

Título

Estudio para el desarrollo de una guía para el potencial contratante de un seguro
automotor en la Argentina

Agradecimientos

A mis Padres

Indice

1.	Problema	5
2.	Justificación.....	5
3.	Marco Conceptual	5
4.	Objetivos	6
4.1.	Objetivos Generales	6
4.2.	Objetivos Específicos.....	6
5.	Hipótesis.....	6
6.	Objetivos de la investigación	6
7.	Introducción.....	7
7.1.	Descripción del negocio automotor.....	7
7.1.1.	Porqué contratar un seguro de automotores	7
7.1.2.	El objeto del seguro de automotor	7
7.1.3.	El precio del seguro de automotores	7
7.1.4.	Cómo se determina la prima del seguro	9
7.1.5.	Cláusulas y coberturas de automotores	11
7.1.6.	Conceptos utilizados en la definición de riesgo	14
7.1.7.	Cómo acceder a la contratación de un seguro de automotores	36
7.1.8.	Compañías Aseguradoras de automotores	36
7.1.9.	Distribución geográfica del seguro automotor	36
7.2.	Productores	37
7.2.1.	Proceso de habilitación de un productor: (C).....	37
7.2.2.	Responsabilidades de la SSN, Aseguradora y Productor:.....	38
7.2.3.	Capacitación a productores	39
8.	Proposición.....	42
8.1.	Estadísticas y Circulares (8)	42
8.1.1.	Circular 4512	42
8.1.2.	Circular 4513	44
8.1.3.	Circular 4523	45
8.1.4.	Circular 4327	46
8.1.5.	Circular 4319	47
8.1.6.	Circular 4456	48
8.1.7.	Otras circulares de interés	48
8.2.	Calificación de Riesgos.....	49
8.3.	Reaseguro	49
8.4.	Marco Jurídico	50
8.4.1.	Leyes que protegen al asegurado / aseguradoras.....	50
8.4.2.	Asesoramiento legal de la SSN	51
8.4.3.	Función y responsabilidad del área legal de la SSN.....	51
8.4.4.	Principales causas legales de no cobro de siniestros.....	52
8.4.5.	Estadísticas de no cobro de siniestros	52
8.4.6.	Actitud de la SSN ante posible “fraudes”	52
8.4.7.	Responsabilidad legal de la calificadora financiera	53
8.4.8.	Es mayor el % de no cobro de siniestros en casos de autoscoring?	53

8.4.9. Valores de siniestros y primas de la Aseguradora Federación Patronal.....	53
8.5. Siniestros	54
8.5.1. Qué hacer en caso de siniestro	54
8.5.2. Qué hacer frente a una demanda judicial o reclamo	55
8.5.3. Documentación.....	55
8.5.4. <u>Cuadro de Siniestros</u>	56
8.5.5. Siniestros pendientes a cobrar por aseguradora	57
8.5.6. Qué puede hacer un asegurado ante una aseguradora "fraudulenta"	57
8.6. Marketing en el mercado asegurador	59
8.6.1. Tendencias de marketing en el mercado asegurador (4)	61
8.6.2. Ponencia: Enfoque estratégico sobre la relación producto-mediación (3)	63
8.6.3. El Marketing Directo como herramienta del mercado asegurador (2)	64
8.6.4. Marketing directo: Conceptos Generales (1)	67
9. Conclusión.....	76
9.1. Pólizas emitidas	76
9.2. Producción.....	77
9.3. Cantidad de juicios.....	77
9.4. Aspectos a considerar sobre la Aseguradora y el Productor.	80
9.4.1. ¿Qué debe buscar en una aseguradora?	80
9.4.2. ¿Qué debe buscar en un productor?	80
9.5. Puntos a tener en cuenta cuando se contrata un Seguro Automotor	81
9.6. Pasos a seguir al momento de contratar un Seguro Automotor	82
9.6.1. Consultar en la SSN	82
9.6.2. Puntos a tener en cuenta al momento de elegir autoscoring o no.	83
9.7. Integración	83
Cuerpo de Referencias.....	84
9.8. Extracto de la Tesis	84
9.8.1. ¿Porqué contratar un seguro de automotor?	84
9.8.2. Riesgo cubierto.....	85
9.8.3. Adicionales	85
9.8.4. Exclusiones	85
9.8.5. Modalidades	86
9.8.6. Reponsabilidades ante el asegurado de la SSN, Aseguradora y Productor.....	88
9.8.7. Leyes que protegen al asegurado / aseguradoras.....	89
9.8.8. Puntos relevantes a tener en cuenta al asegurarse.....	89
9.9. Bibliografía.....	90
9.9.1. (1)	90
9.9.2. (2)	90
9.9.3. (3)	90
9.9.4. (4)	90
9.9.5. (5)	90
9.9.6. (6)	90
9.9.7. (7)	90
9.9.8. Lugares donde consultar en la Superintendencia de Seguros	91
9.9.9. (8)	91
9.10. Anexo 1: Personas Consultadas	92

9.11. Anexo 2: Información sobre juicios.....	93
9.12. Anexo 3: Cuadros estadísticos.....	95

1. Problema

La Ley de Tránsito N° 24.449, exige la contratación de por lo menos un seguro de Responsabilidad Civil y la conveniencia de proteger el patrimonio del asegurado y/o conductor. El problema es que el asegurado muchas veces se encuentra en la disyuntiva de que seguro contratar, con que coberturas, a quien y a donde contratarlo.

El presente proyecto de tesis estudiará el seguro automotor en la argentina y proporcionará al potencial asegurado una lista de ítems que le servirán como guía al contratar su seguro automotor.

2. Justificación

- Este trabajo pretende lograr una contribución acerca del problema planteado, a fin de brindar una guía para minimizar el no cobro de siniestros por los asegurados.
- Basada en mi experiencia trabajando en compañías de seguros en el área de la informática; he podido volcar en éste trabajo todo mi conocimiento sobre la materia.

3. Marco Conceptual

La obligatoriedad de contratar un seguro automotor en la argentina, presenta al asegurador la disyuntiva de que póliza de seguro contratar. Dicha contratación actualmente se ve influida por estrategias de comunicación de las aseguradoras pero sin una base certera sobre el producto contratado, confluyendo muchas veces en una contratación que no da garantía del cobro del siniestro. Para que el potencial asegurado pueda prevenir y saber que esta contratando, es necesario brindarle pautas y conocimientos básicos donde basarse al contratar su póliza de seguro.

4. Objetivos

4.1. Objetivos Generales

- Analizar los riesgos con los que se enfrenta un potencial asegurado al pretender contratar su póliza.
- Analizar las estrategias de comunicación de las aseguradoras.
- Brindar una guía al potencial asegurado.

4.2. Objetivos Específicos

- Analizar las coberturas del seguro de automotor.
- Conocer las estadísticas de siniestros en cada rubro y región.
- Conocer a los distintos actores que participan o influyen en la contratación del seguro.

5. Hipótesis

- El asegurado puede minimizar el riesgo de no cobro de siniestro al contratar un seguro automotor.
- La mayor cantidad de juicios por no pago de siniestros es en el seguro automotor.
- Es conveniente contratar un seguro de automotor con autoscoring en la argentina.
- Las estrategias de comunicación de las aseguradoras deben buscar la fidelización del cliente para subsistir en un mercado tan competitivo.

6. Objetivos de la investigación

- Analizar las responsabilidades de la SSN, Productores, Reaseguros y del potencial asegurado al contratar un seguro automotor.
- Conocer el marco legal del seguro automotor.

- Conocer las diferencias porcentuales del mercado del seguro automotor con respecto a los otros tipos de seguros.
- Analizar la tendencia del marketing en las aseguradoras en el mercado argentino.
- Desarrollar una guía al potencial asegurado.

7. Introducción

7.1. Descripción del negocio automotor

7.1.1. Porqué contratar un seguro de automotores

La necesidad de contar con un Seguro de Automotores surge de la obligación establecida por la Ley de Tránsito N° 24.449, que exige la contratación de un seguro de Responsabilidad Civil y la conveniencia de proteger el patrimonio del asegurado y/o conductor.

7.1.2. El objeto del seguro de automotor

El Seguro de Automotores tiene por objeto:

- Mantener indemne al asegurado y/o conductor por cuanto deba a un tercero como consecuencia de los daños y perjuicios causados por el vehículo asegurado o por la carga que transporta en condiciones reglamentarias, por hechos acaecidos en el plazo convenido, en razón de la Responsabilidad Civil que pueda resultar a cargo de ellos.
- Indemnizar el daño que sufra el vehículo como consecuencia de:
 - Incendio
 - Robo y/o Hurto
 - Accidente

7.1.3. El precio del seguro de automotores

Resulta esclarecedor e ilustrativo saber que el premio del seguro automotor está compuesta por los siguientes conceptos:

7.1.3.1. Prima pura

En los Seguros de Automotores la Prima Pura está compuesta por:

- a) una tasa de responsabilidad civil (monto variable en función del tipo de vehículo, uso, características, etc.)
- b) un porcentaje, determinado por cada aseguradora en relación a su siniestralidad, aplicado a la suma asegurada del casco del vehículo y que varía según el tipo de cobertura contratada.

7.1.3.2. Gastos de adquisición

Es en general y mayoritariamente la comisión del Productor- Asesor de Seguros

7.1.3.3. Gastos de explotación

Son los gastos en que incurre la entidad aseguradora para poder operar, constituidos en su mayoría por los Sueldos del Personal.

- Prima comercial: Está compuesta por la prima pura, los gastos de adquisición y los gastos de explotación.
- Derechos de emisión: Algunas aseguradoras incluyen un monto por este concepto.
- Cargo financiero: Es el recargo que cobra la aseguradora por financiar el pago del premio.
- Impuestos, tasas y sellos

Importante: Cabe señalar, que para el pago de dicho premio, se deberá tener en cuenta lo dispuesto por la Resolución del MINISTERIO DE ECONOMIA N° 429 del 02/06/00, cuyo cumplimiento, se exigirá respecto de la cobranza de los premios

correspondientes a las pólizas y sus endosos y refacturaciones emitidos a partir del 1º de setiembre de 2000, por el cual los únicos medios de cobro habilitados son, a saber:

- Los Sistemas Electrónicos de Cobro Habilitados.
- Controladores Fiscales homologados por la Administración de Ingresos Públicos, habilitados por la Superintendencia de Seguros, adquiridos por las entidades aseguradoras.
- Prestadores de Servicios de Cobro Electrónico.
- Medios electrónicos de cobro alternativos, autorizados por esta Superintendencia de Seguros.
- Convenios con Entidades Financieras o con Empresas Proveedoras de Tarjetas de Crédito, Débito y/o Compras.

El pago a la entidad aseguradora o al productor asesor de seguros no es cancelatorio de su obligación hasta tanto se formalice el ingreso de los fondos en alguno de los sistemas habilitados.

7.1.4. Cómo se determina la prima del seguro

De acuerdo con la política de suscripción o comercialización de cada asegurador, se tienen en cuenta todos o algunos de los siguientes factores:

Marca y modelo del vehículo: Son factores determinantes. La prima por la cobertura del casco se calcula en función a la siniestralidad y a la suma asegurada o valor del vehículo.

Uso o afectación del vehículo: El uso o destino del vehículo influye en el costo del seguro. No es lo mismo un taxi, que un remis o que un automóvil particular. Además, algunas aseguradoras consideran el kilometraje anual estimado, es decir que a mayor kilometraje, primas más altas.

Ubicación geográfica: De conformidad con las estadísticas siniestralas, se establecen distintas zonas de riesgo. Generalmente se clasifican en ZONAS de ALTO, MEDIANO y BAJO RIESGO, primordialmente en función de la densidad poblacional y de tránsito vehicular.

Además últimamente algunas aseguradoras consideran otros datos para determinar la prima, algunos de ellos son:

Estado civil del asegurado: A modo de ejemplo, cabe señalar que estadísticamente, el número de reclamos es menor entre los casados.

Género y edad: Según estadísticas internacionales, los hombres, y en especial los jóvenes, tienen mayor cantidad de accidentes y por ende suelen pagar una prima más elevada.

Descuentos: Es conveniente averiguar qué descuentos son ofrecidos por las compañías de plaza antes de adquirir el seguro de su auto.

A continuación, se mencionan algunos de los descuentos que pueden ser ofrecidos:

Por flota de vehículos: Si usted tiene más de un vehículo podrá conseguir un descuento asegurándolos en una misma compañía, y en una misma póliza.

Vehículos con medidas o dispositivos de seguridad vial (por ejemplo, frenos ABS, AIR BAG, dirección asistida, etc.): Pueden evitar o atenuar la gravedad de un accidente, razón por la cual se puede obtener un descuento.

Equipamientos o dispositivos antirrobo: Los vehículos equipados con estos dispositivos generan menores reclamos, que se traducen en mejores precios.

Kilometraje anual declarado: Cuanto menor sea el uso del vehículo, menor será la probabilidad de tener accidentes.

Rebajas o bonificaciones por buen resultado: En cada renovación con el mismo asegurador, se pueden obtener rebajas por no haber sufrido siniestros o accidentes el año anterior.

Guarda nocturna del vehículo: Disminuye la probabilidad de robo y eso se ve reflejado en el costo del seguro.

7.1.5. Cláusulas y coberturas de automotores

7.1.5.1. Riesgo

7.1.5.1.1. Definición

Ampara la responsabilidad civil con límite de suma asegurada derivada del uso del automotor o de la carga que se transporte en condiciones reglamentarias, robo, incendio, accidentes totales o parciales según la modalidad.

Se considera daño total o parcial según sea mayor o inferior al 20% del valor de venta del vehículo.

Ver punto 7.1.6 **Conceptos utilizados en la definición de riesgo**

7.1.5.2. Adicionales

Por ejemplo: Extensión a países limítrofes, coberturas especiales previstas para determinados vehículos, grúas, tractores, automóviles nuevos de tránsito entre fábricas, seguro de registro (sobre la licencia del conductor).

7.1.5.3. Exclusiones

Pueden agruparse según sean:

- De carácter General

Vehículos secuestrados, confiscados, requisados, o incautados.

Estar fuera de la República

Hechos de huelga o lock out

- Respecto de la Responsabilidad Civil:

Ser conducido por personas no habilitadas para el manejo por autoridad competente.

Animales transportados durante carga o descarga

Certámenes de entrenamiento o de velocidad.

Equipos sofisticados, científicos, o similares montados o transportados.

Exceso de carga.

Daños y o lesiones a los parientes del asegurado o conductor hasta el 3º grado de consanguinidad o afinidad o en el caso de sociedades, de los directores.

- Daños Vicio de la cosa
 - Mal estado de conservación
 - Desgaste
 - Corrosión
 - Oxidación.
 - Robo Hurto de tazas de ruedas, tapas de radiador, escobillas y brazos limpiaparabrisas, espejos, insignias, formen o no parte del equipo principal y originario de fábrica.
 - Daños específicos De orden mecánico, eléctrico, pinchaduras, cortaduras o reventones.

7.1.5.4. Modalidades

- A Responsabilidad civil con límite (resolución Nro.22187S.S.N.)
- B Responsabilidad civil daños totales a consecuencia de accidente, incendio, robo, hurto, granizo, terremoto, inundación o desbordamiento
- B1 Responsabilidad civil y daños totales a consecuencia de incendio, robo, granizo, hurto, terremoto, inundación o desbordamiento.
- C Responsabilidad civil y daños totales a consecuencia de accidente, granizo, terremoto, inundación o desbordamientos totales y parciales a consecuencia de robo o hurto e incendio.

- C1 Responsabilidad civil y daños totales a consecuencia de granizo, terremoto, inundación o desbordamiento total y parcial a consecuencia de robo e incendio.
- D Responsabilidad civil y daños totales y parciales a consecuencia de accidente, granizo, terremoto, inundación, o desbordamiento, incendio, robo, hurto. Puede ser con Franquicia o Sin Franquicia.
- E Incendio y robo en Garaje

7.1.6. Conceptos utilizados en la definición de riesgo

7.1.6.1. Responsabilidad civil

Cubre los reclamos que pueda recibir como consecuencia de los daños causados a terceras personas o sus bienes, ya sean producidos por usted o por quien conduzca su automóvil, hasta el límite de cobertura que figura en la póliza.

Asimismo incluye el seguro obligatorio establecido por la Ley de Tránsito N° 24.449. Se consideran terceros a todas las personas que no sean familiares (cónyuges o parientes hasta el tercer grado de consanguinidad o afinidad) suyos y/o del conductor o socios o que esté en relación de dependencia laboral con el Asegurado y/o el conductor.

Cabe señalar que no cubre los daños a bienes de terceros cuando se encuentren en su poder, ni los reclamos por daños a terceros transportados a título oneroso, salvo que exista indicación en contrario en el frente de su póliza.

7.1.6.2. Coberturas del casco del vehículo

Usted puede contratar alguno, algunos o todos los riesgos que se detallan a continuación:

7.1.6.2.1. Daños materiales

Cubre los daños materiales que sufra el vehículo asegurado a consecuencia de accidentes tales como ser roces, choques o vuelcos. Cubre, asimismo, los daños producidos por huelgas, lock-out, o tumulto popular (siempre que usted o el conductor no sea partícipe de dichos eventos).

7.1.6.2.2. Incendio

El asegurador cubre los daños materiales sufridos por el automóvil como consecuencia de la acción directa o indirecta del fuego, explosión o rayo.

7.1.6.2.3. Robo o hurto

Cubre el robo y el hurto del automóvil o partes del mismo provistas en el modelo original de fábrica.

No se encuentra cubierto el robo y/o hurto de tasas de ruedas, tapas de radiadores, del tanque de combustible, escobillas y brazos limpiaparabrisas, espejos e insignias exteriores y herramientas, formen o no parte del equipo original de fábrica.

No está permitida la cobertura de robo y/o hurto del auto-stereo o equipo reproductor de sonido.

7.1.6.3. Coberturas Totales y Parciales

Cada uno de los riesgos descritos anteriormente (Daños Materiales, Incendio, Robo y/o Hurto) pueden ser cubiertos en forma parcial o total. Resulta de especial importancia leer cuidadosamente la cláusula que define el DAÑO TOTAL, por cuanto hay dos modalidades en uso, a saber:

- Se entiende que el daño es parcial, si el valor de realización de los restos de la unidad siniestrada supera el 20% del valor de venta al público al contado en plaza del vehículo asegurado, al momento del siniestro. Cuando el valor de los restos no supera el 20%, el daño se considera total.
- Para algunas aseguradoras habrá pérdida o destrucción total cuando el costo de reparación y/o reemplazo de las partes afectadas alcance o supere el 80% del valor del vehículo al momento del siniestro.

7.1.6.3.1. Valor del automóvil para el calculo de la indemnización

Al momento del siniestro la aseguradora tomará como valor del vehículo, el valor de venta al contado en plaza de un vehículo de igual marca, modelo, año y características, con más los impuestos, tasas y contribuciones que pudieren corresponder.

El valor así determinado tendrá como tope la suma asegurada que se encuentra expresada en el frente de póliza o certificado de cobertura. En el caso de que en el contrato se haya pactado la cláusula de valor de reposición, el tope será el valor de venta al contado en plaza de un vehículo de igual marca, modelo, año y características, con más los impuestos, tasas y contribuciones que pudieren corresponder, consignado en el párrafo precedente. Determinada la existencia de daño total, si la indemnización ofrecida resulta inferior a la suma asegurada, el asegurado tendrá opción a que se le reemplace el vehículo por otro de igual marca, modelo y características, haciéndose cargo además el

asegurador de los impuestos, tasas, contribuciones y gastos inherentes a la registraci3n del dominio a favor del asegurado

- Franquicias: En los siniestros de robo o hurto y/o da1os y/o Incendio puede existir una porci3n del siniestro que queda a cargo del asegurado y que se denomina "FRANQUICIA". Si el valor total del siniestro supera dicho monto, la aseguradora pagar1 la diferencia entre la franquicia y el valor total mencionado.

La franquicia, es decir el descubierto o participaci3n a cargo del asegurado, debe estar consignada en el frente de p3liza y en las condiciones generales.

- Titularidad del dominio: Previo a la celebraci3n del contrato, la aseguradora deber1 exigir la acreditaci3n de la titularidad dominial de los mismos. El asegurador podr1 pactar con el asegurado y/o tomador un plazo no mayor de treinta d1as a los efectos de dar cumplimiento a lo consignado precedentemente. Si transcurrido el mismo no se acreditare la titularidad del dominio, la cobertura quedar1 autom1ticamente suspendida hasta su efectiva acreditaci3n, quedando la prima como penalidad en favor del asegurador.

7.1.6.4. Primer caso analizado : La Caja (5)

A continuación se enumeran las coberturas utilizadas por la aseguradora de mayor participación en el mercado en el rubro de seguros automotores.

Ver Anexo 3 **Cuadro 8 “Producción de Seguros**

(Participación porcentual

7.1.6.4.1. Caja TR, Todo Riesgo

Daños Parciales por accidente e incendio, con franquicia a su elección.

En caso de robo y aparición del vehículo, cobertura total por daños y faltantes.

Cobertura por Robo o Hurto Total.

Cobertura por destrucción Total por incendio, accidente o inundación.

Responsabilidad Civil por daños materiales y corporales hasta \$3.000.000.

- Incluye:

En caso de rotura de cristales, le reembolsamos el dinero contra factura.

(En caso de superar la franquicia la diferencia al importe. Ej.: Parabrisas \$300. franquicia de 200. - se abona la diferencia \$ 100).

Los daños que no involucren a un tercero hasta \$ 2000 no requieren presentar denuncia policial.

Débito mensual de su cuenta corriente o caja de ahorro.

Atención Telefónica de Siniestros Lunes a Sábados.

Auxilio Mecánico las 24 hs. en todo el país.

Pago a través de cualquier cajero Banelco o su servicio online www.pagomiscuentas.com

Atención las 24 hs. de Asesoría Legal en caso de accidentes con lesiones.

Servicio de Emergencias Médicas por accidente las 24 hs.

Adhesión al débito automático de su tarjeta e crédito.

Extensión de cobertura a Países Limítrofes.

En caso de tener un siniestro con otro asegurado de La Caja, recupera el monto de su franquicia, y obtiene el 100% del valor de la reparación de los daños.

Adhesión directa a Caja Plus (500 Kms. extras por pago en débito automático de su tarjeta de crédito).

Incluye todas las Ventajas de los planes de Terceros Completo.

7.1.6.4.2. Caja TC, Terceros Completos

En nuestro plan de terceros mas completo se pagan daños en caso de incendio parcial.

En caso de robo y aparición del vehículo, la cobertura es total por daños y faltantes sin ningún tipo de franquicia o descuento.

Cobertura por Robo o Hurto Total.

Cobertura por destrucción Total por incendio, accidente o inundación.

Responsabilidad Civil por daños materiales y corporales hasta \$3.000.000.

En nuestro plan de terceros mas completo se pagan daños en caso de incendio parcial.

En caso de robo y aparición del vehículo, la cobertura es total por daños y faltantes sin ningún tipo de franquicia o descuento.

Cobertura por Robo o Hurto Total.

Cobertura por destrucción Total por incendio, accidente o inundación.

Responsabilidad Civil por daños materiales y corporales hasta \$3.000.000.

- Incluye:

Atención Telefónica de Siniestros Lunes a Sábados.

Auxilio Mecánico as 24 hs. en todo el país.

Débito mensual de su cuenta corriente o caja de ahorro.

Atención las 24 hs. de Asesoría Legal en caso de accidentes con lesiones.

En caso de robo y aparición del vehículo, la cobertura es total por daños y faltantes sin ningún tipo de franquicia o descuento.

Pago a través de cualquier cajero Banelco o su servicio online
www.pagomiscuentas.com

Contrato mensual renovable automáticamente.

Devolución de primas por períodos no consumidos.

Adhesión al débito automático de su tarjeta e crédito.

Extensión de cobertura a Países Limítrofes.

Servicio de Emergencias Médicas por accidente las 24 hs.

Adhesión directa a Caja Plus (500 Kms. extras por pago en débito automático de su tarjeta de crédito).

Incluye todas las Ventajas de los planes de Terceros Completo.

Destrucción total con el 80% del capital asegurado al momento del siniestro.

7.1.6.4.3. Caja Robo total

La cobertura Robo Total lo protege en caso de Robo o Hurto Total.

La cobertura Robo Total lo protege en caso de Robo o Hurto Total, Incendio Total, Destrucción Total por Inundación, Tumulto Popular y Granizo.

Responsabilidad Civil por daños materiales y corporales hasta \$3.000.000.

- Incluye:

Atención las 24 hs. de Asesoría Legal en caso de accidentes con lesiones. Servicio de Emergencias Médicas por accidente las 24 hs. .

Débito mensual de su cuenta corriente o caja de ahorro.

Atención Telefónica de Siniestros Lunes a Sábados.

Extensión de cobertura a Países Limítrofes.

Pago a través de cualquier cajero Banelco o su servicio online
www.pagomiscuentas.com

En caso de tener un siniestro con otro asegurado de La Caja cobra el 100% del total de la reparación para vehículos de mas de 11 años.

Gastos de sepelio por muerte accidental hasta \$ 2000.

Adhesión al débito automático de su tarjeta e crédito.

Adhesión directa a Caja Plus (500 Kms. extras por pago en débito automático de su tarjeta de crédito).

7.1.6.4.5. Destrucción total con el 80% del capital asegurado al momento del siniestro.

Cubre únicamente Responsabilidad Civil por daños materiales y corporales hasta \$3.000.000.

Seguro mínimo y obligatorio para circular.

Cubre únicamente Responsabilidad Civil por daños materiales y corporales hasta \$3.000.000.

Seguro mínimo y obligatorio para circular.

- Incluye:

Auxilio Mecánicos 24 hs. en todo el país.

Atención las 24 hs. y Asesoría Legal en caso de accidentes con lesiones.

Débito mensual de su cuenta corriente o caja de ahorro.

Servicio de Emergencias Médicas por accidente las 24 hs.

Atención Telefónica de Siniestros Lunes a Sábados.

Pago a través de cualquier cajero Banelco o su servicio online www.pagomiscuentas.com

Extensión de cobertura a Países Limítrofes.

En caso de tener un siniestro con otro asegurado de La Caja cobra el 100% del total de la reparación para vehículos de mas de 11 años.

Adhesión al débito automático de su tarjeta e crédito.

Gastos de sepelio por muerte accidental hasta \$ 2000.

En caso de tener un siniestro con otro asegurado de La Caja, recupera el monto de su franquicia, y obtiene el 100% del valor de la reparación de los daños.

Adhesión directa a Caja Plus (500 Kms. extras por pago en débito automático de su tarjeta de crédito).

7.1.6.5. Segundo caso analizado: La Buenos Aires Seguros (con Autoscoring) **(6)**

A continuación se enumeran las coberturas utilizadas por una de las aseguradora de mayor participación en el mercado en el rubro de seguros automotores, además de ser la que ofrece la técnica de autoscoring.

Ver Anexo 3 **Cuadro 8 “Producción de Seguros**
(Participación porcentual

7.1.6.5.1. Definición

El Scoring es una técnica que consiste en evaluar aspectos vinculados con el conductor, su auto y el uso que le da al mismo. Esto nos permite identificar a los conductores según su nivel de riesgo y brindar precios personalizados, premiando a los conductores de bajo riesgo con un precio significativamente más bajo.

7.1.6.5.2. Coberturas

Responsabilidad Civil solamente

Cubre los reclamos que pudiera recibir el asegurado como consecuencia de los daños causados a terceras personas o a sus bienes hasta \$ 3.000.000.- en el país y u\$s 300.000.- en países limítrofes.

7.1.6.5.3. Responsabilidad Civil + Robo Total

Cubre el Robo o Hurto del automóvil en su modelo original de fábrica, como así también los reclamos por daños causados a Terceros o a sus bienes.

7.1.6.5.4. Robo Total

Incluye Responsabilidad Civil, Robo o Hurto Total, Incendio Total y Daños Totales por Accidente.

7.1.6.5.5. Terceros Completo (Sin Daños Parciales)

Cubre Responsabilidad Civil, Robo o Hurto Total y Parcial, Incendio Total y Parcial y Daños Totales por Accidente.

7.1.6.5.6. Todo Riesgo con franquicia

Incluye la cobertura de Responsabilidad Civil, Robo o Hurto Total y Parcial, Incendio Total y Parcial como así también Daños Totales y Parciales por Accidente. Los talleres son designados por La Buenos Aires para garantizarle el mejor nivel de prestaciones y arreglos con "Garantía LBA" por un año.

7.1.6.5.7. Exclusiones a la cobertura

Condiciones Particulares

Cláusula I: Causas de no-cobertura:

- Será causa de NO cobertura, el verificar que no sean reales las condiciones tomadas para las cotizaciones que figuran en el frente de la póliza / certificado de Cobertura, que han sido usadas para la determinación del precio del presente contrato de seguro. Estas condiciones surgen de las declaraciones del solicitante, ya sea, realizadas en el momento de la contratación telefónica del mismo y que constan en la grabación de dicha comunicación o en el formulario de solicitud de seguro, con consentimiento del contratante. Es decir, que no se dará cobertura si se demuestra que:

El automóvil no tenga un uso exclusivamente PARTICULAR

El vehículo no sea guardado habitualmente en cochera nocturna, cuando el Asegurado declaró que así lo hacía.

El domicilio real de la persona declarada como conductor habitual del automóvil, esté en una localidad distinta a la que figura en el frente de la Póliza/Certificado de Cobertura como "Localidad de uso habitual del vehículo".

Al momento del siniestro, el vehículo superó en más de 2.500 Km. el uso (en Km. por año) declarado en la Póliza /Certificado de Cobertura por el Asegurado. En el caso en que el siniestro se produzca transcurridos más de 12 (doce) meses del momento de la inspección previa del vehículo asegurado, o del momento de retirarse el mismo de un concesionario en caso de 0 Km., se considerara como límite la sumatoria de una distancia igual a la mencionada (Uso anual en kilómetros + margen de error) por cada año o fracción.

La cantidad de siniestros anteriores a la contratación del presente seguro, declaradas al suscribir el mismo, no es el real.

El conductor habitual del vehículo no es el declarado en la póliza/Certificado de Cobertura, o sus datos de edad o estado civil son incorrectos.

El conductor en el momento del siniestro fuera uno de los hijos del titular, específicamente excluido de la cobertura según lo indicado en el frente de la póliza/Certificado de Cobertura, o que fuera hijo del mismo cuyos datos, declarados al contratar seguro, fueran incorrectos o inexistentes. Estas causas de "No cobertura" no afectan la cobertura básica de Responsabilidad Civil Obligatoria dispuesta por la Ley Nro. 24.449 que se detalla en el frente de la Póliza / Certificado de Cobertura, es decir, que esta cobertura será reconocida aún en el caso en que se dieran algunas de las situaciones enumeradas en los párrafos anteriores de esta cláusula.

Condiciones generales

- Cláusula 21: Dolo o Culpa Grave:

El asegurador queda liberado si el Asegurado o el conductor provoca, por acción u omisión, el siniestro dolosamente o con culpa grave. No obstante, el Asegurador cubre al asegurado por la culpa grave del conductor cuando éste se halle en relación de dependencia laboral a su respecto y siempre que el siniestro ocurra, con motivo o en ocasión de esa relación, sin perjuicio de subrogarse en sus derechos contra el conductor.

- Cláusula 22: Privación de Uso:

El asegurador no indemnizará los perjuicios que sufra el Asegurado por la privación del uso del vehículo, aunque fuera consecuencia de un acontecimiento cubierto.

- Cláusula 23: Exclusiones a la Cobertura:

El asegurador no indemnizará los siguientes siniestros producidos y/o sufridos por el vehículo y/o su carga:

- Cuando el vehículo estuviera secuestrado, confiscado, requisado o incautado.
- En el mar territorial o fuera del territorio de la República Argentina.
- Cuando el vehículo asegurado esté circulando o se hubiera dejado estacionado, sobre playas de mares, ríos, lagos o lagunas y el siniestro sea consecuencia de una creciente normal o natural de los mismos.
- Por hechos de guerra civil o internacional, guerrilla, rebelión, sedición o motín y terrorismo.
- Por hechos de huelga o lock-out, o tumulto popular, cuando el Asegurado sea partícipe deliberado en ellos. Los siniestros acaecidos en el lugar y en ocasión de producirse los acontecimientos enumerados en los incisos 3, 4 y 5 se presume que son consecuencias de los mismos, salvo prueba en contrario del Asegurado.
- Como consecuencia de accidentes o daños de todas clases originados o derivados de la energía nuclear.
- Cuando el vehículo haya sido adaptado para:
 - Ser propulsado por Gas Natural Comprimido (GNC)
 - Ser propulsado por Gas Licuado de Petróleo (Propano Butano).

- Mientras sea conducido por personas que no estén habilitadas para el manejo de esa categoría de vehículo por autoridad competente.
- A los animales o cosas transportadas o durante su carga o descarga y los gastos que estas operaciones originan.
- Por exceso de carga transportada, mal estibaje o acondicionamiento o deficiencia de envases.
- Por la carga, cuando ésta sea notoriamente muy inflamable, y/o explosiva, y/o tóxica, y/o corrosiva, ni por las consecuencias polucionantes y/o contaminantes que de éstas deriven, ni en la medida en que por acción de esa carga resultaren agravados los siniestros cubiertos.
- Mientras esté remolcando a otro vehículo, salvo en caso de ayuda ocasional y de emergencia.
- Mientras tome parte en certámenes, entretenimientos o entrenamientos de velocidad.
- Por o a los equipos industriales, científicos o similares montados o transportados, a raíz de su funcionamiento específico, salvo los daños ocasionados por aquellos al vehículo objeto del seguro.
- A bienes que por cualquier título se encuentren en tenencia del Asegurado.
- El Asegurado no indemnizará los daños sufridos por:
- El cónyuge o conviviente en aparente matrimonio, y los parientes del Asegurado o del conductor o del propietario registrado, hasta el tercer grado de consanguinidad o afinidad (en el caso de sociedades, el de los directivos).
- Las personas en relación de dependencia laboral con el Asegurado o el conductor, en tanto el evento se produzca en oportunidad o con motivo del trabajo.
- Cuando el vehículo sea destinado a un uso distinto al indicado en el frente de Póliza y/o Certificado de Cobertura sin que medie comunicación fehaciente al Asegurador en contrario; o cuando sufrieren daños Terceros Transportados en el vehículo asegurado en oportunidad de ser trasladados en virtud de un

contrato oneroso de transporte, sin haberse consignado tal uso o destino en el frente de la Póliza o Certificado de Cobertura.

- Cuando el vehículo asegurado sea conducido por una persona bajo la influencia de cualquier droga desinhibidora, alucinógena o somnífica, o en estado de ebriedad. Se entiende que una persona se encuentra en estado de ebriedad si se niega a practicarse el examen de alcoholemia (u otro que corresponda) o cuando habiéndose practicado éste, arroje un resultado igual o superior a un gramo de alcohol por mil gramos de sangre al momento del accidente. A los fines de su comprobación queda establecido que la cantidad de alcohol en la sangre de una persona desciende a razón de 0.11 gramos por mil cada hora.
- Cuando el vehículo asegurado cruce las vías del ferrocarril encontrándose las barreras bajas y/o cuando las señales sonoras o lumínicas no habiliten su paso.
- Cuando el vehículo asegurado no se encuentre habilitado para circular conforme las disposiciones vigentes.
- Cuando el vehículo asegurado sea conducido a exceso de velocidad (a los efectos de la presente exclusión de cobertura, se deja establecido que la velocidad del vehículo asegurado en ningún caso podrá superar en un 40%(cuarenta por ciento) los límites máximos establecidos por la normativa legal vigente).
- Cuando el vehículo asegurado se encuentre superando a otros en lugares no habilitados.
- Cuando el vehículo asegurado circule sin las luces reglamentarias encendidas exigidas para la circulación en horario nocturno o ante la existencia de condiciones climatológicas o humo que dificulten la visión. Se entiende por horario nocturno desde la hora "sol se pone" hasta la hora "sol sale" que figuran en el diario local.

- En ocasión de transitar el vehículo asegurado en contramano, siempre que exista señalización inequívoca, en el lugar del hecho, de la dirección de circulación.
- Cuando el vehículo asegurado sea conducido por persona con trastornos de coordinación motora que impidan la conducción normal del vehículo y este no se encuentre, dotado de la adaptación necesaria para este tipo de conducción. II - Capítulos "B " y/o "C".
- En la medida en que el costo de la reparación o del reemplazo de las partes del vehículo se deba a:
 - Vicio propio
 - Mal estado de conservación, desgaste, oxidación o corrosión. Si los vicios mencionados hubieran agravado el daño, al Asegurador indemnizará sin incluir el daño causado por el vicio.
 - De orden mecánico o eléctrico que no sean consecuencia de un acontecimiento cubierto.
 - Que consistan en el daño a los neumáticos y/o cubiertas como consecuencia de pinchaduras cortaduras y/o reventones, salvo que sea el resultado directo de un acontecimiento que haya afectado también otras partes del vehículo.
 - Por la corriente, descarga u otro fenómeno eléctrico que afecten la instalación eléctrica, sus aparatos y circuitos, aunque se manifiesten en forma de fuego, fusión y/o explosión; no obstante será indemnizable el mayor daño que de la propagación del incendio o principio de incendio resultare para dichos bienes o para el resto del vehículo.
 - Producidos por quemadura, chamuscado, humo o cualquier deterioro que provenga del contacto o aproximación a fuentes de calor extrañas al vehículo; pero si responderá por los daños de incendio o principio de incendio que sean consecuencia de alguno de estos hechos.

- o Que consistan en el Robo o hurto de las tazas de ruedas, tapas del radiador, del tanque de combustible, escobillas y brazos limpiaparabrisas, espejos e insignias exteriores y herramientas, formen o no parte del equipo original de fábrica. No obstante, el Asegurador responderá cuando la pérdida se hubiera producido con motivo del Robo o Hurto Total del vehículo en la medida que esté comprendido el riesgo de Robo y/o Hurto Parcial como secuela de acontecimiento cubierto por le Capítulo "B".

7.1.6.5.8. Consultas

¿Qué respaldo le ofrece La Buenos Aires?

La Buenos Aires Seguros, con una trayectoria de más de 90 años en el mercado argentino, es una de las principales Aseguradoras del país. En Julio de 1998 fue adquirida por HSBC Group, uno de los principales grupos financieros del mundo, que cuenta con más de 6.000 oficinas distribuidas en 81 países. La vinculación con los más importantes grupos aseguradores y reaseguradores del mundo, le permiten brindar el más sólido respaldo a todos sus asegurados. La Buenos Aires tiene presencia nacional a través de su Casa Central ubicada en la imponente Torre HSBC, a metros de Plaza de Mayo, y una red que abarca todo el país.

¿Qué Documento le garantiza al Cliente que está asegurado en La Buenos Aires?

Su Póliza de Seguro. El Cliente recibe su póliza personal en la que figura el detalle de la cobertura elegida, los datos del vehículo asegurado y, al dorso, un resumen de las condiciones de no-cobertura. Además, se anexan las condiciones generales y particulares del contrato de seguro. Asimismo, se entrega una tarjeta personal de circulación que se remitirá anualmente, cambiando con cada tarjeta el número de póliza.

¿Qué duración tiene la póliza y cuál es la forma de pago?

La póliza tiene vigencia mensual, y es de renovación automática; el seguro se podrá abonar a través del débito automático en la tarjeta de crédito del Cliente.

¿Tiene vencimiento el Seguro de auto?

No. Se renueva automáticamente. Si el Cliente no desea renovar su seguro y decide quedar sin cobertura, bastará con que lo comunique al Centro de Atención al Cliente.

¿Qué hacer en caso de un siniestro?

- Auxiliar a los heridos (en caso que existiesen)
- No reconocer culpabilidad ante nadie
- Denunciar lo sucedido telefónicamente a nuestro Centro de Atención al Cliente al 0-800-333-0003 o 4349-4848 Enviar la documentación necesaria a la compañía
- Realizar la inspección (en el caso de daños)

¿En qué casos se rechaza un siniestro?

- Póliza impaga.
- Cobertura no incluida.
- El conductor no esté habilitado para conducir esa categoría o tenga el registro vencido.
- El automóvil tenga un uso distinto al que figura en la póliza de seguro.
- Los daños sean ocasionados por dolo o culpa grave del asegurado o del conductor.
- Que el vehículo sea conducido por algún hijo del titular no declarado al momento de tomar el seguro o que haya sido específicamente excluido.
- Cuando el conductor maneje bajo la influencia de cualquier droga desinhibidora, alucinógena o somnífica, o en estado de ebriedad.

- Cuando el vehículo asegurado cruce las vías ferroviarias encontrándose las barreras bajas y/o cuando las señales sonoras o lumínicas no habiliten su paso.
- Cuando el vehículo no se encuentre habilitado para circular conforme a las disposiciones legales vigentes.
- Cuando el vehículo asegurado se encuentre superando a otros en lugares no habilitados.
- Cuando el vehículo asegurado sea conducido a exceso de velocidad, superando los límites establecidos en el lugar del hecho.
- En ocasión de transitar el vehículo asegurado en contramano, siempre que exista señalización inequívoca, en el lugar del hecho, de la dirección de circulación.
- Que al momento del siniestro, el vehículo haya superado en más de 2500 Km el kilometraje anual declarado en el momento de contratar el seguro.
- El vehículo no sea guardado en cochera nocturna, cuando el asegurado haya manifestado lo contrario.

¿El asegurado debe pagar un porcentaje del siniestro?

Según el plan que tenga contratado. Si éste contempla algún tipo de franquicia, deberá hacerse cargo del porcentaje o monto correspondiente. No se aplicarán franquicias a los siniestros de robos o hurto total ni en los de destrucción total por accidente o incendio cuando dichos siniestros estén comprendidos en la cobertura contratada.

¿Se inspeccionará el vehículo asegurado?

Si, visitando nuestros Centros de Inspección (Drive In) o a través de Inspectores propios a domicilio con unidades móviles. Se realizará una inspección previa al tomar el seguro, a través de los inspectores de la Compañía. En caso de tratarse de

un 0km., se asegura la condición del vehículo con la presentación de la Factura de compra y el certificado de no rodamiento (extendido por la Concesionaria el día del inicio de vigencia del seguro) y la patente (ya sea definitiva o provisoria de registro). En caso de suspensión de cobertura por falta de pago, para rehabilitar la misma - una vez cancelada la deuda - se deberá realizar nuevamente la inspección previa.

¿Este seguro me cubre si me excedo en el kilometraje?

Sí, siempre y cuando no se exceda más de 2.500 Km sobre lo declarado en el momento de la contratación de la póliza.

¿Cómo se determina la Destrucción Total?

Se considerará daño parcial (para la indemnización de los siniestros) a aquellos en los que el valor de los restos de su automóvil sean superiores al 20% del valor de venta al público del mismo, al momento del siniestro. En caso contrario, es decir, que los restos no superen el 20% del valor del automóvil, el daño será considerado total.

¿Si el auto es manejado por mi esposa está cubierto?

Sí, está cubierto. El auto siempre está cubierto, excepto que lo maneje alguno de sus hijos entre 17 y 29 años no incluidos expresamente al momento de la contratación del seguro (salvo casos de fuerza mayor).

Recuerde que Usted puede incluir a sus hijos ampliar el rango de kilómetros, con solo comunicarse con nuestro Teléfono 0-800-333-0003 o 4348-4848 las 24 hs.

7.1.6.5.9. Consejos para su seguridad

- Manejar a la defensiva significa manejar previniendo riesgos.

- Aunque respetemos las normas de tránsito, lamentablemente hay otras personas que no lo hacen y de esta manera ponen en peligro la vida de todos los que circulamos, ya sea en auto como peatones.
- Es por eso que al manejar no sólo debemos ser responsables por nosotros mismos sino que también debemos prestar atención a la forma en que conduce el conductor vecino.
- Asegúrese de que todos los pasajeros de su auto usen los cinturones de seguridad, inclusive los niños pequeños.
- Está comprobado que el cinturón de seguridad salva miles de vidas cada año, ¿por qué no permitir que salve la nuestra y la de nuestros seres queridos?, y recuerde: ¡Esté siempre alerta! Si ve que un auto no maneja en línea recta, frena de golpe, responde lento a las señales del tráfico, etc. ¡manténgase alejado o déjelo pasar! Este tipo de conductor puede involucrarlo en un accidente.
- No mire sólo hacia adelante. Mire a su alrededor. Use el espejo retrovisor.
- Cuando sienta fatiga, cansancio, sueño, ardor de ojos, irritabilidad, es mejor que pare y descanse hasta que dichos síntomas desaparezcan. Piense que un segundo de distracción puede costarle toda una vida.
- Mantenga las luces limpias y en buen estado. Recuerde que al manejar demasiado rápido o demasiado despacio aumenta la probabilidad de chocar.
- Si piensa tomar alcohol, designe a otra persona que no vaya a hacerlo para que maneje.
- Es un hecho que el alcohol es la causa de casi la mitad de los accidentes fatales.
- No frene ni reduzca violentamente la velocidad...¡puede provocar un accidente en cadena! Baje gradualmente la marcha y avise a quienes lo siguen, accionando sucesivamente el pedal de freno.
- Las velocidades máximas permitidas son válidas cuando el tráfico y el tiempo son óptimos. Por lo tanto, si cualquiera de ellos se complica, es más prudente bajar la velocidad.

- Cuando maneje, sea Prudente, Precavido y Solidario.

7.1.7. Cómo acceder a la contratación de un seguro de automotores

Para contratar una póliza, el Asegurado debe completar un formulario denominado "Solicitud del Seguro". Este formulario requiere información personal, como así también el tipo de póliza y Capital Asegurado que se quiere contratar. La aseguradora utiliza esta información para decidir si asumirá o no el riesgo, por lo tanto, es fundamental contestar todas las preguntas completa, exacta y verazmente, de lo contrario la cobertura puede verse afectada. Si una persona ajena le completa la solicitud, usted deberá examinar su exactitud antes de firmarla. Cuando la póliza es emitida, la solicitud se convierte en parte de la misma y cualquier información errónea que se haya brindado puede ocasionar la rescisión o la nulidad de la póliza y la pérdida o modificación del capital asegurado.

7.1.8. Compañías Aseguradoras de automotores

En el **Anexo 3** "Cuadro de participación porcentual" figuran las 70 principales aseguradoras de Automotores (concentran el 99,9 % de la Producción del Mercado desde el punto de vista de la Producción de Seguros).

7.1.9. Distribución geográfica del seguro automotor

La última información disponible se encuentra en la Circular SSN N° 4327. Para saber como acceder a la última circular ir a bibliografía punto 9.9.9. Ref: **(8)**.

7.2. Productores

7.2.1. Proceso de habilitación de un productor: **(C)**

Los productores tienen que estar Matriculados. Actualmente deben hacer y aprobar un curso que se puede realizar en varias decenas de lugares en todo el país (Universidades, Institutos, Centros de Productores, etc.), de varios meses de duración, y tramitar posteriormente la Matrícula ante esta Superintendencia. Deben pagar un arancel anual de 50 \$ y rubricar los libros en los que asientan sus operaciones.

Se debe pagar por cada Libro que "rubrican". Rubricar, es el acto de legalizar los libros contables para que los puedan utilizar registrando todas las operaciones que realizan. Lo pueden legalizar ante escribanos, o con funcionarios de la SSN que concurren con cierta periodicidad a las Asociaciones de Productores de todo el país. Las operaciones registradas en libros NO rubricados no son válidas, y si se las detecta, los Productores pueden ser sancionados

La SSN debe aprobar los planes que presentan las instituciones que dan los cursos. La SSN es la única que puede controlar esto de la habilitación.

Puede ser que existan Productores no habilitados, pero si eso ocurre es un delito que puede ser penalizado. Todo esto y mucho de lo anterior figuran en la Ley N° 22.400 y Resoluciones posteriores de la SSN que reglamentaron sus Artículos (algunas de ellas son: 23.814; 24.828; 25.475 y 28.497).

(C) Ver 9.10.3

7.2.2. Responsabilidades de la SSN, Aseguradora y Productor:

Como alguien dijo alguna vez: "cada uno en su justa medida y armoniosamente". La teoría dice que al Productor le corresponde asesorar claramente a los usuarios sobre las diferencias y particularidades de cada tipo de seguros, y asesorarlo si tiene algún siniestro. Las aseguradoras deben cumplir al pie de la letra lo pactado en las pólizas, simplemente y sin demoras.

La SSN debe controlar y velar para que todo eso se cumpla (además que los asegurados no cometan fraudes). Ante cualquier controversia entre las tres partes, la SSN puede actuar en primera instancia (recibiendo denuncias, derivando reclamos, etc.). Si esto no alcanza, se puede concurrir a la Justicia.

El asegurado puede cerciorarse de que esta tratando con un productor habilitado pidiéndole la credencial con el N° de Matrícula de Productor, y posteriormente preguntado a esta SSN. El problema es que muy pocos usuarios conocen esto.

Si el productor ofrece un seguro de una aseguradora "fraudulenta", tiene responsabilidad total. Si es consciente del fraude, es un delincuente o defraudador.

Además de los productores, pueden ofrecer un seguro las mismas compañías directamente o instituciones que actúan como Agentes Institorios (por ej.: el Automóvil Club Argentino).

Formalmente todos los Productores deben ser independientes. Pueden trabajar para una Cía. de Seguros, pero no estar en relación de dependencia. La única clasificación que reconoce la SSN es: individuales o agrupados en sociedades.

En el caso, que ocurra un siniestro y el productor no presentó los pagos realizados por el asegurado ante la aseguradora es otra forma de delito por el cual puede ser sancionado o enjuiciado. En muchos casos depende de la relación que tenga con la aseguradora, quién a veces reconoce el pago con ciertos retrasos (otras no).

7.2.3. Capacitación a productores

Desde hace unos 3 años, la SSN no capacita más.

De esto se encargan las instituciones autorizadas por la SSN. Cada Productor debe enviar a esta SSN copia de su certificación de haber realizado la capacitación, cosa que se corrobora con la institución en que la hizo.

Además del curso inicial, los Productores deben cumplir con un proceso de "capacitación continua", que los obliga a realizar cierta cantidad de horas de capacitación anuales.

Normativa vigente (8)

Ley N° 22.400 y la Resolución SSN reglamentaria N° 28.497.

- Cuestionario realizado a un productor de la Cía Federación Patronal **(A)**

- **¿Cuál es el rol que desempeña el productor de un seguro?**

El rol del Productor tiene dos partes esencialmente, una es la de asesorar al cliente sobre los riesgos a los que esta expuesto un bien (en los seguros patrimoniales) o una vida (en los seguros sobre las personas) y cuales son las mejores coberturas para que de producirse el siniestro se recupere el daño producido al patrimonio del cliente o en el caso de los seguros de vida no se altere el nivel socioeconómico de las personas que dependen económicamente de él. La otra es la de generarle negocios a la compañía de seguros.

- **¿Qué tipo de capacitación realizan los productores?**

Actualmente para matricularse se debe cursar una carrera cuya duración depende de lo que haya propuesto la entidad educativa (puede ser de un par de meses o más). En el Área de Productores de la SSN se tiene la

lista de las entidades cuyos planes de estudios fueron aprobados. Además se deben cumplir 15 horas de cursos de capacitación por año.

- **¿Es estricto el control que les realiza la SSN sobre la capacitación anual?**

Junto con la constancia del pago de la matrícula anual se deben acreditar mediante los certificados correspondientes las horas de curso a las que me referí en el punto anterior.

- **¿Qué controles realiza la aseguradora a los productores?**

Las compañías de seguros controlan a los productores sobre la siniestralidad que tienen en su cartera con respecto a su volumen de producción fundamentalmente. Además controla su comportamiento comercial hacia ella y hacia los asegurados.

- **¿Que tipo de asesoramiento se le da al asegurado? Cuánto contacto se mantiene con él ?**

El contacto se mantiene con el cliente es muy relativo, ya que depende del tipo de póliza y del tipo de cliente, hay clientes que se los visita mensualmente y hay otros que solo una vez por año. Pero lo importante es que siempre sepan que cuentan con nosotros para satisfacer sus necesidades ubicándonos por vía telefónica o en nuestra oficina.

- **¿Al asegurado se le informa sobre la renovación del seguro? ¿Sobre las consecuencias de la morosidad en el caso que así lo sea?**

Personalmente, le informo en todos los casos sobre la renovación de su póliza de seguro y la cierro con el acuerdo del cliente. Además pocas

veces hace falta aclararle sobre la suspensión de la cobertura por falta de pago de la póliza, porque el cliente ya lo sabe.

○ **¿Porqué puede un asegurado resistirse a adquirir una póliza de automotor?**

Por mi experiencia te puedo decir que por dos razones fundamentalmente, una es por cuestiones económicas y la otra es porque esta creído que las cosas malas les pasan a los demás y no a el, te dicen "a mí que me puede pasar".

8. Proposición

"Metodología para evaluar los riesgos de tomar un seguro automotor en la Argentina, desde la visión del potencial asegurado."

Para poder desarrollar una metodología o guía para el potencial asegurado donde pueda evaluar los riesgos de tomar un seguro automotor en la Argentina, se deberá conocer previamente el marco legal y jurídico sobre el que opera el seguro de automotor detallando sus principales circulares y las responsabilidades legales de la SSN, de la Calificadora financiera y de los Reaseguros al momento de responder de garantizar el pago del siniestro al asegurado.

También se analizará como debe actuar el asegurado en caso de siniestro además de mostrar las estadísticas de siniestros del seguro automotor y los juicios pendientes por pólizas impagas.

Y por último se conocerá las tendencias del marketing en el mercado asegurador.

8.1. Estadísticas y Circulares (8)

A continuación se mencionarán y describirán las circulares que se han consultado y analizado para este trabajo. Las actualizaciones de éstas circulares podrán consultarse en la SSN personalmente o por internet en www.ssn.gov.ar.

Ref: (8) Para mas detalles sobre la referencia ir a 9.9.9.

8.1.1. Circular 4512

Se refiere a los juicios pendientes de cada compañía y el estado.

Ejemplo: estados de cobertura de compromisos exigibles y siniestros liquidados a pagar al 30 de setiembre de 2001.

Ministerio de Economía
Superintendencia de Seguros de la Nación

BUENOS AIRES, **17 ENE.**
2002

REF.: ESTADOS DE
COBERTURA DE
COMPROMISOS EXIGIBLES
Y SINIESTROS LIQUIDADOS
A PAGAR AL 30 DE
SETIEMBRE DE 2001.

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objeto de poner en su conocimiento las cifras que surgen de los *Estados de Cobertura de Compromisos Exigibles y Siniestros Liquidados a Pagar* correspondientes al **30 DE SETIEMBRE DE 2001**, presentados por las entidades aseguradoras de acuerdo con lo dispuesto en el punto 39.8 del Reglamento General de la Actividad Aseguradora.

No se incluyen las cifras de LUA SEGUROS LA PORTEÑA S.A. atento que la entidad no presentó la información de referencia.

Saludo a usted atentamente.

Firmado por: **Cdor. Ruben D. Poncio**

8.1.2. Circular 4513

Se refiere a los estados patrimoniales, indicadores, composición de inversiones y resultados.

Ejemplo: estados patrimoniales al 30 de setiembre de 2001, indicadores, composición de inversiones y resultados.

*Ministerio de Economía
Superintendencia de Seguros de la Nación*

BUENOS AIRES, **17 ENE.
2002**

REF.: ESTADOS
PATRIMONIALES AL 30 DE
SETIEMBRE DE 2001,
INDICADORES, COMPO-SICION
DE INVERSIONES Y
RESULTADOS.

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objeto de poner en su conocimiento las cifras que surgen de los estados patrimoniales, indicadores, composición de inversiones y resultados, correspondientes al **30 DE SETIEMBRE DE 2001**, presentados por las entidades aseguradoras de acuerdo con lo dispuesto en el punto 39.7 del Reglamento General de la Actividad Aseguradora.

No se incluyen las cifras de LUA SEGUROS LA PORTEÑA S.A. atento que la entidad no presentó la información de referencia.

Saludo a usted atentamente.

Firmado por: **Cdor. Ruben D. Poncio**

8.1.3. Circular 4523

Se refiere al ranking de la Producción Total y al ranking de cada uno de los Ramos del Seguro, la mayoría confeccionados con la Producción del trimestre, y otros con la de los últimos 12 meses. En ellos se identifican las principales aseguradoras de cada Ramo.

Ref.: Boletín estadístico.

Anexo 3: producción trimestral de seguros por ramos y naturaleza jurídica (en miles de pesos). Producción de seguros de los últimos 12 meses (periodo desde – periodo hasta) por ramos y naturaleza jurídica(en miles de pesos)

Anexo 4: serie de la producción trimestral de seguros por ramos(en miles de pesos)
Cuadro de Total de Producción

Anexo 5: primas trimestrales por ramos de actividad-(en miles de pesos)-

Anexo 6: estructura y relaciones con respecto a primas emitidas y otras variables por ramos.

Anexo 7: primas de los 12 últimos meses por ramos de actividad en valores nominales por período trimestral.

Anexo 9: contiene la participación del último trimestre por compañía aseguradora sin discriminar por rubro de acá puedo sacar cuáles son las que tiene mas producción en general.

- El Cuadro 8 (Anexo 9) es el Ranking de la Producción Total en el trimestre al que corresponde la Circular.

- El Cuadro 9 (Anexo 10) es el mismo Ranking de la Producción Total pero en los últimos 12 meses (es decir un año completo), al momento que corresponde la Circular.
- Los siguientes Cuadros (desde el N° 10 y hasta el 36), corresponden a los Ranking de cada uno de los Ramos del Seguro (Incendio, Automotores, Vida Individual, etc.). La mayoría confeccionados con la Producción del trimestre, y otros con la de los últimos 12 meses. En ellos se identifican las principales aseguradoras de cada Ramo.

Anexo 12: Participación porcentual de las empresas de mayor producción - ubicación y variación con respecto al trimestre anterior en el ramo de automotores.

Cuadro N° 13: figuran las 70 principales aseguradoras de Automotores (concentran el 99,9 % de la Producción del Mercado).

8.1.4. Circular 4327

Se refiere a la distribución geográfica de los seguros por ramos y jurisdicción indicando la participación porcentual de las principales aseguradoras

Ref. : Distribución Geográfica de la Producción de Seguros.

El anexo 2: Contiene un índice sobre los cuadros.

El anexo 3: Contiene una descripción de la circular y de los cuadros que la Componen y la producción de cada uno de los Ramos para este período expresado en miles de pesos. (Informa la fuente de la información)

En el anexo 4: Se encuentran los cuadros que hacen referencia al seguro automotor.

- Cuadro N° 4:Estructura de la Producción clasificada por Jurisdicciones y Ramos de los Seguros de Daños Patrimoniales
- Cuadro N° 5:Estructura de la Producción en los Ramos de Seguros de Daños Patrimoniales por Jurisdicciones
- Cuadro N° 6:Estructura de la Producción de las Jurisdicciones por Ramos de los Seguros de Daños Patrimoniales
- Cuadro N° 10: Evolución de la Estructura de la Producción de Seguros clasificada por Jurisdicciones hasta la fecha.
- Cuadro N° 11: Evolución de la Estructura de la Producción de Seguros de Automotores clasificada por Jurisdicciones desde 1982 hasta la fecha.

En el anexo 5: Contiene las planillas por jurisdicción geográfica.

- Cuadro Nro. 01a al Nro. 25 a, contiene gráficamente el cuadro Nro. 4 del anexo4 por cada provincia de la Argentina, Indicando la participación porcentual de cada aseguradora.

8.1.5. Circular 4319

Se refiere a la Información sobre Juicios hasta la fecha por ramos y aseguradoras.

Ref. : Información sobre Juicios hasta la fecha.

Anexo 2: Descripción de la circular.

Anexo 3: Cuadro 3 contiene la cantidad de juicios en el ramo automotores.

Anexo4: Estructura por ramo de la cartera de juicios.

8.1.6. Circular 4456

Se refiere a la Situación del Mercado Asegurador.

Ref. : Situación del Mercado Asegurador hasta la fecha..

Anexo2:Indice

Anexo4: Contiene los cuadros:

- Cuadro 6a: Indicadores de gestión por ramos de actividad. Participación porcentual, primas retenidas, primas emitidas.
- Cuadro 6 b/c: Indicadores de gestión por ramos de actividad. Siniestralidad.

8.1.7. Otras circulares de interés

Estadísticas de Pólizas y Siniestros; Producción Mensual de Seguros; El Reaseguro Pasivo; Evolución del Mercado Asegurador; Ranking de Patrimonio Neto (todas de la Gerencia de Estudios); Estadísticas Automotores (la hace la Gerencia Técnica).

8.2. Calificación de Riesgos

Con respecto a éste tema se consultó al Dr. Alejandro Molinari **(A)** del área de seguros de daños patrimoniales de la Superintendencia de Seguros, que comentó lo siguiente:

“La calificación financiera no es oficial, a esto se puede someter cada aseguradora con la denominadas Calificadoras de Riesgo pero no es obligatorio, lo que es oficial son los indicadores económicos financieros que se pueden consultar trimestralmente mediante circulares, telefónicamente o mediante la página de la Superintendencia”.

La calificación financiera no es un tema de esta Superintendencia. Las Calificadoras de Riesgos (no aproximadamente 6), deben estar registradas y son controladas por la Comisión Nacional de Valores, entidad en la cual deben figurar los rubros a los que pueden o deben dedicarse, aunque no tienen limitaciones (es decir que todas podrían calificar a las aseguradoras dedicadas a Automotores). Algunas de las Calificadoras son: Evaluadora Latinoamericana SA; Magíster Bank Watct; Value; DCR Arg. ; Standard & Poor’s; Evidra; Fich IBCA; etc.). Cada uno tiene su propio método y escala evaluación, aunque como siempre sucede se copian entre ellas.

8.3. Reaseguro

El reaseguro podría decirse que es el Seguro de las aseguradoras.

Algunas Cías requieren un respaldo de una reaseguradora que avale económicamente a la cía de seguros respecto a las sumas aseguradas por la misma. La Superintendencia verifica que el contrato firmado con la reaseguradora sea válido y correcto.

La Superintendencia no controla la necesidad o no de una reaseguradora para cada entidad aseguradora. Lo que se controla es que los niveles de retención de riesgos de las entidades aseguradoras se ajusten a la situación económico-financiera de

cada una de ellas, y en virtud de ello, las aseguradoras puede optar por contratar reaseguro, realizar aportes de capital, etc.(**B**)

8.4. Marco Jurídico

8.4.1. Leyes que protegen al asegurado / aseguradoras.

Las dos leyes corresponden básicamente a:

- Ley N° 17.418: Los Contratos de Seguros. En esta figuran los derechos y obligaciones de asegurados y aseguradoras, por ende contiene los aspectos dedicados a sus respectivas defensas y cuidados
- La Ley N° 20.091: Misión, Funciones y otras cosas de la SSN. Excepto en la parte en que menciona las funciones relativas a los asegurados, esta no toca para nada ese tema.

Además están:

- Decreto N° 1251/97: Plan Estratégico de la SSN. Tiene varios puntos dedicados a la Atención y Protección del Usuario (dentro de los cuales están los Asegurados).
- Ley N° 24.557: Riesgos del Trabajo. Cubre todos los temas de este Ramo del Seguro entre ellos los deberes y derechos de los Asegurados.

Todas las otras leyes y legislaciones en seguros, cubren temas técnicos muy concretos (Reaseguros, Productores, AFJP, etc.), y no tocan la parte de los Asegurados.

Nota:

Las leyes N° 24.557; 17.418 y el Decreto N° 1251/97, se las puede consultar en el Boletín Oficial.

8.4.2. Asesoramiento legal de la SSN

La SSN, brinda asesoramiento legal gratuito. Pero más que un "asesoramiento completo", es una orientación sobre lo que se debe o puede hacer según los casos. Esa función la cumple la Gerencia Jurídica, aunque previamente se les consulta sobre la forma en que contrataron los seguros, ya que si se lo hizo a través de los Productores-Asesores de Seguros, son éstos los que deben inicialmente cumplir por Ley esa función.

8.4.3. Función y responsabilidad del área legal de la SSN

Extrayéndolo de las Funciones que figuran en la Estructura Orgánica de la Superintendencia: "Dictaminar en las cuestiones legales que se sustancian en la SSN, relativas a la normativa y control jurídico de los actos administrativos, así como en asesoramiento y patrocinio legal de la SSN. También ejecutar las liquidaciones de las aseguradoras en los casos que la normativa vigente lo disponga".

Para que las Cías. puedan funcionar, deben cumplir varios requisitos contables y jurídicos establecidos por las Leyes, y por una gran cantidad de Resoluciones de la SSN. La Superintendencia controla el cumplimiento de esos requisitos

Por ejemplo: deben tener capitales mínimos según los ramos en que trabajen; deben tener relaciones técnicas contables establecidas en las normas existentes; los actuarios y auditores externos deben presentar informes sin observaciones sobre sus balances; sus autoridades deben hacer declaraciones juradas diversas periódicamente; etc.), y si se encuentran diferencias, errores, incumplimientos etc., se aplica la escala de sanciones de acuerdo con la falta cometida. La sanción más grave es la revocación de la autorización para seguir actuando como aseguradora, y usualmente eso lleva posteriormente a la liquidación (voluntaria o forzosa) de las

entidades. En los últimos 10 años, pasaron a estar "en liquidación" un promedio de 15 Cías. por año, la mayoría de las cuales actuaban en Automotores.

8.4.4. Principales causas legales de no cobro de siniestros

Un asegurado puede no cobrar un siniestro por muchas y diversas causas. Por ejemplo: si no estaba al día con el pago de las primas; si se sospecha que el siniestro no fue tal (iría a juicio); si no se cumplen las condiciones de la Póliza (que lo ocurrido no estaba cubierto); etc.

8.4.5. Estadísticas de no cobro de siniestros

No se llevan estadísticas sobre las principales causas de no pago de siniestros pero en los Balances que presentan trimestralmente las aseguradoras, dentro del rubro "Siniestros", hay una cuenta que se llama: "Siniestros Pendientes", que son aquellos que aún se encuentran tramitando dentro de las Cías. Al final puede ser que se paguen, o que no, o que se vaya a juicio. Información relativa en la circular 4456 Ver bibliografía **(7)** denominada "Situación del Mercado Asegurador".

8.4.6. Actitud de la SSN ante posible "fraudes"

La palabra no sería exactamente "fraude" (tal vez "estafa" sería un término más preciso), ya que fraude se usa al revés: cuando un asegurado intenta engañar con un siniestro a una aseguradora. En la SSN existe una Unidad de Atención al Usuario, que es la que inicialmente recibe ese tipo de consultas. De acuerdo al tema o gravedad del problema, puede pasar a la Gerencia Jurídica que es la que sugiere los caminos a tomar.

Entonces cuál es el procedimiento legal que ejecuta la SSN en el caso de aseguradoras que se presumen fraudulentas?

Lo realiza a través de la Gerencia Jurídica, que tiene una serie o escala de sanciones. La escala de sanciones comienza con **Apercibimientos**, sigue con **Suspensiones**, luego se le **Prohiben** algunas cosas (por ejemplo: la emisión de

nuevas Pólizas, el uso de sus Activos, etc.), y finaliza con la Revocatoria de la autorización para operar.

8.4.7. Responsabilidad legal de la calificadora financiera

Las calificadoras de riesgo no tienen ninguna responsabilidad con respecto a la solvencia de la empresa a la que evalúan, mas que mantener su buen nombre y honor. Las reaseguradoras en cambio deben cumplir el contrato que tengan con la aseguradora, el que es distinto en cada caso.

8.4.8. Es mayor el % de no cobro de siniestros en casos de autoscoring?

Las aseguradoras que lo aplican, “castigan” a los “chocadores o siniestradores”, y “premiar” a los cuidadosos o que usan poco sus autos. Es probable que eso limite indirectamente los siniestros, pero no es lo específico, ya que si un “siniestrador” quiere seguir en esa empresa, lo hace y sigue provocando siniestros, pero lo que sucede es que debe pagar más.

El asunto es que el “autoscoring” hace que las aseguradoras que lo aplican supuestamente tengan menos siniestros que las otras, ya que al aplicarlo van haciendo que los “siniestradores” frecuentes tengan que pagar más sus seguros y por lo tanto terminen yéndose a otras compañías, quedándose con asegurados más cuidadosos o con más suerte (pero que se siniestran menos).

8.4.9. Valores de siniestros y primas de la Aseguradora Federación Patronal

- % de siniestros de la Aseguradora Federación Patronal hasta el 2001.
 - 2000-2001 – Indice siniestralidad=63.21 %
 - 1999-2000 – Indice siniestralidad=60 %
 - 1998-1999 - Indice siniestralidad=54 %
 - El 88,31 % de siniestros corresponden a los Automotores
 - El 80 % de la prima emitida corresponde a automotores

- Prima Emitida neta \$142.176.884 y siniestros pagos \$88.864.865
- La mayoría de los siniestros se producen en Automotores (Responsabilidad Civil) alrededor de un 70 %, integrando el porcentaje restante Incendio, Robos, etc.

8.5. Siniestros

8.5.1. Qué hacer en caso de siniestro

- A. Si choca con otro automotor solicite al tercero los siguientes datos:
 - 1. Nombre y apellido, domicilio del propietario del vehículo y del conductor;
 - 2. Teléfono;
 - 3. Documento del conductor;
 - 4. Número de registro, categoría y vencimiento;
 - 5. Aseguradora, póliza y vencimiento;
 - 6. Vehículo, patente, motor y color;
 - 7. Cédula verde;
- B. Trate de obtener testigos imparciales (Nombre y apellido, número de documento, domicilio y teléfono);
- C. Efectúe denuncia policial detallando claramente lo sucedido y consignando los daños producidos. Lea primero y después firme. Solicite copia de la denuncia;
- D. No asuma responsabilidades o culpas. Tampoco realice transacciones o acuerdos, el tercero deberá dirigirse a su aseguradora;
- E. Contáctese inmediatamente con su productor-asesor de seguros;

- F. Recuerde denunciar el hecho en la compañía de seguros dentro de los 3 días de haber ocurrido el siniestro, acercando copia de la denuncia policial y confeccionando el formulario de Denuncia de Siniestro que ésta le suministre.
- G. Documente por escrito todas las conversaciones y nombres de personas con las que se pone en contacto en relación con su reclamación.
- H. Mantenga un archivo de todos los papeles relacionados con su reclamación.

8.5.2. Qué hacer frente a una demanda judicial o reclamo

El plazo máximo para efectuar la denuncia es de 3 días. En caso de recibida una notificación de demanda judicial deberá dar noticia inmediata a la aseguradora cuando el tercero haga valer judicialmente su derecho y enviar toda la documentación pertinente.

La aseguradora asumirá la defensa judicial, salvo que la decline por escrito dentro de los dos días hábiles de recibido la documentación pertinente. Debe otorgar un poder en favor de los profesionales que designe la aseguradora para su representación judicial, a costa de la aseguradora hasta los límites establecidos en las condiciones contractuales.

La dirección del proceso es un derecho-obligación de la aseguradora. Si usted asume su propia defensa sin aviso a la aseguradora, los honorarios de los profesionales que designe quedarán a su cargo.

8.5.3. Documentación

La documentación o constancias que debe proporcionar el asegurado en caso de pérdida total por robo, incendio o accidente

- A. Denuncia Policial original y copia.

- B. Constancia de denuncia de Robo o Hurto o constancia de baja por Destrucción Total, según corresponda, expedida por el Registro Nacional de la Propiedad del Automotor mediante formulario tipo 04, debiéndose dejar constancia en observaciones, Entidad Aseguradora y Número de Póliza.
- C. Certificado de Estado de Dominio extendido por el Registro Nacional de la Propiedad del Automotor, acreditando que sobre la unidad no pesan embargos, gravámenes u otros impedimentos que permitan la libre disponibilidad del bien (Formulario 02).
- D. Constancia de Titularidad del Automotor Robado o Hurtado, emitido por la Dirección Nacional del Registro Nacional de la Propiedad del Automotor y de Créditos Prendarios.
- E. Constancia de la solicitud de la baja de patente ingresada en la Dirección de Rentas de la Municipalidad.
- F. Comprobante de pago de patentes.
- G. Libre deuda del Tribunal de Faltas.
- H. En caso de existir acreedor Prendario, certificado de deuda.
- I. Cesión de Derecho a favor de la Entidad Aseguradora, mediante firma en Formulario Nro. 15 provista por la misma, para su posterior inscripción en el Registro Nacional de la Propiedad del Automotor.
- J. Impuesto de emergencia a los Automóviles -Año 1990-, o cualquier tributo que en el futuro lo gravase.
- K. Juego de llaves del Vehículo.

8.5.4. Cuadro de Siniestros

Se pueden consultar la cantidad de Siniestros de Autos en las Circulares y Normativas de la SSN **(8) según:**

- tipo de vehículo -tv-
- hecho generador -hg-
- monto del siniestro -m-
- antigüedad del vehículo -af-
- lugar de ocurrencia-l-

8.5.5. Siniestros pendientes a cobrar por aseguradora

Ver Circular 4513, **(8)** información sobre compañías y pago de siniestros difundido por la Gerencia de Control, Área de balances. Ver mas detalles en el punto 4.4 **Anexo 2** “Información sobre Juicios”.

8.5.6. Qué puede hacer un asegurado ante una aseguradora "fraudulenta"

Qué puede hacer un asegurado ante una aseguradora "fraudulenta"? que al momento del siniestro no paga o se declara en quiebra? o incluso pueden existir casos de aseguradoras fantasmas?

Un asegurado que no cobra por presentarse en quiebra la aseguradora deberá colocarse en la cola de los acreedores y esperar a que luego de la liquidación del activo quede algo para él.

Hay algunas multinacionales que vienen a probar suerte y si el negocio no les cierra se van así como vinieron. El asegurado puede contar con el asesoramiento del productor o la información que la SSN le ofrece al público en general para decidir donde asegurarse.

Existen aseguradoras no autorizadas por la SSN pero que venden seguros (los denominados seguros “off shore”).

Estas últimas son difíciles de detectar y castigar, y en realidad de acuerdo a la legislación, el delito lo cometen los que se aseguran en ellas, y que si se los detecta tienen fuertes multas.

8.6. Marketing en el mercado asegurador

"Una fuerte empatía con los clientes es absolutamente vital para tener éxito en las ventas" Harvey Mackay's . "

Conviene aquí repasar la norma de Ed Mayer llamada la regla del 40-40-20 que establece que el éxito o fracaso del lanzamiento depende: 40% del mercado a que se dirige; 40% de la marca, el producto y la oferta que realiza y 20% de la creatividad utilizada en presentar la propuesta.

La norma de Mr. Mayer es largamente compartida por casi todos los especialistas en marketing directo, sin embargo para América Latina donde el conocimiento de las entidades aseguradoras por parte de la población, es al menos limitado, el primer tema "La Marca" toma una importancia que definitivamente no tiene en mercados más maduros como Europa o los Estados Unidos.

El 40% del éxito – decíamos – se debe a la marca, el producto y la oferta que sobre el mismo se realiza, sin embargo es posible presentar este concepto de otro modo.

Expresando el 40% como la totalidad, podemos decir que la marca es el 1/3, el producto el 1/3 y la oferta el restante 1/3, pero que en ningún caso tienen energía o valor alguno en forma aislada, por el contrario forman binomios.

Marca-Producto es igual al 2/3 y con una buena oferta producen el 100% de la potencia necesaria, con una marca o producto inadecuado – para el mercado objetivo- podríamos encontrarnos solo con una buena oferta que a no dudar obtendrá una baja respuesta.

Producto-Oferta forman un 2/3 y quedan allí sin la marca adecuada para el esfuerzo comercial que se realiza.

La mejor formula antes de ponerle precio es la de la “Marca de pertenencia del público objetivo, reconocida por ser especialista en el producto a vender”, en este caso estamos en el paraíso del vendedor. Si encima el precio es el justo, habrá un éxito garantizado.

La “pertenencia” se detecta en forma muy elemental, una compañía de seguros donde la mayoría de los asegurados y los accionistas provengan por ejemplo del negocio de la aviación comercial y que se especialice en seguros de muerte a consecuencia de accidentes en viaje,

tendrá a no dudar un éxito tremendo si produce un envío del producto que la destaca a los empleados de las aerolíneas en general y a los viajeros frecuentes en particular.

Si no hay “pertenencia” y muchas veces simplemente no existe es correcto sustituir la empresa por otra que sea reconocida como especialista en el producto a vender y es obvio mencionar que el producto debe ser precisamente el objeto de la fama de la aseguradora.

La segunda alternativa es más débil pero aún suficientemente buena como para intentar suerte, ahora, en América Latina, si la aseguradora no es reconocida al menos como especialista en el producto a vender la inversión comercial podría producir resultados insuficientes, antes de hacer negocios allí dígame a esa empresa que construya su fama con el esfuerzo de otros profesionales y no el suyo.

La relación de la “marca” con el “producto” ha quedado establecida, y antes de ir al vínculo del “producto” con el “precio” es conveniente tratar un poco el tema de los “permisos sociales”. Usted conoce suponemos el grupo sobre el cual se lanza, y debe demostrar ese conocimiento en la selección del servicio que ofrece, volviendo al ejemplo utilizado, tiene “permiso social” para vender seguros de muerte accidental en viaje al personal de las líneas aéreas o a sus viajeros frecuentes, así como tiene “permiso” para proponer una cobertura de contagio accidental del SIDA

a un grupo de enfermeras o médicos, aquí no hay margen de error, el producto debe ser percibido como necesario, contar con “permiso” de la “sociedad” a la que se dirige.

Con la “marca” adecuada y un “producto con gran permiso social”, el tema “precio” se torna en la clave para un suceso de gran envergadura.

En primer lugar el prospecto, comprador potencial, tiene que percibir que el producto que va a adquirir parece a primera vista muy económico con respecto al gran conjunto de ventajas que ofrece.

Cuando se dice: “Emisión de un seguro de \$25.000. ¡ garantizada! para personas mayores de 60 años y por menos de \$1 por día, con el beneficio adicional de doble indemnización por muerte accidental y \$25 de renta diaria por internación a consecuencia de cualquier tipo de cirugía.”

Significa que se ha ofrecido mucho a un mercado que sabe que paga más que las personas jóvenes y lo ha minimizado mostrando el costo diario, ha hecho los deberes muy bien.

La mejor sugerencia para quienes se inician en el mercadeo masivo es la de impulsar un producto que se perciba como “diferente”, en el mercado objetivo y que se vea barato, mas allá de que no lo sea realmente.

Tenemos una buena marca, el mejor producto y un precio percibido como ventajoso, ahora hay que decir las cosas en forma artística, generando confianza y ganas compulsivas de comprar.

8.6.1. Tendencias de marketing en el mercado asegurador (4)

El incremento de la competencia y la consolidación del mercado ha reducido algunos productos de seguros al estado de "comodity", obligando a las compañías aseguradoras a redefinir sus estrategias de producto y su aproximación a los clientes a aprovechar el conocimiento del cliente para fidelizarlo y generar más negocio.

Como consecuencia, las compañías aseguradoras se ven obligadas a utilizar herramientas de marketing y análisis (Crm) para combatir el lento crecimiento de los clientes y la creciente competencia.

Con estas herramientas se puede:

- Planificar, gestionar y ejecutar sofisticados programas de marketing integrados a través de cualquier canal de contacto con el cliente.
- Tener una vista completa de sus clientes y su negocio permitiéndole segmentar e identificar diferentes segmentos de clientes para ejecutar campañas de marketing perfectamente dirigidas a cada perfil.
- Identificar y retener a los clientes más importantes.
- Incrementar los ingresos y hacer crecer el valor de cada cliente a través de campañas de venta cruzadas e inducidas.
- Mantener una atención al cliente de gran calidad en todos los canales y puntos de contacto con él, incluyendo ofertas personalizadas en tiempo real.

8.6.2. Ponencia: Enfoque estratégico sobre la relación producto-mediación **(3)**

La ponencia plantea que las compañías deben decidirse por un modelo de gestión basado en el producto, como hasta ahora; o bien optar por un modelo basado en la gestión integral de clientes.

Las compañías aseguradoras están en una encrucijada. Tradicionalmente han gestionado el mercado cómo si fueran “fabricas de productos” (es su terminología) dejando a los mediadores la comercialización y gestión del cliente.

En los últimos años se han conocido nuevos enfoques y herramientas que permiten mejorar la productividad comercial si se aplican de una forma integrada, es decir, en un esquema de colaboración entre “fabricantes” y “distribuidores”. Nos referimos a las estrategias de Marketing Relacional y a las herramientas de “Customer Relationship Management”. Asimismo, aparecen nuevos canales que pueden vehicular estos desarrollos, si se coordinan funcionalmente poniendo al cliente en el centro de todo el sistema.

Gradualmente, las compañías aseguradoras están incorporando algunos de estos elementos, por ejemplo call centers, pero de una forma desordenada y sin un modelo de negocio claro.

Un primer “premio” para el enfoque de clientes es un aumento espectacular en los resultados de las campañas comerciales el equivalente en el mercado a lo que en su día representó “la automatización” de las fábricas, determinante en la supervivencia de unos y la desaparición de otros.

De mantenerse en el modelo de producto, podrían seguir delegando la comercialización en los mediadores, remunerando captación y mantenimiento de sus carteras y evolucionar dentro de este modelo ofreciendo productos de riesgo e inversión competitivos; pero si deciden entrar en la gestión de clientes necesitarán la colaboración de estos mediadores y su integración en un sistema único y multicanal verticalmente concertado.

La coexistencia de ambas estrategias es posible que lleve a una selección de los mediadores, que de hecho ya se está produciendo. Quedarán los agentes con un

perfil comercial integrados en el sistema de la compañía y las grandes corredurías y uniones de profesionales con suficiente dimensión e implantación local para negociar con las compañías.

Pero la situación actual no es ideal para iniciar estos cambios. En muchas compañías están más pendientes de las fusiones que del mercado y el desencuentro de las aseguradoras con los mediadores es máximo.

Los mediadores señalan que entre todos los factores importantes para su éxito, la relación con las compañías es aquel en el que tienen menor margen de maniobra y menos expectativas. Afirman que las compañías dan mal servicios a “sus” clientes, cambian de políticas y personas constantemente y los tratan desde la prepotencia. Afirman que el cliente final, normalmente fiel y estable en sus decisiones de compra, está perdiendo su natural lealtad a los productos y proveedores de riesgo. No nos debe extrañar porque el principal beneficio buscado en la lealtad es precisamente la estabilidad y la confianza. Confianza basada en el cumplimiento continuado de las promesas, en la obtención estricta y segura del servicio

Si la **realidad** es cómo percibimos la **realidad**, esta es la **realidad** de los mediadores, de difícil encaje en el esquema colaborativo win-win necesario para que las compañías que lo deseen desarrollen estrategias de clientes.

Pero las mayores dificultades están en las propias organizaciones volcadas en el corto plazo y la gestión operativa. Porque la estrategia de clientes no es mero cambio comercial o de marketing, no es sólo tecnología. Exige un cambio en profundidad del modelo de negocio: para transformar la “fabrica de productos” en una “tienda de clientes”. Hay que tocar todos y cada uno de los elementos del sistema de negocio, empezando y terminando en la cultura de la organización, de una cultura administrativa a otra de servicio y relación.

8.6.3. El Marketing Directo como herramienta del mercado asegurador **(2)**

La actividad del agente profesional de seguros tiende (en los países Latinoamericanos), a ser bastante personal y eso acota las posibilidades de éxito.

Sin embargo, pocos profesionales deciden apostar a nuevos recursos como forma de crecer y mejorar las ganancias de la agencia. Es probable que esa especie de timidez se deba al desconocimiento que existe respecto de las acciones de mercadeo masivo que usualmente quedan en manos de aquellas aseguradoras que pretenden trabajar sin la ayuda de los profesionales del sector.

Esas aseguradoras podrían o no tener éxito, ya que usualmente el cliente obtenido desde el mercadeo masivo o a través de un centro de ventas telefónicas no es sino un busca-precio con alta tendencia a la rotación. En este mismo espacio, un agente consigue también una venta por correo o telefónica, pero al mismo tiempo tiene la capacidad de observación necesaria para detectar a los compradores con mayor potencial y convertirlos en cartera permanente.

El marketing directo, es entonces un recurso más apto para el agente que para el asegurador, se puede utilizar con éxito para expandir el número de clientes con el uso de pocos espacios personales, aún cuando todo queda sujeto al cumplimiento de ciertas condiciones esenciales:

- Las actividades relacionadas con el marketing directo deben ser permanentes y el plan de negocios debe siempre fijar objetivos de largo plazo. Es un requisito entender que esta herramienta es muy rentable, genera ingresos estables gracias a su escasa rotación, pero
- Requiere de ser considerada como una inversión ya que la curva del éxito se comporta notablemente de menor a mayor.

El marketing directo requiere de que al menos uno de los dos elementos centrales sea conocido por el prospecto (el producto y /o la aseguradora), empresas desconocidas con productos novedosos no son buena mezcla al momento de tratar de vender.

Es necesario evitar percibir esta actividad como “de oportunidad” siendo que un primer fracaso es solo una enseñanza, nunca se debe incrementar los precios por

arriba de los usuales en el mercado y no existe ninguna oportunidad de recobrar la inversión antes de los 3 años.

El objetivo central del esfuerzo es el cliente. El servicio debe ser al menos igual al usual o mejor, de donde el comprador debe percibir notoriamente que al haber ingresado a la industria del seguro a través de un método masivo de mercadeo promovido por un agente profesional, recibe valores agregados que el centro de llamados telefónicos de un asegurador, no puede y usualmente no quiere ofrecer.

8.6.4. Marketing directo: Conceptos Generales (1)

8.6.4.1. Definición: ¿Qué es el marketing directo?

El marketing directo es la comunicación a través de determinados medios que introduce la posibilidad de suscitar una reacción.

El marketing directo tiene dos objetivos:

Ganar clientes y fomentar la fidelidad de los mismos. Por su parte, el objetivo de la fidelidad de los clientes puede estar dirigido a que repitan la compra o a mantener la adquisición permanente de un producto.

También aquellas organizaciones cuyo objetivo primordial no es la venta de productos, desarrollan el marketing directo: para ganar socios, patrocinadores y para la información y formación de opinión.

8.6.4.2. Marketing directo en el marketing mix

Los mercados se encuentran en continuo movimiento. Las empresas se ven obligadas a adaptarse a nuevas circunstancias, motivadas por ejemplo por nuevos competidores o por nuevos productos. Dentro del área del marketing, a la hora de la fijación de productos y de precios, las empresas pueden reaccionar en el campo de la distribución o de la comunicación.

Aunque el marketing directo es una forma determinada de comunicación, su puesta en práctica puede tener importancia en otros ámbitos: así, el marketing directo puede ser parte integrante de la estrategia de distribución y de precios, cuando, por ejemplo, la venta directa de un producto puede ahorrar el servicio externo, permitiendo así la oferta de productos en mejores condiciones.

8.6.4.3. ¿Cómo funciona el marketing directo?

El marketing directo es un diálogo directo. A través suyo, las empresas quieren establecer un "diálogo" mutuo entre ellas y los clientes (potenciales) y mantener este contacto el tiempo que sea posible. A través del marketing directo, las empresas pueden ajustarse a los deseos del cliente de acuerdo con ofertas adaptadas a sus necesidades y ofrecer un trato individual.

La pregunta de si el marketing directo alcanza los objetivos marcados, puede determinarse fácilmente por la respuesta, lo cual constituye la ventaja más sobresaliente de esta forma de comunicación. La "cuota de respuesta" es decir, la cantidad de reacciones positivas a una medida de comunicación y el "cost-per-order" es decir, los costes por pedido realizado son las palabras clave en aquellas empresas que emplean el marketing directo.

Sin embargo, hoy por hoy el marketing directo no se limita únicamente al objetivo de obtener la cuota de respuestas lo más alta posible. Gracias al marketing directo se pueden hacer llegar contenidos que pueden estimarse incluso cuando no se formaliza un pedido o cuando no puede formalizarse. Por este motivo, el marketing directo se utiliza con frecuencia para la promoción de la imagen.

8.6.4.4. ¿Qué cuota de respuesta cabe esperarse?

Independientemente de si las acciones de marketing directo van dirigidas a empresas o a clientes privados, la cuota de respuesta depende de tres factores:

- Elección y formación del medio publicitario
 - Cuanto mayor sea la preparación de una campaña de marketing directo, mayor será la cuota de respuesta. De este modo, unos catálogos extensos alcanzan una cuota de respuesta que oscila entre

un 5 y un 30%. Unos mailings sencillos alcanzan cuotas que oscilan entre un 1 y un 3%.

- Objetivos publicitarios
 - Cuanto más se acerque el objetivo publicitario al objetivo de suscitar una compra, tanto menor será la cuota de respuesta. Ejemplo: un número relativamente alto de destinatarios reacciona ante la posibilidad de recibir un folleto gratuito. En el caso de folletos o de catálogos sujetos a precios, el número de respuestas baja de manera considerable. La cuota de respuesta es aún menor en el caso de que se exhorte directamente a los destinatarios a realizar una compra.

- Volumen de pedidos y necesidad de aclaración
 - Cuanto más alta sea la facturación que una empresa obtenga de un cliente típico, tanto menor será la cuota de respuesta. Ello puede explicarse por el hecho de que la necesidad de información antes de formalizar la compra de un producto crece ¿A quién se le ocurriría comprar una costosa maquinaria de fábrica vía carta y cupón respuesta?

8.6.4.5. Importancia del marketing directo

En los últimos años, la importancia del marketing directo ha crecido de un modo significativo en el mundo. En el mercado publicitario español, en marketing no convencional se invirtieron en 1997 exactamente 675.073 millones de Ptas. (un 51,1% del total de la inversión publicitaria española). De esta cifra, 312.916 millones de Ptas. (un 46,3%) fueron a parar a medios de marketing directo. Compare: la TV sólo obtuvo 245.209 millones, los diarios, 202.401, la publicidad en radio alcanzó los 62.457 millones de Ptas.

Resumen:

Tipo de marketing	% de inversión	Millones de Pesetas	Millones de Dólares	% Sobre el total
Total	100.0	1.322	7.30	100
No convencional	51.1	675.073	3.84	
• Marketing directo	46.3	312.916	1.78	23
• Otros	54.0			
Marketing Convencional	48.9	634.120	3.61	
• Televisión	38.66	245.209	1.40	18.5
• Diario	31.92	202.401	1.15	15.3
• Radio	9.84	62.457	0.35	
• Otros	19.58			

La explicación a este hecho hay que buscarla en una mayor competencia en diversos mercados, que ha hecho necesaria la comunicación individual con el cliente, y en el deseo de muchas empresas anunciantes de medir el éxito de los gastos publicitarios.

Los expertos cuentan con que en un futuro, un 75% de todos los gastos publicitarios se dirigirán al marketing directo, reservándose solamente un 25% para la publicidad tradicional.

8.6.4.6. Los instrumentos del marketing directo

La diferencia más importante entre los diversos instrumentos que pueden utilizarse para el marketing directo, estriba en la diferencia de si se conoce (o no) a los destinatarios por su nombre.

- Instrumentos, es decir, medios publicitarios, que únicamente pueden utilizarse en el caso de que se conozcan los destinatarios:
 - Mailings, es decir, cartas publicitarias que tienen una dirección postal
 - Teléfono
 - Fax
 - Correo electrónico

- Instrumentos, es decir, medios publicitarios que pueden utilizarse aún desconociendo la dirección de los destinatarios:
 - Buzoneo, es decir, cartas publicitarias sin dirección postal, catálogos, folletos
 - Anuncios
 - Encartes, folletos o tarjetas de adhesivo en periódicos y revistas
 - Radio
 - Internet
 - Televisión de Respuesta Directa (DRTV)

8.6.4.6.1. Mailings

- Ventajas:

Selección óptima de acuerdo con la demografía social, el ramo y la región

Contacto directo

Posibilidades casi ilimitadas para la presentación de la oferta

Muy buena capacidad de diálogo

Imprescindible para el diálogo con clientes fijos

- Inconvenientes:

Se requiere un amplio know-how en la administración de las direcciones

Requiere largos períodos de planificación y de producción

Despliegue logístico (banco de datos, coordinación del trabajo posterior)

8.6.4.6.2. Teléfono

- Ventajas:

Diálogo personalizado entre dos personas

Efectos inmediatos

Se puede utilizar a corto plazo

- Inconvenientes:

Solamente se puede utilizar en el marketing negocio a negocio o en acciones concretas en el marketing dirigido a clientes privados.

Costes muy altos en el caso de grupos objetivo grandes

Requiere mucho tiempo

8.6.4.6.3. Buzoneo

- Ventajas:

Buena cobertura regional

Costes relativamente bajos

Mucho espacio para presentar una oferta

- Inconvenientes:

Menor atención que un mailing con dirección

Pérdidas por dispersión, dado que apenas hay posibilidades de selección fuera de la región

8.6.4.6.4. Anuncios

- Ventajas:

Amplias ediciones

Se puede utilizar a corto plazo

Eficaz generación de direcciones

- Inconvenientes:

Bajo nivel de atención

Exigencias muy altas a una estructuración de oferta y anuncio dirigidos a un fuerte nivel de respuestas

Pérdidas por dispersión debidas a una falta de posibilidades de selección

8.6.4.6.5. Encartes

- Ventajas:

Mayor atención que el anuncio

Tests sencillos por medio de comprobaciones parciales

También puede utilizarse como parte de un mailing

- Inconvenientes:

Menores valores de atención que el mailing

Períodos largos de producción y de planificación

Pérdidas por dispersión debidas a limitadas posibilidades de selección

8.6.4.6.6. Internet

- Ventajas

Grandes posibilidades para la presentación del producto

Gastos de producción bajos

Solamente se alcanza una parte de la población (grupo objetivo)

- Inconvenientes:

Solamente se llega a una parte de la población

Requiere una búsqueda activa de los destinatarios según la oferta

8.6.4.6.7. Televisión de respuesta directa

- Ventajas:

Muy buenas posibilidades dramatúrgicas para la presentación del producto

Llega a un sector muy amplio

- Inconvenientes:

Costes muy altos para la producción y emisión

Pérdidas por dispersión debidas a una falta de posibilidades de selección

Métodos de respuesta

Existen asimismo varios medios para la reacción:

Tarjeta postal y carta

Teléfono

Fax

Correo electrónico

La oferta de medios de respuesta depende del medio publicitario utilizado, de la oferta y del grupo objetivo. Por ejemplo, en el caso de las empresas, el fax se ha convertido en un medio de respuesta imprescindible.

8.6.4.7. Porcentaje estimado del Marketing Directo sobre la inversión publicitaria total:
(1)

- U.S.A. 57%
- Alemania 38%
- Francia 37%
- España 23%
- Argentina 5%

9. Conclusión

El seguro automotor en la argentina lleva la ventaja sobre los otros tipos de seguros en cuando a la cantidad de primas emitidas y el de mayor producción. Asimismo observamos que es en el rubro el que mas juicios pendientes tiene por no pago de siniestros, por lo que el potencial asegurado debe estar muy bien asesorado para no caer en un sistema fraudulento o en un sistema que no le provea los la información o asesoramiento suficiente para elegir su seguro automotor con mínimos riegos de no cobro de siniestros.

Ante las múltiples ofertas en este mercado, el cliente suele rotar de aseguradora en aseguradora sin contar con el asesoramiento suficiente, eligiendo solamente por precio y no por las multiples variables que le van a garantizar la calidad del seguro. Es por esto que las aseguradoras que tiendan a buscar fidelizar al cliente y a asesorarlos de la mejor manera podrá contar con una mayor cartera de clientes satisfechos.

Por esto es importante mencionar aquí los aspectos que el potencial contratante de un seguro automotor deberá considerar sobre la Aseguradora y el Productor y los puntos a tener en cuenta cuando se contrata un Seguro Automotor. Para finalmente concluir con los pasos que deberá seguir al momento de contratar un Seguro Automotor.

9.1. Pólizas emitidas

El seguro automotor es el que más pólizas emite en relación a los otros ramos, obteniendo una participación porcentual a fines del 2002 del 85.27 % en el mercado, siguiéndolo el combinado familiar con un 6.84%. Para ver todos los porcentuales de los distintos ramos, ver el **Anexo 3**, “Cuadros estadísticos”, punto 10.5.4 .

9.2. Producción

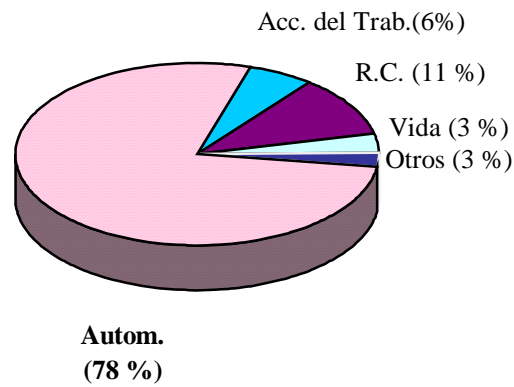
El seguro automotor es el que más produce en relación a los otros ramos, obteniendo una participación porcentual a fines del 2002 del 30.9 % en el mercado, siguiéndolo el ramo de Restos patrimoniales con 26.4%. Para ver todos los porcentuales de los distintos ramos, ver el **Anexo 3**, “Cuadros estadísticos”, punto 10.5.8 .

9.3. Cantidad de juicios

El seguro automotor está en primer lugar, más del 75% de los juicios corresponden al rubro automotores tal como lo representan los siguientes gráfico tomado de la circular 4319. Para saber como acceder a ésta circulares ir al punto **9.9.9. Ref (8)**. Para conocer mas detalles sobre los juicios ver el **Anexo 2** “Información sobre Juicios”.

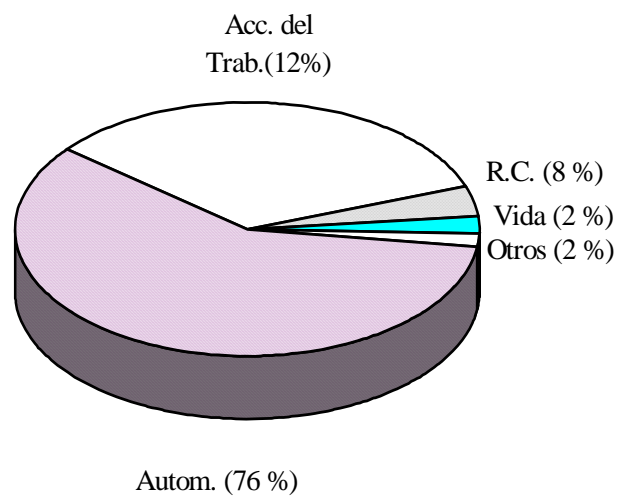
Fuente: SSN – Circular N° 4319 .

Estructura Porcentual de los Juicios del Mercado Asegurador Argentino por Ramo de Actividad al 31/12/2002



Fuente: SSN – Circular N° 4319 .

**Estructura Porcentual de los Juicios del Mercado
Asegurador Argentino por Ramo de Actividad
Al 30/09/2000**



9.4. Aspectos a considerar sobre la Aseguradora y el Productor.

Se debe recordar que el precio no es el único punto importante a considerar cuando se contrata un seguro. Debe hacerse hincapié en la situación económica y financiera de la entidad. También es importante el servicio que provea la aseguradora y el productor que se seleccione. Por lo tanto, al hacer su elección, es importante el conocimiento personal que el Asegurado tiene de la reputación de la aseguradora y del productor. Las siguientes preguntas le ayudarán a saber que debo buscar en una aseguradora y en un productor al momento de contratar un seguro.

9.4.1. ¿Qué debe buscar en una aseguradora?

Cuando contrata un Seguro de Automotores es importante contar con información que permita seleccionar la aseguradora apropiada. Para ello es conveniente consultar, en primer lugar, cuál es la situación patrimonial o financiera de la entidad y, en segundo lugar, si tiene medidas precautorias de algún tipo o sanciones, vigentes o recientemente dispuestas por la Superintendencia de Seguros.

9.4.2. ¿Qué debe buscar en un productor?

Un Productor Asesor de Seguros es un profesional que ejerce la actividad de asesoramiento e intermediación de seguros. Los Productores pueden desarrollar su tarea para una o varias Compañías y su retribución es una comisión que perciben en función de las primas de las pólizas que venden y que efectivamente se pagan. Para poder actuar como tales, los Productores deben estar matriculados en el "Registro de Productores Asesores de Seguros", a cargo de la Superintendencia de Seguros de la Nación. Entre sus funciones y obligaciones se encuentra la de asesorar a los potenciales asegurados, por ello es importante que, antes de

contratar un seguro, usted lo consulte acerca de los distintos tipos de pólizas a contratar y sus costos.

Al igual que las Aseguradoras, frente a la Superintendencia de Seguros, los productores u organizaciones de tales deben cumplir con ciertos recaudos administrativos; consecuentemente, usted también podrá consultar en el Organismo si ese productor u organización tiene o tuvo recientemente sanciones o medidas de algún tipo.

El asegurado debería pedir al productor el recibo emitido por la Aseguradora, ya que si bien algunos productores prefieren otorgar recibos propios, la aseguradora a cada productor le da una chequera con los recibos que debe dar al asegurado.

Esto favorece a la aseguradora, ya que en el caso que el productor no presente el pago en la Aseguradora, la Aseguradora reconocerá al Asegurado y el problema lo tendrá el productor.

9.5. Puntos a tener en cuenta cuando se contrata un Seguro Automotor

- Inicio y fin de cobertura: En el Frente de Póliza debe estar claramente especificado el inicio y el fin de la vigencia de la cobertura.
- Deberá tener presente que cuanto más antiguo es un vehículo resulta más difícil renovar o contratar un nuevo seguro.
- Capital Asegurado: El Asegurado deberá verificar que la suma asegurada se ajuste al verdadero valor del vehículo en el mercado, a fin de evitar el infra o sobreseguro.
- Cobertura de Accesorios: Si se desea cubrir accesorios que no fueran parte del modelo original de fábrica, éstos deberán estar discriminados y detallado su valor en el frente de póliza.
- El Asegurado deberá tener en cuenta si existen Franquicias o Descubiertos a cargo del Asegurado estipulados en la póliza y, de ser así, si las mismas se adecuan a sus necesidades.

- En los Seguros de Flotas, se otorga a cada Asegurado un certificado de incorporación, mientras que la póliza es entregada al Tomador/Contratante. En dicho certificado deberá constar el número de póliza; número de certificado individual de cobertura; fecha de emisión; vigencia inicial; nombre y domicilio del asegurado y/o tomador consignado en la póliza colectiva; nombre del asegurado individual; riesgos cubiertos; suma asegurada; premio total.
- Es muy importante destacar que bajo ningún concepto y circunstancia, la Superintendencia de Seguros de la Nación o el Estado, se hace responsable por el accionar o por las deudas que tanto el asegurado como la aseguradora tengan con los terceros damnificados. Tampoco responde por la aseguradora respecto de sus deudas con los asegurados, por cuanto no existe un régimen de garantías como el previsto legalmente para con los ahorristas perjudicados por el cierre de alguna entidad financiera.
- Antes de firmar la solicitud de seguro, llamar a la Superintendencia de Seguros y verificar que la aseguradora y el agente seleccionados tienen la autorización correspondiente para operar;
- Consultar en la Superintendencia de Seguros sobre la situación económica y financiera de la entidad aseguradora, dirigiéndose personalmente o por nota.

9.6. Pasos a seguir al momento de contratar un Seguro Automotor

9.6.1. Consultar en la SSN

- Consultar la situación patrimonial o financiera de la entidad aseguradora
- Consultar si tiene la aseguradora medidas precautorias de algún tipo o sanciones, vigentes o recientemente dispuestas por la Superintendencia de Seguros.
- Consultar si el productor esta matriculado en el "Registro de Productores Asesores de Seguros", a cargo de la Superintendencia de Seguros de la Nación.

- Consultar si el productor tiene sanciones

9.6.2. Puntos a tener en cuenta al momento de elegir autoscoring o no.

- El autoscoring hace que las aseguradoras que lo aplican supuestamente tengan menos siniestros que las otras, ya que al aplicarlo van haciendo que los “siniestradores” frecuentes tengan que pagar más sus seguros y por lo tanto terminen yéndose a otras compañías, quedándose con asegurados más cuidadosos o con más suerte (pero que se siniestran menos). Es importante que la declaración jurada que se realiza al tomar una póliza de automotores refleje la realidad del vehículo, uso, manejo del mismo. Ya que cualquier siniestro que se produzca en una circunstancia que no haya sido declarada, ocasionará el no pago de la póliza.
- Solicitar al productor el recibo emitido por la Aseguradora, ya que si bien algunos productores prefieren otorgar recibos propios, la aseguradora a cada productor le da una chequera con los recibos que debe dar al asegurado. Esto favorece al asegurado, ya que en el caso que el productor no presente el pago en la Aseguradora, la Aseguradora reconocerá al Asegurado y el problema lo tendrá el productor.

9.7. Integración

La mayor cantidad de los siniestros son en el ramo Automotores de responsabilidad civil y la mayor cantidad de juicios también son en este rubro, por ésta razón es importante que el potencial asegurador tenga una guía para poder contratar el seguro automotor adecuado, que le provea las pautas básicas a seguir para realizar un contrato confiable. Estos guía se detalló en el punto 9.5 y 9.6 donde se proveen los puntos y pasos a tener en cuenta al momento de contratar un seguro automotor respectivamente.

Cuerpo de Referencias

9.8. Extracto de la Tesis

Esta tesis analiza el mercado de seguros automotores de la argentina, brindando al asegurado una metodología para evaluar los riesgos de tomar un seguro automotor en este país, para ello he comenzado estudiando los conceptos básicos de los seguros de automotores, evaluando el porque la necesidad de contratar un seguro de este tipo, su objetivo, las cláusulas y coberturas que componen una póliza.

Luego he investigado la parte legal, que ampara al asegurado al momento de contratar un seguro y las responsabilidades de la SSN, de las aseguradoras y productores.

Finalmente he analizado los siniestros que se producen, las principales causas de no cobro de siniestros por parte del asegurado y detectado los puntos más importantes donde habría que tomar los recaudos necesarios para que el asegurado pueda prevenir un no cobro de siniestros, brindándole una metodología sencilla a seguir para que el cobro de su póliza sea prácticamente un hecho.

En este extracto se puede tener una idea general de los temas desarrollados en detalle en la tesis.

9.8.1. ¿Porqué contratar un seguro de automotor?

La Ley de Tránsito N° 24.449, exige la contratación de por lo menos un seguro de Responsabilidad Civil y la conveniencia de proteger el patrimonio del asegurado y/o conductor.

El Seguro de Automotores tiene por objeto:

- Mantener indemne al asegurado y/o conductor por cuanto deba a un tercero como consecuencia de los daños y perjuicios causados por el vehículo asegurado o por la carga que transporta en condiciones reglamentarias, por hechos acaecidos en el plazo convenido, en razón de la Responsabilidad Civil que pueda resultar a cargo de ellos.

- Indemnizar el daño que sufra el vehículo como consecuencia de:
 - Incendio
 - Robo y/o Hurto
 - Accidente

- Cláusulas y coberturas de automotores
 - Riesgo cubierto
 - Adicionales
 - Exclusiones: Clasificación
 - Modalidades

9.8.2. Riesgo cubierto

Ampara la responsabilidad civil con límite de suma asegurada derivada del uso del automotor o de la carga que se transporte en condiciones reglamentarias, robo, incendio, accidentes totales o parciales según la modalidad. Se considera daño total o parcial según sea mayor o inferior al 20% del valor de venta del vehículo.

9.8.3. Adicionales

Por ejemplo: Extensión a países limítrofes, coberturas especiales previstas para determinados vehículos, grúas, tractores, automóviles nuevos de tránsito entre fábricas, seguro de registro (sobre la licencia del conductor).

9.8.4. Exclusiones

Pueden agruparse según sean:

- De carácter General:

Vehículos secuestrados, confiscados, requisados, o incautados.

Estar fuera de la República

Hechos de huelga o lock out

- Respecto de la Responsabilidad Civil:

Ser conducido por personas no habilitadas para el manejo por autoridad competente.

Animales transportados durante carga o descarga

Certámenes de entrenamiento o de velocidad.

Equipos sofisticados, científicos, o similares montados o transportados.

Exceso de carga.

Daños y o lesiones a los parientes del asegurado o conductor hasta el 3º grado de consanguinidad o afinidad o en el caso de sociedades, de los directores.

- Daños Vicio de la cosa:
- Mal estado de conservación
- Desgaste
- Corrosión
- Oxidación.

Robo Hurto de tazas de ruedas, tapas de radiador, escobillas y brazos limpiaparabrisas, espejos, insignias, formen o no parte del equipo principal y originario de fábrica.

Daños específicos De orden mecánico, eléctrico, pinchaduras, cortaduras o reventones.

9.8.5. Modalidades

9.8.5.1. Responsabilidad civil

Cubre los reclamos que pueda recibir como consecuencia de los daños causados a terceras personas o sus bienes, ya sean producidos por usted o por quien conduzca su automóvil, hasta el límite de cobertura que figura en la póliza.

Asimismo incluye el seguro obligatorio establecido por la Ley de Tránsito N° 24.449. Se consideran terceros a todas las personas que no sean familiares (cónyuges o parientes hasta el tercer grado de consanguinidad o afinidad) suyos y/o del conductor o socios o que esté en relación de dependencia laboral con el Asegurado y/o el conductor.

Cabe señalar que no cubre los daños a bienes de terceros cuando se encuentren en su poder, ni los reclamos por daños a terceros transportados a título oneroso, salvo que exista indicación en contrario en el frente de su póliza.

9.8.5.2. Coberturas del casco del vehículo

Usted puede contratar alguno, algunos o todos los riesgos que se detallan a continuación.

- Daños materiales

Cubre los daños materiales que sufra el vehículo asegurado a consecuencia de accidentes tales como ser roces, choques o vuelcos. Cubre, asimismo, los daños producidos por huelgas, lock-out, o tumulto popular (siempre que usted o el conductor no sea partícipe de dichos eventos).

- Incendio

El asegurador cubre los daños materiales sufridos por el automóvil como consecuencia de la acción directa o indirecta del fuego, explosión o rayo.

- Robo o hurto

Cubre el robo y el hurto del automóvil o partes del mismo provistas en el modelo original de fábrica.

No se encuentra cubierto el robo y/o hurto de tasas de ruedas, tapas de radiadores, del tanque de combustible, escobillas y brazos limpiaparabrisas, espejos e insignias exteriores y herramientas, formen o no parte del equipo original de fábrica. No está permitida la cobertura de robo y/o hurto del auto-stereo o equipo reproductor de sonido.

- Con autoscoring

El scoring es una técnica que consiste en evaluar aspectos vinculados con el conductor, su auto y el uso que le da al mismo. Esto nos permite identificar a los conductores según su nivel de riesgo y brindar precios personalizados, premiando a los conductores de bajo riesgo con un precio significativamente más bajo.

9.8.6. Reponsabilidades ante el asegurado de la SSN, Aseguradora y Productor

Como alguien dijo alguna vez: "cada uno en su justa medida y armoniosamente". La teoría dice que **al Productor** le corresponde asesorar claramente a los usuarios sobre las diferencias y particularidades de cada tipo de seguros, y asesorarlo si tiene algún siniestro. **Las aseguradoras** deben cumplir al pie de la letra lo pactado en las pólizas, simplemente y sin demoras. La **SSN debe controlar y velar** para que todo eso se cumpla (además que los asegurados no cometan fraudes). Ante cualquier controversia entre las tres partes, la SSN puede actuar en primera instancia (recibiendo denuncias, derivando reclamos, etc.). Si esto no alcanza, se puede concurrir a la Justicia.

El asegurado puede cerciorarse de que esta tratando con un productor habilitado pidiéndole la credencial con el N° de Matrícula de Productor, y posteriormente preguntado a la SSN. El problema es que muy pocos usuarios conocen esto.

Si el productor ofrece un seguro de una aseguradora "fraudulenta", tiene responsabilidad total. Si es consciente del fraude, es un delincuente o defraudador.

Además de lo productores, pueden ofrecer un seguro las mismas compañías directamente o instituciones que actúan como Productores institucionales (por ej.: el Automóvil Club Argentino).

Formalmente todos los Productores deben ser independientes. Pueden trabajar para una compañías de seguros, pero no estar en relación de dependencia. La única clasificación que reconoce la SSN es: individuales o agrupados en sociedades.

En el caso, que ocurra un siniestro y el productor no presentó los pagos realizados por el asegurado ante la aseguradora es otra forma de delito por el cual puede ser sancionado o enjuiciado. En muchos casos depende de la relación que tenga con la aseguradora, quién a veces reconoce el pago con ciertos retrasos (otras no).

9.8.7. Leyes que protegen al asegurado / aseguradoras.

Las dos leyes principales corresponden básicamente a:

Ley N° 17.418: Figuran los derechos y obligaciones de asegurados y aseguradoras, y contiene los aspectos dedicados a sus respectivas defensas y cuidados.

La Ley N° 20.091: Misión, Funciones y otras cosas de la SSN.

9.8.8. Puntos relevantes a tener en cuenta al asegurarse.

Puntos relevantes que un asegurado debe tener en cuenta al contratar un seguro de automotores:

- La mayor cantidad de siniestros en automotores son de Responsabilidad Civil
- La cantidad de aseguradoras en el mercado es mayor al volumen de producción del mercado (hay más de 700 aseguradoras, 70 de automotores).

9.9. Bibliografía

9.9.1. (1)

MarketingDirecto.com

E-mail: Info@MarketingDirecto.com

Tel.: (+34) 91 550 2082 | Fax: (+34) 91 550 2090

9.9.2. (2)

Ricardo A. Faerman, CEBS

CEBS: The Certified Employee Benefit Specialist (CEBS)

9.9.3. (3)

Manuel Alfaro Faus

Profesor del Departamento de Dirección de Márketing de ESADE.

(ESADE is the top school in Europe in marketing)

ESADE: De la mediación de seguros a la asesoría financiera

12 de noviembre de 2002

Central de recursos de marketing relacional.

www.marketing-relacional.com

9.9.4. (4)

Url: http://www.siebel.com/about/news_events/reg_news_events.shtm?IDnum=5395

9.9.5. (5)

La Caja

Url: <http://www.lacaja.com.ar/segautintro.asp>

9.9.6. (6)

HSBC La Buenos Aires Seguros S.A..

Url: www.lba.com.ar/autos.htm

9.9.7. (7)

Superintendencia de Seguros de la Nación

Url: www.ssn.gov.ar

9.9.8. Lugares donde consultar en la Superintendencia de Seguros

9.9.8.1. Dirgirse personalmente

Avenida Pte. Julio A. Roca 721 (C.P. 1067),Capital Federal, en el horario de 11.30 a 19.30 horas

9.9.8.2. Por correo electrónico

E-mail: consultas@ssn.gov.ar

Web site : www.ssn.gov.ar

9.9.8.3. Telefónicamente

- Actualmente se tiene un conmutador con: 4338 – 4000, y luego cada dependencia de las enumeradas tiene diversos internos.
- Se creó una **Unidad de Atención al Usuario** que atiende la mayoría de las consultas, y que lo que no puede responder lo deriva a las diversas Gerencias.
- Los teléfonos internos de algunas dependencias son:
 - Situación Económica / Financiera: 1500 a 1503
 - Jurídico / Legal: 1700 a 1703
 - Estudios / Estadística: 1803 y 1827
 - Técnica / Seguros patrimoniales: 1600 a 1603
 - Seguros de Personas: 1315 a 1320
 - Seguro Colectivo de Vida Obligatorio: 1200 a 1203
 - Productores: 1416 a 1418

9.9.9. (8)

Circulares y Normativas de la SSN

Url: www.ssn.gov.ar en el ícono “Normativa”

9.10. Anexo 1: Personas Consultadas

9.10.1. A

Contacto: Dr. Alejandro Molinari

Función: Seguros de Daños Patrimoniales - Gerencia Técnica de la SSN

9.10.2. B

Contacto: Luciana Fabiano

Función: Area Reaseguros – Gerencia Técnica de la SSN

Email: gtecnica@ssn.gov.ar

9.10.3. C

Contacto: Pablo Costazos

Función: Productor Federacion Patronal.

Email: pablocostazos@hotmail.com

Tel: 4328-9798

9.10.4. D

Contacto: Funcionarios.

Función: Gerente de Estudios de la SSN

Email: estudios@ssn.gov.ar

9.11. Anexo 2: Información sobre juicios

9.11.1. Información sobre Juicios

Esta Circular N° 4513 presenta la cantidad de Juicios vigentes en las entidades, vinculados con la actividad aseguradora de las mismas; tomando como fuente una Declaración Jurada que realizan trimestralmente las entidades aseguradoras. La Circular se difunde trimestralmente, y contiene cuadros e indicadores de todo el mercado clasificados por ramos de actividad, junto con los "Ranking" de cantidad de Juicios por entidad para el total y para los principales ramos de actividad.

A continuación se incluye: La primera parte del ranking de entidades ordenadas por la Cantidad Total de Juicios que presentan, un **Cuadro con la Cantidad Total de Juicios** de todo el mercado clasificados por ramos de actividad, en el último trimestre disponible a la preparación de la tesis.

- 9.11.1.1. Cuadro 11 “Cantidad de Siniestros Pagados por Ramo de Actividad”
- 9.11.1.2. Cuadro 12 “Evolución de la Cantidad de Siniestros Pagados por Trimestre por Ramo de Actividad”
- 9.11.1.3. Cuadro 13 “Estructura por Ramo de la Cartera de Juicios al 31/12/2002”
- 9.11.1.4. Cuadro 14 “Cantidad de Juicios en el Ramo Automotores al 31/12/2002”

En la Circular, además de estos cuadros, se incluyen otros en los que se detallan el ranking por cantidad de juicios para los principales ramos de actividad, como así también algunas cifras relativas al nivel de actividad de las entidades (según los trimestres: Producción, Reservas por Siniestros Pendientes, etc.). La información completa se puede [bajar] desde el capítulo de "Circulares", donde figura la última disponible.

9.12. Anexo 3: Cuadros estadísticos

- 9.12.1. Cuadro 8 “Producción de Seguros
(Participación porcentual de las primeras 10 entidades en el año 2002)
- 9.12.2. Cuadro 1 y 2 “Producción Trimestral de Seguros por Ramos y
Naturaleza Jurídica”
- 9.12.3. Cuadro 4 “Indicadores de Gestión por Ramo de Actividad”
- 9.12.4. Cuadro 9 “Cantidad de Pólizas Emitidas por Ramo de Actividad en el
2002”
- 9.12.5. Cuadro 10 “Evolución de la cantidad de pólizas emitidas por trimestre
por Ramo de Actividad”
- 9.12.6. Cuadro 5 “Producción Mensual a valores constantes por Ramos”
- 9.12.7. Cuadro 6 “Evolución de la Producción Anual de Seguros por Ramos”
- 9.12.8. Cuadro 7 “Producción Anual de Seguros – Estructura Porcentual por
Ramos”
- 9.12.9. Cuadro 3 “Evolución de la producción trimestral de seguros por Ramo”

Cuadros Estadísticos