

# SUMARIO

## NOVEDADES > 3

Plan de Accidentes Personales:  
Profesionales de la salud.

## NOTICIERO > 4

Contrato de Trabajo  
(Obligaciones asegurables).

## ÚLTIMA PÁGINA > 8

Consejos para incrementar  
las ventas. Siete principios básicos  
de la mercadotecnia.



→ Año 14

→ número 2



junio 2009

# info

# PLENARIA

Infoplenaria es una publicación interna de Plenaria Seguros de Vida para ser distribuida entre su personal y su red comercial.



Ley 20.744 **Contrato de Trabajo**  
**Obligaciones asegurables**

## EDITORIAL

Mitad de año, mes electoral y con sólo seis meses por delante para realizar y cumplir las metas que nos planteamos para el año 2009.

La incertidumbre y el temor por lo que vendrá puede hacernos renunciar antes de lograrlas y decidir mantener sólo lo que tenemos. Para que arriesgar, verdad?. Ese es un pensamiento común no solamente en los profesionales del seguros, sino a todas las actividades en las que se debe planificar.

Planificar, verbo que nos puede ayudar muchísimo en nuestro crecimiento como profesionales, pero que muchos no utilizan por varias razones, miedo al fracaso, a no poder cumplir con las metas pactadas o simplemente no atarse a una serie de acciones planificadas con mucha antelación.

Si pensamos que salir a buscar nuevos nichos de trabajo en un momento en que todo el mundo habla de su situación económica, puede parecer imposible, está Ud. equivocado, no lo es, por el contrario es el momento justo para demostrarles a nuestros potenciales clientes que la previsión es muy útil en estos momentos y que siempre es mejor prevenir que curar.

En Plenaria hemos desarrollado productos para cada necesidad del trabajador independiente, o para el empresario que cubre a su personal.

Consúltenos, lo invitamos a acercarse y planificar juntos.

## equipo

**Jefa  
Dpto. Comercial**

Ana D'Ovidio

### Arte y Producción

OPEN Estudio  
open@openestudio.com.ar

**AÑO 14  
número 2  
junio 2009**



**Plenaria Vida S.A.**

Tte. Gral. J. D. Perón 949, 9° piso  
(C1038AAS) Buenos Aires  
Tel.: 4393-9850 (ls. rot.)  
info@plenariavida.com.ar  
www.plenariavida.com.ar

## PLAN DE ACCIDENTES PERSONALES: Profesionales de la salud

De acuerdo al pedido de muchos de nuestros P.A.S. de una cobertura para médicos, enfermeros y demás profesionales de la salud, es que armamos un producto acorde a las necesidades que nos han manifestado.

**El mismo contempla los gastos del tratamiento preventivo en caso de un posible contagio de HIV y Hepatitis B.**



### Coberturas:

#### OPCION 1

Muerte e invalidez total y parcial por accidente	\$ 50.000.-
Asistencia Médico Farmacéutica (*)	\$ 3.000.-
Gastos del tratamiento preventivo en caso de posible contagio de HIV y hepatitis B (*)	\$ 2.000.-

(\*) franquicia \$ 250.-

**Premio: \$ 181,25**

#### OPCION 2

Muerte e invalidez total y parcial por accidente	\$ 100.000.-
Asistencia Médico Farmacéutica (*)	\$ 3.000.-
Gastos del tratamiento preventivo en caso de posible contagio de HIV y hepatitis B (*)	\$ 2.000.-

(\*) franquicia \$ 250.-

**Premio: \$ 273,03**

**Costo por persona con cobertura anual y pagadera en 6 cuotas iguales.**

Ley N° 20.744

Promulgada el 20 septiembre de 1974

# Contrato de Trabajo (Obligaciones asegurables)

Obligaciones de la Ley de Contrato de Trabajo que resultan asegurables.

## 1.-¿Cuál es el ámbito de aplicación?

Regula todas las Obligaciones vinculadas con el trabajo en relación de dependencia, con las siguientes excepciones:

Los dependientes de la administración pública nacional, provincial o municipal, excepto que por acto expreso se los incluya en la misma o en el régimen de las convenciones colectivas de trabajo;  
Los trabajadores del servicio domestico.  
Los trabajadores agrarios.

## 2.-¿Quiénes están amparados bajo la Ley 20744 de Contrato de Trabajo?

La Ley 20744 regula los derechos y obligaciones del trabajador en relación de dependencia. La Ley señala que habrá relación de trabajo cuando una persona realice actos, ejecute obras o preste servicio a favor a otra, bajo la dependencia de ésta en forma voluntaria y mediante el pago de una remuneración, cualquiera sea el acto que le dé origen.

## 3.-¿Cuáles son las indemnizaciones establecidas en la ley para los trabajadores en relación de dependencia?

En el art. 212 la ley que regula el Contrato de Trabajo se establece que cuando una enfermedad o accidente del empleado derivara en incapacidad absoluta para el trabajador, el empleador deberá abonarle una indemnización de monto igual a la expresada en el art. 245 con relación a la indemnización por despido.

En el art. 248 la ley establece que ante la muerte del trabajador, los beneficiarios legales tendrán derecho, mediante la sola acreditación del vinculo, en el orden y prelación establecido, a percibir una indemnización equivalente a LA MITAD (50%) del beneficio establecido en caso de despido.



## 4.-¿Esta Indemnización se superpone con otras fijadas en otras Leyes?

Esta indemnización es independiente y NO SE SUPERPONE con otras fijadas por otras Leyes, Reglamentos, Convenios u Ordenanzas y particularmente de la que se reconozca a los causahabientes del trabajador por la ley de accidentes de trabajo, según el caso, y de cualquier otro beneficio que por las leyes, convenciones colectivas de trabajo, seguros, actos o contratos de previsión, le fuese concedido a los mismos en razón del fallecimiento del trabajador.

### **5.-¿Cómo se establece el monto a indemnizar?**

En el art. 245 la ley 20744 establece que en caso de despido el empleador deberá abonar al trabajador una indemnización equivalente a 1 (un) mes de sueldo por cada año de servicio o fracción a mayor a tres (3) meses, tomando como base la mejor remuneración mensual, normal y habitual, percibida durante el último año o durante el tiempo de prestación de servicios si éste fuera menor.

Para aquellos trabajadores remunerados a comisión o con remuneraciones variables, será de aplicación el convenio de la actividad a la que pertenezcan o aquél que se aplique en la empresa o establecimiento donde preste servicios, si éste fuere más favorable.

El importe de la indemnización en ningún caso podrá ser inferior a dos (2) meses del sueldo calculados en base al cálculo explicado anteriormente.

Este cálculo es el usado para la determinación de las indemnizaciones que establecen los art. 212 y 248.

### **6.-¿El empleador siempre tiene obligación de indemnizar?**

Sí, siempre debe indemnizar de acuerdo a los montos resultantes entre los años de antigüedad y el sueldo (ver pregunta nro5). La obligación del Empleador no se limita al horario laboral, sino que se extiende a las 24hs. del día, por lo que no está exento de indemnizar una muerte o invalidez, si está ocurriese fuera del horario laboral o cuando el empleado se encuentre de vacaciones.

### **7.-¿Puedo contratar una póliza para cubrir esta obligación legal?**

Sí, y Plenaria Compañía de Seguros de Personas puede cubrir al empleador de la obligación legal de indemnizar.

### **8.-¿Qué datos necesito informar a la Aseguradora para la contratación de la cobertura?**

La aseguradora necesita contar con todos los datos de la firma (Razón Social, Domicilio, Número de C.U.I.T. y Condición Frente al IVA) y de cada uno de los empleados, Nombre completo, Número de DNI, Fecha de Nacimiento, Fecha de Ingreso al Empleo y Sueldo). Es importante también que la Aseguradora cuente con el tope máximo inden-

mizatorio según el convenio colectivo que rige la actividad a la que pertenece la empresa.

### **9.-¿Cómo se realiza el pago de la cobertura?**

El pago puede realizarse a través de algunos de los mecanismos de pagos que tiene vigente la Aseguradora (tarjeta de crédito, Pago Fácil, débito en cuenta del asegurado ó depósito en cuentas que posee la Aseguradora).

### **10.-¿Se suspende la cobertura por falta de pago?**

Sí, la falta de pago por parte del tomador-empleador de las primas en el plazo fijado, provoca la mora de forma automática y con ella la suspensión de la cobertura sin necesidad de previo aviso o intimación alguna.

### **11.-¿Cómo se realiza la comunicación de altas y bajas?**

Las altas y bajas deben ser comunicadas por el tomador a la aseguradora, con el envío de la última nómina del personal empleado declarada, la que establecerá el cálculo para el ajuste de primas si correspondiere.

### **12.-¿Qué documentación es necesario presentar a la Aseguradora en caso de producirse un siniestro?**

La documentación necesaria es la siguiente:

- a. Copia legalizada de la partida de defunción o copia sin legalizar acompañada del original.
- b. Antecedentes médicos.
- c. Historia Clínica del Asegurado.
- d. Informe del médico tratante con motivo de la enfermedad causante del deceso o incapacidad total y permanente.
- e. Copia del dictamen / resolución junta médica.
- f. Copia de los tres (3) últimos recibos de sueldo firmado por el empleado.
- g. Sumario policial y/o judicial, si lo hubiere, referido al fallecimiento del asegurado.
- h. Copia de la liquidación final de las obligaciones patronales por el cese del contrato laboral por fallecimiento.

## IMPORTANTE

## Siniestros Seguro Vida Colectivo Obligatorio

Se informa que a partir del **1º de abril** por Resolución Nº 33860 de la Superintendencia de Seguros de la Nación, se modifican los montos asegurados en caso de siniestro para el Seguro Colectivo de Vida Obligatorio.

**El nuevo monto es de \$ 9.000.-, costo por mes por trabajador de \$ 1.845.- y por año de \$ 22.14.-.**

Los derechos de emisión se establecen de la siguiente manera:

Hasta 25 empleados: \$ 12.-  
De 26 a 50 empleados: \$ 17.-  
Más de 50 empleados: \$ 25.-

## Nuevas pautas de Suscripción de Accidentes Personales

Les informamos que **a partir del mes de enero del cte. año**, la emisión de coberturas de Accidentes Personales para cubrir las actividades que se detallan al pie de la presente, se efectuará únicamente con vigencias máximas de 90 días y pago contado del tomador ó compromiso de pago del productor.

Las actividades son:

- Chofer de Camión.
- Construcción en todas sus ramas.
- Supervisor de Obra .
- Montaje de aire acondicionado.

## Impuesto de sellos

Les comunicamos que **a partir del 01/01/09** esta vigente en la Capital Federal el impuesto de sellos que deberán pagar las personas jurídicas con radicación en Capital Federal.

El mismo es de **0,80%**, y se aplicará en las pólizas de Accidentes Personales y Salud.

## Cobranzas

Todo depósito efectuado para el pago de pólizas en nuestros bancos autorizados deberá ser informado a la sección, enviando el comprobante de depósito junto con el número de póliza al cual se deberá aplicar dicho pago.

**Fax: (011) 4393-9850 int.: 102/134**  
**a nombre de Olga Molina o,**  
**por mail: [omolina@plenariavida.com.ar](mailto:omolina@plenariavida.com.ar)**

**Les rogamos tomar debida nota y ante cualquier duda o aclaración comunicarse con nuestro Departamento Comercial.**



- 05 junio** >> Olga Molina - Cobranzas  
**09 junio** >> Luciana Silva de Gatica - Administración  
**03 julio** >> Adriana David - Dpto. Técnico  
**12 julio** >> Guillermo Del Castillo - Dpto. Técnico  
**11 agosto** >> Ana D'Ovidio - Dpto. Comercial

# Muy Feliz Cumpleaños !!

## Listado actualizado de internos y e-mails

Les pedimos tomar nota de los cambios de internos y funciones desde el 1º de mayo de 2009.

102 / 134 FAX

### DEPARTAMENTO TÉCNICO

**105 >> María Teresa Cuñarro**

[mcunarro@plenariavida.com.ar](mailto:mcunarro@plenariavida.com.ar)  
Vida Colectivo

**107 >> Adriana David**

[adavid@plenariavida.com.ar](mailto:adavid@plenariavida.com.ar)  
Seguros Especiales

**114 >> Mario Ferrario**

[mferrario@plenariavida.com.ar](mailto:mferrario@plenariavida.com.ar)  
Seguros Especiales

**122 >> Sandra Mercado**

[smercado@plenariavida.com.ar](mailto:smercado@plenariavida.com.ar)  
Sinistros

**118 >> Ana Inés Flores Sorroche**

[aisorroche@plenariavida.com.ar](mailto:aisorroche@plenariavida.com.ar)  
Vida Obligat. / Accs. Personales

**123 >> Juan Francisco Cejas**

[jfcejass@plenariavida.com.ar](mailto:jfcejass@plenariavida.com.ar)  
Vida Obligat. / Accs. Personales

**136 >> Alejandro Wörner**

[aworner@plenariavida.com.ar](mailto:aworner@plenariavida.com.ar)  
Ejecutivo de Ctas. / Accs. Pers.

### DEPARTAMENTO DE SISTEMAS

**116 >> Fabián Palopoli**

[fpalopoli@plenariavida.com.ar](mailto:fpalopoli@plenariavida.com.ar)  
Operador

### DEPTO DE ADMINISTRACIÓN

**108 >> Ezequiel Gayoso**

[egayoso@plenariavida.com.ar](mailto:egayoso@plenariavida.com.ar)  
Administración

**125 >> Guillermo Del Castillo**

[gdelcastillo@plenariavida.com.ar](mailto:gdelcastillo@plenariavida.com.ar)  
Administración - Impuestos

**126 >> Enrique Ammirati**

[eammirati@plenariavida.com.ar](mailto:eammirati@plenariavida.com.ar)  
Contaduría

**131 >> Olga Molina**

[omolina@plenariavida.com.ar](mailto:omolina@plenariavida.com.ar)  
Cobranzas

**137 >> Gustavo Barbosa**

[gbarbosa@plenariavida.com.ar](mailto:gbarbosa@plenariavida.com.ar)  
Cuentas Corrientes /  
Tarjetas de Crédito

**106 >> Luciana Silva de Gatica**

[lsgatica@plenariavida.com.ar](mailto:lsgatica@plenariavida.com.ar)  
Administración

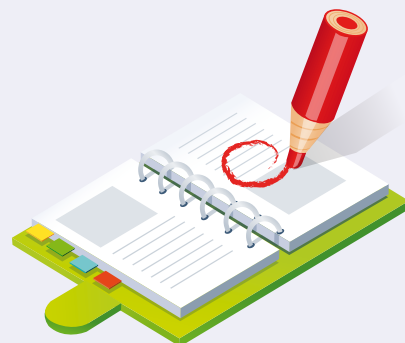
### DEPARTAMENTO COMERCIAL

**119 >> Ana D'Ovidio**

[adovidio@plenariavida.com.ar](mailto:adovidio@plenariavida.com.ar)  
Jefa Comercial

**121 >> Diego Vanzetta**

[dvanzetta@plenariavida.com.ar](mailto:dvanzetta@plenariavida.com.ar)  
Ejecutivo de Cuentas



# ÚLTIMA PÁGINA

## CONSEJOS PARA INCREMENTAR LAS VENTAS

Siete principios básicos de la mercadotecnia que pueden contribuir al éxito de cualquier negocio según expertos en este campo.

**¿Qué estamos haciendo mal?**, es una pregunta que nos hacemos todos con frecuencia cuando el negocio no está dando los resultados esperados. Generalmente, la respuesta es "Usted no está haciendo las cosas mal, simplemente tiene que hacerlas aún mejor y debe comenzar a realizar algunas cosas que no había querido hacer".

He aquí una lista de diversas acciones que Usted puede evaluar para incluirlas en sus estrategias de mercadotecnia. Las recomendaciones se basan en lo que expertos en la materia consideran como los siete principios más importantes de la mercadotecnia, que pueden contribuir al éxito de cualquier negocio.

### 1. Enfóquese a un nicho de mercado específico.

Todo mundo puede ser un prospecto para su producto o servicio, pero las estrategias de mercadotecnia producirán los mejores resultados al costo más bajo cuando Usted está enfocado a prospectos que en verdad demandan lo que su negocio ofrece. Diseñe su material publicitario resaltando precisamente esas necesidades.

### 2. Promocione su propia PDV.

Una **PDV** (Propuesta Distintiva de Venta) es la razón fundamental por la que un prospecto hará negocios con Usted en vez de hacerlo con su competencia. Su negocio atraerá el máximo número de clientes cuando Usted ofrece un beneficio que ellos no pueden obtener con sus competidores. Si no cuenta con su propia PDV, es el momento de diseñar una integrando algún valor agregado a su negocio que no está ofreciendo en este momento. Conviértalo en un apropiado enunciado e incluya tales beneficios en su publicidad.

### 3. Nunca publicite sin una oferta.

Incluya siempre una oferta atractiva en su publicidad. Ofrezca información gratuita relacionada a su producto o servicio para generar más llamadas telefónicas o visitas a su sitio web. Entonces haga

el descuento más atractivo que su negocio se lo permita para convertir esos prospectos en clientes. Esto nos lleva automáticamente al siguiente principio.

### 4. Obtenga información de contacto y úsela para dar seguimiento.

La mayoría de los prospectos no comprarán en la primera ocasión que ellos escuchan o vean su mensaje publicitario. Usted requiere de un sistema para registrar información de contactos que le permita llegar a ellos periódicamente con recordatorios y ofertas. Muchos negocios realizan más del 50% de sus ventas con sólo dar seguimiento a prospectos que en alguna ocasión solicitaron información pero no realizaron ninguna compra en ese momento.

### 5. Elimine el obstáculo del riesgo.

¿Usted sabe cuál es la razón de por qué la gente no compra algo que quiere o necesita?. A la gente no le gusta correr el riesgo de adquirir algo diferente a lo que ellos esperan obtener y mucho menos perder su dinero. Usted puede eliminar el riesgo al garantizar la satisfacción de su producto o servicio.

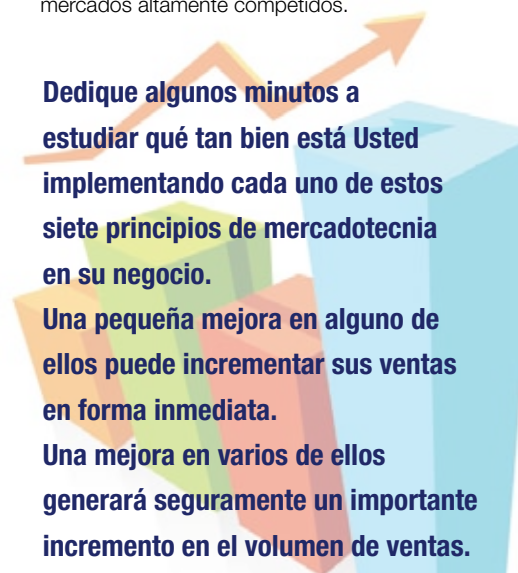
### 6. Diversifique su negocio.

Es más fácil y menos costoso generar nuevos negocios con clientes satisfechos que hallar nuevos clientes.

Desarrolle continuamente nuevos productos y servicios y ofrézcalos a sus actuales clientes.

### 7. Evalúe en todo momento.

Cuantifique constantemente la efectividad de todo lo que Usted hace o emplea para promover su negocio. Aplique la Ley de Pareto del 80/20. Invierta el 80% de su presupuesto para promoción del negocio en campañas de publicidad que han resultado satisfactorias y el 20% restante en probar otras alternativas. La mayoría de los negocios que usan este sistema continúan creciendo - aún en mercados altamente competidos.



**Dedique algunos minutos a estudiar qué tan bien está Usted implementando cada uno de estos siete principios de mercadotecnia en su negocio.**

**Una pequeña mejora en alguno de ellos puede incrementar sus ventas en forma inmediata.**

**Una mejora en varios de ellos generará seguramente un importante incremento en el volumen de ventas.**