miembro del comité de aceptación de riesgos del exterior en el INDeR.

Esta actividad requirió asistir con frecuencia a eventos internacionales en Latinoamérica, EE.UU. y Europa, tales como Congreso de Reaseguradores de Montecarlo, Conferencia Hemisférica de Seguros (FI-DES), Congreso de Aseguradoras de Centroamérica,

Panamá y el Caribe, Asambleas de la Panamericana de Fianzas y COPAPROSE, reuniones de Supervisores de la IAIS y ASSAL, reuniones de Asociaciones de Abogados de Derecho de Seguros (AIDA), Congreso de Seguros del Tercer Mundo (TWIC) y los Encuentros de Reaseguradores Latinoamericanos, que luego en 1981 se constituyó en la Asociación de Reaseguradores Latinoamericanos (ARELA) de la cual CSI formó parte como miembro fundador y personalmente fui designado presidente por el período 1983-1984.

Los viajes no fueron solo por asistencia a eventos sino también de negocios, y tuve la oportunidad de conocer toda América a excepción de las Guayanas y Belice, toda Europa occidental hasta República Checa, China y Japón en Asia, Marruecos, Senegal y Sudáfrica en el continente africano. Sin dudas, una experiencia invaluable.

En octubre de 1977 participé en la creación de la revista Mercado Asegurador con un grupo de aseguradores, instalando como Jefe de Redacción a Ariel Fernández Dirube y colaborando con trabajos sobre reaseguros. En la actualidad, soy Director Ejecutivo de la Revista y socio gerente y propietario de Ediseg SRL.

También en ese año se formó el Círculo de Reaseguradores Argentinos (CIRA) siendo designado su secretario desde su fundación en 1977 hasta 1990.

En CSI fui ascendido en 1979 a Gerente General, cargo que mantuve hasta mi renuncia en enero 1990. En ese transcurso fui miembro de la Junta Directiva de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS), en el período 1985-1989.

A su vez, fui miembro y presidente de distintas Cámaras Técnicas de la AACS (Robo, Riesgos Varios y Responsabilidad Civil), presidente de la Comisión de Prevención de Siniestros de la AACS, y miembro del

Comité Organizador de la XXII Conferencia Hemisférica de Seguros (FIDES) en noviembre de 1989, encargado de Prensa y Comunicación.

Mi salida de CIS en 1990 coincidió con la decisión del gobierno de disolver en forma gradual la actividad del IndeR, con lo cual incursioné junto con Mauricio Kitaigorozki en la actividad de Corretaje de Reaseguros, haciendo un *part-time* en ARG Group.

Siempre pensé en ser independiente luego de cumplir 50 años y recién pude conseguirlo a los 56, cuando logré armar nuestro propio bróker de reaseguro llamado Mercobroker, actividad independiente que mantuve hasta septiembre de 1993 cuando fui convocado por el Grupo Juncal de Seguros para integrar la Gerencia Técnica de la aseguradora, mediante un contrato para realizar una reingeniería de esa Gerencia.

Cumplida la tarea, me retiré en junio de 1997, volviendo a Mercobroker y a revitalizar Mercado Asegurador, siempre con el acompañamiento de Mauricio. Con Mercobroker solo nos abocamos a colocar operaciones facultativas de cierta envergadura, como Pólizas Bancarias, Transporte de Caudales, Caucción y Cascos de Pesqueros y Remolcadores. Esta actividad la mantuve por unos años hasta que Mauricio decidió trasladarse con toda su familia a Bariloche y nuestro otro colaborador decidió independizarse. Por lo cual decidí discontinuar Mercobroker y volver a la representación de reaseguradoras y a la capacitación, rearmando la Escuela de Capacitación Aseguradora de la AACS, en carácter de Director Académico, cargo que desempeñé durante casi 23 años (1998-2021) hasta que la Asociación decidió discontinuarla para razones estratégicas.

Estoy en la docencia desde hace más de 40 años a nivel nacional e internacional, actividad que desarrollo con gusto. Todo aquel que tenga vocación pedagógica y haya tenido la oportunidad de especializarse en algún tema debería transmitirlo a las nuevas generaciones. Claro que el avance tecnológico y la pandemia han modificado algunos hábitos educacionales con la capacitación online, que ha sido una gran solución en la coyuntura. En la pospandemia, la humanización de la enseñanza y la tecnología serán dos asignaturas que contribuirán a la dualidad, con el retorno de la presencialidad en diversas actividades.

Hoy he iniciado el desarrollo de una plataforma educativa de seguros revolucionaria “on demand” pensada en las necesidades del usuario de Latinoamérica denominada ALS (Academia

“ Los viajes no fueron solo por asistencia a eventos sino también de negocios, y tuve la oportunidad de conocer casi toda América, Europa occidental hasta República Checa, China y Japón, Marruecos, Senegal y Sudáfrica ”



Seguro para deportes extremos

allsport+ Xtreme



Nº de inscripción en SSN
0409

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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



BIO

- › Nombre: Pedro Zournadjian
- › Edad: 79 años
- › Estudios: Contador Público y Lic. en Administración de Empresas (UBA)
- › Estado civil: Casado con Adriana Irma Ratto
- › Hijos: Fernanda (Actuaria) y Gonzalo (Ingeniero Civil)
- › Nietos: Seis

Latinoamericana de Seguros) y también haré una oferta educativa a través de AACCS en los términos del nuevo acuerdo celebrado.

VÍNCULO CON AAPAS

En cuanto al relacionamiento con AAPAS, surge de la revista Mercado Asegurador con entrevistas a directivos y presencia en diversos eventos organizados por ambas partes.

Durante la existencia en la década del '90 de CEPA, el Centro Educacional de AAPAS conducido por Ariel Fernández Dirube, tuve el gusto de desarrollar cursos de reaseguros. Por otro lado, desde del 2005 y durante 13 años, AAPAS, Todo Riesgo y Mercado Asegurador en forma conjunta han desarrollado el Foro Nacional del Seguro en el Hotel Panamericano de Buenos Aires.

A nivel personal, con la revista Mercado Asegurador he organizado cada dos años, el Seminario Latinoamericano de Seguros y Reaseguros cuya próxima edición -la 10ª- está prevista para el 19 y 20 de abril próximo en forma dual en el Hotel Panamericano -ahora Hotel Marriot- frente al Obelisco porteño. Alternadamente, el año siguiente corresponde a la Jornada del Reaseguro Argentino. A estos eventos, AAPAS siempre ha sido invitada y hemos contado con la presencia de sus directivos.

REFLEXIONES FINALES

Seguramente el tiempo, que a veces resuelve los problemas de difícil solución, nos pueda decir cómo serán las cosas cuando retornemos a la normalidad que seguramente va a llegar en el curso del 2022, permitiendo además restablecer economías vapuleadas y muchas actividades que han sido castigadas duramente.

Se requiere que el Estado desarrolle políticas que permitan y estimulen la libre competencia, como así también de reglas claras y transparentes que garanticen la seguridad jurídica.

Conjuntamente con la adecuación de la normativa son necesarias otras acciones que ayuden a reducir la brecha aseguradora.

Entre ellas se destacan:

- › La inclusión aseguradora basada en la incorporación de vastos sectores, especialmente los de bajos ingresos;
- › Mejorar la conciencia de la prevención;
- › La educación financiera orientada a estimular el conocimiento y crecimiento de la demanda de seguros;

- › Incentivos fiscales atractivos que promuevan el ahorro, especialmente el ahorro complementario de los sistemas de pensiones; y
- › Políticas públicas que consideren al sector asegurador como un aliado estratégico para el desarrollo.

Todas estas acciones se deberían llevar a cabo en un entorno de crecimiento económico y distribución de la renta que genere los estímulos requeridos para el normal desempeño de la actividad económica y estabilidad del sistema financiero.

De esta forma el sector asegurador, conjuntamente con el sector público, podrá trabajar eficazmente en la reducción constante de la brecha aseguradora.

Si se cumplen algunas predicciones, la pandemia más allá de sus terribles consecuencias, puede haber llegado también para mejorar las condiciones de vida de la población. Como toda crisis, se generan nuevas amenazas y oportunidades y el seguro no es la excepción. Adaptarse a las nuevas oportunidades será sin dudas uno de los posibles cursos de acción, además de los importantes pasos ya dados en la transformación digital.

En los nuevos tiempos, la cultura de la prevención de riesgos jugará un rol fundamental, partiendo de soluciones de mitigación de riesgos en tiempo real que surge del uso directo del Internet de las Cosas (IoT), tales como por ejemplo, los sistemas de conducción autónoma de automóviles, sistemas de advertencia para desencadenar una acción humana de prevención, tareas de seguridad como recordar inspecciones programadas, instalar sensores de fugas, programas telemáticos, todos temas que permiten a las aseguradoras reducir las pérdidas esperadas, entre otras ventajas.

Los Productores Asesores de Seguros deben enfrentar el desafío de adaptarse a esta nueva realidad. Los distintos actores del mercado deberán alinearse para seguir adelante en un contexto distinto al conocido, ya sea mediante el desarrollo de nuevos seguros que contemplen este tipo de situaciones y sus efectos sobre la actividad de empresas y particulares.

El mercado, indudablemente, tiene que transformar esta crisis en oportunidad. No obstante, como ocurrió con la cobertura de terrorismo luego del 2001 y como ocurre ahora con los cyber-risks, debemos ser conscientes de que a veces el entusiasmo no se traduce en una demanda significativa, ya que en ocasiones se trata de productos costosos que no todos están en condiciones o dispuestos a afrontar.





COMPROMISO PYME.

Nuevos planes y condiciones especiales para mejorar tu propuesta comercial.

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

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

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



De todas maneras, es importante ponerlas a disposición de la comunidad, como así también las coberturas específicas para teletrabajo, otra tendencia que se aceleró con el coronavirus.

Seguramente, el mercado de seguros no será el mismo en la pospandemia y será difícil volver al estado anterior de cosas, ingresando a una “nueva normalidad”. Conscientes de ello, las aseguradoras y los PAS deberán hacer su mayor esfuerzo para adaptarse a este renovado escenario y, esencialmente, a las características de un consumidor diferente que espera mucho más que el simple cumplimiento de las condiciones contractuales: necesita ser entendido y sorprendido en la satisfacción de sus necesidades de aseguramiento.

Mientras el mercado asegurador argentino trata de adaptarse a las circunstancias de la pandemia, sumida en una importante recesión y altos niveles de inflación, se mantiene la expecta-

tativa en una paulatina reversión de la tendencia negativa de los últimos años en la búsqueda de cierta estabilidad. En el mundo asegurador, se debaten los desafíos que plantea la innovación tecnológica, acelerada por la pandemia en la adopción también de normativas que permitan desarrollar productos innovadores que contribuyan positivamente con la economía de los países y satisfagan las expectativas y exigencias de los nuevos consumidores, sin exponer en demasía la solvencia de los aseguradores, donde varios operadores internacionales comienzan a pedir la creación de fondos pandémicos público-privados para el futuro.

Como se ha planteado siempre, la capacitación ayudará a capear el temporal pues nos da la posibilidad de adaptarnos al nuevo escenario y a crear oportunidades racionales para satisfacer las necesidades del consumidor. ■

¡ÉXITO ROTUNDO!

OrangeTime

50%

de nuestra cartera de PAS ya emite pólizas OT

120%

se incrementó el índice de retención de asegurados

26%

es el ahorro promedio de los asegurados

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

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

LIBRA
Compañía de Seguros

ACTUALIZATE

con nosotros

Sumate al nuevo portal de productoras y productores y formá parte de nuestro equipo.

Para más información escribinos a productores@pvida.com.ar



Grupo
Provincia



Provincia
Vida

PÓLIZAS EMITIDAS POR PROVINCIA SEGUROS DE VIDA S.A. LA CONTRATACIÓN QUEDA SUJETA AL ANÁLISIS DE RIESGO POR PARTE DE LA COMPAÑÍA QUE SERÁ EFECTUADO EN CADA CASO, PREVIA SUSCRIPCIÓN DE LA SOLICITUD DE SEGURO Y DECLARACIÓN DE SALUD POR PARTE DEL CLIENTE. CONSULTÁ LAS COBERTURAS, LÍMITES Y CONDICIONES DE SUSCRIPCIÓN EN WWW.PROVINCIAVIDA.COM. PROVINCIA SEGUROS DE VIDA S.A., CARLOS PELLEGRINI 71, C.A.B.A., CP C1009ABA, CUIT 30-67883257-6.



SSN

UN RAMO CON POTENCIAL

El creciente auge de las mascotas y las nuevas reglamentaciones propician el desarrollo de un negocio incipiente

SUMARIO

OFERTA ›37

TARGET ›38

COBERTURA ›40

SERVICIOS ›42

DEMANDA ›44

PERSPECTIVAS ›46

Las aseguradoras ven un fuerte potencial en el segmento de mascotas a raíz de la creciente población de animales domésticos en los hogares y de las mayores regulaciones que exigen seguros obligatorios para perros potencialmente peligrosos en distintas jurisdicciones del país. Un nicho interesante cuya oferta se amplía con el paso del tiempo.

En promedio a nivel mundial, el 56% de las personas tiene al menos una mascota en su hogar y, en Argentina, ese nivel llega al 78%, siendo el país con mayor cantidad de animales en las casas, seguido por México y Rusia. Así lo reflejan datos de GFK, una empresa de análisis de mercado, cuyas investigaciones demostraron también una fuerte preferencia de los argentinos hacia los perros: 2 de cada 3 (66%) eligen canes, y casi 1 de cada 3 (32%) a los gatos.

Sin dudas, esta tendencia se potenció durante el aislamiento obligatorio implementado para frenar

los contagios de COVID-19 en 2020, dado que muchas personas buscaron una compañía para ellos y para los niños de la casa en esa etapa de encierro.

Un negocio interesante se está abriendo a raíz de esta creciente adopción de animales domésticos por parte de los argentinos y es el de seguros de mascotas. Algo que incluso se ve potenciado con la obligación de tener una cobertura de RC para mascotas potencialmente peligrosas.

Así lo dispone la Ley 4.078 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (aún no reglamentada), para cubrir eventuales daños causados por nuestros perros y que también es una realidad en otras ciudades del país, como Córdoba, en tanto que se analiza su aplicación en otros distritos, como Neuquén Capital, por ejemplo.

Cada vez hay más aseguradoras que ofrecen este tipo de coberturas en el país y dialogamos con algunas de ellas para conocer qué seguro tienen en góndola y cómo ven este particular mercado que tiene todo por desarrollarse. ■

 <p>MAPFRE</p> <p>SEBASTIÁN GROPPA</p> <p>Jefe de Suscripción MAPFRE</p>	 <p>FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA</p> <p>ESTEBAN CURTO</p> <p>Líder de Desarrollo y Monitor de Mercado Federación Patronal Seguros</p>	 <p>RUS RIO URUGUAY SEGUROS</p> <p>NADIA PEREYRA</p> <p>Comunicación Corporativa Río Uruguay Seguros</p>	 <p>Mercantil Andina</p> <p>ROMINA HERNÁNDEZ</p> <p>Analista de Desarrollo de Productos Mercantil Andina</p>	 <p>COLÓN COMPAÑIA DE SEGUROS</p> <p>MARCELO ACCAME</p> <p>Gerente Comercial Colón Seguros</p>	 <p>PROF GRUPO ASEGURADOR</p> <p>PROF Seguros</p>
---	--	---	--	---	---



OFERTA

Se estima que 8 de cada 10 argentinos tiene una mascota en su casa, ubicando a Argentina en lo alto del podio mundial de mascotas por habitante. ¿Qué cobertura ofrecen para este segmento que viene creciendo fuertemente?

MAPFRE: Nuestro seguro de mascotas cubre las consecuencias de posibles accidentes que puedan afectarlas las 24 horas, los 365 días del año. Así, **en caso de que un accidente ocurriera al animal, la familia dispone de los medios necesarios para hacer frente a cualquier tipo de intervención por parte de un médico veterinario.** Incluso, puede realizar aquellos estudios indispensables para que el profesional pueda obtener un diagnóstico más certero.

La cobertura asegura anualmente los gastos de asistencia veterinaria por accidente, por lo que se indemnizan los gastos de asistencia veterinaria, a causa de un accidente que pueda padecer el animal asegurado (exploraciones iniciales, radiografías, análisis, electrocardiogramas, ecografías, intervenciones quirúrgicas o de otro tipo, anestesia, curas y estadía en clínica, etc.). En caso de robo del perro, la indemnización será del valor de un cachorro de la raza del animal asegurado (con límite de la suma asegurada establecida).

Por otro lado, en caso de pérdida del animal por descuido del asegurado o persona encargada de su custodia (paseadores, etc.), se cubrirán los gastos relacionados con su búsqueda, por ejemplo, anuncios en la prensa o radio local. En cuanto a la estadía en residencia para animales, la cobertura se otorga exclusivamente si el dueño de la mascota es hospitalizado.

Se indemniza el accionar realizado por el veterinario para poner fin a un sufrimiento irreversible del animal (sacrificio), como consecuencia de un accidente, vejez o enfermedad. Y en materia de RC, la cobertura le permite al asegurado enfrentar reclamos de terceros originados por los daños o lesiones que su mascota pueda llegar a ocasionar.

Federación Patronal: El producto **ofrece un amplio abanico de opciones para proteger a la mascota de nuestros asegurados.** Entre ellas, las más importantes son: riesgos de muerte y robo, gastos veterinarios y responsabilidad civil del titular, entre otras.

Río Uruguay Seguros: Tenemos una cobertura para gatos y perros que cubre los gastos por enfermedad, fallecimiento, robo y/o responsabilidad civil. Entre las prestaciones también se destacan la cobertura de gastos de atención por consultas en centros veterinarios, estudios complementarios de laboratorios e imágenes, cirugías o intervenciones, atención veterinaria por videoconsultas las 24 horas, descuentos en vacunas, desparasitación y medicamentos recetados, entre otras.

Además, nuestro seguro tiene un propósito solidario, ya que por cada póliza contratada donamos \$500 en alimentos a diferentes refugios/protectoras a elección de las y los clientes.

Mercantil Andina: Ofrecemos una **cobertura de Responsabilidad Civil extracontractual para resguardar al asegurado ante los posibles daños que su perro pudiese causar a un tercero** como consecuencia de un ataque o mordedura. Nuestro objetivo es acompañar a nuestros asegurados y promover una tenencia responsable de las mascotas.

Colón Seguros: Contamos con un **producto integral de asistencia para mascotas con una capa de seguros, que posee diversas prestaciones agrupadas en dos planes competitivos y de bajo costo.**

Ambos cuentan con consulta veterinaria, cobertura ante intervenciones quirúrgicas, gastos de internación, castración, guardería, fallecimiento, responsabilidad civil para perros de razas consideradas peligrosas, vacunación y gastos veterinarios por enfermedad o accidente, entre otros.

PROF Seguros: Actualmente, ofrecemos el seguro de Responsabilidad Civil para Mascotas y **estamos desarrollando una cobertura específica y más amplia para todos los animales domésticos.**



Así como a nivel mundial, el 56% de las personas tiene al menos una mascota en su hogar, en Argentina casi 8 de cada 10 personas tiene mascota, #1 en todo el planeta según GfK.

“Nuestros PAS están muy ansiosos por satisfacer las consultas de sus asegurados y el seguro de mascotas ha crecido mucho en pandemia”

ESTEBAN CURTO,
FEDERACIÓN
PATRONAL



TARGET

¿Cuál es el tipo de mascotas al que apuntan?

MAPFRE: La mascota **tiene que tener entre 3 meses y 9 años de edad. Pueden ser perros y gatos mestizos o de raza.** El producto se comercializa por módulos, incluyendo las coberturas antes mencionadas.

Federación Patronal: El producto está **dirigido a amparar perros y gatos domésticos, ya sean de raza o mestizos, desde los 45 días de vida hasta los 9 años** y en perfecto estado de salud. En el caso de los perros, se consideran todo tipo de razas, incluyendo las potencialmente peligrosas.

Río Uruguay Seguros: Aseguramos perros y gatos de compañía y/o de vigilancia sin importar su raza. Contamos con diferentes planes de contratación que se pueden conocer ingresando a RUS Mascotas en la web y, además de proteger a las mascotas ante diferentes riesgos, **con este seguro buscamos generar conciencia respecto a la tenencia responsable y ayudar a los animales de diferentes refugios del país que están a la espera de un hogar.**

Sabemos del trabajo y el esfuerzo que requieren estos lugares a los que diariamente acuden voluntarias y voluntarios para alimentar y cuidar a estos animales hasta que sean adoptados. Muchos aportan de su propio bolsillo para sostenerlos y realizan diferentes acciones para que la gente se sume a colaborar, pero, además, hay animales que requieren más cuidado que otros por alguna enfermedad o que necesitan de una alimentación diferente o algún tratamiento médico continuo al cual muchas veces no pueden acceder por los

costos de los mismos. Es por ello que, a través de este seguro, buscamos ayudar a las personas que ayudan y fomentan en otras lo mismo.

Y, así, cuando una persona decide contratar este seguro, puede sumarse a la iniciativa solidaria para donar alimentos al refugio que elija. Sólo tiene que manifestárselo a su PAS, ingresar a la página de RUS Mascotas o llamar a los centros de atención al cliente para recibir por mail un voucher para presentar en las veterinarias o pet shops que forman parte de “RUS Mascotas Solidarias” más cercanos a su localidad para concretar el destino de la donación.

Mercantil Andina: En principio, **apuntamos a regular la tenencia de aquellas razas potencialmente peligrosas para ayudar a mejorar la convivencia ciudadana** y para acompañar a nuestros asegurados con el cumplimiento de las disposiciones vigentes. El producto posee cobertura en todo el país y cualquiera puede contratarlo dado que este seguro es uno de los requisitos contemplados en la nueva reglamentación de la Ley 4.078, que determina los nuevos procedimientos para el registro y tenencia de las 17 razas de perros declaradas potencialmente peligrosos en CABA.

Asimismo, los perros deberán ser identificados con una chapa en la que tiene que estar el nombre del dueño y el número de inscripción del animal en el registro oficial y, en la calle, tendrán que tener bozal, ser llevados con una correa corta (de máximo de dos metros) y contar con la vacuna antirrábica al día.

Colón Seguros: La asistencia está dirigida **a todos los dueños de perros y gatos, sin importar si son o no de raza**, incluyendo aquellos perros clasificados como peligrosos por la regulación.

PROF Seguros: **Apuntamos a un segmento amplio, no exclusivo para mascotas consideradas riesgosas por la normativa municipal vigente en CABA.** Sin embargo, buscamos concientizar acerca de la importancia de contar con este seguro, ya que es obligatorio para los propietarios de las razas dentro del listado de “Perros Potencialmente Peligrosos”.

“Siempre ha sido una cobertura que generó interés y consultas, sobre todo porque cuando lo lanzamos en 2006, fuimos de las primeras en comercializarlo”

SEBASTIÁN GROPPA, MAPFRE





Proteger te es estar cuando nos necesitás.

Provincia Seguros te brinda la tranquilidad de tener todo asegurado, para que solo pienses en concretar tus proyectos y disfrutar tu vida. Consultá a tu productor asesor de seguros, en nuestros centros de atención o en provinciaseguros.com.ar.

Provincia Seguros 

Grupo Provincia 

 **0810.222.2444**

 /pseguros

 @pseguros

COBERTURA

¿Lo comercializan de forma independiente o es parte de un seguro más amplio, como puede ser Combinado Familiar?

“Nuestro objetivo es acompañar a nuestros asegurados y promover una tenencia responsable de las mascotas”

ROMINA HERNÁNDEZ,
MERCANTIL ANDINA

MAPFRE: El producto de mascotas se comercializa de forma independiente, al tiempo que los seguros de Hogar cuentan con cobertura de RC Hechos Privados, que incluye también a las mascotas.

Pero, la cobertura en este caso es exclusivamente para Responsabilidad Civil.

Federación Patronal: La ventaja competitiva de Federación Patronal es que se ofrece en un único producto todas las protecciones que pueda abarcar una mascota. Y, al mismo tiempo, dentro del seguro de Hogar, se ofrecen y se incluyen las más importantes.

Río Uruguay Seguros: Lo comercializamos de forma independiente y cuenta con diferentes planes de contratación adaptados a las necesidades de las y los clientes. Hay planes para perros desde los \$425 por mes y para gatos, desde los \$290 por mes, que abarcan el fallecimiento por accidente o enfermedad, robo, responsabilidad civil y servicios adicionales de atención médica veterinaria.

La edad mínima de contratación es de 3 meses y la máxima es de 9 años, mientras que la edad máxima de permanencia es hasta los 12 años. Es importante que, al momento de contratar este seguro, la mascota cuente con la libreta sanitaria al día.

Mercantil Andina: El producto de Responsabilidad Civil para perros potencialmente peligrosos lo comercializamos de forma independiente. Y, por otro lado, dentro del Combinado Familiar contamos con un servicio de guardería, cuidado y pensión para la mascota.

Próximamente, estaremos ampliando estas coberturas y beneficios a fin de incluir gastos de asistencia veterinaria por accidente o muerte, por eutanasia o de recuperación ante un robo, entre otras.

Colón Seguros: Actualmente, lo ofrecemos como diferencial en el nuevo seguro de Hogar Premium, que incluye, como salto de calidad, la asistencia a las mascotas y la cobertura de Responsabilidad Civil para eventos con perros de razas consideradas peligrosas. De esta manera, nos alineamos con el requerimiento del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que obliga a los dueños de ese tipo de perros a registrarlos y contratar un seguro de RC específico.

PROF Seguros: Nuestro seguro de Responsabilidad Civil para mascotas puede contratarse de forma independiente. Contamos con un producto con una suma asegurada establecida y a un costo accesible.





*Junto a vos,
dedicados a brindar el mejor servicio.*



**SEGUROS
RIVADAVIA**



Descargá nuestra
aplicación.



0810 999 3200

www.seguosrivadavia.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

SERVICIOS

*Además de la cobertura de seguro,
¿qué servicio complementario ofrecen?*

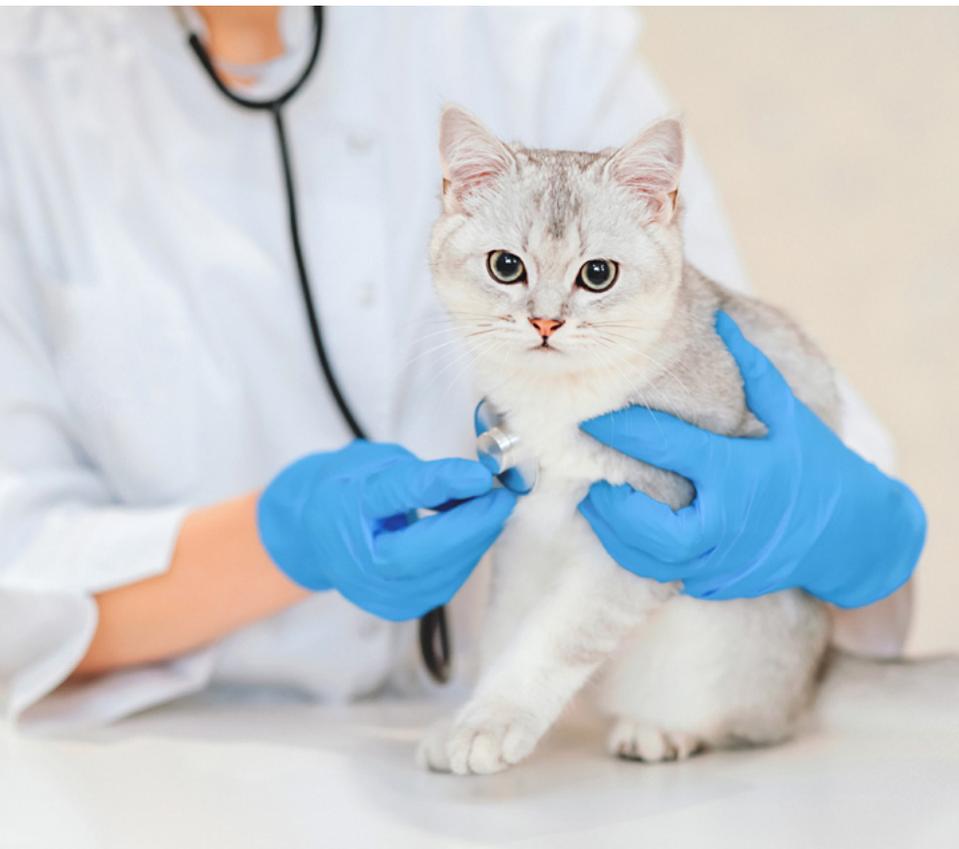
Federación Patronal: El seguro cuenta con **adicionales y extensiones**, como ampliación de la cobertura a países limítrofes, el uso de mascota en exposiciones, los gastos en estancia por hospitalización del asegurado, los gastos de sacrificio y eliminación de los restos y por extravío de la mascota, y la ampliación de la cobertura a las crías de la mascota, entre otros.

Río Uruguay Seguros: Además de las coberturas anteriormente mencionadas adicionales, ofrecemos **atención en centros veterinarios, Phono Vet las 24 horas, veterinario a domicilio y cobertura para los gastos de cirugías e intervenciones.**

Mercantil Andina: Ofrecemos el **servicio de guardería dentro del Combinado Familiar** para cumplir las necesidades que nuestros asegurados tienen con sus mascotas.

Colón Seguros: El producto que ofrecemos **es per sé una Cobertura Integral de Asistencias con una capa de seguros.** Dentro de las asistencias cubiertas se encuentran: veterinario a domicilio en caso de emergencia, primeras vacunas y desparasitado, orientación legal telefónica por RC, referencias para gestión de trámites de viajes al exterior, envío de alimentos a domicilio, infertilización, eliminación del cadáver, información vacunas, paseo de perros ante una eventual hospitalización del afiliado, hotel para mascotas, RC de terceros y fallecimiento (que cubre el importe de los servicios de sacrificio y eliminación del cadáver).

PROF Seguros: **Por medio del seguro integral de vivienda, podrá contratarse, además de la RC, una cobertura que ampare la muerte o el robo de la mascota** (como cobertura básica) y adicionales, como asistencia veterinaria o sacrificio, por citar algunos ejemplos.



“Cuando una persona contrata este seguro, puede sumarse a la iniciativa solidaria para donar alimentos al refugio que elija”

NADIA PEREYRA, RUS



Cumplimos 25 años
cuidando a tu gente,

25 años cuidando
a tu empresa.

Prevención ART 25

de SANCOR SEGUROS 25 AÑOS



DEMANDA

*¿Cómo viene siendo la comercialización de este producto desde su lanzamiento?
¿Ha habido mayores consultas a partir de la pandemia y de la obligatoriedad de RC para razas potencialmente peligrosas en CABA?*

MAPFRE: Hemos notado mayores consultas y ventas a partir de los cambios en la legislación en CABA y **percibimos mayor conciencia sobre la importancia de contar con un seguro de mascotas.** Igualmente, siempre ha sido una cobertura que generó interés y consultas, sobre todo porque, cuando lo lanzamos en 2006, fuimos de las primeras compañías en comercializarlo.

Federación Patronal: Si bien este no es un producto nuevo en Federación Patronal, **ha habido un impresionante interés, tanto de los asegurados como de nuestros Productores, en conocer más de esta protección.** Indudablemente, la injerencia de las nuevas disposiciones tuvo que ver en este nuevo despegue.

Nuestros PAS están muy ansiosos por satisfacer las consultas de sus asegurados y el producto ha crecido mucho en pandemia.

Río Uruguay Seguros: Desde que lanzamos RUS Mascotas, en agosto de este año, **recibimos muchas consultas y ya hemos emitido varias pólizas en todo el país.** La gente se muestra muy interesada en el producto, sobre todo por lo que ofrecen los servicios adicionales, que son muy completos.

Mercantil Andina: Si bien ya existían reglamentaciones preventivas y, en Mercantil Andina brindábamos la cobertura de Responsabilidad Civil para perros potencialmente peligrosos, sin dudas, **la implementación de la Ley porteña ayudó a la concientización acerca de la tenencia responsable y promovió la demanda de este seguro.**

Colón Seguros: El producto fue desarrollado durante la pandemia como parte de la estrategia de actualización y lanzamiento de nuevos productos de Colón. En esta etapa, la estrategia fue incorporar la asistencia mascotas al producto Hogar Premium

y realizar, el próximo año, el lanzamiento con el formato 'stand alone'.

Se observa en los últimos años, un fuerte incremento de mascotas por cantidad de habitantes y en consecuencia, también el aumento de cuidados veterinarios. Efectivamente, **este nuevo comportamiento social se vio reflejado en un incremento de las consultas y, por ende, en una mayor demanda en la contratación de asistencias para mascotas.**

PROF Seguros: **La obligatoriedad para razas consideradas peligrosas en Ciudad de Buenos Aires aumentó las consultas,** pese a que el producto es mucho más abarcativo. Notamos el crecimiento de la responsabilidad ciudadana sobre las consecuencias que un incidente con su mascota puede acarrear.



“Este nicho es un mercado en expansión, producto del crecimiento de las mascotas y la concientización de sus dueños”

**MARCELO ACCAME,
COLÓN SEGUROS**





¡Estamos muy orgullosos y queremos compartirlo con vos!

Somos **la primera compañía de seguros en Argentina** en certificar su proceso de siniestros bajo normas ISO 9001:2015.

Esta certificación, alcanzada por Swiss Medical Seguros - División Patrimoniales, avala la calidad de nuestros procesos de atención, tramitación y pago de siniestros.

Nuestro compromiso con vos se renueva cada día.

Seguimos trabajando para brindarte el mejor servicio.



www.swissmedicalseguros.com



SMG COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A. CUIT 30-50003196-0. AV. CORRIENTES 1865 PLANTA BAJA (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA

Nº de inscripción en SSN
0002

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

PERSPECTIVAS

*¿Qué expectativas tienen sobre el crecimiento de este segmento?
¿Creen que puede potenciarse a partir de innovar en la propuesta de valor hacia los asegurables?*

MAPFRE: El segmento de mascotas **tiene aún mucho potencial para seguir creciendo y para desarrollarse**, impulsado por la cantidad de hogares que hoy tienen una mascota y la mayor concientización sobre la importancia de tener una protección, además de que cada vez hay más reglamentaciones al respecto, como la reciente de CABA.

Todo producto que sume innovación y acompañe las tendencias y necesidades del cliente tendrá un fuerte potencial.

Federación Patronal: Sabemos que se trata de un seguro de nicho, es decir, **es un segmento acotado, pero aun así, tenemos buenas expectativas**, que van de la mano con la tenencia responsable de mascotas y el cumplimiento de las normas que regulan esa tenencia, que hará que las personas se interesen más por el producto.

Esa es una oportunidad para poder capitalizar ese interés con una tendencia a la innovación en dos vertientes: la búsqueda de ofrecer una cobertura completa para el animal en un único contrato, como principal motivación en la propuesta hacia los asegurables, y la innovación hacia nuestros Productores de Seguros cuando les mejoramos la experiencia de uso de nuestras plataformas.

Río Uruguay Seguros: Este seguro **tiene un gran potencial en todos los sentidos, al ser una**

cobertura completa para asistir a las mascotas y protegerlas ante ciertos riesgos. Por otro, es una iniciativa solidaria que busca ayudar e invitar a la gente a sumarse a colaborar con los refugios y protectoras de animales de todo el país para que puedan continuar con su actividad. Además, también invita a tomar conciencia sobre la responsabilidad que implica tener una mascota y brindarle todo lo que necesita para su salud y necesidades básicas.

Estamos convencidos de que RUS Mascotas seguirá creciendo y, a medida que lo haga, iremos pensando en nuevas coberturas que se adapten a los nuevos públicos.

Mercantil Andina: Teniendo en cuenta la cantidad de mascotas que habitan en casas de familia, consideramos que este segmento brinda oportunidad de crecimiento y ayuda a potenciar productos como un Combinado Familiar, ya que **están surgiendo nuevos seguros o asistencias con el objetivo de brindar una cobertura más integral, cumpliendo con todas las necesidades presentes en los hogares.**

Colón Seguros: Consideramos que este nicho es un mercado en expansión, producto del crecimiento de las mascotas y la concientización de sus dueños en protegerlas ante eventuales accidentes. Sin dudas, **el PAS es un pilar fundamental para comercializar este producto** y Colón Seguros trabajará en conjunto con ellos para explotar este nicho y detectar la real necesidad del cliente.

PROF Seguros: Creemos que este segmento **tiene mucho potencial y ya cuenta con una gran aceptación del público.** En PROF Seguros, como la gran mayoría de los dueños, consideramos que las mascotas son un integrante más de la familia.

“Notamos el crecimiento de la responsabilidad ciudadana sobre las consecuencias que un incidente con su mascota puede acarrear”

PROF SEGUROS





Seguimos sumando herramientas digitales para ser cada día más eficientes

¡Nueva firma electrónica para solicitudes de Vida Individual!

- Mayor respaldo legal y seguridad en la operación
- Circuito más transparente y simple para el cliente
- Menor tiempo de aprobación y emisión
- Compromiso con el cuidado del medio ambiente

Hacemos las cosas **más simples.**



www.swissmedicalseguros.com



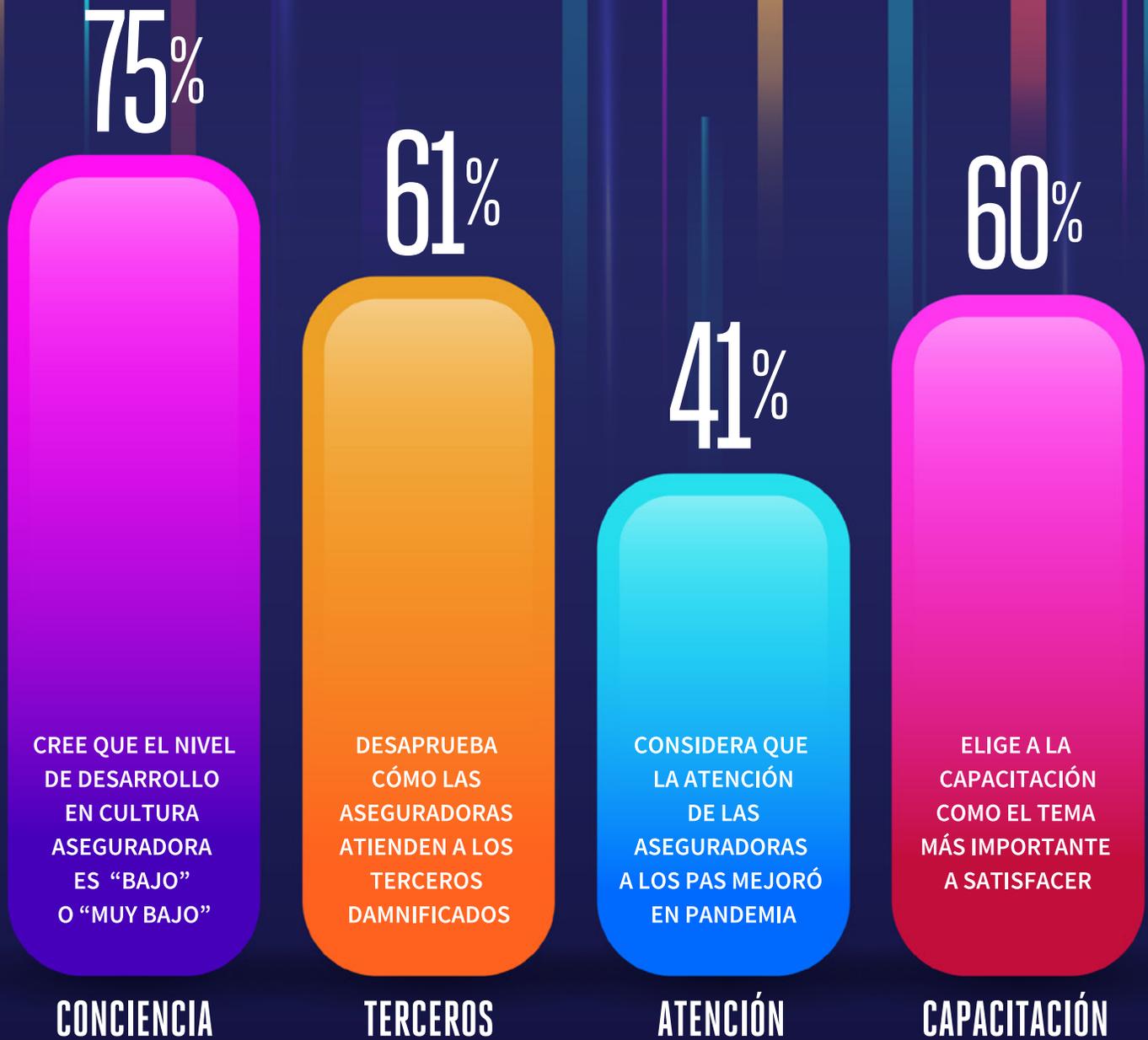
SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A. - CUIT 30-68584340-0 - ARENALES 1826 3º PISO CABA - (C1124AAB) - ARGENTINA

Nº de inscripción en SSN
0580

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





El PAS tiene la palabra

La Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros llevó adelante una encuesta inédita realizada a sus asociados. Más de 200 PAS dieron su opinión sobre los temas más sensibles que hacen a su actividad y al mercado asegurador. Datos reveladores que compartimos en esta nota de portada.

LAAPAS está convencido de la importancia de involucrar cada vez más a los socios, escucharlos, tomar en cuenta sus opiniones, proyectos e iniciativas. No es casual que este año se haya alcanzado un récord de nuevos afiliados, cada vez más interesados por el desarrollo del mercado, por aportar su tiempo y sus ideas.

En ese marco, desde la Asociación se llevó adelante una encuesta inédita para la presente edición de la revista *SEGUROS*, en la cual más de 200 socios -todos ellos Productores Asesores de Seguros- respondieron consignas cerradas (tipo multiple choice) y abiertas (para responder libremente), apuntando a los temas

que hacen al presente y futuro de su profesión y del mercado en el que participan.

Como se verá en la nota que te invitamos a recorrer en las próximas páginas, fueron muchos los temas sobre los cuales dieron su opinión. La imagen del sector y el desarrollo de la cultura aseguradora, los atributos que más valoran los PAS a la hora de trabajar con una compañía, su opinión sobre un tema tan sensible como la atención a terceros, el impacto de la pandemia en el ida y vuelta con las aseguradoras, y los temas que más preocupan pensando en el futuro de la profesión.

El Productor Asesor de Seguros, como protagonista central del sector, tiene la palabra. ■

ÍNDICE

PRINCIPALES RESULTADOS

1. Perfil › 51
2. Alcance y formato › 52
3. Imagen y cultura aseguradora › 53
4. Atributos de las aseguradoras › 54
5. Reclamo de terceros › 56
6. Efecto pandemia › 58
7. Futuro › 60
8. Respuestas abiertas › 62

ENCUESTA A SOCIOS DE AAPAS

Principales resultados, con definiciones contundentes

A continuación, compartimos lo más relevante de la encuesta que respondieron los PAS asociados a AAPAS que fueron convocados para conocer su punto de vista sobre temas medulares que hacen a su profesión y al mercado asegurador en general.

TOTAL DE RESPUESTAS:

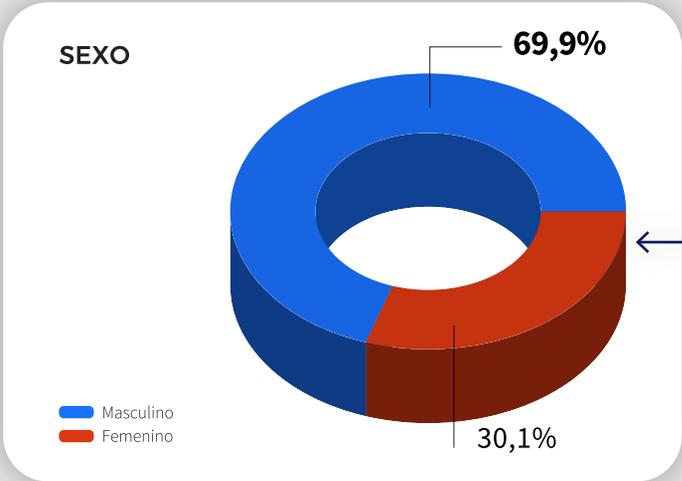
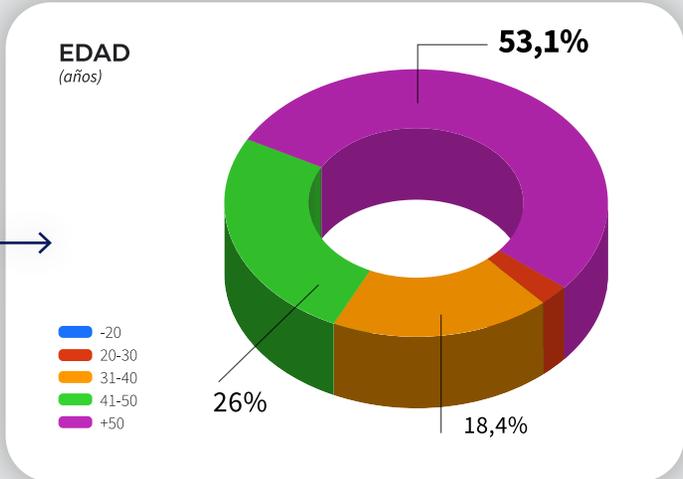
215

Socios y Socias de AAPAS



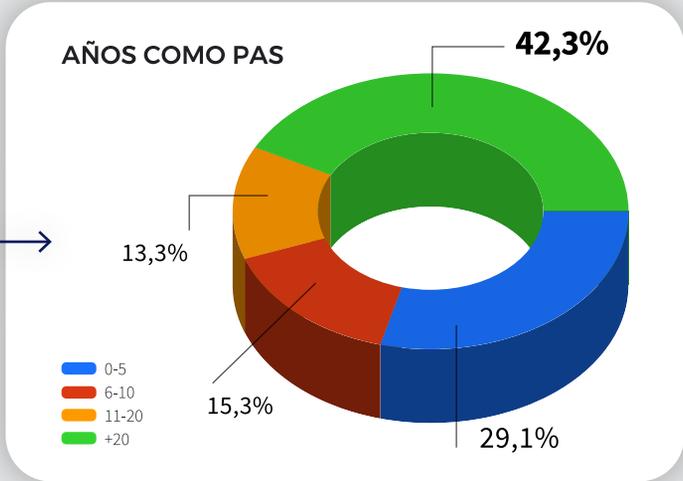
1. PERFIL

8 de cada 10 socios de AAPAS encuestados tiene **más de 41 años**, mientras que poco más de la mitad (53%) tiene más de 50 años de edad.



Si bien cada vez más mujeres se suman a la Asociación, **7 de cada 10** asociados consultados son **hombres**

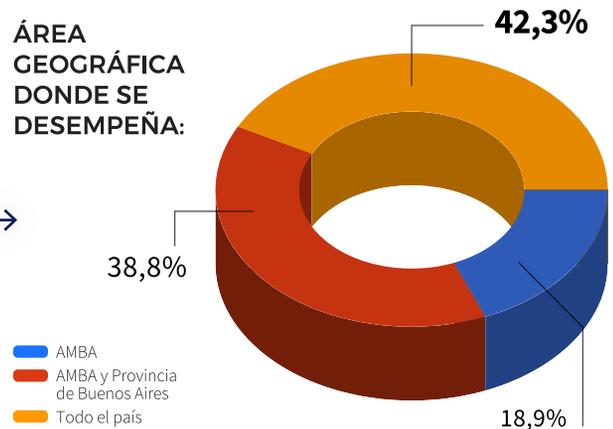
El **42%** tiene **más de 20 años de trayectoria** como PAS, lo que marca el largo recorrido en la actividad. Pero la sangre joven va ganando terreno, ya que casi 3 de cada 10 PAS arrancó hace menos de 5 años.



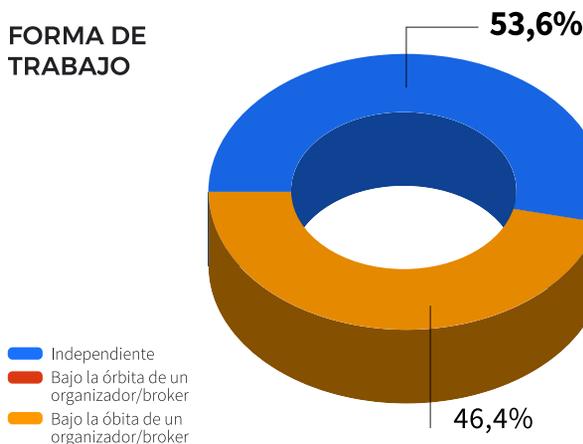
2. ALCANCE Y FORMATO DE TRABAJO

Existe una dispersión en las respuestas respecto al área geográfica donde los socios de AAPAS se desempeñan. La mayor respuesta (**42%**) se da en los Productores de Seguros que operan **en todo el país**. Muy cerca, el 39% respondió que trabajan AMBA y Provincia de Buenos Aires, mientras que sólo el 19% actúa profesionalmente únicamente en AMBA.

ÁREA GEOGRÁFICA DONDE SE DESEMPEÑA:



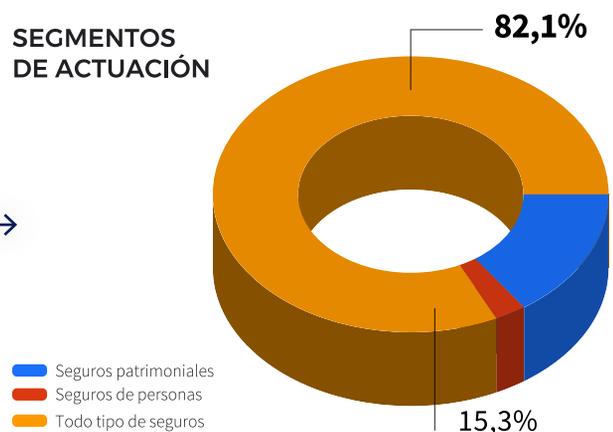
FORMA DE TRABAJO



Un dato a destacar es que la mayoría de los PAS consultados **trabaja de forma independiente (54%)** y no bajo la órbita de un broker y/u organizador.

En línea con el concepto de integralidad y de cliente 360, la gran mayoría (**8 de cada 10 socios** de AAPAS) **trabaja en todo tipo de seguros**. Un 15% asesora y comercializada sólo Patrimoniales, mientras que un marginal 2,6% se especializa únicamente en Seguros de Personas.

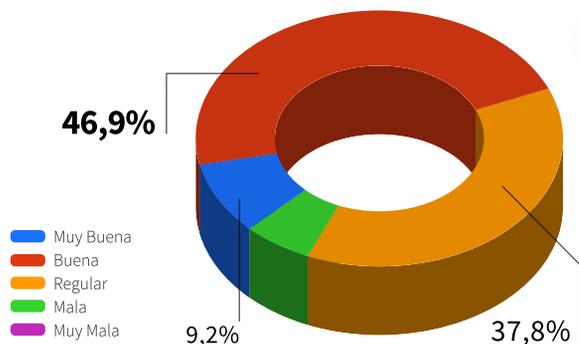
SEGMENTOS DE ACTUACIÓN



3. IMAGEN Y CULTURA ASEGURADORA

75% cree que el nivel de desarrollo en cultura aseguradora es “bajo” o “muy bajo”

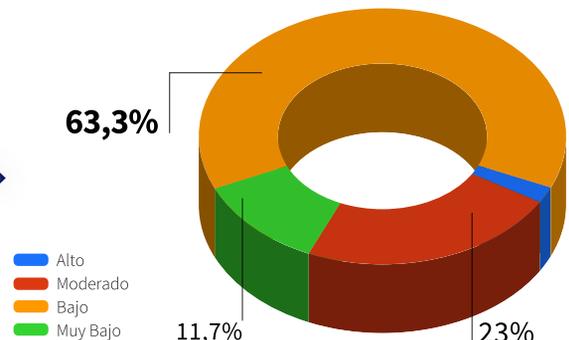
¿Cuál crees que es la imagen de la sociedad sobre la institución del seguro?



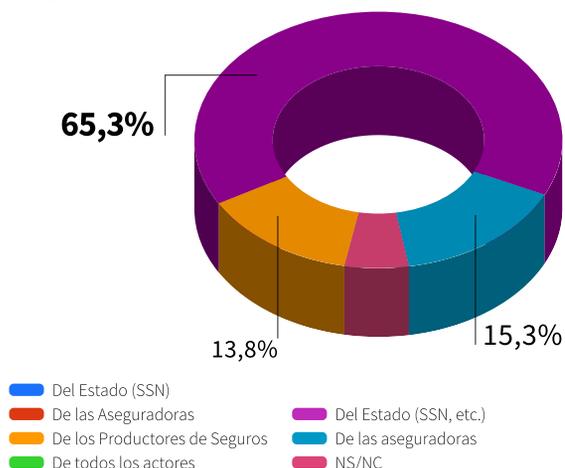
Se trata de un tema central, que debe ser trabajado por todo el mercado en su conjunto. Lo cierto es que para el **85%** de los consultados, la imagen de la sociedad sobre la institución del seguro es “buena” o “muy buena”, lo cual no deja de ser un dato alentador.

Sin embargo, para el **75%** de los Productores Asesores de Seguros, el nivel de desarrollo del país en materia de cultura aseguradora es “bajo” o “muy bajo”.

¿Qué nivel de desarrollo tiene el país en materia de cultura aseguradora?



¿De quién depende PRINCIPALMENTE que el seguro gane participación en el PBI y crezca el nivel de asegurabilidad de la sociedad?



En ese sentido, **2 de cada 3 consideran que depende principalmente del Estado** (con la SSN a la cabeza) que el seguro gane participación en el PIB y crezca el nivel de asegurabilidad de la sociedad. Solo el 15% y 14%, respectivamente, cree que ello depende principalmente de las aseguradoras y de los propios PAS.

4. ATRIBUTOS DE LAS ASEGURADORAS

10/10: lo que más importa de una aseguradora es su nombre/respaldo y fluidez para trabajar

Al ser consultados sobre lo que más valoran los PAS de las aseguradoras, considerando una nota del 1 al 10, respondieron:

¿Qué valoras más a la hora de trabajar con una aseguradora?

NOMBRE
RESPALDO



La mayoría (**58%**) considera que es la variable más importante, puntuándola con la nota máxima: **“10”**.

FLUIDEZ EN
LA RELACIÓN
COMERCIAL



Es el otro punto que más valoran los Productores Asesores de Seguros, por eso la calificación **“10”** fue la más elegida (**56%**) para ese atributo que hace a la fluidez en la relación comercial. Sin dudas, una variable que ha tomado mayor relieve e importancia durante la pandemia y está vinculado a la importancia de poner al asegurado en el centro y darle una rápida respuesta a sus necesidades.

PRECIOS
COMPETITIVOS



La calificación más recibida fue **“8”** (**36%**), por lo que es relevante, pero está lejos de ser el ítem más importante.

PORCENTAJE DE
COMISIONES



Es un tema relevante, que hace al bolsillo y los ingresos del PAS, siendo la nota **“8”** en la escala del 1 al 10 la más elegida (**26%**).

BENEFICIOS



No deja de ser un tema menor para el PAS, siendo **“8”** la nota más elegida (**28%**). Los mismos han ido mutando durante la pandemia, sobre todo al restringirse los viajes por la pandemia, uno de los beneficios más valorados por muchos Productores.

Así, con la mejor nota posible (10 sobre 10), lo que más les importa a los PAS consultados a la hora de elegir y trabajar con una aseguradora, es su nombre y respaldo por un lado, y que tenga un ida y vuelta fluido con el Productor, máxime en estos tiempos que corren, de pocos negocios y muchas “urgencias”.





**60 años
comprometidos
con el desarrollo
de tus proyectos**

 **ALBA CAUCION**
ALBA COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.
Especialistas en Seguros de Caución

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

**BUENOS AIRES | LA PLATA | CORDOBA | NEUQUEN | POSADAS | TUCUMAN
SGO.DEL ESTERO | RESISTENCIA | MENDOZA | ROSARIO | SANTA FE**

Nº de inscripción en SSN
0329

Atención al asegurado
0800-666-8400

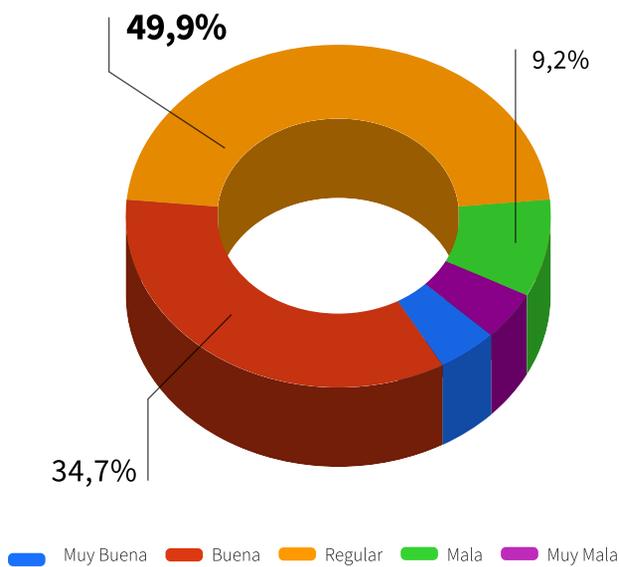
Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

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

5. RECLAMO DE TERCEROS

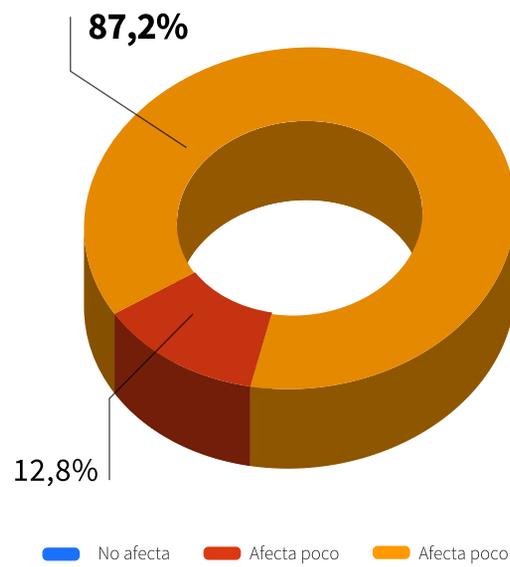
61% desapruueba cómo las aseguradoras atienden a los terceros damnificados

¿Cómo calificarías en términos generales la atención de las aseguradoras en los reclamos de terceros?



La mayoría de los PAS no aprueba cómo las aseguradoras atienden a los terceros damnificados: **6 de cada 10** socios de AAPAS respondió que la atención de las aseguradoras en los reclamos de terceros es “regular”, “mala” o “muy mala”. Así como la respuesta más elegida fue **“regular” (47%)**, hay que advertir que *menos del 5%* aseguró que la atención es “muy buena”.

¿Consideras que la mala atención del reclamo de tercero por parte de la aseguradora afecta la imagen del mercado de seguros?



Un dato contundente, en complemento a lo dicho, es que para el **87%** de los Productores Asesores de Seguros, **la mala atención** del reclamo de tercero por parte de la aseguradora **“afecta mucho”** la imagen del mercado asegurador. Solo el 13% cree que su incidencia es “poca” y ninguno respondió que directamente “no afecta” la imagen del sector.





EN EL MOMENTO QUE NOS NECESITE, **NOSOTROS RESPONDEMOS.**

En Assekuransa buscamos brindarle el mejor respaldo en todo momento, y eso abarca también nuestros canales de comunicación, por eso ahora sumamos una nueva manera para estar en contacto las **24 horas**, los **365 días** del año.

Acceda al nuevo chat automático cuando lo desee, a través de nuestra web, WhatsApp, Facebook o simplemente escaneando el código QR.



Ingresá a nuestro WhatsApp

OSSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACION www.ssn.gob.ar
0800-666-8400
N° de inscripción SSN: 771


Assekuransa
COMPAÑÍA DE SEGUROS

6. EFECTO PANDEMIA

41% considera que la atención de las aseguradoras a los PAS mejoró en pandemia

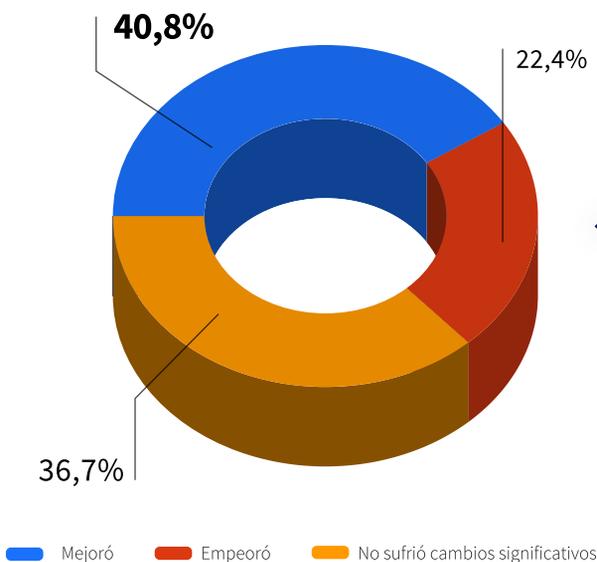
¿Qué puntuación le darías a la atención que las compañías de seguros le brindan a los PAS durante la pandemia?

ATENCIÓN DE LAS COMPAÑÍAS A LOS PAS



Al ser consultados sobre la puntuación que le darían a la atención que las compañías de seguros le han brindado a los PAS durante la pandemia, la nota más elegida (del 1 al 10) fue **“8” (29%)**, seguida por **“9”** y **“7”**, lo que marca que están conformes en ese sentido.

Respecto a la época pre-pandemia (marzo 2020 hacia atrás), la atención que hoy las compañías de seguros le brindan a los PAS...



Incluso, para el **41%** de los Productores de Seguros consultados, respecto a la época pre-pandemia (marzo 2020 hacia atrás), **la atención** que hoy las compañías de seguros le brindan a los PAS **mejoró**. Solo el 22% cree que empeoró.



Somos Berkley Argentina futuro + seguro

Crecemos: tecnología + oportunidades

Avanzamos: estrategia + innovación

Cumplimos: compromiso + valores

BiSmart
La App de Berkley



Berkley International ART S.A.

www.berkley.com.ar

Berkley International Seguros S.A.

b | Berkley Argentina ART
| a Berkley Company

b | Berkley Argentina Seguros
| a Berkley Company

Nº de inscripción en SSN
0121

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

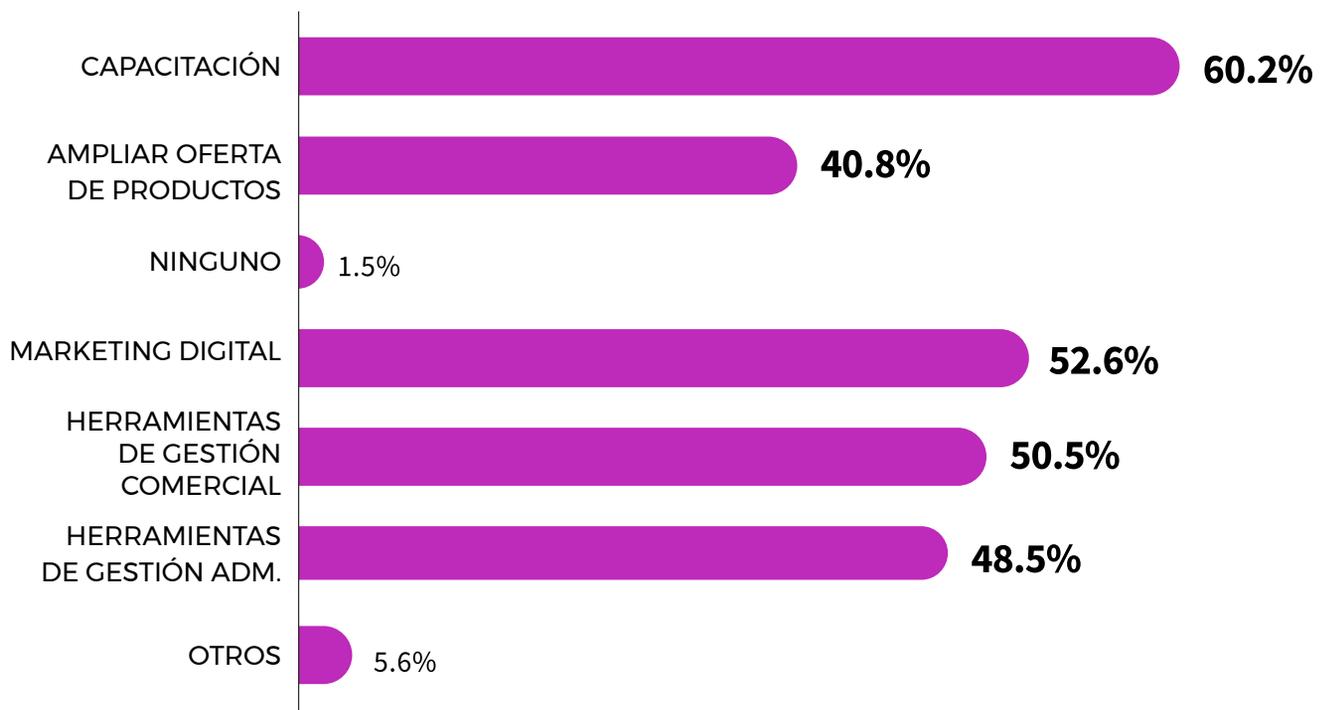
 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

7. FUTURO

60% elige a la capacitación como el tema más importante a satisfacer

Por otro lado, en cuanto a los temas que a los PAS les interesa profundizar y creen que tienen necesidades para satisfacer, la mayoría se refirió a la **capacitación (60%)**, un tema que es una “bandera” para AAPAS y sobre el cual sigue trabajando, ampliando y mejorando su oferta académica obligatoria y no obligatoria. El **marketing digital (53%)** es el segundo tema que más interés tiene para los Productores y donde existen necesidades concretas para satisfacer.

¿En cuáles de los siguientes temas te interesa profundizar y tenés necesidades para satisfacer?
(respuesta múltiple)



Por detrás, los Productores se mostraron interesados en obtener **herramientas de gestión comercial (50%)** y de **gestión operativa/administrativa (48%)**, claves para automatizar procesos, ganar en eficiencia y poder dedicar más tiempo al asesoramiento y la venta.



Con **CLEAS** en la póliza ¿Sabés cómo mejora la experiencia de tu cartera asegurada?



Si tu cliente tiene un siniestro y no es responsable,
con **CLEAS** se simplifica su reclamo.

- ✓ Siempre es atendido por su aseguradora
- ✓ La resolución entre compañías se resuelve de manera ágil y segura
- ✓ Reparamos su vehículo
- ✓ Lo mantenemos informado de todo el proceso

CLEAS es un servicio que está incluido en todas las pólizas, sin costo adicional.

Las aseguradoras líderes adherimos porque cuidamos al asegurado con compromiso y transparencia.



8. RESPUESTAS ABIERTAS

¿Cuáles son los temas que hoy ocupan la agenda diaria de los PAS? ¿Y los temas que más les preocupan pensando en el futuro de su profesión?

A continuación, un compendio de algunas reflexiones de los socios y socias de AAPAS respecto a su presente y su futuro, cuestiones que hacen a su realidad actual y al horizonte de su actividad. La voz de los Productores Asesores de Seguros, se hace oír en el mercado asegurador.

“Hoy se vive una lucha constante frente a las renovaciones de las pólizas por las circunstancias económicas de nuestro país y, por ende, del asegurado”

HÉCTOR SUÁREZ, PAS MATRÍCULA SSN 71026

“Humanizar la tecnología y estar un paso adelante de los cambios que están en curso son temas claves para el futuro de nuestra actividad”

OSVALDO GUTIÉRREZ, PAS MATRÍCULA SSN 53502

“Es cada vez es más importante estar asesorado y asegurado a través de un PAS, y si es integral mejor, lo que requiere una constante capacitación”

FLORENCIA RIZZI,
PAS MATRÍCULA SSN 71062

“Me preocupa la falta de tiempo, sobre todo en este mundo de lo inmediato, y eso nos obliga a estar cada vez más preparados”

ROMINA SCOTTA, PAS MATRÍCULA SSN 80635

“La atención de las aseguradoras con respecto a los reclamos de terceros y la competencia desleal con otros canales de venta contra los que es muy difícil competir en costos son dos temas de preocupación”

MAXIMILIANO ALVAREZ, PAS MATRÍCULA SSN 90469

“Preocupan las aseguradoras que no priorizan la actividad del PAS como canal principal de gestión”

MARIANO CASEY,
PAS MATRÍCULA SSN 31088



“Tenemos que seguir capacitándonos y trabajar contra la competencia desleal de las entidades no aseguradoras que comercializan seguros, como bancos o comercios”

PABLO LECLERCQ, PAS MATRÍCULA SSN 91928

“La competencia de costos y los clientes que piden rebajas hoy ocupan mi agenda diaria, y estoy preocupado por la digitalización y los grandes operadores (institorios) que no dan respuesta, como Mercado Libre”

JUAN NICOLÁS DERKACZ, PAS MATRÍCULA SSN 62721

“Debemos trabajar contra la competencia desleal y la falta de conocimientos técnicos de colegas que terminan confundiendo a los asegurados”

JORGE TORRES,
PAS MATRÍCULA SSN 44535

“Hoy es como que cualquier lugar puede ofrecer seguros y no hay ningún tipo de control efectivo, y me da la sensación de que a futuro esto puede ser peor”

RUBÉN MACHADO,
PAS MATRÍCULA SSN 84804

“La realidad económica de las aseguradoras y su competitividad ruinoso en ciertos ramos son dos temas preocupantes a seguir de cerca”

AGUSTÍN FRÁGOLA,
PAS MATRÍCULA SSN 96962

“Los canales alternativos invaden nuestra tarea profesional para hacer nuevos negocios de seguros y mantener los vigentes”

ANA KAST,
PAS MATRÍCULA SSN 38695

“Hoy dedico mi tiempo a mantener la cartera, a la capacitación tecnológica aplicada al seguro y a buscar nuevos canales de venta, y sigo preocupado por la rentabilidad del negocio y la recuperación del mercado”

JULIO IGNACIO SILVA, PAS MATRÍCULA SSN 31969

“La digitalización y la despersonalización del contacto son temas que nos ocupan y preocupan”

MARIANO SANTANGELO, PAS MATRÍCULA SSN 53328

“Las aseguradoras deben capacitar más a su personal, sobre todo hoy vemos que no están capacitados los niveles inferiores”

MARIO MELER, PAS MATRÍCULA SSN 31657

“Estoy preocupada por la continuidad de nuestra profesión debido al avance de las compañías en la venta de sus productos por cualquier canal diferente al PAS”

ANALÍA SUÁREZ, PAS MATRÍCULA SSN 43030



“Hoy mi foco está en ver cómo poder modernizar la venta y atender a la gente de forma más personalizada”

DANIEL SAPOZNICOFF,
PAS MATRÍCULA SSN 1880

“Con la crisis económica es muchísimo más difícil que la gente entienda la necesidad de protección que tiene, en consecuencia se nos achica el mercado, y al haber cada vez más jugadores, la tendencia a la baja de primas y de comisiones nos deja cada vez menos rentabilidad”

ALEJANDRO KISHIMA, PAS MATRÍCULA SSN 49538

“Se debe mejorar la respuesta en reclamos en cuanto a plazo y demás por parte de las aseguradoras”

JORDÁN COLLANTE,
PAS MATRÍCULA SSN 76329

“Preocupa que hay muchas compañías y agencias de automotores, entre otros agentes institorios, que permiten contrataciones rápidas y baratas sin atención posterior, y es un cliente que perdemos hasta tanto tenga un siniestro”

MIRTA CONFORTI, PAS MATRÍCULA SSN 83812

“Como mercado debemos juntos trabajar para lograr incluir al seguro como una materia a cursar dentro del programa de enseñanza en todos los niveles educativos, ya que es la única manera de lograr cultura aseguradora”

WALTER PIZZI, PAS MATRÍCULA SSN 30359

“Como PAS, me preocupa que sigan actuando las Insurtech a la vista de todo el mercado, a sabiendas que no cumplen con la Ley 22.400”

JORGE RAPAN,
PAS MATRÍCULA SSN 30763

“Nuestra bandera debe ser la lucha contra la competencia desleal que generan actores que no están preparados como nosotros, que no conocen la parte fundamental del negocio que es asesorar y ni siquiera entender lo que es estar cerca del cliente”

PEDRO BELLUSCI, PAS MATRÍCULA SSN 36149

“Hay que alertar sobre las aseguradoras que no cumplen con sus resultados técnicos, compitiendo deslealmente en el mercado y produciendo a corto plazo la falta de pago de siniestros y la desconfianza general sobre el sector”

DANIEL ESCUDERO, PAS MATRÍCULA SSN 15734

“La mayoría de las compañías intentan relacionarse digitalmente con los asegurados en desmedro del Productor, no reconociendo claramente la importancia de nuestra actividad”

HUMBERTO AMOROSO, PAS MATRÍCULA SSN 56654





Crédito y Caución

**Conservamos nuestra tradición.
Digitalizamos el servicio.**

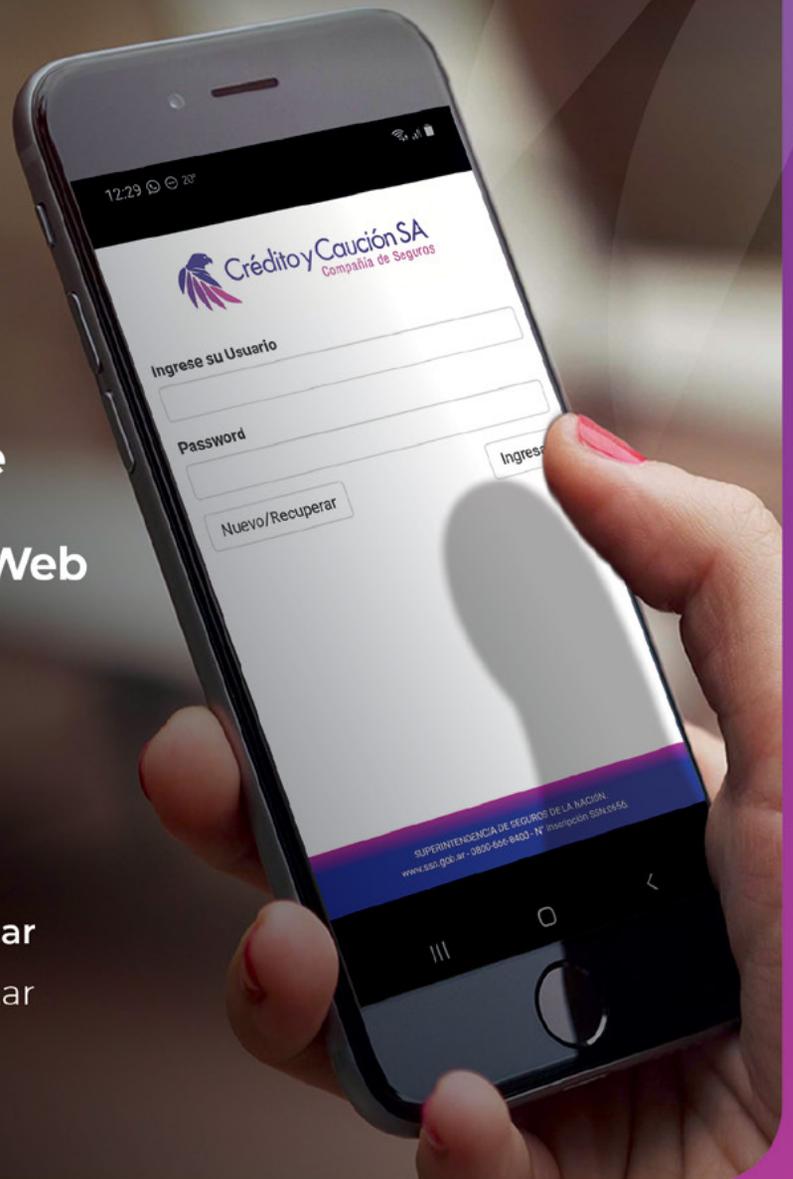
CyC Mobile

Póliza Digital

Verificación de Póliza

Operatoria 100% Online

CyC Online - Servicios Web



www.creditoycaucion.com.ar

info@creditoycaucion.com.ar



GARANTÍAS CONTRACTUALES | GARANTÍAS ADUANERAS | GARANTÍAS JUDICIALES |
GARANTÍAS DE ALQUILER | GARANTÍAS DE ACTIVIDAD | GARANTÍAS EN EL EXTERIOR | IGI

“Se advierte la falta profesionalidad en el personal de las aseguradoras y los liquidadores de siniestros que se mimetizan actuando interesadamente y no de forma ecuánime”

JULIO BLANCO,
PAS MATRÍCULA SSN 59664

“Veo que vienen tiempos de oportunidades, pero hay que estar preparados, instruidos y actualizados tecnológicamente”

CARLOS MARIANI,
PAS MATRÍCULA SSN 3173

“Preocupa que sigan habiendo compañías fantasma avaladas por la SSN y el desinterés de esta institución de incluir conciencia aseguradora a través de la educación. A su vez, no podemos permitir que las automotrices mantengan cautivo al usuario sin sustento jurídico y violando sus derechos como consumidor”

TAMARA COLBASIUK, PAS MATRÍCULA SSN 80103

“Me preocupa que los bancos nos terminen por sacar del mercado. La amenaza constante, créditos a cambio de seguros, las promociones imposibles de superar que arrojan constantemente y demás, es algo que deberíamos poder frenar o equiparar”

GABRIELA FRIDMAN, PAS MATRÍCULA SSN 77336

“Deben llevarse adelante políticas proactivas y de concientización para generar cultura aseguradora en la gente (inversión y transferencia de riesgo versus creencia de gastar plata en el seguro), ya que con esa base el resto depende de un buen asesor”

CARLOS ROBERTO RIMOLDI, PAS MATRÍCULA SSN 52223

“Intranquiliza que se continúe concentrando la comercialización por parte de las aseguradoras en grandes brokers u organizaciones que hagan desaparecer al PAS individual o negocios familiares a futuro”

GASTÓN BRAMANTI, PAS MATRÍCULA SSN 75790

“Debemos lograr que la venta de seguros la realicen solamente los Productores Asesores de Seguros y no los agentes institorios”

GONZALO FERNÁNDEZ,
PAS MATRÍCULA SSN 57901

“Uno de los temas que más me preocupan actualmente, es el poco o casi nada apoyo de la SSN ante el avance desmedido de bancos y otros actores que no nos representan”

GABRIEL BLASCO,
PAS MATRÍCULA SSN 61004



> Consultá con tu
**PRODUCTOR ASESOR
DE SEGUROS**

www.experta.com.ar



besingular

¿EL AUTO TE DEJÓ A GAMBA EN LA CALLE?



QUÉ TEMA, ¿NO? A menos que tengas un **SEGURO DE AUTOS** que te mande una grúa al toque.

EXPERTA
SEGUROS

AUTOS

Nº de inscripción en SSN
0880

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

“Se le debe solicitar a la SSN que tome medidas con las compañías que no pagan, como así también con mucha gente que sigue comercializando sin tener matrícula”

CARMEN MANCINI, PAS MATRÍCULA SSN 62343

“Debemos generar vínculos con las nuevas generaciones y canales de comunicación que nos permitan seguir asesorando con valor agregado y no sólo por precio”

GUSTAVO BOTELLA, PAS MATRÍCULA SSN 30840

“Las aseguradoras han delegado en nosotros temas relativos a la gestión administrativa de la cartera, e incluso en pandemia se agravaron los problemas de comunicación, que se dificulta más pese a su inversión en herramientas tecnológicas”

MARÍA DEL CARMEN PÉREZ, PAS MATRÍCULA SSN 355

“Somos muchos y la torta cada vez es más chica, el Productor joven busca costos constantemente y eso hace que tengamos menos asesoramiento y foco solo en las ventas”

FACUNDO CABRERA,
PAS MATRÍCULA SSN 97765

“Advierto la falta de respuesta de todos los actores del mercado para lograr tener 30 aseguradoras buenas y todas dentro del CLEAS para que los asegurados tengan el servicio que corresponde a un mercado serio”

JOSÉ LUIS ABUD, PAS MATRÍCULA SSN 30286

“Me preocupa que muchas veces el asegurado toma lo más económico sin mirar su futuro, además de tomar la iniciativa de contratar todo digitalmente, lo que pone en riesgo que pasemos a un segundo plano”

SANDRA INOSTROZA, PAS MATRÍCULA SSN 82175

“Preocupa la competencia desleal de los agentes institorios, la extorsión de los bancos a sus clientes con el tema seguros, y el monopolio por parte de las automotrices sobre los seguros cuando hay prenda”

GABRIEL DOCE, PAS MATRÍCULA SSN 36075

“Me preocupa el atraso en los nuevos riesgos y la falta de regulación en los riesgos masivos relacionado con que la actividad se ha convertido en una fácil salida laboral que desprofesionaliza el mercado”

NICOLÁS FERNÁNDEZ, PAS MATRÍCULA SSN 63569

“La pérdida de la atención personalizada de las compañías y el cambio en la forma de adquirir un seguro que cada vez más se adquieren vía apps son temas preocupantes pensando en nuestro futuro”

HERNÁN P. GALLARDO, PAS MATRÍCULA SSN 38093





Más Herramientas. Mejor Servicio

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



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.**

www.fedpat.com.ar



“Debemos eliminar a los Agentes Institorios, avanzar en la profesionalización del sector, y que exista una tecnicatura en seguros obligatoria para poder operar”

FERNANDO CURY, PAS MATRÍCULA SSN 88160

“Mientras crece la cantidad de PAS, la demanda de seguros no aumenta, lo que reduce el mercado y termina generando que se reparta pobreza entre los noveles productores”

PABLO BLANCO MARCHESE, PAS MATRÍCULA SSN 95786

“Mi agenda diaria hoy principalmente se enfoca en afrontar día a día la injusta competencia de precios, sumado a la alta carga operativa del sistema en general”

PEDRO PALACIOS,
PAS MATRÍCULA SSN 52748

“Pensando a futuro, me preocupa que ya no se necesite a un PAS para contratar una póliza en seguros patrimoniales debido a los adelantos de multicotizadores en redes sociales y el marketing digital”

CRISTHIAN FERREYRA, PAS MATRÍCULA SSN 89342

“Hoy se advierte una deslealtad en los precios de las aseguradoras, y mientras yo tengo un precio por un servicio excelente, otros prometen lo mismo por la mitad de precio, lo cual es muy dudoso”

VICENTA ISABEL NAVARRA, PAS MATRÍCULA SSN 51061

“Preocupa la competencia desleal contra grupos de afinidad tipo Mercado Libre, o los Big Broker que bloquean la posibilidad de cotizar sus cuentas en las compañías”

CHRISTIAN CONSTANTE,
PAS MATRÍCULA SSN 89120

“La obtención de la matrícula debe estar orientada a que sea una profesión y no un mero ingreso extra, porque eso hace que no se desempeñe correctamente el rol del PAS”

HERNÁN DELIZIA,
PAS MATRÍCULA SSN 62731

“Pensando a futuro, me preocupa que los PAS no se profesionalicen, no sepan cómo subirse a la ola digital y no vean las nuevas oportunidades comerciales que ofrece el mercado”

ALEJANDRO PISANO,
PAS MATRÍCULA SSN 91307

“Cómo desactivar la competencia desleal, y la presión impositiva que cada día es mayor y muy compleja su administración son dos de los principales temas de preocupación”

MIGUEL ÁNGEL FARACE,
PAS MATRÍCULA SSN 12540





Lo que tu
cliente busca,
lo que vos
necesitás.

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

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

Nos une el compromiso con el cliente.



Nos une el compromiso.

www.gruposancristobal.com.ar

GRUPO
SAN
CRISTÓBAL



100 años de tradición y solidez, trato personal y tecnología

Sin lugar a dudas, el 2021 no es un año cualquiera para aquellos que son parte de Victoria Seguros. Les toca celebrar, nada menos que 100 años en el mercado asegurador local. Por ese motivo, *SEGUROS* conversó con Daniel Salazar, Presidente y Director Ejecutivo de la compañía, para conocer qué significa llegar al primer siglo de trayectoria y las implicancias de hacerlo en un período de pandemia. Su análisis sobre el mercado actual y las expectativas para el 2022, el rol protagónico del PAS en la aseguradora y la estrategia comercial que vienen desarrollando para mitigar las dificultades del entorno y encontrar nuevas oportunidades.

En pocas palabras, ¿cómo definís a Victoria Seguros?

—Victoria Seguros ocupa un lugar destacado en el mercado asegurador argentino, gracias a una trayectoria marcada por el cumplimiento de sus compromisos, tanto con asegurados como con Productores Asesores de Seguros.

Además, una reconocida combinación entre las más modernas tecnologías informáticas y un trato personal cotidiano. Esto, acompañado por una política comercial y de suscripción homogénea, y sostenida a lo largo del tiempo, la hacen una compañía confiable, de sólido respaldo, dinámica y con gran vocación de servicio.

—El 2021 es un año muy especial para la compañía porque cumple un siglo de vida. ¿Qué significa eso para todos aquellos que forman parte de Victoria Seguros?

—Para nosotros es un orgullo pertenecer a una empresa con una historia que nos compromete a trabajar día a día para mantener vigentes sus valores tradicionales.

Pensamos en el futuro, con la seguridad que nos da el pasado. Somos una empresa que se actualiza permanentemente con el objetivo de brindar servicios de máxima calidad.

—Les toca celebrar un acontecimiento único como los 100 años de trayectoria, en un contexto único como es la pandemia, con trabajo remoto y dificultades inéditas... ¿Qué cosas positivas y negativas se pueden rescatar de esta situación tan especial?

—Lo negativo tiene relación con los efectos de la enfermedad sobre la salud física y psicológica de la población en general, y las consecuencias económicas y sociales de la larga cuarentena.

Lo positivo fue que pudimos trabajar a distancia sin resentir el servicio y el nivel de actividad de la

“Ocupamos un lugar destacado en el mercado gracias a una reconocida combinación entre las más modernas tecnologías informáticas y un trato personal cotidiano”



BIO

- › **Nombre:** Daniel Ricardo Salazar
- › **Cargo:** Presidente y Director Ejecutivo
- › **Estudios:** Lic. en Administración de Empresas, Posgrado en Historia
- › **Edad:** 75 años
- › **Trayectoria en seguros:** 49 años
- › **Hincha de:** Boca Juniors
- › **Hobbies:** Historia y música
- › **Composición familiar:** Esposa, 6 hijos y 13 nietos
- › **Otras funciones:** Vicepresidente de ADEAA



PRESENCIA GEOGRÁFICA

- › CABA
- › Buenos Aires
- › Entre Ríos
- › Córdoba
- › Santa Fe
- › Mendoza
- › NOA



DATOS VICTORIA SEGUROS



compañía. Muy por el contrario, pudimos agilizar los procesos administrativos y mejorar la productividad en todos los sectores. Ahora, con una gradual vuelta a la presencialidad, queremos recuperar el contacto personal y optimizar la interrelación y el trabajo mancomunado entre nuestros empleados y Productores de Seguros.

—¿Cómo ven el mercado hoy, con un Covid-19 aún presente, pero con restricciones menos estrictas y una mayor “normalidad”?

—Poco a poco se va flexibilizando la situación y con mayor cantidad de vacunados el contexto es mejor, aunque no por esto podemos relajarnos, ya que aún hay peligro de contagio, especialmente por las nuevas cepas que van apareciendo.

El mercado se está adaptando como lo hizo desde el primer momento, y la respuesta en general fue muy buena y eficaz.

—¿Qué estrategia comercial vienen llevando adelante para mitigar las dificultades del entorno y qué rol vienen teniendo en ello los PAS?

—Desde el comienzo de la pandemia, seguimos estando cerca de nuestros PAS como siempre lo ha hecho Victoria Seguros. Nuestra premisa fue mantener, por todos los medios, la atención personalizada que nos caracteriza.

Hemos trabajado para dotarlos de todas las herramientas digitales que simplifiquen sus tareas administrativas y les permitan concentrarse en la gestión comercial y la atención de sus asegurados. Eso incluye, entre otras cuestiones, mejoras en la App de asegurados, delivery automático de pólizas en PDF, denuncia de siniestros de autos online, e incorporación de una red de prestadores para reposición de repuestos.

—¿Cómo se logra ser competitivos en ramos como el Automotor, con una guerra de precios muy marcada, y a la vez sin descuidar la faz técnica del negocio?

—Este es un problema muy complejo que viene de lejos. Nosotros elegimos cómo y dónde entrar y operar, en qué coberturas y regiones poner más esfuerzo y en cuáles ir con más cuidado. Siempre tuvimos el foco en el resultado técnico y hoy es más importante que nunca teniendo en cuenta los escasos resultados financieros.

—Y en materia tecnológica, hoy más importante que nunca, ¿dónde vienen haciendo foco las inversiones realizadas o que tienen pensado llevar adelante?

—Pusimos la energía en mejorar la conectividad y el respaldo de datos, migrando a la nube nuestro sistema y nuestra web. Eso nos permitió tener altas performances de servicio a distancia.

“En Automotores, siempre tuvimos el foco en el resultado técnico y hoy es más importante que nunca teniendo en cuenta los escasos resultados financieros”



¿Sos Productor de Seguros? Intégrity te está buscando

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

- Contamos con **más de 20 productos** y una cartera de coberturas para todo tipo de riesgos.
- Te ofrecemos el mejor **equipo técnico y comercial** para que juntos encuentren la cobertura que tu cliente necesita.
- Llevamos de viaje a más de 50 Productores todos los años con el **programa de incentivo Intégrity Champions**.
- Sumamos a más de 200 productores en cada una de las **capacitaciones** del programa anual **Intégrity Academy**.
- **Pagamos en tiempo y forma tus comisiones** sin excepción, y si tenés que cobrar un día feriado te la adelantamos!

Hoy, más de 2000 Productores
confían en Intégrity Seguros.

Sé parte vos también.

Escribinos a quieroserpas@integrityseguros.com.ar o ingresá a www.integrityseguros.com.ar/ser-productor y solicitá tu alta.





—¿Qué esperan para el seguro post elecciones y ya pensando en el 2022?

—Avizoramos un escenario muy complejo, principalmente por las bajas tarifas, siniestralidad en alza y menores rendimientos financieros, lo que hará que las compañías, para ser competitivas, deban concentrarse en reducir la incidencia de gastos y mejorar la productividad.

—¿Imaginan una “nueva normalidad” con un negocio asegurador muy diferente al que conocíamos pre Covid?

—Creo que la “nueva normalidad” estará dada por un mix de trabajo remoto y presencial. Hay cosas que llegaron para quedarse. La tecnología informática ha avanzado notablemente pero, en nuestro caso en particular, seguiremos poniendo todo nuestro empeño en mantener nuestro reconocido carácter de compañía de trato personalizado. ■

SIMPLICIDAD
TRANSPARENCIA
EXCELENCIA
EN EL SERVICIO
CONFIANZA

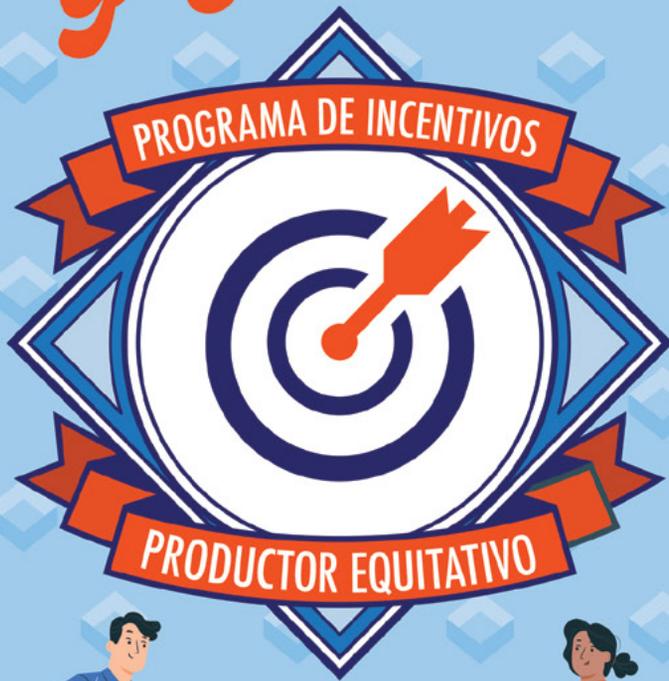


Con vos en cada momento

Para más información, escribinos a comercial@meridionalseguros.com.ar
o ingresá a meridionalseguros.com.ar

 **Meridional**
SEGUROS

*Participá
y ganá!*



En La Equitativa la capacidad para escucharte es tan importante como la capacidad de resolverte el problema.

La Equitativa. Nosotros, nuestros productores y vos.

www.laequitativa.com.ar (011)5070 3000

**Sos Productor?
Participá del
Programa de
Incentivos de
La Equitativa**

**Podés ganar
fabulosos premios**

**Todavía estás
a tiempo!!!**

✉ comercial@laequitativa.com.ar

 **LA EQUITATIVA**
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Nº de inscripción en SSN
044

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

GERENTE GENERAL DE ALEA BROKER



Con perfil corporativo, innovador y apostando al largo plazo

SEGUROS conversó con Gregorio Martín Sánchez, Gerente General de Alea Broker, para conocer su visión sobre el presente del mercado asegurador y el aporte clave del asesoramiento profesional durante la pandemia. También, se refiere a los puntos de unión con el Grupo Gaman, del cual forman parte. Las claves para no perder clientela por precio y generar un valor agregado diferencial, su participación en la Comisión de Sociedades de AAPAS, y su mirada sobre el escenario que avizoran post elecciones.

— ¿Cómo ven el mercado asegurador hoy, aún en pandemia pero con una flexibilización casi total de las restricciones que imperaban hasta ahora?



—Pareciera que el mercado ya recuperó su ritmo de funcionamiento habitual, pre pandemia. Sin embargo, nuestra actividad tiene una fuerte correlación con el nivel de actividad económica, por lo que es necesaria una recuperación en la economía para que se vea reflejada en un incremento de primas en el mercado asegurador. Los indicadores demuestran que durante la pandemia el mercado de seguros se contrajo, medido en valores constantes.

Desde el lado de la dinámica del día a día, creemos que es un desafío no menor el que tienen por delante tanto aseguradoras como intermediarios, y los diferentes agentes, en la administración de la presencialidad, y la llamada “vuelta a la oficina”. Si bien por un lado hay entusiasmo con el ahorro en costos que puede conllevar la menor utilización de metros cuadrados de oficina, vemos un escenario complejo en cuanto a la administración de los recursos humanos.

La motivación de los colaboradores, la transmisión de la cultura organizacional, el aprendizaje continuo entre pares, etc. son acciones que entendemos se dan mucho mejor en forma presencial.

—Alea es parte del Grupo Gaman. ¿En qué aspectos mantienen su propia identidad y trabajan de forma más autónoma, y en cuáles se apalancan y aprovechan ser parte de un holding más amplio?

—Existen varios aspectos en los cuales desde Alea operamos totalmente integrados con Grupo Gaman. En este sentido, en el Grupo funciona una Dirección de Planeamiento, una Dirección Comercial Corporativa y una Dirección Técnica que trabajan en conjunto con las diferentes gerencias de Alea para relacionarnos con las aseguradoras en forma coordinada y persiguiendo los objetivos trazados.

Adicionalmente, existen sinergias entre Alea y Grupo Gaman en varias áreas tales como administración y finanzas, recursos humanos, sistemas, atención de siniestros, publicidad y marketing, etc. Por otra parte, tal como sucede con cada una de las empresas que conformamos el Grupo Gaman, si bien actuamos bajo un mismo “paraguas”, se mantiene la independencia de marca, a la vez que cada empresa funciona con su propia matrícula.

En el caso de Alea, por ser un broker de un perfil principalmente corporativo, donde nuestro foco está en empresas medianas y grandes, tenemos una estructura pensada para atender las exigencias técnicas y de servicio de ese segmento.

“Desde la Comisión de Sociedades y AAPAS se van a priorizar a las aseguradoras que promuevan la comercialización de seguros a través de Productores”

—¿Cómo se hace en este contexto tan competitivo para no perder clientela por precio y generar valor agregado diferencial?

—En Alea buscamos relaciones de largo plazo con nuestros clientes, que se comprueba en nuestro muy elevado nivel de retención de cuentas. Para ello, ponemos a disposición de nuestros clientes una estructura de atención basada en ejecutivos técnico-comerciales, que cumplen el doble rol de atender las necesidades operativas de nuestros clientes y dar asesoramiento técnico en riesgos y seguros.

Asimismo, en cada una de nuestras propuestas intentamos incluir algo innovador, distintivo, que realmente marque la diferencia. Por otra parte, sabiendo que una de las formas más concretas de demostrar nuestro valor agregado como asesores en seguros es en el acompañamiento de nuestros clientes en los siniestros, nos involucramos directamente en la resolución de los mismos y en todo el proceso.

Con relación al costo del seguro, obviamente es un factor muy importante, pero consideramos que no debe ser el fin primero, sino una consecuencia de nuestra propuesta integral a los clientes. Cuando logramos que un cliente potencial diga “quiero trabajar con Alea”, después en el precio siempre llegamos a un acuerdo conveniente para ambas partes (empresas y aseguradoras).

—Ustedes son parte de la Comisión de Sociedades de AAPAS. ¿Qué han logrado desde su conformación a esta parte y cuáles son los temas más relevantes que hoy debaten en pos de la actividad?

—Alea participó activamente en la conformación de la Comisión de Sociedades y en la convocatoria a sociedades para su incorporación. A la fecha podemos decir que 25 brokers de capitales nacionales participan de la comisión.

Desde su conformación, hemos mantenido reuniones con todas las cámaras de aseguradoras y con las principales aseguradoras del mercado.



BIO

- › **Nombre:** Gregorio Martín Sánchez
- › **Cargo:** Gerente General
- › **Estudios:** Comercio Exterior y Administración de Empresas
- › **Edad:** 50 años
- › **Trayectoria en seguros:** 28 años
- › **Hincha de:** San Lorenzo
- › **Hobbies:** Golf, tenis y fútbol
- › **Composición familiar:** Casado, 3 hijos



Imágenes de las renovadas oficinas del Grupo Gaman en la Ciudad de Buenos Aires.



“La pandemia aceleró la tendencia hacia la concentración de brokers, PAS, aseguradores, reaseguradores, liquidadores y hasta de clientes durante este período”

+2.500

Es la cantidad de clientes

En esas reuniones se difundió la importancia del intermediario en la venta de seguros y en el asesoramiento a los clientes. Asimismo, se puntualizó que la Comisión de Sociedades y AAPAS van a priorizar a las aseguradoras que promuevan la comercialización de seguros a través de Productores. En este sentido, con agrado podemos ver que el último año creció comparativamente el porcentaje de seguros contratados a través de intermediarios. Por último, en las reuniones periódicas de comisión se analizan diferentes aspectos relacionados con nuestra actividad, se intercambian experiencias y se proponen acciones concretas para el futuro.

—¿Qué efecto creen que tuvo y viene teniendo la pandemia en el ADN del negocio asegurador? Tanto positivos como negativos...

—Creemos que la pandemia aceleró la tendencia hacia la concentración de brokers, PAS, asegurado-

res, reaseguradores, liquidadores de siniestros, e inclusive clientes durante este período y lo seguirá haciendo. Es importante que podamos detectar las necesidades reales de los distintos clientes para adaptar nuestro servicio en esa dirección.

Consideramos que los líderes del cambio serán aquellos que profesionalicen sus servicios y que proactivamente estén atentos a las nuevas necesidades de los clientes. Un factor clave será la capacidad de ofrecer soluciones integrales y personalizadas.

—Con la pandemia se revalidó el rol del PAS/ broker y se ratificó que la tecnología es un pilar central para el seguro. ¿Cuál es el camino para que ambos mundos se potencien mutuamente?

—El camino es la inversión en tecnología tanto por parte de los Productores y brokers como de las aseguradoras, y de todos los participantes en la cadena de valor del seguro.

En Grupo Gaman y Alea tomamos la decisión a fines del 2019, justo unos meses antes del inicio de la cuarentena, de cambiar todas las computadoras de escritorio por notebooks de forma tal que todos los colaboradores, sin excepción, pasaran a trabajar con notebooks. Este acierto logró que cuando tuvimos que pasar al trabajo remoto no fuera algo traumático, sino que estábamos perfectamente preparados para ello. Incluso nuestra telefonía fija es sobre base IP (internet) por lo que nues-



2 RECOM PENSA!

Programa de Beneficios

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



Escaneá el QR
y conocé más

NetVos
Todo más simple, seguro.

2 GRUPO ASEGURADOR
La segunda

LO PRIMERO SOS VOS

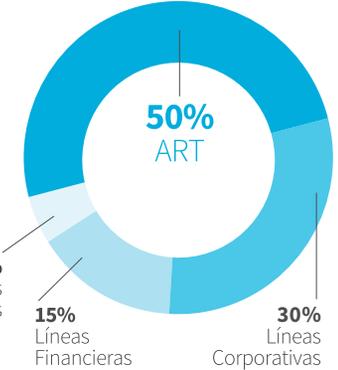
Nº de inscripción en SSN
0317 - 0618 - 0117 - 0436

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

EN NÚMEROS...



Primas administradas

tros colaboradores pudieron trabajar desde sus hogares manteniendo el mismo teléfono (número y aparato).

En este sentido, creemos que sería muy provechoso que se formara una mesa de trabajo entre aseguradoras y PAS para alentar la conectividad (interfaz / web service), ya que si bien todas las partes proclaman la necesidad de reemplazar los procesos manuales y repetitivos por tecnológicos, en la práctica resulta compleja su implementación.

Por último, entendemos que el Estado podría acompañar a los Productores de Seguros mediante incentivos fiscales para aquellos que destinen fondos a la renovación tecnológica tanto en infraestructura/conectividad como en software.

—¿Qué novedades podemos esperar para lo que viene tanto de Alea como del Grupo Gaman?

—Desde el punto de vista de Alea, estamos enfocados en potenciar nuestro crecimiento mediante la incorporación de talentos a nuestro departamento comercial. Tenemos una base importante de clientes para hacer acciones de venta cruzada, la cual pretendemos desarrollar con estas incorporaciones.

Asimismo, estamos en la búsqueda de profesionales con experiencia en distintas áreas del negocio corporativo para continuar creciendo en ese segmento. Con relación a Grupo Gaman, al inicio de la pandemia nos propusimos ser el broker que más creciera en la pandemia, intentando convertir la crisis en oportunidad.

Así fue como en marzo de este año se produjo la incorporación de Asset Broker, especializado en riesgos del trabajo, agro, vida y salud. Y en mayo, se materializó la adquisición de la mayoría accionaria de EHS, empresa líder en servicios de seguridad, higiene y prevención.



35
MAPFRE

Orgullosos
de tener tu confianza
desde hace **35 años**

 **MAPFRE**

www.mapfre.com.ar

 /mapfre.ar

 @mapfre_ar

 mapfre

 MapfreArgentina

Nº de inscripción en SSN
213

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

“El Estado podría acompañar a los Productores de Seguros mediante incentivos fiscales para aquellos que destinen fondos a la renovación tecnológica”

Para lo que queda del año, seguramente nos enfocaremos en la consolidación e integración de las nuevas incorporaciones, aunque no se descarta que alguna de las conversaciones en la que nos encontramos, puedan materializarse en el 2021. Para el próximo año, continuaremos explorando oportunidades de inversión tanto en el negocio de

la intermediación como por fuera de ésta, en servicios complementarios -como fue el caso de EHS, por ejemplo-, ya que pretendemos darles a nuestros clientes una solución integral.

—¿Qué escenario imaginan post elecciones y para el 2022 que ya está a la vuelta de la esquina?

—La verdad es que siempre somos muy prudentes con respecto a los pronósticos económicos y políticos. En general podríamos decir que vemos un escenario similar al de estos días y que siempre confiamos en que el gobierno de turno, y la sociedad, encuentren la fórmula para el desarrollo sostenido.

Más allá de esto, como producto del rebote post pandemia y del gasto público destinado a reactivar la economía, creemos que en el 2022 se darán oportunidades de crecimiento e inversión. ■



La mejor calidad de servicio del mercado.

PLENARIA
S E G U R O S

Plenaria Seguros S.A.

Florida 537, 21° piso - Galería Jardín (C1005AAK) Ciudad de Buenos Aires Tel./Fax (54 11) 4393-9850

info@plenariaseguros.com.ar www.plenariaseguros.com.ar

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN argentina.gob.ar/ssn 0800-666-8400 N° de inscripción en SSN: 0546

En Grupo Omint contás con seguros de ART, vida, asistencia al viajero y planes de salud para ofrecer a tus clientes.

- 👉 Plataforma online para cotizar nuestros productos.
- 👉 Web ágil para resolver todos los trámites.
- 👉 Atención personalizada para productores: 0800-555-0278.
- 👉 App para que los asegurados puedan consultar y seguir su tratamiento.



OMINT ART

OMINT
SEGUROS

OMINT
ASSISTANCE

OMINT

Nº de inscripción en SSN
0862/0894

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.ssn.gov.ar

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

Novedades

FEDERACIÓN PATRONAL SEGUROS

Cambios en la estructura de la Alta Gerencia

A partir de julio/2021, el Directorio de Federación Patronal Seguros S.A. decidió que la composición de la Alta Gerencia sea conformada por Edgardo Jorge del Pecho, Gerente General durante los últimos 11 años, y con 39 años de trayectoria, quien asumió el cargo de Ejecutivo Corporativo. A su vez, Diego Fernando Vallina, Sub Gerente General durante los últimos 7 años, y con 30 años de trayectoria, asumió el cargo de Gerente General.



MERCANTIL ANDINA

Presentaron la evolución de la marca



Durante julio/2021, a través de encuentros virtuales con Productores y colaboradores de todo el país, Mercantil Andina presentó su nueva identidad visual, coronando la evolución constante como estrategia de crecimiento. El CEO de la compañía, Andrés Quantín, expresó: “Sabemos que evolucionar es la mejor manera de crecer. Es por eso que estamos en permanente movimiento y expansión. Aprendimos que nuestra experiencia nos permite proyectarnos hacia el futuro, en un mundo completamente nuevo”.

GRUPO SANCOR SEGUROS

La aseguradora más atractiva de Argentina para trabajar

En junio/2021 y de acuerdo al *Randstad Employer Brand Research 2021*, el estudio de marca empleadora que analiza el atractivo de las marcas de los mayores empleadores en Argentina, el Grupo Sancor Seguros (a través de Sancor Seguros y Prevención ART) fue reconocido con el primer puesto del sector asegurador entre las empresas más atractivas del país para trabajar.



LA PERSEVERANCIA SEGUROS

Nuevo Portal de Reclamo de Terceros

A finales de junio/2021, La Perseverancia Seguros presentó un renovado Portal de Reclamo de Terceros. A partir de esta nueva actualización, los terceros que estén vinculados a siniestros de automotores podrán ingresar a la web de LPS y realizar sus gestiones de forma simple y segura.



SURA

Nace VaxThera para investigar y desarrollar vacunas



A principios de julio/2021, nació VaxThera, una empresa SURA, experta en la investigación, desarrollo e innovación de biológicos, que permitirá la producción, importación y comercialización de vacunas en Colombia y la región. La empresa cuenta con una inversión proyectada de 54 millones de dólares por parte de Seguros SURA Colombia para la primera fase y con el conocimiento de un grupo de investigadores con más de 30 años de experiencia en la investigación y desarrollo de vacunas.

LIBRA SEGUROS

Nuevo ámbito de trabajo y relacionamiento: Casa Libra



Libra Seguros reconfiguró sus espacios de trabajo y a principios de julio/2021 abrió las puertas de Casa Libra, una casona en el barrio de Belgrano, siendo un ámbito que propone una nueva manera de experimentar la cotidianidad de un día laboral. “Es un lugar descontracturado, contenedor y motivante, que cuenta con espacios abiertos, que propone e invita a la interacción. Buscamos que quien trabaja o nos visita ‘se sienta como en casa’ con todas las connotaciones que eso conlleva”, señalaron.

ASOCIART

25 años en el mercado



Al igual que el Sistema de Riesgos del Trabajo, en el mes de julio/2021, ASOCIART cumplió 25 años en el mercado. Cuenta con más de 700 empleados, entre ellos más de 80 profesionales especializados en higiene y seguridad para el asesoramiento técnico personalizado.

ORBIS SEGUROS

Lanzamiento del asistente virtual NEO

En Orbis Seguros lanzaron dos nuevas herramientas de atención para sus asegurados. Desde el mes de julio/2021 cuentan con un WhatsApp exclusivo de atención +54911-4180-3682 y un chat bot disponible las 24 hs. Ambas herramientas serán atendidas por NEO, el nuevo asistente virtual, que ayudará a sus clientes a realizar sus gestiones y consultas de manera más rápida y sencilla.



PROF SEGUROS

Nueva cobertura de RC para Mascotas

PROF Seguros incorporó a su oferta de productos el seguro de Responsabilidad Civil para Mascotas, con el fin de brindar



tranquilidad al cliente ante cualquier evento desafortunado que ocurriera con su perro, cubriendo los gastos de los daños o lesiones que éste pudiera causar a terceros.



Novedades

RIO URUGUAY SEGUROS

Primer puesto en la categoría C del concurso nacional antifraude

RUS obtuvo el 1° puesto en la categoría C «Sin siniestro» en el Concurso Nacional de Lucha Contra el Fraude en el mercado asegurador organizado por CESVI Argentina. El certamen se realizó el 16 de julio, vía Zoom, con el fin de reconocer el trabajo de las aseguradoras en materia de prevención y detección del fraude.



PROVINCIA VIDA

Aceptación a distancia al contratar una póliza

A finales de julio/2021, Provincia Vida implementó la aceptación a distancia al momento de contratar una póliza de seguro. Esta nueva modalidad de aceptación de contratos es un cambio de paradigma en el desarrollo de los seguros de vida individuales, los cuales, históricamente, requerían de la firma presencial de las personas aseguradas.



NACIÓN SEGUROS

Creación de la Gerencia de Género y nueva designación

A mediados de julio/2021, Nación Seguros ratificó su compromiso con una gestión sustentable mediante la creación de la Gerencia de Género y Responsabilidad Social y su reciente adhesión a Pacto Global, la iniciativa de responsabilidad social corporativa que promueve Naciones Unidas. Por otro lado, la aseguradora anunció la incorporación de María Paz Rossi como nueva Gerenta Comercial, quien cuenta con más de 20 años de experiencia en la industria aseguradora.



PREVENCIÓN ART

Nueva plataforma de autogestión y campaña publicitaria



A finales de agosto/2021, Prevención ART lanzó la Autogestión PAS, una herramienta que facilita las tareas de todos los días para que el Productor gestione las suscripciones y afiliaciones de manera simple y rápida. Por otro lado, bajo el lema: “25 años cuidando a tu gente, 25 años cuidando a tu empresa”, Prevención ART celebra su 25° Aniversario y lanzó una campaña publicitaria y de comunicación que pone el foco en la evolución de la aseguradora en la prevención de accidentes y enfermedades profesionales.

SEGUROS RIVADAVIA

Nueva oficina comercial en Rosario

En agosto/2021, la aseguradora reabrió sus puertas en las instalaciones de una nueva sucursal santafecina en la ciudad de Rosario, con un espacio acogedor y funcional, buscando mejorar la atención de sus asegurados, productores, terceros y proveedores. Está ubicada en la planta baja del edificio situado en Avenida Eva Perón 5036.





CON
ORBIS
SEGUROS
SIEMPRE GANÁS

DIEGO SCHWARTZMAN

SERVICIO DE ASISTENCIA AL ASEGURADO: La compañía de seguros dispone de un Servicio de Atención al Asegurado que atenderá las consultas y reclamos que presenten los tomadores de seguros, aseguradores, beneficiarios y/o derechohabientes. En caso de que el reclamo no haya sido resuelto o que haya sido denegada su adisión o desestimado, total o parcialmente, podrá comunicarse con la Superintendencia de Seguros de la Nación por teléfono al 0800 666 8400, correo electrónico a denuncias@ssn.gob.ar o por formulario web. El servicio de Atención al Asegurado está integrado por: RESPONSABLE: (Raul Normando Moreno) SUPLENTE: (Sebastian Roberto Garcia Sturzenegger y Sergio Muñoz Corda).

WWW.ORBISEGUROS.COM.AR



Nº de inscripción en SSN
0293

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



Novedades

SEGUARSE

El bróker digital cumple 10 años



Hace 10 años, en una pequeña oficina de 60 m2 del microcentro y con cuatro empleados -entre ellos Alberto Gabriel - se fundó el sitio Seguros en Directo “venta online de seguros”, que a partir del 2016 paso a llamarse Segurarse como lo conocemos hoy en día. Hoy se destaca como broker digital líder, con operaciones en Latinoamérica.

ATM SEGUROS

Apuesta al mercado de bicis con nuevas coberturas



En septiembre/2021, ATM Seguros confirmó su desembarco en el rubro de los seguros para bicicletas, con dos coberturas estrellas: Classic, que cubre robo, y Platino, que, además, incluye Responsabilidad Civil y Accidentes Personales.

COFACE

Nueva CEO para América Latina



Marcele Lemos fue designada como CEO para América Latina de Coface. Se incorporó a la aseguradora en 1999 como Suscriptora de Riesgos. Fue nombrada CEO de Coface Brasil en 2011, convirtiéndose en la primera mujer con el cargo de directora general del mercado de seguros del país.

LIFE SEGUROS

Nace la nueva compañía de seguros del Grupo ST



Life Seguros es la nueva compañía de seguros del Grupo ST, surgida de la adquisición de MetLife Seguros S.A., a la que próximamente se unirá Orígenes Seguros. Grupo ST adquirió el 100% de las acciones de MetLife Seguros S.A. el 20 de septiembre de 2021, previa aprobación por parte de la SSN.

PROVINCIA SEGUROS

Amplía la caución de alquiler

Provincia Seguros, la compañía de seguros generales de Grupo Provincia, amplía las posibilidades de contratación de su seguro de Caución de Alquiler y lo hace extensivo a trabajadoras y trabajadores monotributistas y autónomos.



AFIANZADORA

Se realizó con éxito el Caución Summit



El 13 de octubre/2021, se realizó Caución Summit, un evento organizado por Afianzadora, donde tres líderes del mercado de seguros de caución se unieron para contar sus experiencias, anécdotas y aprendizajes de este apasionante negocio. Hablaron de cómo enfrentaron y se adaptaron a la nueva realidad que impuso la pandemia tanto en nuestra actividad como en las relaciones humanas.





INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES.

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

PRUDENCIA
Seguros 



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



Nº de inscripción en SSN
0040

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

COLUMNA DE OPINIÓN

Cómo impulsar ventas y retención poniendo la experiencia del cliente en el corazón del negocio

Por HUGO BRUNETTA



CEO en 6 Sentidos
Experience Making Company
hbrunetta@nexting.com

Para proteger la participación de mercado y la rentabilidad de las crecientes amenazas de los nuevos competidores, las expectativas cambiantes de los clientes y la incursión digital, los Productores Asesores de Seguros deben apostar más a la relación con el cliente y competir con el servicio en lugar del precio.

Los PAS se enfrentan a una competencia cada vez más grande de nuevos participantes, agentes institorios, nuevos canales como sitios web de comparación de precios y plataformas de agregación, compañías de seguros e insurtech que venden de forma directa a los clientes.

Las tecnologías de comunicaciones digitales están facilitando la prestación a gran escala del tipo de servicio personalizado y centrado en el asesoramiento que es el principal valor del Productor. Al mismo tiempo que abre el mercado a una nueva competencia, la disrupción digital juega un papel en la comercialización de productos y servicios. Después de todo, si la mayoría de los jugadores tienen acceso aproximadamente a los mismos datos de mercado, están vendiendo a los mismos clientes que tienen problemas similares y están bajo el mismo régimen regulatorio, es probable

que sus productos colisionen. Los negocios como de costumbre siempre son lo suficientemente buenos, hasta que de repente no lo son.

Si bien los PAS establecidos pueden aprovechar la confianza que han acumulado con los clientes y pueden contar con una simple inercia para evitar que sus clientes se vayan demasiado rápido, sin algunos medios de diferenciación será necesario competir en precio y erosionar las ganancias.

DIFERENCIACIÓN A TRAVÉS DE LA ESPECIALIZACIÓN

Nunca ha sido un buen negocio ser todo para todos. Los PAS pueden diferenciarse de la competencia convirtiéndose en especialistas que se enfocan en resolver uno o dos problemas para los clientes, no todos. Si bien esto inevitablemente reduce el tamaño del mercado al que pueden vender, posicionarse como expertos en un campo puede permitirles convertirse en líderes en ese espacio y convertir más prospectos en clientes.

Si bien los productos pueden estar cada vez más comercializados, la vida de los clientes y los negocios se están volviendo extremadamente complejos, lo que significa que existe una creciente demanda de asesoramiento de expertos. Los Productores Asesores de Seguros deberían ampliar sus servicios de asesoramiento y gestión de riesgos, junto con la cartera de productos de seguros que pueden ofrecer, para poder diseñar soluciones de seguros personalizadas para satisfacer las necesidades y presupuestos exactos de los clientes.

“Debemos ofrecer experiencias digitales y comprometernos con los clientes durante todo el año y no solo en el momento de la renovación, ante una consulta o un siniestro”



UN BUEN SERVICIO NO BASTA

La diferencia entre un excelente y un mal servicio al cliente siempre ha sido clara, y los PAS que se encuentran en el extremo equivocado de este espacio suelen pagar un alto precio. Esto es tan cierto para los seguros como para cualquier otro negocio orientado al cliente.

Hoy en día, las consecuencias de un servicio insatisfactorio se ven amplificadas por la velocidad y el alcance de las redes sociales. Un reclamo mal manejado o un error capturado en un teléfono, puede escalar rápidamente a una crisis que dañe la imagen. Esta es solo una de las razones por las que todos los sectores deberían centrarse más en ofrecer una excelente experiencia al cliente.

Brindar una experiencia sólida al cliente no se trata solo de reducir el riesgo de contratiempos en el servicio al cliente. Es cada vez más una forma de que los PAS en mercados competitivos distingan sus "marcas", ya que todos somos una marca.

Los Productores Asesores de Seguros están más preocupados por la tecnología que por la interacción con el cliente. Su objetivo principal es seguir funcionando como siempre o al menos "mantener las luces encendidas", lo que significa asegurarse de que todo, desde el sitio web hasta la línea telefónica funcionen, pero con esto solo empatan al resto.

Lo que ayer era una ventaja competitiva hoy es simplemente un básico, algo que todos tiene. Hoy debemos ofrecer experiencias digitales, el mundo ya no tiene retroceso respecto de eso, pero lo más importante es comprometerse con los clientes durante todo el año en lugar de hacerlo solo en el momento de la renovación, en el caso de una consulta o un siniestro. Es como si usted saludara a sus mejores amigos solo para el cumpleaños y luego se olvidara de ellos por el resto del año.

PARA OFRECER BUENAS EXPERIENCIAS A LOS CLIENTES, HAY QUE CONOCERLOS PRIMERO

Mejorar la experiencia de los clientes en seguros a través de la tecnología depende en gran medida de tener datos precisos, lo más cerca posible del tiempo real, para abordar adecuadamente las necesidades y los desafíos. Como columna vertebral de sus iniciativas de experiencia de clientes, los Productores Asesores de Seguros deben centrarse en recopilar datos en todos los procesos relacionados con el cliente. Con acceso a los datos correctos en el momento adecuado, los PAS pueden crear experiencias más personalizadas incluso cuando



“Con acceso a los datos correctos en el momento adecuado, los PAS pueden crear experiencias más personalizadas incluso cuando la interacción es digital”

la interacción es digital. Esto, a su vez, aumenta la confianza y la probabilidad de que los clientes compartan voluntariamente más datos en el futuro.

Además de comunicar los beneficios de compartir tanto los datos relacionados con los consumidores como los relacionados con los seguros y brindar transparencia sobre cómo se utilizan los datos, los PAS deben invitar específicamente a los clientes a compartir datos en todas las interacciones y hacer que sea lo más fácil posible para ellos. Por ejemplo, es más probable que los clientes compartan información adicional si no se les pide que repitan algo que proporcionaron en el pasado. Al completar previamente la información ya obtenida, puede concentrarse en profundizar la comprensión de su cliente solicitando nuevos datos.

Los datos que ya están disponibles internamente también se pueden extraer y enriquecer a través de plataformas de datos abiertos y análisis centrados en el cliente (CRM), para generar conocimientos, analizar patrones y comportamientos, y comprender los valores y factores desencadenantes que llevan a alguien a comprar o abandonarnos.

LA EXPERIENCIA DIGITAL ES COSA SERIA

La mayoría de los Productores Asesores de Seguros utilizan una combinación de tecnologías: algunos



tienen web que fue desarrollada a partir de lo que se podía hacer y no de lo que debía ser, algunos otros tienen presencia en redes sociales, por lo general sin ninguna planificación de contenidos, además utilizan las plataformas que les proveen las compañías de seguros a las cuales representan y últimamente también se puede ver a algunos otros utilizando a algún tipo de software de CRM: un “mix” digital que no siempre resulta útil.

Agregar más canales digitales, porque escuchamos de un nuevo sistema de mensajería o una nueva red social, añade otra capa de complejidad a todo el ciclo de servicios. Sin embargo, la parte más difícil de poder aprovechar toda esta tecnología en toda la empresa es lograr que todo funcione en conjunto. Y que además el usuario -el cliente o prospecto- encuentre una solución y no un nuevo pro-

blema al utilizar todo lo que ponemos a disposición de ellos. Cuando piense en una nueva tecnología pregúntese en qué va a beneficiar al nuevo cliente.

La verdadera clave para utilizar todos los beneficios de la revolución de la experiencia digital del cliente es que todo debe parecer perfecto desde el punto de vista del cliente y no del nuestro.

En resumen, las expectativas de los clientes están aumentando y cambiando rápidamente, impulsadas por las experiencias online a la que nos hemos acostumbrado más allá de los seguros. Los clientes de hoy esperan experiencias digitales y en el mundo offline lo más fluidas posibles, y esperan que aquellos con quienes hacen negocios los comprendan y les brinden productos y servicios adaptados a sus necesidades. Olvidamos todo, menos cómo nos hicieron sentir. ■

TRAZABILIDAD Y
TRANSPARENCIA



PILKINGTON



Calidad garantizada por Pilkington

- Más de 60 años ininterrumpidos en Argentina
- Parabrisas y Cristales Originales
- Fabricación Nacional
- Stock permanente garantizado

Pilkington Argentina acompaña hace más de 15 años al mercado asegurador, brindando una Red profesional de más de 400 talleres de colocación en todo el país.

Ofrecemos un Call Center especializado en la gestión de siniestros de cristales, ejecutivos de cuenta que brindan asistencia personalizada y un Back Office que brinda soporte permanente.

Somos pioneros en ofrecer SAS: Sistema de administración de siniestros, que permite garantizar la reposición de cristales de forma ágil y transparente brindando el mejor servicio tanto a la Compañía de Seguros como sus asegurados.



Pioneros en la red de servicios para el mercado asegurador



+54 11 4756 - 9999

www.pilkington.com.ar

seguros@ar.nsg.com

Vélez Sarsfield 5831, Munro, Buenos Aires, Argentina.



Hacia la digitalización junto a los PAS

Anunciado en nuestro 60 aniversario,
hoy operamos en forma virtual.

Portales de autogestión
para asegurados y PAS

Billetera
virtual

AVRIL
Atención virtual

Unidades de
atención digital



 **RUS**® *DIGITAL*



Presidente de Grupo Absa

Alejandro Bleuzet

— Muéstrame tu smartphone y te diré quién eres... Gran parte de nuestro tiempo lo pasamos mirando la pantalla del celular, usando el WhatsApp para resolver temas laborales de forma expeditiva o para organizar nuestra vida social, chequeando los mails por trabajo, actualizándonos de lo que pasa en el país y en el mundo a través de portales de noticias online, conociendo gente a través de las redes sociales y mucho, mucho más. En este caso, conocemos bajo otro enfoque a Alejandro Bleuzet, quien lleva las riendas del Grupo Absa. A sus jóvenes 68 años, se lo nota muy cercano a la tecnología y actualizado con las últimas tendencias. ■



- › **Organización:** Grupo Absa
- › **Cargo:** Presidente
- › **Estudios:** Arquitectura
- › **Edad:** 68 años
- › **Hincha de:** River Plate
- › **Conformación familiar:** Casado con Alejandra
- › **Hijos:** Sofía, Victoria y Nicolás

¿Qué modelo de celular usas?
Iphone 12 (foto)

¿Cómo qué tipo de usuario te auto-definis?
Altamente dependiente del celular

¿Cuántas app tienes bajadas? 70

¿Cuántas app usas con frecuencia?
15/20

Perfil personal en redes sociales

- 📍 alejandro.bleuzet
- 🐦 @AlejandroBleuz2
- 🌐 @alejandrobleuzet

Perfil laboral en redes sociales

- 📍 @grupoabsa
- 🌐 @grupo-absa-s-a



Nuestros celulares dicen mucho de nosotros...

GUSTOS PERSONALES EN BASE A APPS

Mejor lugar para vacacionar:

Punta del Este

¿Ciudad del mundo que más te gustó?

Londres

¿Ciudad que te queda pendiente conocer?

Jerusalem

Las mejores series que viste...

The Crown

La Casa de Papel

Serie que estás viendo o que tenés en la lista de pendientes

El Juego del Calamar

¿App de navegación y tránsito que más usas?

Waze y Google Maps

¿Grado de dependencia?

Medio

Comida para cocinar en casa:

Asado

Comida que soles pedir por delivery:

Empanadas/Sushi

Comida ideal al salir a comer afuera:

China/Japonesa

Restó que recomendás para ir a cenar

Kansas

Si pedís 1/4 kg. de helado, ¿qué gustos elegís?

Chocolate, DDL y Frutilla

¿Haces algún deporte?

Bicicleta

¿Utilizás alguna App para alguno de esos deportes?

Runstatic

Dos libros que hayas leído y recomendarías:

Homo Deus, Harari

¿Estás leyendo alguno actualmente?

Dispara, yo ya estoy muerto, Julia Navarro

Si tendrías que armar un podio con las medios que más lees desde el celular, ¿cuáles son?



¿Cuál es el solista o la banda que más escuchas?

AC/DC

¿Un tema musical que te identifique?

It's a long way to the top, Bon Scott

Si tendrías que armar un podio con las redes que más usas, ¿en qué orden las pones?



¿De cuántos grupos sos parte?

25 grupos

¿Cuáles son los emojis que más usas?

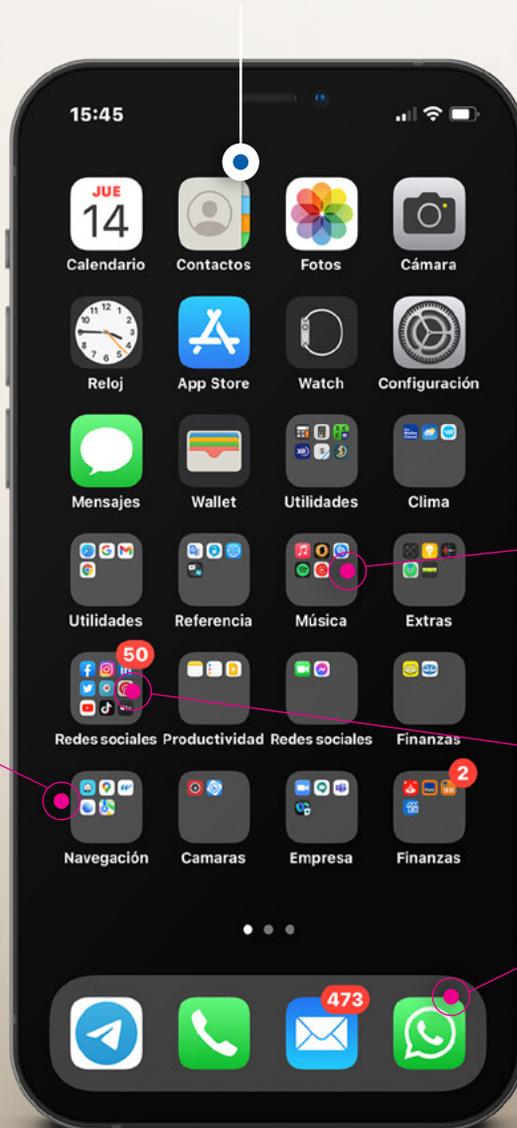


Un vino para recomendar?

Catena Zapata - Malbec

Fuera de la actividad laboral, ¿qué hobby tenés?

Viajar - Bici



FUERA DE FOCO

LADO

B



OMAR MOLEA

Natación, waterpolo, kayak y una vida ligada al deporte

— AAPAS continúa adentrándose en el “Lado B” de los Productores Asesores de Seguros para conocer los hobbies que los apasionan y motivan. En esta oportunidad, *SEGUROS* conversó con Omar Molea (54 años), quien además de ser PAS, Licenciado en Seguros y responsable de un broker de seguros, es amante de los deportes, en especial de aquellos relacionados con el agua.

Nos cuenta que desde que tiene uso de razón se vio atraído por la natación. Comenzó a competir desde los 11 hasta los 16 años. Tuvo un impasse hasta los 30, donde se volcó de lleno en un deporte extraño para la mayoría: el waterpolo.

Sin embargo, después de algunos años regresó a la natación, su primer amor. Deporte en el que actualmente compite y se destaca en la categoría Master, obteniendo dos récords argentinos y logrando el Campeón Sudamericano en el 2018.

Como si fuera poco, actualmente está entrenando y se está preparando para el mundial en Japón que se realizará en una isla en junio del 2022.

Pero eso no es todo. En esta nota, nos cuenta que realizó varias travesías en kayak. Una de ella fue en 1991, donde integró una expedición científica a la

Antártida que duró dos meses y tuvo el objetivo de estudiar a las orcas.

Y fuera de los deportes, nos confiesa que es un aficionado a los vinos. Realizó diversas capacitaciones y en su casa tiene una pequeña bodega donde organiza catas con amigos y clientes.

Sin dudas, un PAS múltideporte y multifacético...

—¿Cuándo comenzó tu amor por la natación?

—Desde chico siempre me sentí atraído por el agua. Empecé a nadar a los 10 y a competir a los 11 años. Dejé la competencia a los 16 años y retomé el deporte acuático a los 30 con la práctica de waterpolo, un deporte poco difundido en Argentina. En países europeos como Italia, España, Croacia, Serbia y Hungría es muy difundido, especialmente en este último, considerado la capital del waterpolo. Es la nación que más veces salió

campeón y la natación se considera un deporte nacional.

—¿Podría contarnos un poco más sobre el waterpolo?

—Se juega 7 contra 7, es decir 6 jugadores y el arquero. Y son 4 tiempos de 8 minutos netos, porque cada vez que para la jugada también se detiene el cronómetro, es decir que se juegan 8 minutos netos en 4 tiempos. Es mucho desgaste físico, ya que no podés hacer pie en ningún momento y para lanzar la pelota tenés que hacer una patada especial para elevarte y salir a la altura de la cintura. Es muy duro, de mucho roce y contacto físico.

—¿Cómo fue que empezaste a jugar al waterpolo y volviste a la natación?

—A los 30 quería volver a hacer algo en el agua, entonces empecé en una pileta de mi barrio en Moreno a practicar “waterpolo” (entre comillas), porque era una pileta muy

“Desde chico me sentí atraído por el agua, empecé a competir a los 11, dejé la competencia a los 16 años y retomé el deporte acuático a los 30 con el waterpolo”



“En 2018 fui Campeón Sudamericano en los Juegos Olímpicos de la Juventud con dos récords argentinos, y en 2019 fui al mundial Master de natación en Corea del Sur”

chiquita donde hacíamos pie y la pelota no era oficial, pero después se sumó un entrenador que nos pasó a una pileta semi olímpica reglamentaria, trajo los arcos y la pelota oficial, nos enseñó las reglas y ahí practicamos el deporte de verdad.

Jugué unos años y volví a mi primer amor que es la natación. Comencé a competir en la categoría Master. Antes se le decía Veteranos, pero ahora le dicen así y la verdad que queda mejor (risas). La categoría Master es de 25 años para arriba y va de 5 en 5. Yo estoy en la categoría 50-54, y a fin de año paso a la de 55-59 años. En cuanto al estilo, soy pechista. Corro otros estilos, pero mi fuerte es pecho.

—¿Competiste en algún campeonato de natación?

—En 2018 fui Campeón Sudamericano en los Juegos Olímpico de la Juventud con dos récords argentinos. En el 2019 fui al mundial Master que se realizó en Corea del Sur, más precisamente en la ciudad de Gwangju. Se realizó en el estadio de una universidad municipal que tiene cuatro piletas olímpicas techadas, una cosa increíble... Ahí clasifiqué y quedé noveno.

En junio de 2022 el mundial de natación se realizará en Japón. Ahora estoy entrenando para el campeonato argentino, pero mi principal objetivo es el mundial. El año que viene voy a estar en la nueva categoría y tengo más posibilidades.

—¿Cómo te estás preparando para el mundial de natación en Japón?

—Entreno 6 veces por semana. Además, tengo un personal trainer en el gimnasio, otro para natación, una nutricionista y un osteópata. Los domingos voy a remar o salgo a hacer ciclismo. En temporada invernal me voy a hacer snowboard.

—También practicás kayak de travesía, contamos un poco más sobre este hobby...

—El kayak me llamó la atención desde chiquito. Lo veía en las películas. Es una embarcación que inventaron los esquimales. Como no tenían madera, hacían el esqueleto con huesos de foca y después lo forraban con cuero. Imagínate que navegaban en aguas heladas y hasta cazaban ballenas con esas embarcaciones.

El kayak pasa a convertirse en tus miembros inferiores, en la parte debajo de tu cuerpo, vas integrado y hermético porque aunque te pase una ola por encima, tenés el Cubre Cockpit de neoprene que te permite no mojarte. Ninguna embarcación tiene esas características.

Existen distintos tipos de kayaks. El de slalom, que es corto y se usa en los ríos de montaña y permite

esquivar piedras. Y después está el que se utiliza para surfear olas y el kayak de travesía, que es el típico esquimal y tiene mayor eslora, es decir, es más largo y para hacer grandes distancias.

—¿Qué travesías realizaste en kayak?

—Hice varias travesías. En 1990 recorrimos Tigre-Punta del Este, fueron 500km. en 19 días. Cruzamos por el Delta hasta Carmelo, Uruguay. Fuimos cortando bahías hasta llegar a destino. En esa oportunidad fuimos cuatro personas. El kayak nos permitió conocer lugares increíbles porque llegábamos a playas que nadie podía acceder por tierra, dado que no había caminos ni calado.

A su vez, en 1991 integré una expedición científica a la Antártida que se fue gestando durante 3 años. El camarógrafo alemán que iba a formar parte del viaje, se bajó 20 días antes y en ese momento me llamaron a mí. Fue la primera expedición con kayak



Omar, en pleno partido de waterpolo

Arriba a la derecha, en competencia, y abajo junto al equipo de natación





Imágenes de la expedición con kayak a la Antártida

a la Antártida y se organizó para estudiar a las orcas. El requisito era navegar en kayak para no interferir con la naturaleza. Participamos cuatro personas y estuvimos 2 meses.

Volamos en el Hércules hasta la Base Marambio, desde ahí nos llevaron en helicóptero hasta el rompehielos ARA “Almirante Irizar”, después fuimos hasta el barco “Aviso Irigoyen”, que nos llevó hasta la Bahía Andvord, donde nos bajaron en unos gomones y nos dejaron en una playa donde estuvimos durmiendo varias semanas en carpa.

Una experiencia inolvidable fue cuando remamos 35km. hasta Bahía Paraíso, la belleza de aquel lugar es indescriptible. El agua es tremendamente cristalina y la primera vez que me subí al kayak me dio vértigo porque se veía con tanta claridad el fondo que podías ver la parte de abajo de los témpanos. Navegamos rodeados de animales marinos, desde

“En 1991 integré una expedición científica a la Antártida que se fue gestando durante 3 años (...) navegamos rodeados de focas, leopardos marinos, pingüinos hasta ballenas”

focas, leopardos marinos, pingüinos hasta ballenas.

—Deportes de todo tipo, seguros, pero tus pasiones también pasan por otro lado...

—Así es. Desde muy joven me atrajo el mundo del vino. Cuando tenía 18 años una amiga de mi papá me empezó a explicar sobre el tema y me regaló algunas botellas. Tengo una pequeña bodega en el

Ascenso al Lanín, otra de sus aventuras



Degustación con amigos en la cordillera



La bicicleta es otra de sus pasiones





TESTIMONIO
Compañía de Seguros S.A.

Líderes en Caución



- Tenemos la mayor capacidad de reaseguro del mercado
- Contamos con el respaldo de las reaseguradoras con mejor calificación a nivel mundial

www.testimonioseguros.com

Testimonio Compañía de Seguros S.A.
Florida 537 – Piso 9°
C1005AAF – Buenos Aires, Argentina
Tel.: 5272-0750



"Cuyo Premium Wine Tour",
una muestra de su pasión por los vinos

sótano de mi casa con aproximadamente 150 botellas.

Como hobby y para relacionarme organizo degustaciones con clientes del broker. También me gusta regalar vinos en bolsas con el logo de nuestra empresa, Molea Broker de Seguros. Hice muchos cursos de vinos, además de degustaciones y visitas a distintas bodegas en Mendoza y Chile. En los cursos de sommelier, además de aprender sobre vinos, conocemos sobre habanos, chocolates, té, café... Es un universo apasionante y con mucha mística.

—**Como el universo de los seguros...**

—Desde ya. En mi familia somos tres generaciones de Asesores de Seguros. Empezó mi padre que "tocaba de oído", después seguí yo, que realicé la

Licenciatura en Seguros en la UADE y a partir de ese momento se fue consolidando el negocio.

Actualmente trabaja conmigo mi hijo, que ya se recibió de Técnico Superior en Seguros y también realizó la carrera en AAPAS de Analista de Riesgos (ARPAS). Somos la tercera generación de PAS. Mi papá se retiró y yo sigo trabajando con mi hijo.

—**¿Sentís que el deporte se entremezcla con la actividad aseguradora?**

Conocí mucha gente en el waterpolo, la natación y el kayak, que hoy son mis clientes. Siempre que te relacionas de la forma que sea, desde ir a un club social o a un curso de vela, surgen negocios y más en los seguros, donde lo que vendes es confianza. La misma que tengo cada vez que encaro un nuevo desafío... ■

En SMSV Seguros potenciamos su estrategia comercial.

- Soluciones integrales a su medida, en un solo lugar.
- Productos especiales y tarifas exclusivas.
- Una relación duradera basada en alianzas estratégicas.
- Amplia trayectoria en el mercado de seguros.
- Coberturas con tarifas especiales para Fuerzas Armadas y de Seguridad.

Sea parte de nuestra RED DE PRODUCTORES

0 8 1 0 - 9 9 9 - 7 3 4 8
comercial@smsvseguros.com.ar
Av. Córdoba 1345 - Piso 12 (CABA)



smsv
COMPAÑÍA DE SEGUROS
www.smsvseguros.com.ar

smsv
ASESORES DE SEGUROS
www.smsvasesores.com.ar



UNA MÁQUINA DE CONSEGUIR CLIENTES

CON VICTORIA DIGITAL NUESTROS PRODUCTORES ESTÁN EN CONTACTO
CON MÁS CLIENTES PARA ASESORARLOS ONLINE Y CONTRATAR
SU SEGURO EN EL ACTO.



Grupo Bagó

ARMANDO FITO

La cocina, un “cable a tierra” en pandemia



Amistad y asado, el maridaje perfecto para Armando

Preparar una mesa repleta de platos caseros es una muestra indiscutible de afecto hacia amigos, familiares y colegas. Esa es la filosofía de Armando Fito, un PAS con más de 40 años de trayectoria en el mercado asegurador, que durante la pandemia hizo del mundo culinario su “cable a tierra”.

SEGUROS conversó con él para conocer sus recetas más aclamadas. Se declara como amante de la comida de toda la vida, pero lo que más destaca

son los gratos momentos que las reuniones y encuentros generan.

Fito se inició como cadete en una compañía de seguros a los 16 años gracias a su tío y se independizó a los 24 años, comercializando pólizas de forma individual. Lleva 46 años en el mercado y en los últimos tres formó la sociedad Fito y Asociados S.A., donde trabaja con su esposa y sus tres hijas.

La pandemia no lo frenó, al contrario. Nos cuenta que están reconvirtiendo la oficina,

compraron teléfonos celulares y notebooks para facilitarle el home-office a todo el personal. “Para nosotros fue altamente positivo el trabajo remoto, somos 10 personas y tenemos comunicación permanente durante el horario de trabajo para darle una devolución inmediata al cliente”, destaca el Productor Asesor de Seguros.

COCINA + SEGUROS

Le gusta “maridar” la producción de seguros con la cocina, en

particular las comidas a la parrilla. “Soy un amante del fuego, la parrilla y todos los complementos como el chimichurri. Hoy mi referente es Christian Petersen y su hermano Roberto”, confiesa. También elabora distintos complementos para acompañar el asado y hace un gran equipo con su hija más chica, con quien coincide no sólo en la profesión, sino también en el gusto por cocinar, aunque ella se encarga más de lo dulce...



Dos “postales” compartiendo buenos momentos con amigos



“Soy un amante del fuego, la parrilla y todos los complementos. Hoy mis referentes son los hermanos Petersen”

Esta pasión la comparte con familia y amigos, y también con sus colegas. Nos cuenta que antes de la pandemia, se reunían a comer con un grupo de PAS al menos tres veces al año, a veces solos y a veces con sus parejas y él era el cocinero designado. A su vez, organizan cenas con Productores cercanos donde cocinan para los directores de compañías a modo de agradecimiento y fidelización.

LA INFLUENCIA DE LA COCINA ÍTALO-ESPAÑOLA

Su familia paterna tiene raíces en Cataluña y Andalucía, y de parte de su madre del sur de Italia. “Tengo una mezcla

explosiva para la cocina. Recuerdo cuando mi abuela preparaba la paella, los sabores que recuerdo de esos momentos no los volví conseguir. También preparaba un alioli en un mortero de mármol que nunca pudo ser superado”, rememora con emoción.

Si bien le gusta la comida gourmet, a la hora de salir a comer elige los bodegones que le recuerdan a la comida casera de su infancia. “Con la pandemia lamentablemente se fueron reduciendo la cantidad de restaurantes tradicionales. Hoy está de moda la entraña y el osobuco, que antes consumía la gente de menos recursos”, comenta.



Los asados de Armando suelen ser multitudinarios

UN TIP CLAVE A LA HORA DE ASAR PARA MUCHOS COMENSALES

Al momento de organizar un asado con muchos invitados, Armando recomienda adelantar algunas cocciones para hacer lugar en la parrilla. Para los amantes de las achuras, sugiere hervir con leche el día anterior

las mollejas y los chinchulines, para tiernizarlos y terminarlos en la parrilla en poco tiempo.

Sin dudas, la cocina significa mucho más que comida. Es sinónimo de reunión, de infancia y un “cable a tierra” de mucho valor para los tiempos que corren... ■

Una receta para agendar

Armando nos describe una de sus recetas favoritas para marinar el matambre o churrasquito de cerdo.

“Generalmente hago dos matambritos, uno con esta receta y otro con jugo de limón, tomillo y romero.

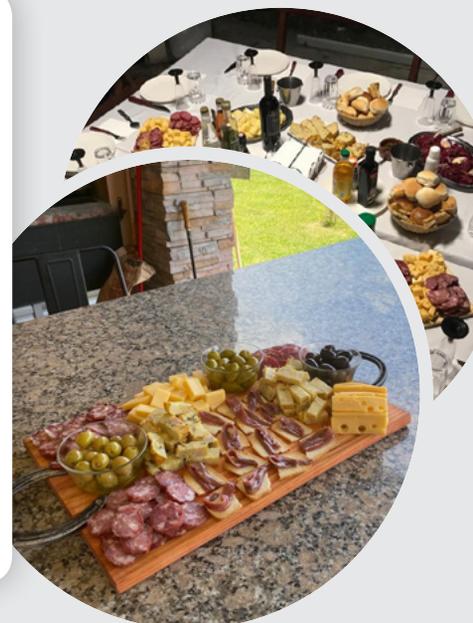
Comienzo con el chorizo, morcilla y molleja, luego los matambres y termino con el vacío asado. Siempre a la parrilla y si lo quiero ahumar lo hago con espinillo”, revela.



ingredientes

- › 1 cucharada sopera de mostaza de Dijón en granos
- › Jugo de un limón
- › Ralladura de un limón
- › Ralladura de una naranja
- › Sal

Batir todos los ingredientes y embeber la pieza de carne para que se macere alrededor de una hora.



Retratados

El 1 de julio/2021, Hawk Group, Broker de Seguros con 75 años de presencia en el mercado argentino y proyección internacional, realizó con éxito el PCC 2021 con la participación de más de 50 Productores Asesores de Seguros. Es la segunda oportunidad en la que Hawk Group –este año de manera virtual– brinda el PCC para que sus Productores puedan cumplir con las horas obligatorias de capacitación que dispone la SSN.



El 12 de julio/2021, en las instalaciones de Eos Distrito Deportivo, de la ciudad de Río Ceballos, Córdoba, Río Uruguay Seguros (RUS) junto al piloto de rally Marcos Ligato y su familia, donaron bicicletas adaptadas a la Fundación Jean Maggi. Se trata de una organización privada sin fines de lucro creada para ayudar, a través del deporte, a niñas y niños con discapacidad motriz.



A finales de septiembre/2021, representantes de Río Uruguay Seguros (RUS) se reunieron con referentes de la Sociedad Rural Argentina, de La Rural S.A. y de la Asociación de Criadores de Caballos Criollos para firmar diferentes acuerdos comerciales. Uno de ellos fue el convenio de reciprocidad establecido con la SRA y La Rural, a través del cual RUS será la aseguradora oficial de ambas entidades que reúnen al sector productivo del país.



El 2 de septiembre/2021, con el objetivo de seguir democratizando el acceso a los seguros a todos los segmentos de la población, RUS y Estacubierto.com inauguraron tres nuevos locales comerciales en Rosario que funcionarán en la ONG Orillas (Barrio “La Sexta”), en el Barrio “Ludueña” y “Centro” (sede de la Concejalía Popular de Rosario).



Con una amplia trayectoria en el mercado asegurador y respaldada por el Grupo Werthein, Experta Seguros, presentó “Puertas Abiertas”, el nuevo ciclo de encuentros destinados a potenciar su canal de diálogo con los Productores de Seguros y Brokers. A partir de esta iniciativa, la compañía busca seguir desarrollando una escucha activa y un nuevo canal de diálogo para trabajar de manera conjunta en mejores productos y así continuar el proceso de evolución hacia un servicio cada vez más diferencial y a la medida del cliente.





← En un evento exclusivo para los PAS y Organizadores, San Cristóbal Seguros presentó su propuesta para el sector agropecuario y lanzó la nueva campaña "Tranquilidad para que tu campo siga en movimiento". Durante el evento, realizado en vivo en Rosario y retransmitido a todas las sucursales – donde se hicieron presentes los PAS de cada zona-, se lanzó la campaña, la oferta de productos y la presentación del equipo comercial. Allí, Salvador Di Stefano realizó una disertación sobre el panorama económico.



↑ A mediados de septiembre/2021, con un imponente fondo natural que caracteriza la vista del edificio de turismo de reuniones, los profesionales en seguros IAPSER mantuvieron una celebración en la que disfrutaron de una jornada de encuentro laboral que contó con la presentación del plan estratégico comercial 2022 de la compañía y los resultados de la evolución del negocio y concluyó con agasajos y brindis.

→ En octubre/2021, con participación del Grupo Sancor Seguros, se realizó el evento virtual de cierre del Laboratorio de Innovación Mujeres y Seguros, un proyecto internacional promovido por Access to Insurance Initiative (A2ii) y la GIZ (Sociedad Alemana de Cooperación Internacional), y liderado en nuestro país por la SSN con el apoyo del Ministerio de Economía.



↑ A principios de octubre/2021, La Dolfina Polo Club presentó, con el apoyo de Sancor Seguros, sus dos equipos de polo masculino para la Triple Corona y su equipo de polo femenino para el Abierto Argentino de Palermo. Un día histórico para la organización, ya que en el primer equipo denominado "La Dolfina Saudi Polo Team" va a jugar Adolfo Cambiasso; en el segundo, su hijo Poroto Cambiasso, que debutó con tan solo 15 años y en el tercer equipo, el de mujeres, Mía Cambiasso, de 19 años.



← A principios de octubre/2021, representantes de la Fundación del Grupo Sancor Seguros participaron de la presentación de un libro exclusivo sobre cooperativismo escolar llamado "Cooperativas Escolares". Antecedentes nacionales y desarrollo en la provincia de Santa Fe", de Ediciones CICCUS, en el nuevo edificio del Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES) en la localidad de Sunchoales.



“Ocupamos un lugar destacado en el mercado gracias a una reconocida combinación entre las más modernas tecnologías informáticas y un trato personal cotidiano” Daniel Ricardo Salazar

“Desde la conformación de esta nueva comisión en marzo/2020, que coincidió con el inicio de la pandemia, el crecimiento en cantidad de asociados fue de más del 35%”

Ignacio Sammarra

“Desde la Comisión de Sociedades y AAPAS se van a priorizar a las aseguradoras que promuevan la comercialización de seguros a través de Productores” Gregorio Martín Sánchez

“Con acceso a los datos correctos en el momento adecuado, los PAS pueden crear experiencias más personalizadas incluso cuando la interacción es digital” Hugo Brunetta

75%

cree que el nivel de desarrollo en cultura aseguradora es “bajo” o “muy bajo”

61%

desaprueba cómo las aseguradoras atienden a los terceros damnificados

41%

considera que la atención de las aseguradoras a los PAS mejoró en pandemia

60%

elige a la capacitación como el tema más importante a satisfacer

10

10

lo que más importa de una aseguradora es su nombre/ respaldo y fluidez para trabajar





**COMO
PRODUCTOR ASESOR,
TENÉS QUE ESTAR
EN LAS PEQUEÑAS Y
GRANDES COSAS.
COMO COMPAÑÍA,
HACEMOS
EXACTAMENTE
LO MISMO.**

En Zurich sabemos que todos vivimos asegurándonos muchas cosas, desde las más pequeñas hasta las más grandes. Por eso a tus clientes necesitás ofrecerles una compañía que los acompañe siempre en cada una de ellas.

**CONOCÉ MÁS SOBRE
NOSOTROS EN
zurich.com.ar**

**EN LAS PEQUEÑAS
Y GRANDES COSAS.**



ZURICH[®]

Nº de inscripción en SSN
0039, 0228 y 0541

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

ZURICH ASEGURADORA ARGENTINA S.A., CUIT 30-50003639-3. AV. DEL LIBERTADOR 6350, CABA. ZURICH ARGENTINA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A., CUIT 30-50004977-0. ZURICH INTERNATIONAL LIFE LTD. SUC. ARGENTINA, CUIT 30-67965715-8. CERRITO 1010, CABA.



Comisión Directiva



PRESIDENTE

Sebastián
Del Brutto



VICEPRESIDENTE

Nicolás
Saurit Román



SECRETARIO

Rodrigo Javier
Puértolas



PROSECRETARIO

Martín Rodolfo
Caeiro



TESORERO

Ernesto Fabián
Lavieri



PROTESORERA

Andrea Alejandra
Benedetti

GERENTE ADMINISTRATIVO

Pedro Busum

DIRECTOR GENERAL ACADÉMICO

Christian Eduardo Zieliński

COORDINADOR DE COMISIONES Y DELEGACIONES

Nicolás Saurit Román

VOCALES

Titular 1°: Franco Cavicchia

Titular 2°: Maximiliano Pérez

Titular 3°: Ana Belén Leyva

Titular 4°: Clarisa Ángela Luhnig

Suplente 1°: Francisco Fariña

Suplente 2°: Christian Elia Castro

Suplente 3°: Marcelo Deve

COMISION DE FISCALIZACIÓN

Titular 1°: Christian Zieliński

Titular 2°: Julián Niccoló

Titular 3°: María Estela D'Amelio

Suplente 1°: Marcela Paula Curi

Suplente 2°: Ignacio Sammarra

COMISIONES DE TRABAJO

Comunicación:

Rodrigo Puertolas
y Martín Caeiro

Técnica y Jurídica:

Marcelo Garasini

Defensa del PAS:

María Estela D'Amelio
y Gabriela Bruzzese

Jóvenes:

Julián Niccoló

Relaciones Institucionales:

Franco Cavicchia

Sociedades:

Francisco Fariña,
Clarisa Luhnig y
Mariano De Luca

Asociados:

Ignacio Sammarra

Innovación y Tecnología:

Christián Elia Castro

Formación Profesional:

Daniel Gonzalez Girardi

Capacitación:

Ana Belén Leyva

Seguridad Vial:

Maximiliano Hortel

Inclusión y Diversidad

Laboral: Marcela Curi

Internacional:

Sebastián Del Brutto

DELEGACIONES

Delegación La Plata:

Delegado:
Maximiliano Pérez

Delegación Oeste:

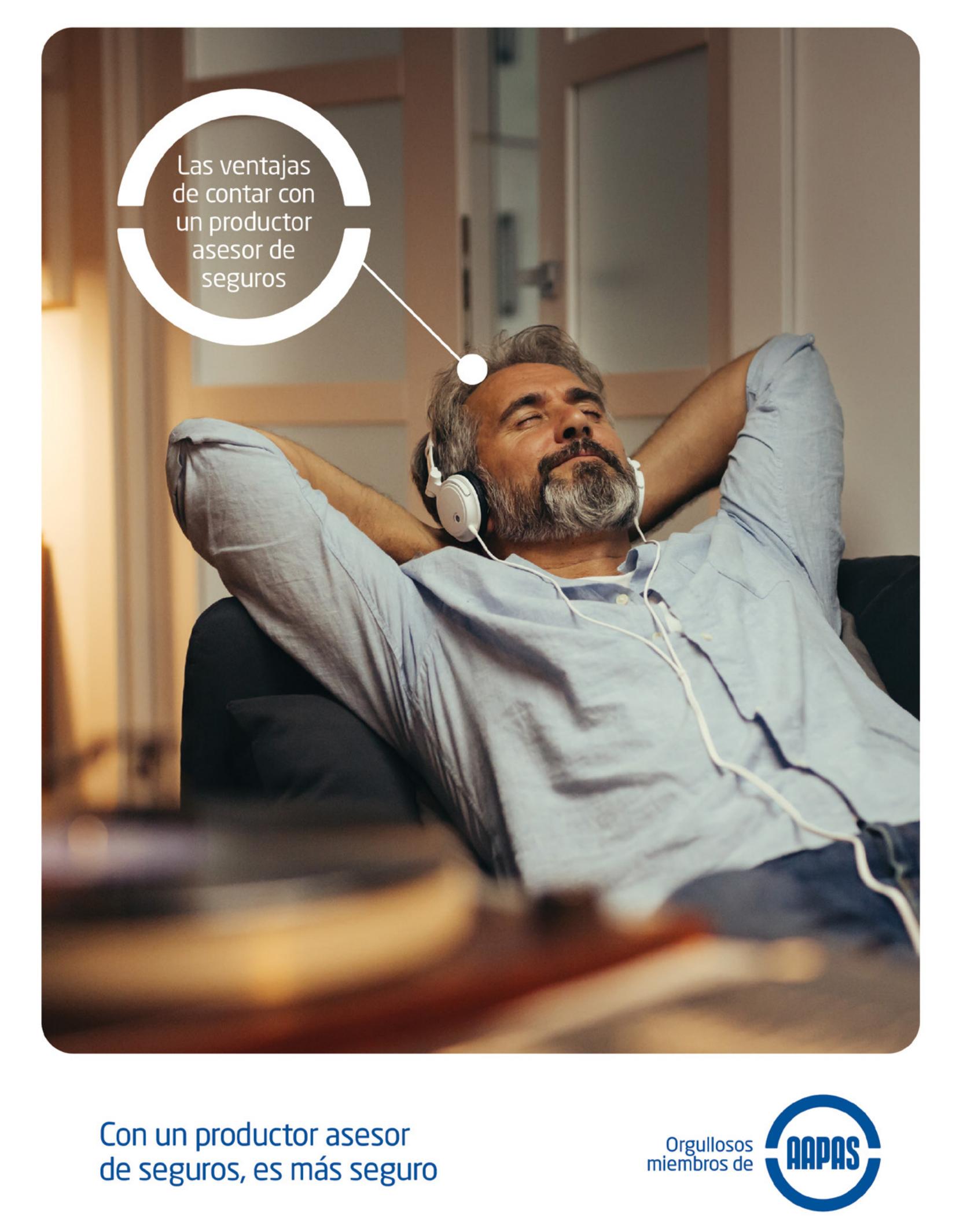
Delegada:
Andrea Benedetti

Delegación Norte:

Delegados:
Claudio Feliu - Badaló
Victoria Feliu - Badaló

CONSULTE TODA LA INFORMACIÓN DE AAPAS Y DEL MERCADO ASEGURADOR EN: WWW.AAPAS.ORG.AR



A middle-aged man with a grey beard and mustache is lying on a dark sofa, wearing a light blue button-down shirt and white headphones. He has his arms raised behind his head and a relaxed expression. The background shows a wooden door and a warm, indoor setting.

Las ventajas
de contar con
un productor
asesor de
seguros

Con un productor asesor
de seguros, es más seguro

Orgullosos
miembros de



LAS SIGUIENTES ASEGURADORAS VALORAN Y APOYAN
EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA
DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS.



LAS SIGUIENTES SOCIEDADES PAS, PROFESIONALES
Y EMPRESAS DE SERVICIOS VALORAN Y APOYAN EL PLAN ESTRATÉGICO
DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS.

SOCIEDADES PAS

ARG
broker



AVAL
PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS

ALEA
Seguros Corporativos

GAMAN
Broker de Seguros

ExaSeg

grupo absa

Grupo
TMG
asesores de seguros

hawk
GROUP

LAURO ASESORES
BROKERS DE SEGUROS

martínez sosa
asesores de seguros

+

masterbroker
SMART INSURANCE MANAGEMENT

MGP
BROKER

Nationalbrokers

newleaders
CONSULTORES EN SEGUROS

NB Norden
Brokers
ASESORES EN SEGUROS

Netbroker

Grupo
PRIMA
Administradora
de Seguros

R&S
BROKER DE SEGUROS

RiskGroup
Argentina
Broker de Seguros y Reaseguros

25 ANOS
SeguCom®
comunidad de productores

smsv
ASESORES DE SEGUROS

VISRED
ASESORES EN SEGUROS

EMPRESAS DE SERVICIOS

Alvarelos & Asociados
ABOGADOS

CESVI
ARGENTINA

PILKINGTON



GALENO

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

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

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

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



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

Servicios al Productor:
0800-333-7784

Nº de inscripción en SSN
0878

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN