



NASSIVERA LANZA
ANÁLISIS NEUROLINGÜÍSTICO DE INCIDENTES
LIQUIDACIONES DE SINIESTROS

Ponencias Antifraude en Seguros

Convocatoria abierta IAATI LATAM

BRANCH

Nombre y apellido del ponente:

José Luis Nassivera Lanza, en representación de NASSIVERA.TECH

Documento de identidad:

14.683.528

Dirección y teléfono de contacto:

Entre Rios 2187 – 4º E – Localidad de Mar del Plata – Provincia de Buenos Aires.

Carácter de ponencia: Individual o Colectiva

Individual

Beneficiario de la bonificación al Seminario:

José Luis Nassivera Lanza, en representación de NASSIVERA.TECH

En representación de:

NASSIVERA.TECH – Presidente autorizado – Se adjunta Estatuto -

Breve resumen del material de la Ponencia:

A los efectos del tema central de la ponencia, la disuasión del fraude al seguro tendiente a provocar un cambio de paradigma en la sociedad de que estamos ante un verdadero delito, preparamos un enfoque basado en “imágenes pregnantes”.

¿Que es la pregnancia?

Cualidad de las formas visuales que captan la atención del observador por la simplicidad, equilibrio o estabilidad de su estructura.

Con estas imágenes se logra presentar un conjunto de 8 láminas con diferentes problemáticas que presenta el fraude al seguro, con mensajes claros y colores que van directo a lo que dice la frase.



#1 NO TE PRENDAS FUEGO: En esta imagen vemos un auto con fósforos que quiere transmitir la idea de incendio intencional de un automotor como modalidad habitual en los siniestros ya sea por daños que tiene el automotor con un costo elevado, aparición con daños que no tienen cobertura, intento de venta del automotor sin demanda, o directamente especulando por necesidad de contar con dinero extra.

#2 AL CEREBRO LE CUESTA MAS MENTIR: En esta imagen se presentan los hemisferios cerebrales con diferencia en su contenido que estimula a no mentir en las denuncias de siniestros.

#3 MAGNIFICACION DE DAÑOS: La imagen representa un pequeño bote con una vela de tamaño desproporcionado que nunca puede tener algo pequeño un daño tan grande. La magnificación de daños es una de las modalidades de fraude más habituales.

#4 AYUDARNOS A DETECTARLOS: La imagen presente un grupo de personas donde aparecen en menos cantidad dos, ambos sexos, con la cara cubierta simbolizando un ladrón. En medio de tanta gente honesta.

#5 NO TODOS VEN EL FRAUDE COMO UNA POSIBILIDAD: Imagen de ojos que representa la mirada de cada asegurado. También se transmite que no todos los asegurados cometen fraude.

#6 ESTAMOS PESCANDO: Mensaje para todos los clientes. En cada denuncia deben saber que la compañía puede investigar los siniestros.

#7 LO QUE NO TIENES NO SE PUEDE ASEGURAR: Mensaje para los intentos de fraude en suscripción donde se intenta tomar una póliza sin contar con los bienes. Un tema muy actual ya que no se hace inspección previa de los riesgos.

#8 EL FRAUDE AL SEGURO LO PAGAMOS ENTRE TODOS: Claro mensaje que lo que se paga en pólizas, si no se controla, el dinero se va por alguna filtración.

Entorno considerado:

El entorno considerado al preparar estas imágenes es la experiencia en siniestros. Al recibir las denuncias y producto de la detección, se utilizó la base de datos sobre modalidades. También consideramos el entorno de la suscripción de seguros donde la sociedad ya está en conocimiento de que no hay inspecciones. Esto se transforma en un verdadero problema a la hora de liquidar un siniestro ya que el contrato ya está en vigencia y se debe realizar una tarea adicional para poder detectar la maniobra y en algunos casos, llegar al desistimiento.

Objetivos perseguidos:

El objetivo perseguido es crear concientización en la sociedad de un problema que no se habla. El fraude al seguro es un delito y todos deben saber que, “todos” son responsables de que siga manifestandose en los seguros. Otro objetivo es que, al repetir estos mensajes, van a disminuir los intentos ocasionales de fraude, lo que se llaman “avivadas”.



NASSIVERA LANZA
ANÁLISIS NEUROLINGÜÍSTICO DE INCIDENTES
LIQUIDACIONES DE SINIESTROS

Obstáculos abordados:

No se presentaron obstáculos.

Resultados

Realizamos previamente un sondeo de varios meses exhibiendo las imágenes y la percepción en la gente es positiva.

Canal o modalidad de expresión elegido:

El canal de expresión son variados, por ejemplo:

- Enviar las imágenes por mail a la base de datos de los clientes, igual a como lo hacen las compañías comunicando beneficios. Al ser una secuencia se pueda planear una campaña y repetirla. También se pueden agregar imágenes nuevas con casos concretos, sin identificar a los protagonistas ni compañías.
- Presentar las imágenes en tamaño gigante en carteles en cada compañía de seguros de manera tal que cada cliente que llegue a la compañía, verá el mensaje.
- Agregarlo en la folletería de la compañía.
- Imprimir en tarjetas plásticas de identificación de las pólizas.
- Enviar las imágenes por todas las redes sociales de las compañías.

Se aceptan todas las condiciones expuestas en la convocatoria.

En base a las bases informadas, aceptamos las mismas sin ninguna objeción.

MAR DEL PLATA, 18 de Enero de 2020

José Luis Nassivera Lanza ¹
Director
LSyA Mat. 263 SSN
NASSIVERA LANZA
jose@nassiveralanza.com

¹ La firma digital valida la tarea realizada por el tramitador interno del Estudio NASSIVERA LANZA