

Tiene en la actualidad más de 200.000 clientes

Seguros SURA es una compañía muy valorada por los uruguayos

Es una compañía que se distingue en el mercado por su perfil innovador, por brindar soluciones dinámicas, por acompañar a sus clientes y acercarles propuestas de valor



Ana María Silveira, Gerenta Comercial de Seguros SURA

● Páginas 4 y 5

El BSE tiene un hospital que apunta a la excelencia

Páginas 6 y 7



**SANCOR
SEGUROS**

☎ 0800 2543
🌐 sancorseguros.com.uy
📘 sancorsegurosuy
📍 SancorUruguay

Tranquilidad estés donde estés

Las líneas estratégicas de AUDEA

Por Alejandro Veiroj
Director Ejecutivo de AUDEA

Nos gustaría compartir algunas reflexiones desde la Asociación Uruguaya de Empresas de Seguros (AUDEA) respecto de las líneas estratégicas de AUDEA para los próximos años, los impactos de la pandemia en el sector seguros y los resultados del mercado en 2020 y 2021. En el suplemento de diciembre de 2020 comentábamos sobre el objetivo estratégico principal de AUDEA de cerrar la brecha de seguros en el Uruguay, aumentando la penetración del seguro en la economía. En enero 2021 fue electo un nuevo Consejo Ejecutivo en AUDEA y nos abocamos a diseñar el plan estratégico para el período 2021-2023 con objetivos a 5 y 10 años que confirman las prioridades estratégicas de desarrollo de mercado. El ejercicio estratégico nos permitió establecer "benchmarks" razonables para un mercado como el uruguayo y, en este sentido, elegimos el caso chileno con un mercado de seguros importante y, a su vez, un grado de desarrollo económico, institucionalidad, riesgo país y estándares regulatorios, similares.

En la comparación con Chile, nuestros estudios nos indican que contamos con un potencial de crecimiento de aproximadamente 1.3 puntos del PBI que resultan en unos 650 MM USD, de los cuales un 75% corresponden a seguros de vida.

Cuatro palancas

Desde AUDEA, nos encontramos diseñando actualmente iniciativas estratégicas concretas para reducir la brecha de 1.3 pp del PBI en un 50% en un período de 10 años. Para ello, hemos identificado cuatro palancas estratégicas sobre las cuales desarrollaremos iniciativas concretas en los meses a venir y en lo que sigue comentamos sobre dos de ellas.



Alejandro Veiroj, Director Ejecutivo de AUDEA

La primera palanca radica en el diseño y promoción de productos de seguros de vida y de seguros generales que cuenten con incentivos importantes para su contratación. Ello irá acompañado de campañas de educación a la población que permitan visualizar claramente el valor agregado del seguro en la gestión de riesgos de familias y empresas, así como la factibilidad de contratación para sectores que hoy en día consideran al seguro una herramienta de difícil acceso.

La mejora en la información disponible en el mercado para los agentes del sector es otra palanca que desde AUDEA pretendemos mover para que en el mercado las decisiones de gestión se tomen sobre bases más robustas. Hoy en día, la información con que se cuenta en el mercado es escasa (información de balances de empresas y resultados técnicos por rama) y no permite cono-

Se establecieron "benchmarks" razonables para un mercado como el uruguayo

cer en profundidad al sector; por ejemplo, no contamos con datos de número de pólizas vendidas, lo cual es vital para entender el comportamiento en volumen físico del mercado así como para poder generar indicadores técnico actuariales de valor. Siendo que el mercado de seguros es un mercado donde la información es uno de los activos más importantes para poder lograr eficiencias y transparencia, nos hemos dado como prioridad colmar esta brecha también.

En este sentido, AUDEA aspira a que el BCU torne disponibles de forma más integral las cifras financiero-contables y estadísticas con que cuenta, a efectos que los agentes puedan trabajar sobre bases más sólidas (recordar la máxima en seguros que indica que la falta de información se suple con prima-precio del seguro).

Esencialidad de los seguros

También comentábamos en diciembre 2020 en este suplemento que la industria aseguradora había transitado el año 2020 manteniendo integralmente operativos los servicios de seguros en modalidades adaptadas al contexto sanitario del país reflejando el carácter esencial del servicio establecido por el Banco

Central del Uruguay (BCU) y la responsabilidad social empresarial del sector, lo cual se ha venido manteniendo a la fecha con diferentes enfoques de presencialidad/virtualidad en función de las condiciones sanitarias.

Asimismo, mencionábamos que, si bien habían existido impactos relativos en las ventas, cobranzas y siniestralidad, el efecto acumulado en el año había sido moderado, pero con niveles importantes de incertidumbre. En lo que va del 2021 hemos tenido noticias no muy auspiciosas; por un lado, hemos visto desarrollarse variantes del COVID que se comportan como una nueva pandemia y, por el otro, contamos con cifras económicas de 2020 que evidencian efectos para la economía más adversos de lo estimado. Dado que la demanda de seguros presenta una fuerte correlación con el nivel de actividad de una economía, estimamos un 2021 más desafiante lo cual ya se aprecia analizando los resultados del primer trimestre del año recientemente publicados por el BCU. En efecto, notamos que las primas de los seguros en competencia (excluyendo vida previsional y accidentes de trabajo) en comparación con igual trimestre del año anterior disminuyeron en pesos constantes 3.6% lo cual se explica por un descenso de 5.1% en los seguros de vida y 3.1% en los seguros patrimoniales.

Equilibrio técnico

En cuanto a la performance del sector asegurador, resaltamos la tendencia de reequilibrio técnico iniciada en 2019, producto de ajustes operados en la tarificación y suscripción en respuesta a los resultados adversos experimentados en 2018 y años anteriores.

En efecto, de acuerdo con la información publicada por el BCU, al cierre del cuarto trimestre de 2020 se registra en el mercado de seguros en competencia una ganancia técnica de 24 millones de USD que representa una mejora respecto de la pérdida técnica de 42 millones de USD registrada al cierre de 2019. Al cierre del primer trimestre de 2021 dicha tendencia positiva se confirma con una ganancia técnica de 6.7 MM USD en dicho período. Vale destacar que el resultado técnico es un potente indicador de la sustentabilidad de la operativa aseguradora a nivel global y por cada rama de seguro. Las cifras negativas indican que las primas no resultan suficientes para atender los costos siniestros y de operación, debiéndose compensar con los resultados financieros, que resultan más volátiles.

En ese sentido, conviene des-

tañar que a nivel de ramas de seguros, si bien hubo una mejora en el resultado técnico de la principal rama (Vehículos), ésta continúa mostrando un déficit en el resultado técnico de 28 millones de USD (48 millones de USD al cierre de 2019). Respecto a los seguros rurales, que explicaban una parte sustancial de las pérdidas técnicas en 2019, se ha retornado a un resultado equilibrado técnicamente producto de una combinación de mejoras en la frecuencia y severidad de eventos climáticos y ajustes operados en algunas coberturas.

Nivel de actividad

En relación a la actividad de los seguros en competencia, al cierre de 2020, el primaje en dólares tuvo un leve aumento de 1.5% situándose en 750 millones de USD respecto a los 739 millones de USD del año anterior. En pesos constantes, se registró un aumento del mercado en competencia del 5.31% y en USD del 1.5%. A nivel de ramas, ello se explica por un pequeño incremento en la rama Vehículos (+2.8% en pesos y -1% en USD), un aumento moderado y dispar en el resto de las ramas de seguros y una baja importante en la rama Caución. Los seguros de vida, como es de esperar en un contexto como el de 2020, muestran niveles estables en términos reales en pesos y negativos de 2.5% en USD.

En cuanto al primer trimestre de 2021, como ya mencionáramos, hubo una disminución de los seguros en competencia del 3.6% en pesos constantes y un aumento de 1.7% en USD, reflejando la retracción de la demanda de seguros producto del contexto económico y el comportamiento del tipo de cambio en el período. Las perspectivas para lo que resta de 2021 van en línea con lo ocurrido en el primer trimestre, lo cual viene acompañado de un nivel importante de incertidumbre dada la naturaleza del comportamiento de la pandemia.

Cultura aseguradora

Aprovechamos esta nota para saludar a todos los actores del mercado de seguros con los cuales seguimos trabajado de forma colaborativa. Aspiramos a presentarles más adelante en el año las acciones estratégicas concretas que sirvan para aumentar la presencia del seguro en la economía, más allá del contexto actual de la pandemia, mejorando la cultura aseguradora del país y dotando a las personas de mejores herramientas para mejorar la gestión de los riesgos, y así lograr un nivel de aseguramiento que acompañe el desarrollo económico y social de nuestro país.



CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

Colonia 892 of 303 - Tel. 2901 3549
cuaprose@cuaprose.com.uy

Las libretas de conducir vencidas

Inquietud de los clientes y posición de las compañías

Por Gonzalo Masini
Director de Masini Seguros
Integrante de la Directiva de Cuaprose

Un nuevo desafío se nos presentó a lo largo de esta pandemia. La problemática de los clientes que llegaban al vencimiento de su licencia de conducir, frente a la imposibilidad de realizar gestiones presenciales ante las intenciones correspondientes y la posición que fueron adaptando las compañías aseguradoras a los cambios que se fueron dando a lo largo de este tiempo de cuarentenas, teletrabajo, disminución de movilidad, etc.

El Congreso de Intendentes, a lo largo de este período, fue presentando distintas resoluciones, que extendían la vigencia de las licencias de conducir por períodos bien marcados. Luego de la última resolución del gobierno, donde se redujo la presencialidad de todos los organismos públicos, se vieron afectados los calendarios existentes para las renovaciones de licencias, lo que llevó al Congreso de Intendentes a tomar la resolución 31/2021, donde queda automáticamente extendida la vigencia de todas aquellas licencias de conducir vencidas con posterioridad al 31 de diciembre de 2020 hasta el 31 de diciembre de 2021. <https://montevideo.gub.uy/sites/default/files/biblioteca/circular312021delcongresodeintendentes.pdf>. Para ello, se debe procurar antes del vencimiento un certificado de aptitud médica (en los organismos habilitados



Gonzalo Masini

específicamente) o el carnet de salud laboral. https://montevideo.gub.uy/sites/default/files/biblioteca/institucioneshabilitadas_0.pdf

Postura de las compañías

Consultadas las compañías aseguradoras, aquí les mostramos la postura que adoptó cada una de ellas:

BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO: “...por lo tanto el BSE frente a un siniestro donde el asegurado tenga la libreta vencida solicitará la presentación del examen médico (exámenes realizados en clínicas y mutualistas habilitadas por la Intendencia, según el listado del portal....)”.

Berkley: “nos adecuamos al comunicado de la Intendencia/ Congreso de Intendentes en situación de licencia vencida

se va a solicitar certificado de aptitud física”.

HDI: “...En ese sentido, HDI ha mantenido alineada la cobertura a lo que va surgiendo de los propios congresos.... hemos dado cobertura normalmente a conductores que han presentado la libreta de conducir vencida pero poseen el certificado al día. La validez del certificado debe ser al día del siniestro; no posterior.....Solo para libretas vencidas con posterioridad al 31/12/20.”

MAPFRE: “No está excluyendo siniestros por libreta vencida, si el vencimiento ocurrió después del 13/03/2020 tal como se indica en el comunicado del Congreso de Intendentes.... Vale la pena agregar, que NO estamos solicitando el certificado médico establecido por algunas intenciones..... pero para alguna

situación excepcional, podría aplicarse algún criterio distinto, si el caso lo amerita.

PORTO SEGURO: “Los están interpretando de manera flexible y se están pagando”.

SAN CRISTÓBAL: “.....es exigencia presentar el examen de aptitud médica para conducir para tener cobertura. Esto no quiere decir que deba tenerlo al momento del siniestro, si posterior a la ocurrencia el asegurado lo saca y no tiene observaciones la compañía continua con el siniestro sin inconvenientes.”

SANCOR SEGUROS: “... se solicitó que, junto a la libreta vencida, el asegurado presentara un certificado médico de aptitud para la conducción de vehículos expedido por las instituciones habilitadas y en el cual se indique la vigencia por la que deberá expedirse el permiso en oportunidad de su renovación.....nuestra intención es que un obstáculo burocrático producto de la pandemia no sea trasladado al servicio que le queremos entregar a nuestros clientes en momentos tan críticos como luego de un siniestro” SBI: “... las libretas que vencieron con posterioridad al 31/1/2020 se consideran vigentes hasta Diciembre 2021 siempre que tengan un certificado médico expedido por institución habilitada...”

SURA: “...la Compañía utiliza un criterio alineado a la resolución emitida por el Congreso de Intendentes. Esto es, considerar prorrogado el vencimiento hasta septiembre 2021 debiendo el asegurado presentar solici-

tud de hora para renovación y constancia de examen médico realizado.”

SURCO: “.... Se adjunta última circular de Congreso de Intendentes (21/02/2021) mientras se cumpla lo requerido en dicho documento, el siniestro estará cubierto”.

He aquí un pequeño resumen de la respuesta que fue enviado cada una de las compañías a la interrogante planteada por nuestra Cámara de Corredores Profesionales, cuya finalidad es el buen asesoramiento a nuestros clientes. Recordar, si el vencimiento de nuestra licencia de conducir es posterior al 01 de enero de 2021, estamos amparados frente a cualquier siniestro si poseemos un certificado de aptitud médica, expedido por alguno de los laboratorios o centros médicos que se encuentran en la plantilla comprendidas en el siguiente link. https://montevideo.gub.uy/sites/default/files/biblioteca/institucioneshabilitadas_0.pdf Nota: Una vez realizadas todas estas consultas, tomamos conocimiento que el pasado 27 de abril, el Congreso de Intendentes elaboró la resolución 41/2021, la que al momento no está en la WEB ni en los portales correspondientes, pero que reafirma en todos los términos la extensión de la vigencia de las licencias vencidas hasta el 31/12/2021, flexibilizando las exigencias a las distintas Intenciones.

Contratar un Seguro con un Corredor Profesional, es más seguro.

**EL NEGOCIO DEL FUTURO,
ES TU FUTURO.**

En BSE somos líderes en Seguros de Ahorro y tenemos uno que se adapta a vos, con resultados garantizados.

Visítanos en bse.com.uy o llámanos al 1998.

Seguros SURA se posicionó como una de las compañías preferidas por los uruguayos

“La pandemia contribuyó a fortalecer los lazos con nuestros clientes y con el canal y a estar presentes en los momentos de incertidumbre”, afirmó Ana María Silveira

Seguros SURA se posiciona como una de las aseguradoras preferidas por los uruguayos, expresó Ana María Silveira, Gerenta Comercial de la compañía. La ejecutiva dijo a El Observador que la empresa cuenta en la actualidad “con más de 200.000 clientes en Uruguay.

Ana María Silveira afirmó, en otro plano, que “nuestra visión estratégica está basada en poner a las personas en el centro y anticiparnos para entender sus necesidades, motivaciones e incertidumbres de manera de ofrecerles bienestar y competitividad en su día a día”.

¿Cómo se posiciona Seguros SURA frente a un nuevo año de pandemia?

El contexto sanitario ha acelerado un cambio sobre el que veníamos trabajando y pese a la realidad a la que nos enfrentamos, nuestro compromiso nos ha permitido mantener el nivel de calidad en el servicio y atención. Eso nos ayudó a posicionarnos más cerca de nuestros clientes y corredores. Durante este tiempo estuvimos muy atentos a escuchar las necesidades del canal para mantener las comunicaciones que son necesarias tener.

A lo largo de estos más de 75 años en el mercado latinoamericano, nos hemos distinguido por nuestros valores y nos hemos diferenciado por el permanente foco puesto en las personas, sus necesidades y contextos.

Para nosotros las personas están en el centro y en la actualidad contamos con más de 200.000 clientes en Uruguay. Nos posicionamos como una de las tres aseguradoras privadas más importantes del país. Este primer trimestre superamos el crecimiento del mercado asegurador, ya que crecimos un 11%, superando el promedio del mercado.

Este trimestre hemos observado muy buenos resultados y esto es el reflejo del trabajo de nuestras acciones por estar siempre presente y más cerca de nuestros clientes y nuestro canal, escuchando sus necesidades y trabajando rápidamente para acompañarlos en el entorno cambiante.

¿Cuál es su diferencial en su propuesta de valor?

Seguros SURA es una compañía que se distingue por ser una firma innovadora, que brinda soluciones dinámicas, que acompaña a sus clientes, acercándoles propuestas de valor. Esto nos ha permitido po-



Ana María Silveira, Gerenta Comercial de Seguros SURA

sicionarnos en un lugar destacado dentro del segmento de aseguradoras. Nuestra visión estratégica está basada en poner a las personas en el centro y anticiparnos para entender sus necesidades, motivaciones e incertidumbres de manera de ofrecerles bienestar y competitividad en su día a día. Es por eso que nuestras soluciones son dinámicas y están siempre buscando adaptarse a los cambios de los consumidores. Nuestro rol ya no es solo estar presentes cuando se producen siniestros o se generan situaciones imprevistas, nuestro propósito es acompañar a las personas y darles seguridad en cada uno de los aspectos de su vida. Queremos estar cerca de nuestros clientes también en los momentos felices y no solamente cuando tienen un siniestro. Queremos habilitarlos y darle soluciones. Un ejemplo de esto es nuestro servicio de chofer designado “SURA te Lleva” para cuando los clientes no quieran o no puedan manejar.

¿Cómo han acompañado a los clientes frente a esta nueva realidad y las incertidumbres que genera?

Nosotros venimos trabajando en anticiparnos a las necesidades de las personas, mediante la observación de sus necesidades cambiantes, desde antes de la pandemia. Estos observatorios nos permiten ver todas las señales que muestran este contexto tan particular. Identificamos las necesidades de los consumidores, las tendencias, el comportamiento de las empresas, especialmente en este último tiempo, y esto nos ha ayudado a entender cuáles han sido las preocupaciones de las personas y

La compañía tiene un espacio exclusivo de atención para las Pymes

A partir de estos observatorios, hemos creado soluciones que se aplicaron de forma inmediata, respondiendo a las necesidades de los consumidores. Por ejemplo, el Seguro por kilómetro, que surge ante la necesidad de las personas que en este contexto redujeron su movilidad, por mantener la calidad del servicio, pero a un menor costo.

Otra solución oportuna y ágil, que se dio en un momento que era muy necesario, fue la cobertura ante el diagnóstico por Covid-19. La ofrecimos en un escenario en el que el futuro era incierto, no existían aún las vacunas, pero de todas formas brindamos esta solución para acompañar a los clientes en este momento, especialmente a las empresas de transporte internacional y empresas vinculadas al agro.

Las soluciones diseñadas para el ecosistema de movilidad son otras de nuestras propuestas que evidencian este trabajo integrado de las personas y su entorno. Desde nuestra mirada, no importa en qué se traslade el individuo. Lo que importa es que esté acompañado, independientemente de sus necesidades y de cómo se mueva, ya sea en un auto, en una moto, en bici o caminando. Esos cambios en las tendencias logramos anticiparlos gracias a la utilización de los Observatorios que Seguros

SURA implementó a nivel local y regional.

También hay otras soluciones, independientemente del objeto que tenga asegurado el cliente. A modo de ejemplo, identificamos que cuando las personas se van de vacaciones, muchas veces no tienen posibilidad de llevar las bicicletas en el auto. Para esos casos, ofrecemos la posibilidad de traslado ida y vuelta, desde y hacia Maldonado.

¿Cómo han adaptado sus soluciones para apoyar la campaña de vacunación contra la Covid-19?

“Seguros SURA te Lleva” es una solución de movilidad que permite a los clientes contar con un chofer a disposición cuando este no puede o no quiere manejar.

Actualmente, con el objetivo de promover la campaña de vacunación, adaptamos este servicio y lo ofrecemos sin ningún costo para todos los clientes que necesiten ir a vacunarse, independientemente de que hayan contratado una solución de movilidad.

Este servicio está disponible en Montevideo y Ciudad de la Costa y se puede agendar 24 horas antes llamando al 0800 8120. Es una solución para nuestros clientes y su grupo familiar directo, a través de la que los llevamos en vehículos de Seguros SURA al centro vacunatorio designado, los esperamos y los llevamos de regreso a casa. Es sin costo y se puede acceder solo por ser cliente de cualquier producto de la compañía. Esta solución está disponible durante los meses de mayo y junio.

La incertidumbre que provocó la pandemia no solo conmovió

a los clientes, sino también a los corredores de Seguros ¿Qué estrategias implementaron para cultivar el vínculo con ellos?

Esta coyuntura permitió fortalecer los vínculos con los corredores, cultivar la relación que manteníamos y transformarla en un lazo más cercano y presente. En este sentido, buscamos entregar el mejor servicio a corredores y creamos el Centro de Atención al Corredor (CAC). Se trata de una propuesta que da respuesta de forma centralizada, preferencial, rápida y ágil a las inquietudes y consultas de los corredores por correo electrónico y por WhatsApp. En este último, la consulta se atiende en tiempo real. Al día de hoy, la iniciativa cuenta con plazos de cumplimiento muy satisfactorios y con una calidad de excelencia en el servicio. La creación del CAC surgió a partir de los Observatorios de Seguros SURA, que a través del monitoreo permanente del mercado detectaron la necesidad de contar con un espacio exclusivo para atender a los corredores, quienes constituyen uno de los principales canales de comercialización de nuestras soluciones.

¿Qué estrategias aplican para mantener actualizados a los corredores sobre las tendencias que presenta el mercado y las necesidades de los clientes?

Nos esforzamos en enriquecer la comunicación con los corredores. Para ello nos hemos acercado desde un área comercial mucho más focalizada que concibe al corredor como una empresa. Desde allí, trabajamos con él en capacitaciones, en charlas técnicas especializadas, así como las referidas a habilidades que requiere el negocio en particular. Creamos espacios para mantenerlos actualizados sobre las tendencias del mercado y los nuevos modelos de atención para que puedan establecer las mejores estrategias para conectar con los consumidores, conocerlos, saber sus motivaciones, sus gustos, sus incertidumbres y qué necesidades tienen. Contamos con un canal de comunicación de novedades por WhatsApp, a través del que enviamos novedades todos los días favoreciendo una conexión continua y en tiempo real.

En lo que respecta a las empresas ¿Cómo han acompañado a las Pymes durante esta pandemia y qué respuestas han dado a las necesidades de este sector?

En este contexto, queremos ayudar a crecer a las empresas. En

ese sentido, tenemos un espacio exclusivo de atención para las Pymes (sean clientes o no), ubicado en Sinergia Design, donde las asesoramos en temas legales, de negocios, finanzas y tecnología. A través de "Empresas SURA", nos acercamos y acompañamos a más de 370 Pymes -que son clave en la economía uruguaya y las principales generadoras de empleo- no solo frente a sus riesgos operativos, sino también en sus riesgos estratégicos, como por ejemplo, su desarrollo y crecimiento para mejorar su competitividad y sostenibilidad del negocio. Constantemente trabajamos para ofrecer capacitaciones y talleres sobre temas de interés. Un ejemplo son las SURA Talks, una iniciativa regional que Seguros SURA está llevando adelante de forma simultánea en nueve países de América Latina en los que tiene presencia, con la finalidad de ofrecer un ciclo de webinars enfocados en brindar herramientas de interés para potenciar a los emprendedores y a las pequeñas y medianas empresas.

Los talleres se enmarcan en la estrategia que Seguros SURA desarrolla a lo largo del año con el fin de entregar competitividad a las empresas, que incluye un calendario con más de 50 actividades para ofrecer recursos de valor a los emprendedores y sus proyectos y son de acceso gratuito y abierto para todo el público.

¿Qué soluciones se han implementado desde Seguros SURA para acompañar a las empresas frente a los nuevos retos en el manejo de la información?

Las tendencias del mercado demuestran que los intereses de las firmas ya no se enfocan solo en asegurar su activo físico, sino en la protección de la información que estas utilizan en la toma de decisiones. Con el objetivo de brindar respuestas a estas necesidades fue que creamos Protección Digital para Empresas. Se trata de una propuesta que busca dar solución frente al aumento de casos de vulneración de información, ofreciendo una protección que no solo se enfoca en los daños económicos, sino que ofrece una cobertura integral con protección tanto para la empresa contratante como para sus clientes. Además, acompaña a las empresas con orientación y asesoramiento tecnológico para mejorar su seguridad informática.

¿A qué segmentos apunta esta solución?

La solución abarca a todas las empresas, sin importar el rubro al que se dediquen ni la cantidad de colaboradores que posean. Todas las empresas que manejan información están expuestas a distintos riesgos y en esta compañía encuentran un producto que ofrece una protección a un costo súper accesible y que apunta a absolutamente a todas las empresas.



Ana María Silveira, "nos hemos diferenciado por el permanente foco puesto en las personas, sus necesidades y contextos"

¿Cómo vienen desarrollando Seguros SURA las estrategias en el interior del país?

El interior del país es un área de gran interés para Seguros SURA y en este sentido estamos trabajando para poder estar presente en los diferentes departamentos.

Nuestro gran foco es estar cerca de todos nuestros clientes en todo Uruguay. Pero no solamente desde la expansión territorial con presencia de oficinas, sino también desde las soluciones y prestaciones que les brindamos.

Un ejemplo de esto es que nuestro servicio SURA te Lleva no solamente está presente en Montevideo y Ciudad de la Costa, sino también en Maldonado y recientemente lo lanzamos en Colonia.

Hoy tenemos sucursales en Salto, Paysandú, Colonia, Maldonado, Canelones y Rivera y recientemente inauguramos una dependencia en Durazno. Confiamos en que próximamente tendremos nuevos anuncios de expansión en otros departamentos que nos permitirán entregar bienestar a cada vez más clientes.

¿Sobre qué líneas trabajan al momento de crear nuevas soluciones para el mercado?

En la línea de la innovación, buscamos un concepto más integral y no solo centrado en el tradicional seguro para vehículos u "objeto asegurado". Buscamos acompañar el ecosistema de las personas. Movilidad, hábitat y empresas son los

ecosistemas que aglutinan las diferentes prestaciones que ofrecemos asociadas a las pólizas. El hecho de pretender ser una solucionadora, más que una aseguradora, hace que pensemos en ir más allá, sin limitarnos en un segmento específico. En este sentido, lo que refiere al hábitat de las personas es fundamental, desde la protección del lugar en donde vive y la protección de sus mascotas, hasta la garantía del alquiler. Esta última refleja nuestro compromiso no solo con el inquilino, sino también con el propietario de esa vivienda. Para ello creamos prestaciones como el kit de pintura para todo el hogar, que es un beneficio sin costo que agrega valor a la contratación de la garantía de alquiler.

También contamos con un servicio de emergencia para el hogar, tanto para el inquilino como para el propietario, que abarca la plomería, cerrajería y cristalería, que son de primera necesidad.

Estos se encuentran en la esfera de la plataforma CASS, una de las nuevas incorporaciones de Seguros SURA.

La propuesta ofrece prestaciones integrales a nuestros clientes en todo el país, que van desde el servicio de coordinación con proveedores y el alquiler de vehículo y de servicios como el traslado de bicicletas y la prestación de servicios de mecánica ligera, entre otros. Es una iniciativa que seguiremos potenciando y desarrollando.

SEGUROS

¡Sura te Lleva a vacunar!

Si sos cliente, te llevamos a vos o a un familiar directo al centro vacunatorio en Montevideo o Ciudad de la Costa, te esperamos y te traemos de vuelta a casa.

Agendate 24 horas antes llamando al 0800 8120

Más que una Aseguradora, una Solucionadora.



Utilizá el código para más información.
segurossura.com.uy

Repetto, es un orgullo y un gran desafío tener un hospital que busca la excelencia

El BSE tiene un servicio de rehabilitación para ex pacientes del Covid

Es un orgullo y un gran desafío contar con un hospital de rehabilitación que apunta a la excelencia y que se sustenta en una moderna planta física, en un avanzado equipamiento y en un equipo interdisciplinario de primer nivel, afirmó a El Observador el Dr. Fernando Javier Repetto, Subgerente General del Banco de Seguros del Estado.

Subrayó que este año se apunta a lograr “una certificación internacional de prestadores de rehabilitación para determinadas patologías, lo cual nos ubicará entre los pocos países de Latinoamérica que tendrán esta jerarquía y estándar asistencial”.

¿Considera que el sanatorio del BSE es un referente en el país y en la región en materia de rehabilitación de la accidentalidad laboral?

Sin duda. Es un hospital referente que se destaca por su moderna planta física, su avanzado equipamiento en rehabilitación, en algunos casos únicos en Latinoamérica, y por sus recursos humanos que tienen excelentes estándares de capacitación, a nivel de fisioterapia y fisiatría, entre otras técnicas. El hospital también trabaja con licenciados en enfermería y otras especialidades porque a veces se presentan patologías que requieren un abordaje de especialistas como traumatólogo, anestesista y fisiatra para una prótesis de rodilla, por ejemplo.

El hospital tiene tecnología de vanguardia como un laboratorio de marcha, dotado de sensores, que evalúa los trastornos o déficits de la marcha de un paciente. Está equipado con una computadora que marca el tratamiento que deberá tener la persona para su mejor evolución. Se cuenta también, entre otros equipos, con el sistema Evaltech, que



Dr. Fernando Javier Repetto, Subgerente General del BSE.



Un aspecto del hospital que se emplaza en la Avda. José Pedro Varela

evalúa la capacidad funcional y mide ciertas patologías o movimientos (miembros inferiores o superiores). No solo determina el grado de la patología sino que, en muchos casos, indica el tipo de tratamiento que pueda mejorar la recuperación y rehabilitación del paciente. El Hospital tiene entonces una muy buena capacidad tecnológica instalada, que incluye un block quirúrgico integral, así como modernas áreas de rehabilitación, e incluso sectores de hotelería para familiares de los pacientes.

¿El hospital presta servicios que contribuyen a la recuperación de personas que sufrieron Covid?

Efectivamente. El Banco de Seguros, en el marco de su política de apoyo a la sociedad, habilitó un servicio para pacientes postcovid. Se les realizan procesos de rehabilitación fundamentalmente respiratoria, de la masa muscular y de la marcha.

Hemos recibido pacientes que logramos que salieran del CTI para que liberaran otras camas del CTI que no requieran ventilaciones y cuidados especiales. No tenemos estas áreas de atención pero si un equipo multidisciplinario muy eficiente para el tratamiento de estos pacientes.

Hemos recibido pacientes con cuadriparesia (disminución de la fuerza motora que dificulta el movimiento de los cuatro miembros) y que estuvieron internados 60 días en el CTI por lo que llegaron muy afectados desde el punto de vista de su estructura física, musculatura y movilidad. Se les realizaron tratamientos especializados y algunos de esos pacientes pudieron, en un plazo promedial de unos 30, sentarse en la cama y caminar. Han sido muy notorias las mejoras que han tenido estos pacientes en

El hospital del BSE apunta a lograr una certificación internacional

su dinámica y capacidad respiratoria. Estamos entonces muy satisfechos y muy orgullosos por este nuevo servicio que presta el hospital del Banco de Seguros a la sociedad.

¿La institución analiza la posibilidad de vender servicios médicos especializados para que otros sectores de la sociedad puedan acceder a sus reconocidos procesos de rehabilitación?

Ahora surge la oportunidad, con el nuevo servicio de rehabilitación de pacientes que sufrieron Covid, de vender el servicio a otros organismos del Estado como ASSE. Precisamente, se firmó un convenio entre el MSP, la Dirección Nacional del Sistema Integrado de Salud, la presidencia de ASSE y el directorio del BSE. De esta manera, pacientes de ASSE, que salen del CTI y que requieren rehabilitación, son recibidos en el hospital del BSE, cuyo expertise en materia de rehabilitación es muy valorado y reconocido en el país. Tenemos entonces una línea tendida con el Ministerio de Salud Pública. Debo destacar asimismo que autoridades del sistema de salud visitaron las instalaciones del hospital de nuestra institución y quedaron gratamente sorprendidos por la calidad de los equipamientos y el alto nivel que tiene el equipo multidisciplinario.

A corto plazo divulgaremos testimoniales de algunos de estos pacientes que sufrieron Covid, quienes abordarán sus experiencias en materia de recuperación.

¿Una de las fortalezas que exhibe entonces el hospital es su calificado equipo multidisciplinario?

Por supuesto. La persona accidentada que llega al hospital cuenta con un equipo de médicos y especialistas que cubren todo el proceso asistencial y de rehabilitación. Incluso le damos alojamiento al familiar y la renta temporaria que corresponda.

¿El sanatorio es reconocido por otros centros asistenciales, por

ejemplo, de Europa?

Mantenemos un interactivo intercambio, especialmente a través de videoconferencias, con el reconocido hospital de rehabilitación e investigación SUNNAAS de Noruega.

En forma periódica se abordan distintas patologías y protocolos, al tiempo que está previsto el intercambio de técnicos en el curso de los próximos meses ya que la pandemia cambió el cronograma inicialmente estructurado. Estos intercambios generan mucha experiencia porque permiten afianzar conocimientos en materia de aplicación de determinadas técnicas. El convenio con SUNNAAS se desarrolla con la Dirección General de la Salud del MSP, la cual ha puesto al BSE como el nexo dentro de Uruguay. Las videoconferencias son transmitidas a otras instituciones de prestaciones médicas, públicas y privadas del país y esta es una fortaleza que hay que destacar.

¿En el hospital del BSE se hacen trasplantes a personas accidentadas?

Por supuesto. A modo de ejemplo, se realizan en forma periódica, trasplantes de dedos, manos y reimplantes. Se cubren asimismo traumatismos con determinadas patologías neurológicas y se hace cirugía reparadora.

¿El centro de rehabilitación busca potenciar día a día su nivel de asistencia?

Es un orgullo y un gran desafío contar con un moderno hospital que apunta siempre a elevar el nivel de asistencia, de atención y de rehabilitación. En primera instancia por el propio paciente, por su familia, por la empresa, por la sociedad y también, por supuesto, por el Banco de Seguros. Seguimos buscando el nivel de excelencia y, en esta línea de acción, se apunta a lograr una certificación internacional de prestadores de rehabilitación para determinadas patologías, lo cual nos ubicará entre los pocos países de Latinoamérica que tendrán esta jerarquía y estándar asistencial. En este desafío tiene incidencia el convenio que existe con el hospital de rehabilitación e investigación SUNNAAS de Noruega. En otro plano quiero destacar que en febrero de este año el BSE rebajó promediamente un 6% las pólizas de sus seguros para todas las empresas del país.

Esta medida ayudará, en la medida de lo posible, a bajar el costo del Estado.



Primera Cooperativa de Productores-Asesores en Seguros les ofrece el asesoramiento y los servicios de un Broker Organizador.

Proteja su vida, sus bienes, sus proyectos comerciales, industriales o agropecuarios, contando con el mas selecto grupo de Corredores Asesores de nuestro país.

casur@casur.com.uy

Uruguay 1107 esquina Paraguay Tel. *29025404

Sostenida expansión de San Cristóbal

El crecimiento de la producción de San Cristóbal Seguros es muy bueno y “se está logrando de forma sostenible, y alineada a los indicadores técnicos previstos”, afirmó el Gerente Comercial de la organización, Mauricio Castellanos. El ejecutivo subrayó a El Observador que “el plan comercial de la compañía ha sido diseñado para ofrecer al corredor múltiples instancias de contacto, y la presencia de los ejecutivos para propiciar el desarrollo del corredor como medio para el desarrollo de la compañía”.

¿Qué comportamiento registró San Cristóbal Seguros en el primer cuatrimestre del año?

La compañía registró un muy buen comportamiento durante el primer cuatrimestre del año, al punto de que hemos superado todos los objetivos planteados en nuestro plan estratégico.

En relación al plan comercial para el año, el crecimiento al cierre del mes de abril es del orden del 70% en primas emitidas, con más de 35.000 vehículos asegurados a esa fecha. En particular los tres primeros meses han sido muy buenos en términos de emisión, mientras que el mes de abril, si bien generamos un crecimiento por encima del presupuesto, fue el mes con menor desarrollo. Si bien el plan comercial está fuertemente orientado al interior del país, el crecimiento alcanzado se da en las dos zonas definidas por la compañía, el área metropolitana (60% de crecimiento) y el interior (más del 90%). Por otra parte, el Banco Central del Uruguay (BCU), publicó la información del mercado correspondiente al cierre del primer trimestre del ejercicio. De la misma se desprende que San Cristóbal Seguros es la compañía con mayor crecimiento en la participación en el mercado de vehículos. Esto porque cerramos el trimestre con el 3.3% de participación de mercado mientras que en el mismo trimestre del ejercicio 2020 contábamos con el 2.2%.

Aun resta mucho del ejercicio 2021 y este porcentaje podría variar pero en cualquier caso los resultados del trimestre en materia de suscripción de seguros son muy alentadores.

Por otra parte, también es muy importante resaltar que los indicadores del resultado técnico de la compañía han registrado una muy buena evolución, de forma en que están, en general, alineados a los valores promedio del mercado para la rama vehículos.

De manera que no solamente el crecimiento de la producción de seguros ha sido muy bueno sino que se está logrando de forma sostenible, y alineada a los indicadores técnicos previstos.

En un comienzo de año en el que el contexto económico y social se ha visto profundamente afectado por la pandemia del Covid-19, y en el que todo el equipo de la compañía ha multiplicado esfuerzos para continuar ofreciendo el estándar de servicios que nos propusimos, es muy alentador ver los resultados que se están obteniendo.

En ese marco ¿Qué desafíos debe enfrentar la compañía en lo que resta



Gerente Comercial de San Cristóbal Seguros, Mauricio Castellanos

de un año pautado aún por la pandemia para continuar con su estrategia de crecimiento rentable?

Ciertamente como sector son múltiples los desafíos que debemos afrontar, derivados del contexto generado por la pandemia y la compañía en general, y el equipo comercial en particular no es ajeno a esos retos.

Como aseguradores debemos dar respuestas en los diferentes roles que asumimos frente a nuestros asegurados, pero también frente a nuestros colaboradores, proveedores y en especial frente a nuestros socios de negocios, los corredores. Las necesidades en materia de distanciamiento físico, para garantizar la seguridad y la salud de nuestros, asegurados, proveedores, colaboradores y corredores, que son el principal tema a atender, deben equilibrarse con el mantenimiento y mejora permanente del estándar de servicios que brindamos. En particular el plan comercial de la compañía ha sido diseñado para ofrecer al corredor múltiples instancias de contacto, y la presencia de los ejecutivos para propiciar el desarrollo del corredor como medio para el desarrollo de la compañía.

Este pilar central de nuestro plan se encuentra hoy más vigente que nunca, aunque sin dudas hemos ajustado la modalidad de ese contacto para que sea compatible con los protocolos del grupo y las recomendaciones del gobierno y especialistas.

De forma que, las instancias presenciales han dado paso a otros formatos no presenciales hasta tanto las condiciones para el retorno de las visitas habituales a los corredores puedan realizarse de forma segura. Adicionalmente, continuamos avanzando en la mejora de la comunicación interna y externa, para adaptarlos a esta nueva realidad. Es fundamental que los equipos de la compañía puedan compartir e intercambiar la información que se requiere para brindar el mejor servicio a asegurados, proveedores y corredores. Es por ello que la compañía sigue avanzando y perfeccionado herramientas en las que hemos sido innovadores en el mercado, como lo es la comunicación por WhatsApp, en particular la denuncia de siniestros por esa vía. Esto porque entendemos que la mejora en la experiencia del asegurado es una de las claves para el desarrollo de la compañía.

Por otra parte, continuamos avanzando en el posicionamiento de la marca, incursionando en la publicidad en

espacios físicos y también a nivel de radios del interior del país, de manera de poder comunicar la propuesta de valor de la compañía. Definitivamente la comunicación es uno de los grandes desafíos que debemos abordar producto de la pandemia y estamos trabajando mucho en esa área.

¿San Cristóbal prevé potenciar aún más su posicionamiento en puntos estratégicos del interior del país?

Durante este ejercicio hemos concretado la primera sucursal en el interior, con una propuesta innovadora, en el departamento de Maldonado. En esta experiencia hemos encontrado una excelente respuesta de los corredores de la zona, que ya integraban la red de San Cristóbal Seguros, pero también ha sido una gran oportunidad para que otros corredores se vinculen a la compañía, algunos se han incorporado a la red actual en un proceso que queremos cuidar y controlar. Es importante para nosotros que la incorporación de corredores se realice considerando la posibilidad de desarrollo futuro con la compañía y no meramente para contar con una opción más a la hora de ofrecer coberturas a los consumidores de seguros.

Valoramos especialmente la relación con los corredores, y queremos propiciar relaciones de confianza y largo plazo y ello implica un proceso de conocimiento, trabajo conjunto y confianza que requiere un tiempo de maduración. A medida que nuestra capacidad de gestionar la red de corredores crece vamos incorporando nuevos socios estratégicos. Asimismo, los asegurados han recibido de gran forma este espacio de consulta y cada día más recurren a la sucursal por diversas razones.

En ese marco entendemos que la sucursal es una experiencia valiosa y exitosa que nos permite considerar en el futuro próximo la apertura de otras sucursales en el interior del país.

Sin embargo, es un aspecto que tenemos planteado para abordar en la planificación de los próximos años, y que se valora considerando el potencial de la zona, el grado de desarrollo, la presencia de los corredores de la red, las necesidades de nuestros asegurados, la relevancia local y para nuestra casa matriz, etc.

Sin dudas tenemos la expectativa de ampliar el desarrollo territorial de

la compañía y eso implica la presencia en el interior, pero no esperamos novedades hasta fines de este año.

¿En qué instancia se encuentra el Programa de Impulso Comercial?

El PIC ha tenido un singular éxito entre los corredores que participan de la iniciativa. De manera que permanentemente recibimos consultas y realizamos reuniones para abordar la performance que los tres premios que los componen: Plan Liderar, Plan Crecer y Plan Ganar.

Vemos incluso un cambio cultural muy significativo, que no por ser lo deseable, deja de sorprendernos como la preocupación por diversos indicadores de gestión, como ser la siniestralidad, la morosidad y el crecimiento han sido adoptados como objetivos compartidos con la red. El PIC tiene un formato anual y cierra el 30 de junio así que estamos en la recta final de los premios, pero además cuenta con premios trimestrales.

Los premios trimestrales correspondientes a setiembre y diciembre de 2020 y el premio de marzo 2020, nos han dejado muy satisfechos porque los 10 ganadores de cada trimestre incluyen a corredores que están en la compañía desde las primeras etapas, y una buena mezcla de corredores incorporados en los últimos tiempos. Es un poco el interés que teníamos que estos premios fueran un impulso al desarrollo de los corredores, y que se viera reflejado en oportunidades de ganar para todos los corredores con una siniestralidad adecuada, de forma de premiar a

los corredores por su volumen de cartera y por su crecimiento rentable. De acuerdo a nuestras estimaciones, en función de la marcha del PIC más del 50% de los corredores participantes recibirán una comisión acumulada anual, por este buen desempeño.

¿Considera que el asegurado asume aún más los valores de protección que brindan los seguros en época de pandemia?

Los asegurados perciben claramente los riesgos a los que se enfrentan en este contexto de incertidumbre, y en ese marco requieren la protección del seguro, pero al mismo tiempo nos plantean necesidades nuevas. El consumidor actual está mucho más habituado al contacto online, y esto implica que se requiere poder ofrecer soluciones por esa vía, en particular brindar una rápida respuesta.

Por otra parte, es más exigente en cuanto a las coberturas que contrata y la propuesta de valor que les ofrecemos, es más consciente de las características de los productos y aspira a obtener más que la cobertura de seguros. Nos enfrentamos a un escenario más complejo en el que debemos innovar para ofrecer mejores soluciones asegurativas, pero también para ofrecer más y mejores servicios. Por eso es fundamental que continuemos avanzando en el desarrollo de más productos e innovando para poder satisfacer estas nuevas necesidades.

Tu compañía.

San Cristóbal
SEGUROS

Peatonal Sarandí 675 - Piso 3
Edificio Pablo Ferrando
Ciudad Vieja
www.sancristobalseguros.com.uy

Sancor Seguros generó una tercera Jornada de Donación de Sangre

Dar Sangre, recibir amor, entre todos para todos

Sancor Seguros genera sostenidos y dinámicos procesos de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), que crean constante valor, y que repercuten en todos los grupos de interés y esferas de influencia de la organización, afirmó a El Observador Valentina Rodríguez, Jefe de Marketing de la compañía. La ejecutiva reseñó las sostenidas acciones de perfil solidario que realiza la aseguradora para contribuir con el faltante de sangre en nuestro país debido a la pandemia.

Valores corporativos

Valentina Rodríguez explicó, a modo de prolegómenos, que “el proceso de RSE es parte de nuestra idiosincrasia, de nuestros valores cooperativos. Creemos que el mundo actual necesita un nuevo liderazgo y una nueva visión de las organizaciones para pensar en el futuro”. La entrevistada dijo que “el mundo de hoy requiere el esfuerzo conjunto, no solo del sector público, sino también de las empresas que, para ser sustentables, no solo deben pensar en el resultado del negocio sino también en cómo impactan en el desarrollo de la sociedad que las rodea”.

“En nuestra aseguradora -prosiguió- tomamos la Responsabilidad Social Empresaria como un proceso transversal a toda la empresa. Y en una línea tan específica, más allá de diversas acciones de RSE que nos encontramos realizando, le damos continuidad en el tiempo a los procesos que contribuyen con la donación de sangre en nuestro país”.

¿Qué acciones ha llevado a cabo la compañía respecto a la donación de sangre en el país?

Comenzamos la campaña el 20 de mayo de 2020 en el Centro Deportivo Integral Enfoque donde realizamos nuestra Primera Jornada de Donación de Sangre, que organizamos junto al Hospital de Clínicas “Dr. Manuel Quintela”, ASSE y el Servicio Nacional de Sangre, extremando las medidas habituales de cuidado e higiene personal.

Frente a la caída en el número de donantes que generó la pandemia y a las restricciones de movilidad impuestas como medida preventiva, Sancor Seguros apoya entonces con esta campaña solidaria la donación de sangre. A su vez, apunta a generar conciencia en la sociedad sobre la importancia de la misma para el sistema de salud. Los resultados obtenidos fueron muy buenos: 479.599 personas vieron material de la campaña en redes sociales, 60 unidades efectivas de sangre y más de 30 profesionales y técnicos de todas las instituciones que participaron



Ismael Rodríguez, Valentina Rodríguez y Álvaro Villar



Federico Kramer



Federico Kramer y Valentina Rodríguez



Tercera Jornada de Donación de sangre en el Hospital de Clínicas

APP móvil de Donación de Sangre

Valentina Rodríguez informó asimismo que “en conjunto con Federico Kramer y un equipo de profesionales y expertos, nos encontramos desarrollando una APP móvil de Donación de Sangre para continuar contribuyendo a la causa”.

“En la misma, se podrá participar como donador o generar eventos de donación de sangre, tanto instituciones que lo precisen como personas en general”, concluyó.

de la Jornada. En cuanto a figuras públicas de nuestro país, quienes ayudaron con la difusión previa y posterior de la campaña, contamos con la presencia de Horacio Abadie, Periodista, Andrés Scotti, Empresa-

rio, Andrea Vila, Comunicadora, y Catalina Ferrand, Comunicadora.

Continuando con las acciones de RSE, que desde la compañía sentimos que podemos aportar nuestro “granito de arena” y contribuir a la

sociedad en la que nos encontramos inmersos, el viernes 29 de enero llevamos a cabo en el Centro Deportivo Integral Enfoque una segunda Jornada de Donación de Sangre que organizamos junto a ASSE, el Hospi-

tal de Clínicas “Dr. Manuel Quintela”, el Hospital Pasteur y el Servicio Nacional de Sangre. Se extremaron nuevamente las medidas habituales de cuidado e higiene personal, en el marco de los mismos objetivos que se plasmaron en la anterior campaña. En esta instancia también quedamos muy contentos con el resultado alcanzado: 500.000 personas vieron material de la campaña en redes sociales, 150 unidades efectivas de sangre y más de 70 profesionales y técnicos de todas las instituciones participaron de la Jornada. A raíz de la misma, comprobamos que hay conciencia de una causa que nos involucra a todos, porque Uruguay necesita 300 bolsas de sangre por día y es una necesidad que nunca se agota. Al igual que en la jornada anterior, contamos con la ayuda de figuras públicas en la difusión, previa y posterior de la campaña: Horacio Abadie, Periodista, Andrés Scotti, Empresario, Andrea Vila, Comunicadora, Catalina Ferrand, Comunicadora, Federico Buysan, Periodista, Ana Inés Martínez, Periodista y Magdalena Correa, Periodista.

Continuando en esta línea, el 10 de mayo comenzamos con una iniciativa que nos llenó de alegría y orgullo. Durante una semana, Sancor Seguros junto a Taxi Salud llevó a los donantes agendados al Hospital de Clínicas a donar sangre y los regresó luego de la donación a sus casas para darles las garantías de cuidado y prevención, incentivando a contribuir con la causa. Más de 100 donantes llegaron al Hospital de Clínicas para efectuar su donación de sangre en este contexto tan adverso. Cinco días en donde muchas personas decidieron colaborar con esta causa, que en ocasiones es silenciosa, pero requiere de todo nuestro compromiso y atención. Muchas personas necesitan sangre para continuar sus procesos de recuperación. Sin lugar a dudas estamos muy felices con el resultado y seguiremos educando en relación a las necesidades de sangre en nuestro país porque dar sangre es recibir amor. Gracias a todos los que hicieron posible que muchas personas que lo necesitan hoy tengan la posibilidad de sentirse mejor en un contexto tan adverso. Agradecemos al Dr. Ismael Rodríguez y al Director del Hospital de Clínicas, Dr. Álvaro Villar, por su hospitalidad y por darnos el lugar de sumarnos a esta gran causa. Los invitamos a conocer lo que fue esta jornada:

