

**La innovación  
le permite a  
MAPFRE  
sustentar  
un liderazgo  
transformador**



Marianne Delgado, CEO de MAPFRE

● Páginas 4 y 5

**Uruguay Asistencia, 25 años con foco en  
la calidad de servicios y la innovación**

Página 8



Fabiano Sardá, Gerente General de Uruguay Asistencia



**SANCOR  
SEGUROS**

Tranquilidad estés donde estés



# San Cristóbal, en julio produjo 73% más seguros que en el mismo período de 2020

La compañía prevé asegurar más de 46.000 vehículos al cierre del ejercicio 2021

San Cristóbal Seguros continúa con su sostenido proceso de crecimiento, al punto que en julio produjo más seguros que en idéntico período de 2020. Su Gerente Comercial, Mauricio Castellanos, dijo al Suplemento de Seguros de El Observador que la compañía prevé “para el cierre del mes de agosto superar los 40.000 vehículos asegurados, y ubicarnos por encima de los 46.000 al cierre del ejercicio 2021”.

## ¿Qué comportamiento registró la compañía en el primer semestre del año?

Recientemente el Banco Central del Uruguay publicó la información del sector correspondiente al primer semestre el año y estamos muy satisfechos por los resultados alcanzados por la empresa. Al cierre del semestre la compañía registra un crecimiento del 78% respecto del mismo período de 2020, con una inflación anual del 7,3%. El crecimiento es especialmente importante si consideramos que la compañía en el 2020 acumuló una variación positiva del 56%.

Por otra parte, en relación al plan anual cerramos el semestre con un desvío positivo del 19%. En ese marco se han alcanzado los objetivos que nos fijamos en materia de la distribución geográfica de la producción, así como en los segmentos de clientes y productos que definimos como prioritarios. Asimismo, el mes de julio también ha sido un mes de crecimiento significativo, ya que la producción de seguros se ubicó un 73% por encima de la obtenida en julio de 2020.

En relación a la cartera de vehículos, que es la principal rama de actividad, al cierre de julio contábamos con 38.730 vehículos asegurados, considerando que el punto de partida del plan en diciembre de 2019 la compañía tenía unos 20.000 vehículos.

Proyectamos para el cierre del



Mauricio Castellanos, Gerente Comercial de San Cristóbal



Leandro Báez, Coordinador Comercial; Mauricio Castellanos, Gerente Comercial y Matías Escobal, Ejecutivo de la sucursal Punta del Este



Matías Escobal; Alejandro Iglesias y Micaela Casella (Corredores ganadores segunda posición del Plan Liderar)

mes de agosto superar los 40.000 vehículos asegurados, y ubicarnos por encima de los 46.000 al cierre del ejercicio 2021.

Cabe destacar especialmente

el buen desarrollo de la red de corredores, tanto aquellos que están con la compañía desde sus inicios sino también de aquellos que se han sumado, particularmente en el interior del país. La estructura de crecimiento, con un fuerte foco en el interior, contribuye a generar contribuciones marginales relevantes y alcanzar entonces la rentabilidad esperada para una operación de este tipo.

## Y en ese marco recientemente finalizó el Programa de Impulso Comercial (PIC) que desarrolla la compañía. ¿Cuáles han sido los resultados obtenidos?

Los resultados del PIC han sido muy positivos, tanto para la compañía como para los corredores participantes que han visto que su contribución en términos de crecimiento de cartera y siniestralidad es valorada por la compañía

y recompensada a través de este Programa. Participaron 70 corredores que superaron al comienzo del Programa un volumen de cartera de más de 750.000 pesos, y lograron finalizar el Programa con una siniestralidad menor al 60% y cumplir el requerimiento de crecimiento objetivo según el segmento de cartera 36 corredores. Es decir que 36 corredores se hicieron acreedores del Plan Ganar, que distribuye 3, 2 o 1 punto de comisión extra acumulada anual según la siniestralidad del corredor.

Por otra parte tenemos los Planes Liderar y Crecer, en el primer caso el Plan Liderar otorgó premios a las tres carteras más grandes en volumen de la compañía que cumplieron los requerimientos del Plan, y el Plan Crecer que premia a las tres carteras con mayor crecimiento que superaron los requerimientos de participación.

En ese marco los ganadores del Plan Liderar fueron: Fernando de los Santos; Analía de Cuadro y Víctor Velázquez. Los ganadores del Plan Crecer fueron: Edgardo Ramini; Natalia Fagua y Virginia Ciuti.

A fines del mes de agosto se realizará el evento de entrega de los premios en el que vamos a reconocer, no solamente a los ganadores, sino en general a todos los corredores de la compañía, ya que sin su apoyo, esfuerzo y compromiso no sería posible alcanzar los resultados que estamos obteniendo. De todas formas, y debido al contexto de pandemia, hemos realizado instancias individuales y en otras reducidas para homenajear a los corredores ganadores e intercambiar con ellos nuestra visión del desarrollo de la compañía, y del mercado en general.

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

La compañía tiene un fuerte foco en el interior del país, durante estos años de presencia en el país hemos logrado una red comprometida con la que trabajamos de una forma muy dinámica y cercana. La forma de trabajo y las herramientas con las que cuentan los corredores de la compañía, nos ha permitido que el crecimiento de hoy este apalancado en el desarrollo de los corredores. En ese contexto, aún mantenemos áreas donde existe interés en ampliar la presencia e incorporar corredores, de manera de alinear la producción con los objetivos departamentales que nos hemos fijado. Por otra parte, el buen desarrollo de la Sucursal de Maldonado y su zona de influencia

nos invita a continuar analizando nuevas oportunidades de presencia física bajo esta modalidad, aunque no tenemos previsto para el futuro próximo nuevas aperturas de sucursales.

## ¿Cómo evalúa el desarrollo del mercado en este contexto de pandemia?

El mercado asegurador en Uruguay es un mercado sumamente competitivo, en particular en este año se observa una fuerte corrección en la siniestralidad del sistema, y una mejora en los resultados operativos, lo que resulta alentador.

Sin embargo, el mercado ha tenido un crecimiento de solamente el 12,3% nominal, sin incluir el efecto de la inflación, ni las ramas en régimen de monopolio. Esto podría ser también indicador de una mejora en la producción de seguros pero aun quedan 6 meses más de actividad, y en la comparación con el mismo semestre del 2020 están incluidos los meses con mayor impacto producto de la pandemia. Se destaca especialmente el crecimiento del volumen de primas de los seguros de las ramas patrimoniales, como ser automóviles (15,1%), rurales (32,8), ingeniería (54,9) y RC (22,6). La expectativa que tenemos es que este crecimiento pueda mantenerse en términos similares.

## En ese marco ¿Qué planes tiene la compañía en materia de ramas de actividad?

El objetivo del Grupo es que la compañía en Uruguay opere en todas las ramas en las que sea posible competir, es por ello que iniciamos el proceso de autorización de las ramas de seguros de Caución y Vida en este ejercicio, al tiempo que iremos completando la oferta de coberturas en las ramas en las que ya operamos. Es un proceso que debe realizarse adecuadamente para que la empresa cuente con las capacidades requeridas para operar en otras ramas de actividad y lo venimos cumpliendo de acuerdo a las expectativas del Grupo.

## Reconocimiento

San Cristóbal Seguros realizó un acto de reconocimiento a los ganadores del Plan Liderar y Crecer que operan en la zona interior cercana a su sucursal de Punta del Este. Se recibió a los corredores de Maldonado, Canelones, Treinta y Tres y Lavalleja, que se ubicaron en los primeros lugares del Plan Liderar y Crecer.



**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





La llave de la puerta  
de tu nuevo hogar,

¡está en tu celular!



**GARANTÍA DE ALQUILER**

Es 100% online, la garantía más económica del mercado, y además, la podés hacer a tu medida.

¡Hacé el click en [MAPFRE.com.uy](https://www.mapfre.com.uy)!



**MAPFRE**



Marianne Delgado, CEO de MAPFRE

# MAPFRE tuvo un primer semestre del año excelente, dijo Marianne Delgado

Los colaboradores son los grandes actores de los sostenidos procesos innovadores

**M**APFRE concluyó un primer semestre del año excelente, con un crecimiento muy sólido, afirmó Marianne Delgado, CEO de la compañía. La ejecutiva dijo a El Observador que “es un modelo de negocio que sigue demostrando su robustez y capacidad de adaptación a los entornos cambiantes”.

Marianne Delgado expresó asimismo que “nuestros colaboradores son los grandes actores” de los sostenidos procesos innovadores que genera la empresa y destacó que “grandes proyectos se consolidarán en el segundo semestre”.

En otro pasaje de la entrevista indicó que “somos la primera compañía privada de Uruguay y estaremos aquí para siempre, dando servicio a los uruguayos”.

**¿Cuál fue el click que impulsó a MAPFRE a potenciar sus instancias innovadoras?**

MAPFRE tiene en su haber una larga historia de compa-

ñía innovadora. La innovación está en su ADN y es una de sus palancas principales para impulsar el crecimiento orgánico y proyectar su horizonte estratégico, generando permanentemente propuestas de valor diferenciales para los clientes desde una visión transversal e integral que le permite dar respuesta a los retos del negocio. Esto ha permitido a MAPFRE tener un liderazgo transformador, lo cual ha sido siempre la señal de identidad de la compañía. Nos anticipamos a las necesidades de los clientes, integrando soluciones y creando procesos eficientes. El aprendizaje en innovación ha avanzado y conseguido resultados muy satisfactorios, con personas capaces de desarrollar los proyectos de una manera ágil y creativa. Nuestros colaboradores son los grandes actores de la innovación, ya que necesitamos contar con personas capacitadas para afrontar los retos a los que se enfrenta el sector asegurador en el futuro, con ideas

**Una compañía que brinda credibilidad y confianza**

originales y en algún caso hasta disruptivas, que apuesten por la eficiencia en los procesos.

**¿Cuáles son las principales fortalezas del producto Garantía de Alquiler que MAPFRE lanzó el pasado año al mercado y cuáles son los resultados obtenidos hasta el momento?**

Se trata de un producto 100% digital y esa es su principal fortaleza, no requiere instancias presenciales ni firma de formularios para su contratación. Es una propuesta flexible, ya que cada cliente puede contratar las coberturas que se adaptan a sus necesidades logrando un

producto a medida. Apostamos a la agilidad y facilidad en cada paso para una contratación innovadora. Los resultados han sido excelentes y en ascenso. Se han incrementado las ventas potenciando nuestro canal digital, pero además y muy importante, colaboró al posicionamiento de la marca MAPFRE como tal, consiguiendo posicionarse de forma fresca y cercana al público.

**La empresa agregó un código QR en las pólizas de autos. ¿Qué ventajas ofrece este nuevo sistema al asegurado?**

El código de respuesta rápida es una novedad pensada para facilitar la gestión de nuestros clientes, a partir de su incorporación les brindamos un servicio 100% digital con la herramienta de asistencia vehicular MIAdrive. Se trata de una plataforma que permite solicitar asistencias de manera rápida y segura, proporciona confirmación del servicio, tiempo estimado de llegada, seguimiento

en tiempo real y valoración del servicio.

**¿Cómo visualiza el próximo semestre en materia de novedades de MAPFRE?**

Nos mantenemos en una constante evolución, con foco en nuestros pilares estratégicos: Excelencia en la gestión técnica y operativa, Cultura y talento y Orientación al Cliente que nos permitan continuar consolidando las iniciativas de Crecimiento, rentabilidad y transformación. Son tiempos difíciles, en los que tuvimos que gestionar durante la pandemia, pero con la gran fortaleza del equipo nada se detuvo. Gracias a ellos, grandes proyectos se consolidarán en el segundo semestre

**¿Qué importancia le atribuye a los procesos digitales o disruptivos en el negocio de los seguros?**

Sin duda que los procesos digitales y la disrupción causan impacto en el mercado en el cual



está inmerso y en la rutina de su público objetivo. Debido a que cambia la forma como se consumen los productos y servicios, es bastante común que los modelos anteriores dejen de existir como hasta ahora y deban evolucionar y adaptarse a las nuevas realidades. Estos cambios deben permitir a las empresas tener mejores oportunidades de crecimiento, crear nuevos modelos de negocio y sin duda nos debería permitir identificar las áreas de mejoras de proceso y estructura.

## Garantía de Alquiler es un producto muy flexible

**¿Cuáles son las principales fortalezas que exhibe MAPFRE en el mercado local?** MAPFRE cuenta con muchas fortalezas, pero destacaría principalmente la estabilidad accionaria; un riguroso control de riesgos; el hecho de ser una aseguradora multiproducto y multicanal; nuestra amplia red

de delegados en los 19 departamentos del país y red específica de vida, que nos permiten estar más cerca de nuestros clientes; un compromiso a largo plazo con nuestros stakeholders. Y, lo principal, contar con un equipo humano altamente competente y comprometido. Todo esto nos permite brindar credibilidad y confianza.

### ¿El crecimiento rentable y la rigurosa gestión técnica son uno de los principales ejes de gestión de la compañía?

Nuestro lema es "Transformándonos para crecer y mejorar la rentabilidad". Trabajamos por ser una compañía seria, estable, rigurosa en su gestión técnica y con foco en el crecimiento rentable a mediano y largo plazo, porque esto es lo único duradero. De hecho, el Plan Estratégico de MAPFRE está basado en ello, el crecimiento rentable. Afortunadamente, y gracias a nuestro equipo de trabajo, estamos cumpliendo ampliamente el plan estratégico. Somos la primera compañía privada de Uruguay y estaremos aquí para siempre, dando servicio a los uruguayos.

### ¿Qué comportamiento registró MAPFRE en el primer semestre del año y cuáles son las perspectivas para lo que resta de este atípico año 2021, aún en el marco de la pandemia?

Hemos concluido un primer semestre que podemos calificar de excelente, con un crecimiento muy sólido, un modelo de negocio que sigue demostrando su robustez y capacidad de adaptación a los entornos cambiantes. Continuamos un segundo semestre manteniendo un seguimiento de nuestra estrategia específica, basada en tres prioridades:

- Garantizar la salud y bienestar de empleados y colaboradores, afianzando el compromiso con todos nuestros grupos de interés.
- Proteger el negocio garantizando la continuidad de nuestro modelo basado en la solvencia y la fortaleza del capital.
- Ayudar a la sociedad a superar esta pandemia, no hay negocio sostenible, ni empresa rentable en el medio y largo plazo si no se trabaja cada día por mejorar el entorno y la calidad de vida de las comunidades en las que operamos y vivimos.



Marianne Delgado, el Plan Estratégico de la compañía está basado en el crecimiento rentable

## Beneficios del Grupo MAPFRE crecen 34,5% en el primer semestre del año

El beneficio atribuido de MAPFRE en los seis primeros meses de este año ascendió a 364 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 34,5% respecto al mismo período del año anterior, tras haberse contabilizado siniestros relacionados con el Covid-19 por importe superior a los 266 millones de euros, la mayor parte relacionados con el negocio de Vida (152 millones de euros).

### Fortaleza y optimismo

"Estos resultados ponen de manifiesto la fortaleza del Grupo y su capacidad de adaptación a entornos cambiantes como el que vivimos. Esto es posible gracias a la solidez de nuestro modelo de negocio, diversificado y con posiciones de liderazgo en los principales mercados, así como a una gran fortaleza de capital, lo que nos permiten afrontar el futuro con optimismo", afirmó en Madrid Fernando Mata, Consejero y Director General Financiero de MAPFRE.

Las primas del Grupo crecieron en el primer semestre de este año un 6,2%, acercándose a los 11.663 millones de euros. A tipo constante, el crecimiento de las primas supera el 11% después de varios años de cancelación de negocios deficitarios en la estrategia de crecimiento rentable del Grupo. Todo ello con un excelente ratio combinado, que mejora 1,6 puntos porcentuales respecto a junio de 2020, situándose en el 95,1%.

### Patrimonio

El patrimonio atribuible del Grupo al cierre de junio de 2021 se situó en 8.506 millones de euros y los activos totales ascendieron a 70.871 millones de euros.

Las inversiones de MAPFRE al finalizar el primer semestre de este año ascendieron a 44.606 millones de euros. El ratio de Solvencia II a marzo de 2021 se situó en el 201%, reflejando la gran resiliencia y solidez del balance, junto con una gestión activa de inversiones.

### Muy positivo

Las primas de la Unidad de Seguros al finalizar el primer semestre de este año se situaron en 9.713 millones de euros (+6,8%). El resultado de esta unidad también se considera muy positivo a pesar de que se compara frente a un semestre de intensa parálisis de la actividad en las principales economías del Grupo debido a los confinamientos masivos por el Covid.

### Reaseguros

El negocio de las unidades de reaseguro y grandes riesgos, integradas en MAPFRE RE, creció entre enero y junio un 11,4%, hasta los 3.241 millones de euros, con un beneficio cercano a los 83 millones de euros, frente a unas pérdidas de 52 millones en junio de 2020. El ratio combinado también mejoró significativamente (casi 12 puntos porcentuales) y se situó en el 94,8%.



CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

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



# BSE, sostenido crecimiento en Vida

Equipo humano comprometido con la estrategia y objetivos institucionales

El Banco de Seguros del Estado (BSE) registra un sostenido crecimiento en todo el país en la rama Vida por la fortaleza de sus productos y por la gestión de su equipo humano. Fuentes de la institución informaron al Suplemento de Seguros de El Observador que en “respuesta a las circunstancias únicas que nos impuso la pandemia, nos enfocamos en la modernización de nuestros procesos y en la innovación, con un fuerte foco en la experiencia de nuestros clientes”. Los siguientes son los conceptos emitidos por las fuentes del Banco de Seguros.

## ¿A qué factores atribuyen el posicionamiento que el BSE tiene en la rama Vida?

Fue determinante que la institución hiciera foco en la cartera, en la fortaleza de sus productos y en las posibilidades de un mercado que aún hoy tiene un enorme potencial de desarrollo. Esto sumado al respaldo de la marca Vida BSE contribuyó a consolidar una estrategia comercial que ejecutamos con éxito gracias al equipo humano que se encuentra totalmente comprometido con la estrategia y objetivos institucionales. Y esto incluye a nuestros asesores, que hoy sustentan aproximadamente el 60% del total de ventas de la cartera.

## ¿Cuáles son las principales líneas de acción que desarrolla el Banco en el interior, que le permitieron potenciar su cartera de Vida?

En el interior del país se replican idénticas acciones a las que llevamos adelante en Montevideo. En este punto la pandemia contribuyó a eliminar la brecha que nos imponía la distancia. La necesidad de utilizar medios tecnológicos para reunir a las personas acercó a nuestros colegas y asesores de todo el país, haciendo irrelevante la ubicación en la que cada uno trabaja. Y estas mismas herramientas probaron ser efectivas en el proceso de la venta.



Integrantes del equipo de Vida. Cecilia Díaz y Luis Beltramelli. De pie, Mauro Aguilera

## ¿En el marco del nuevo paradigma que abordó la División Vida para el abordaje de la cartera que importancia se le atribuye a la capacitación en técnicas de venta?

Creemos en la capacitación constante porque para nuestro negocio no hay una verdad absoluta. La pandemia nos demostró, por ejemplo, que podíamos entrevistar y vender vida en un encuentro virtual, una posibilidad fuera de nuestro radar si nos trasladamos un año atrás. Empezamos trabajando con la información y experiencia que ya existían en otras partes del mundo y otros rubros de la industria, para luego comenzar a generar nuestra propia experticia. Inmediatamente trasladamos el aprendizaje a manuales de apoyo que utilizamos en talleres y cursos de formación a funcionarios y asesores.

## ¿En qué medida la figura del Bróker Organizador creada por la División Vida es una positiva herramienta para potenciar la cartera?

El Bróker Organizador tiene en nuestra industria una gran variedad de roles y competencias, y las aseguradoras regulan de forma muy diversa las potestades

de esta figura. Para nosotros su tarea consiste en reproducir las estrategias que se despliegan desde el área comercial, haciendo foco en la formación de un equipo de asesores, su motivación y desarrollo y el gerenciamiento de su actividad. De esta manera, se forma y fortalece una fuerza de venta especializada, que poco a poco debe desarrollar la autonomía y el profesionalismo del propio Bróker.

## ¿Cuáles son las principales fortalezas que ofrece la línea Renta Personal?

La Renta Personal del BSE permite su adaptación a las condiciones particulares de la persona, ajustándose a sus preferencias y posibilidades. La principal fortaleza de estos productos es que el cliente lo puede diseñar a su medida. Los plazos, montos, forma de pago, coberturas adicionales, etc., son de elección del cliente, y además admite su contratación en unidades indexadas o dólares. Si además pensamos en los desafíos que hoy se le presentan al sistema previsional, surge entonces una de las principales fortalezas del producto, la oportunidad de mercado que significa constituir un complemento jubilatorio “he-



Yeshica Bottino (de pie) y Mariana Carbajal. Al fondo Silvana González

cho a medida”.

Las tasas de interés implícitas, 4% en dólares americanos y 3,5% en Unidades Indexadas, son altamente competitivas comparando con instrumentos financieros de riesgo comparables.

## ¿En qué instancias se encuentra la campaña de incentivos al Asesor y cuáles son los resultados obtenidos hasta el momento?

Nos encontramos transitando la segunda edición de este año del incentivo a asesores que dimos a llamar “Vida te impulsa”. En su primera edición premiamos en función de la cantidad de pólizas vendidas, lo que representó un repunte en la tendencia que las ventas venían registrando en los primeros meses del año. En esta segunda edición hemos incorporado una medición de la calidad de las pólizas, alineándonos a los objetivos que nos hemos impuesto para 2021 en relación al volumen de premios. En la próxima edición, la tercera y última programada para este año, trataremos de hacer foco en los más jóvenes. Desde una perspectiva estratégica nos hemos propuesto instalar la marca en las nuevas generaciones, con

especial énfasis en la mujer. Esta iniciativa constituye un desafío muy interesante que mantendrá motivados a nuestros equipos en los últimos meses de este año y en los años por venir.

## ¿Cuál ha sido la respuesta de la División Vida a la pandemia?

Dando respuesta a las circunstancias únicas que nos impuso la pandemia, nos enfocamos en la modernización de nuestros procesos y en la innovación, con un fuerte foco en la experiencia de nuestros clientes. Vimos que, si era posible adaptarnos a un evento catastrófico, también podíamos repensarnos más eficientes, modernos y amigables en el propio entorno de trabajo y hacia afuera de la institución, es decir hacia nuestros clientes y socios estratégicos.

## ¿Cuáles son las perspectivas de crecimiento de los Seguros de Vida del BSE para lo que resta del año?

Considerando que el potencial de nuestro mercado está en pleno desarrollo y no vislumbramos un techo para nuestro crecimiento, en Vida BSE apostamos a seguir avanzando en concretar nuestra vocación de liderazgo.



**Agrupación de Profesionales  
Asesores en Seguros**

**CONTRATE SUS PÓLIZAS DE SEGUROS A TRAVÉS DE UN PROFESIONAL ASESOR DE SEGUROS**

Solo así obtendrá:

El asesoramiento **previo** para contratar la póliza que mejor se ajuste a sus necesidades de cobertura  
Durante la vigencia del contrato el asesoramiento y apoyo de un profesional fundamentalmente en caso de  **siniestro**

**NINGÚN CANAL ALTERNATIVO DE VENTA DE SEGUROS PUEDE SUSTITUIR EL  
ASESORAMIENTO DE UN PROFESIONAL**

Colonia 1007 Piso 2 - Tel. 29002553 / Fax 29025072  
E mail: aproase@aproase.com.uy  
www.Aproase.com.uy

## Facilitan gestión de Corredores y Agentes

El Banco de Seguros del Estado genera constantemente nuevas herramientas tecnológicas que facilitan los procesos de gestión de los Corredores y Agentes. La institución informó que quien imagine un alto mostrador de madera repleto de papeles, regenteado por un funcionario blandiendo un sello y ladeado por un dispensador de números, con una larga fila de personas esperando para ser atendidas. Lejos estará

de imaginarse una empresa de seguros moderna y competitiva y, mucho más lejos aún, de imaginar la realidad del actual Banco de Seguros del Estado. Cuando en marzo de 2020 se decretó la emergencia sanitaria nacional por la llegada de los primeros casos de Covid 19, el Banco de Seguros del Estado estaba preparado para responder con agilidad y eficacia, y así lo hizo. Implementando un sistema de funcionamiento que permitió



cumplir con las recomendaciones realizadas por las autoridades de la salud, sin resentir la calidad del servicio y la atención a sus clientes.

La rápida respuesta no fue casualidad, partió de las decisiones tomadas por el Directorio, se apoyó en la gestión de Directores y Gerentes, permeó en el compromiso de todos sus funcionarios, y contó con la invaluable y necesaria colaboración de Corredores y Agentes.

Sin embargo, en un contexto en el que se impuso el distanciamiento social, nada de lo anterior hubiera sido posible sin contar con las herramientas tecnológicas adecuadas. En tal sentido, el Banco de Seguros del Estado se encontraba un paso adelante.

En primer lugar, porque desde hace más de una década que la actualización tecnológica permanente es uno de nuestros objetivos estratégicos. Lo cual nos permitió contar con procesos ya pulidos y probados: desde Programas piloto de teletrabajo, pasando por canales de pago y procesos de denuncias de siniestros vía web, hasta procedimientos de levanta daños de vehículos vía WhatsApp; entre otros.

En segundo lugar, porque siendo los Corredores y Agentes socios

estratégicos de nuestra institución y actores clave en la atención a clientes, ya contábamos con tres herramientas tecnológicas que facilitaron su gestión y el trabajo conjunto: El portal del Asesor, el Escritorio Comercial, y el software de gestión de procesos denominado JIRA. Estas tres herramientas tienen como característica común haber sido diseñadas e implementadas con el objetivo de otorgar a Corredores y Agentes los recursos necesarios para asesorar y brindar a los clientes un servicio ágil y de calidad. Dotándolos además de un grado de autonomía tal, que les permite resolver con rapidez requerimientos de diversa índole. Desarrolladas y testeadas por equipos multi-divisionales, atendiendo a los requerimientos de los propios Corredores y Agentes, estas herramientas ya estaban consolidadas cuando comenzó la pandemia. Sin embargo, fue dentro del nuevo contexto donde sus posibilidades y beneficios se vieron resaltados.

#### Portal del Asesor

Se trata de un portal web orientado a los Corredores y Agentes, que responde a una de sus necesidades primordiales, la de centralizar la información relativa al

negocio junto con las aplicaciones informáticas de uso frecuente. En definitiva, un canal de comunicación y operativo de primer nivel. Con un diseño moderno y de fácil navegabilidad, permite acceder a las últimas novedades del BSE, como ser: promociones e incentivos vigentes, calendario de renovaciones y depósito de comisiones, detalle de productos y coberturas, variedad de servicios on line y aplicativos.

#### Escritorio Comercial

Desde el propio Portal del Asesor se accede al Escritorio Comercial. Es una plataforma de gestión que cuenta con una interfaz amigable e intuitiva, además de un alto nivel de funcionalidad que otorga un elevado grado de autonomía a los usuarios. Autonomía operativa basada en la confianza que el BSE y los Corredores y Agentes han construido durante años. Posicionado por los propios Corredores y Agentes como una de las principales ventajas competitivas que ofrece el Banco de Seguros del Estado, lo reconocen como el portal de gestión de cartera, tanto para pólizas como para clientes, más completo del mercado. Desde el Escritorio Comercial pueden cotizar distintos ramos y

productos, emitir pólizas, endosos y certificados, modificar datos de los clientes, emitir y enviar facturas, consultar y controlar fecha de vencimientos de cuotas, enviar documentación, y gestionar íntegramente su cartera; entre un sinfín de posibilidades que brindan autonomía a los Corredores y Agentes y soluciones a los clientes.

#### El Jira

finalmente, el JIRA, una herramienta en línea para la administración de proyectos y su gestión operativa. Se ha convertido en el principal canal de ingreso de solicitudes: emisiones de pólizas, cotizaciones de todos los ramos, consultas de facturación, y en definitiva, cualquier planteo que requiera una respuesta. Su gran ventaja es la trazabilidad y el feedback que permite a los usuarios, ya que, además de la interacción permanente, facilita el seguimiento de las solicitudes otorgando la posibilidad de monitorear en qué etapa se encuentra y quién es el responsable en cada momento del proceso. Es decir, desde que ingresa la solicitud, hasta que se cierra en forma de cotización, póliza o respuesta. Otra funcionalidad destacable

es que otorga a los Corredores la opción de respaldar la documentación de sus emisiones propias, generando un archivo digital, al que pueden acceder en cualquier momento y de forma rápida.

En cuanto a la accesibilidad, al igual que el Escritorio Comercial, se puede ingresar tanto desde una PC como desde distintos dispositivos móviles, lo que representa un valor agregado, reconocido por los Corredores y Agentes, dada la practicidad que esto representa.

En un mercado asegurador competitivo y exigente, en constante cambio y en el que día a día surgen nuevas necesidades, las herramientas tecnológicas desarrolladas por el BSE acompañan esta evolución, siendo monitoreadas y modificadas de acuerdo a las necesidades y la evaluación que de ellas hacen los propios usuarios.

“Este accionar permite el desarrollo continuo de nuestros Corredores y Agentes, afianzando además nuestro liderazgo. Dejándonos afirmar, sin temor a equivocarnos, que en lo que respecta a la implementación de herramientas tecnológicas, el Banco de Seguros del Estado, está también un paso adelante”, subrayaron las fuentes de la institución.

## Tiene ahora una nueva web más moderna, accesible y funcional

El Banco de Seguros habilitó una nueva web más moderna, accesible y funcional. Fuentes de la institución expresaron que “fue adaptada a una forma intuitiva de usabilidad para que nuestros clientes encuentren de manera sencilla y rápida lo que necesitan”. Destacaron que “el resultado obtenido es fruto del trabajo en equipo de muchas áreas del BSE, que se enfocaron en la mejora de la experiencia de sus usuarios”. Informaron asimismo que “el nuevo Portal Comercial presenta una estructura de contenidos agrupados en áreas de interés. Presentamos la información para cada ramo de seguros, potenciamos nuestra Tienda BSE en línea, destacamos las novedades e información de interés para los usuarios, geolocalizamos todas nuestras Sucursales y Agencias, desti-

namos un área a los beneficios por ser cliente. Incluimos información práctica de qué hacer en caso de siniestro; particularmente para siniestros de vehículos, detallamos qué hacer en cada momento, cuáles son los pasos a seguir y recomendaciones. Ampliamos y mejoramos las formas de contacto online y los resultados fueron inmediatos porque aumentaron en un 50% las consultas y cotizaciones sobre los distintos productos. Generamos agendas para trámites presenciales en oficinas”. “De esta forma -especificaron- además de cumplir con las recomendaciones sanitarias, brindamos a los clientes una atención más eficiente”. Portal de clientes Anunciaron asimismo que “estamos potenciando fuertemente el portal de clientes MIBSE. Allí

nuestros asegurados pueden consultar pólizas, obtener certificados, actualizar los datos de contacto, adherir al envío de factura por mail, realizar pagos en línea, y más. El Portal Comercial y MIBSE integran una red de portales del BSE que incluyen el Portal Institucional- donde se brinda información la gestión de nuestra empresa -, el Portal del Asesor- para autogestión de nuestros socios estratégicos- y el Portal HBSE, específico sobre el Hospital del Banco de Seguros”. “Para dar a conocer nuestra nueva web, estamos realizando una campaña en varios medios, invitando a nuestros clientes y público general a visitarla y participar en sorteos por importantes premios. Nos renovamos y queremos compartirlo”, concluyeron las fuentes del BSE.



## EL FUTURO QUE PLANEASTE EMPIEZA HOY

Con los Seguros de Ahorro+Vida y Renta Personal del Banco de Seguros del estado, generás un ahorro garantizado desde el primer día y contás con el respaldo que sólo el líder del mercado te puede brindar.



En Uruguay nadie te da más seguridad.



Sostenida mejora en la experiencia cliente

# Uruguay Asistencia, 25 años con foco en la calidad de sus servicios y la innovación

En su trayectoria brindó asistencia a más de 1,5 millones de clientes en todo el país

Uruguay Asistencia celebra sus primeros 25 años, manteniendo y fortaleciendo su liderazgo como la primera empresa de soluciones integrales de asistencia del país, afirmó el Gerente General de la organización, Fabiano Sardá.

El ejecutivo destacó a El Observador que “desde 1996 hemos sido pioneros en la implementación de diferentes soluciones vinculadas al bienestar de las personas, del hogar, el vehículo, viaje, iniciando una nueva etapa de transformación potenciando el desarrollo tecnológico”.

Fabiano Sardá pormenorizó que “con una importante trayectoria de servicio, la compañía ha brindado asistencia a más de 1,5 millones de clientes en todo el país, a través de acuerdo con diferentes partners de negocios, de los más variados ámbitos tales



Mariela Alberto, Gerente Comercial; Gonzalo Rodríguez, Gerente de Control; Enrique Fariás, Gerente Técnico y de Soporte de Producto; Fabiano Sardá, Gerente General; Matías García, Gerente de Operaciones y Tecnología y Pablo Brandi, Jefe de Personas y Organización

## La organización dio un sostenido salto hacia la innovación y la digitalización

como financieras, aseguradoras, empresas de comunicación, retail, agencias de viaje, etc. Pandemia por medio, la empresa se adaptó rápidamente a las nuevas necesidades del mercado, y de los clientes, quienes demandan servicios que contemplen la autogestión y automatización, pero a la vez mantengan el nivel de calidad y de cercanía con los usuarios”.

### El cambio se inicia por dentro

El entrevistado expresó que “la compañía ha realizado un cambio en la forma de gestionar y disponibilizar los servicios de asistencias. En este sentido, se ha requerido una transformación y evolución a nivel interno que plasmará una nueva visión más allá de los objetivos a corto o mediano plazo que se trazan año a año. Esto requirió además un importante trabajo en equipo que involucró a todos los colaboradores de la compañía para acompañar los cambios necesarios. Con este enfoque es que en el 2021 se inició el camino para la certificación ISO9001:2015 de los procesos de prestación de asistencia”.



Fabiano Sardá, Gerente General de Uruguay Asistencia

### Enfrentando la pandemia

Informó asimismo que “como muchas compañías del mercado, Uruguay Asistencia debió adaptarse rápidamente a los nuevos desafíos generados por la pandemia, en primer lugar, la necesidad inminente de proteger la salud de todos sus colaboradores y aún así continuar brindando servicio los 365 días del año. Efectivamente, logró organizarse de manera que el mismo 13 de marzo de 2020 parte de sus funcionarios pasaron al formato de teletrabajo y 48 horas después lo hizo todo el resto de la operación, sin que se vieran afectadas la prestación de servicio y la calidad de los mismos. Además, desarrolló programas de ayuda para sus

proveedores y disponibilizó servicios gratuitos para apoyar a sus partners de negocio, gracias a su excelente nivel de solvencia”.

### Nuevos desafíos

Fabiano Sardá explicó que “en el último año y medio la compañía ha dado un salto hacia la innovación y la digitalización, incorporando nuevos canales de comunicación para las solicitudes de servicio así como numerosas herramientas de back, de seguimiento de las asistencias y de integración con los sistemas del cliente corporativo.

En el ámbito de la asistencia vehicular, es la primera compañía en implementar efectiva-

mente la geolocalización de la grúa y mecánica ligera, así como un formato de autogestión, que se inicia de principio a fin sin intervención de un operador, pero si controlado por una unidad de seguimiento que monitorea el correcto funcionamiento de cada una de las etapas al momento de la prestación hasta que el cliente recibe el servicio y lo evalúa”.

Indicó que “adicionalmente, y en tiempo record, se incorporó el formato de video llamada para diferentes prestaciones, que hasta el momento se brindaban de manera tradicional (telefónicamente o presencial) y que, producto de la demanda de inmediatez y necesidad de

optimizar los servicios y ayudar a sus clientes corporativos, a fidelizar y aumentar su cartera de clientes. Pero además el COVID trae consigo una nueva conciencia de responsabilidad y cuidado también al momento de viajar, es por esto que la empresa tiene una marca propia para la línea de asistencia al viajero, conocida como Segurviaje la cual ya cuenta con su propia estrategia de crecimiento y se proyecta importantes resultados de venta post pandemia”.

### Una celebración diferente

“Como muchas empresas, la compañía conmemoró su aniversario teniendo que posponer la celebración presencial que se había previsto antes de que explotara la pandemia. No obstante, 25 años es un número trascendente como para dejarlo pasar, por lo que se realizarán actividades con los clientes, amigos y colaboradores, en formato online con charlas motivacionales que ayuden e inspiren a continuar más allá de las dificultades planteadas con el cambio de escenario y bajo la nueva realidad más restringida en algunos aspectos, pero sin embargo propicia para desarrollar los talentos creativos y encontrar la forma de diferenciarse de una manera constructiva”, concluyó

## Desarrolló un importante trabajo que involucró a todo su equipo

distanciamiento, generaron una importante aceptación en los consumidores”.

“Para los próximos años -prosiguió- la compañía tiene previsto continuar incorporando herramienta y soluciones innovadoras que permitan



# Seguros y jurisdicción **marítima**

**Por Andrea Signorino Barbat**  
Asesora experta en Seguros y Reaseguros  
andreasignorino@gmail.com

Sabido es que la discusión sobre si debe o no existir una justicia especializada se da en varias materias y la marítima no escapa a ello. Del punto de vista del seguro, esto significaría que los litigios relacionados a accidentes, y otros tipos de siniestros marítimos, incluido el transporte, sería dirimido ante tribunales especializados, ya no solo que actuaran en la etapa administrativa de investigación de las circunstancias del hecho, sino también en la judicial. ¿Es esto bueno? ¿Se justificaría en Uruguay? Es lo que vamos a tratar de introducir someramente en estas líneas.

Haciendo un poco de historia, el Derecho Marítimo a través del tiempo, también ha sido llamado derecho de almirantazgo, y así también se ha referido a la corte -y causas- de almirantazgo o jurisdicción marítima. La diferencia entre el uno y el otro, pues, es sobre todo de carácter histórico. El término almirantazgo proviene del Reino Unido de la Gran Bretaña, cuando el Rey designaba a un almirante que lo representaba en cada uno de los puertos en los que estaba dividido el imperio. Como en ese entonces no existía el concepto de división de los poderes públicos en legislativo, ejecutivo y judicial, todos los poderes estaban reunidos en el monarca. Y como el almirante representaba al Rey, en consecuencia, él también revestía los tres poderes públicos, en el área de su delegación. Así las cosas, el almirante también administraba justicia en el puerto y por ende, resolvía los conflictos marítimos que allí se presentaban. Luego, a pesar del desarrollo de un cuerpo judicial con tribunales integrados por jueces designados por el Rey, el almirante continuaba asumiendo y resolviendo los conflictos marítimos que se presentaban en su jurisdicción, iniciando así una jurisdicción especializada en asuntos marítimos, aparte de los tribunales ordinarios de justicia. Entendemos entonces por jurisdicción marítima aquella especializada en el conocimiento y la resolución de los conflictos que surgen en el ejercicio de las actividades marítimas. Es decir, se trata de una jurisdicción diferente a la ordinaria, que conoce de las causas civiles, comerciales, laborales y penales. Por lo general, dependiendo de cada jurisdicción, los tribunales u órganos especializados tienen expresa atribución de evaluar y determinar la responsabilidad que podría imputarse a las partes involucradas, siguiendo un procedimiento especial. Además, determinan el avalúo de los daños ocurridos e imponen sanciones o multas si se comprueban las violaciones a normas o reglamentos



que regulan las actividades marítimas.

## Conflictos

Estos conflictos pueden abarcar, dependiendo de cada jurisdicción, los accidentes y siniestros marítimos, como ser: el naufragio, el encallamiento, el abordaje, la explosión o el incendio de naves o artefactos navales o estructuras o plataformas marinas, la arribada forzosa, la contaminación marina y toda situación que origine un riesgo grave de contaminación marina, los daños causados por naves o artefactos navales a instalaciones portuarias. También otros conflictos marítimos, como ser muerte o lesiones personales, salvamento, averías e incluso en países como el Reino Unido y Estados Unidos, la jurisdicción marítima cuenta con una competencia aun más amplia, ya que conoce de la mayoría de los conflictos marítimos, con la característica de obtener competencia mediante las acciones in rem o de reembolso o repetición. Allí se someten a la jurisdicción marítima especializada, también las controversias relativas a la propiedad de la nave, los contratos sobre su utilización, reclamaciones por daños a las mercancías cargadas a bordo, seguros, así como los contratos de remolque, pilotaje y construcción o reparación, entre otros. En este punto la pregunta sería, ¿por qué justificar una jurisdicción especializada? Los aspectos jurídicos de las actividades marítimas, en general, pueden enmarcarse en áreas como el derecho civil, el derecho comercial, el derecho laboral y el derecho internacional. Por ejemplo, los abordajes, o colisiones entre buques, generalmente se resuelven mediante la aplicación de principios de la responsabilidad civil extracontractual. El contrato de seguro, aunque tiene su origen en la navegación marítima, hoy se aplica a casi todas las actividades comerciales. Lo que sucede es que dentro del llamado

“particularismo” del derecho marítimo, existen figuras jurídicas que aún le son exclusivas como ser el contrato de fletamento, el salvamento, la avería gruesa, el contrato de remolque, el régimen de especies naufragas, el riesgo putativo, la echazón, la pérdida total constructiva y el abandono en materia de seguros, entre otros. Asimismo, algunas de las tipologías jurídicas comunes a otras áreas del derecho, reciben por lo general un tratamiento pro-

pio en el campo marítimo, como es el caso de la responsabilidad del transportador marítimo de mercancías, la limitación de la responsabilidad del armador, entre otras.

Además, frecuentemente en asuntos marítimos, existe la necesidad de obtener una decisión rápida. La detención de un buque o de la mercancía a bordo, por lo general representa cuantiosos perjuicios, por lo que es imperioso la inmediatez de la asunción del conflicto -razón por la cual estas cortes especializadas suelen estar en los puertos- la celeridad de la decisión, sin sacrificar la especialidad de fondo de la materia.

Estas tres características, entonces, son las que tradicionalmente han justificado la existencia de una jurisdicción especializada en asuntos marítimos: - La especialidad de la materia. - La inmediatez con el objeto del litigio. - La celeridad con que se requiere la decisión. La jurisdicción marítima y los tribunales especializados, existen en varios países de Latinoamérica, pero no todos con el mismo alcance en sus decisiones.

En Uruguay, existe pero a nivel de un tribunal dependiente de la Prefectura Nacional Naval, que actúa a nivel administrativo, investigando las circunstancias

de accidentes marítimos, pero que no resuelven sobre el fondo del asunto, o sea decidiendo a nivel judicial sobre la responsabilidad de las partes, actuando más bien como asesores periciales. Distinto es por ejemplo Panamá donde la jurisdicción marítima llega a juzgar el fondo del asunto. La misma se encuentra regulada por la Ley 8, de 30 marzo de 1982, mediante la cual se crean los Tribunales Marítimos, ofreciendo a la comunidad internacional una jurisdicción marítima especializada, con el fin de sustituir a la antigua corte norteamericana designada para la zona del canal, cuando este era administrado por Estados Unidos de América.

En suma, la especialidad de la materia marítima ameritaría tribunales especializados que actúen a nivel judicial, no solo administrativos, pero como contracara ¿tiene Uruguay tanta litigiosidad en la materia o especialidad en el tipo de litigio - en general en torno a la responsabilidad del transportador frente a la carga- que amerite esta jurisdicción especial y ergo, los costos asociados? A cuenta, por supuesto, de mayor y riguroso análisis, que escapa a esta primera reflexión, parecería que la respuesta se inclina por la negativa. Un tema a profundizar, sin duda.

**+150 SOLUCIONES EN CATALOGO**

**+50 EMPRESAS CONFIAN EN NOSOTROS**

**+1.5 MILLONES ASISTENCIAS PRESTADAS**

**PRESENCIA EN TODO EL PAIS**

**URUGUAY | ASISTENCIA**

**25 AÑOS EN URUGUAY**



# El mercado asegurador mejoró con relación a como concluyó en 2020

El mercado asegurador, desde la perspectiva del Corredor, se ha mantenido y experimentado alguna mejoría con relación a como finalizó el año 2020, afirmó el Secretario General de Aproase, Esteban Bello.

El empresario dijo al Suplemento de Seguros de El Observador que, en el contexto de la pandemia, la figura del Corredor "se ha fortalecido. En la situación actual, con modalidad de teletrabajo y la no presencialidad de los funcionarios en las compañías, los asegurados no siempre pueden obtener respuestas a sus inquietudes o necesidades y en eso el Corredor siempre está presente".

Esteban Bello, expresó, en otro plano, que "la capacitación de los Asesores debe ser constante. Siempre surgen nuevos productos, nuevas condiciones de pólizas o cambios en algunas de ellas que hacen que el Asesor deba estar permanentemente informado para poder asesorar correctamente a sus clientes".

**¿Qué comportamiento ha registrado el mercado asegu-**



Secretario General de Aproase, Esteban Bello,

**rador, desde la perspectiva del Corredor, en el primer semestre del año?**

Desde la perspectiva del Corredor se puede decir que

el mercado se ha mantenido y experimentado alguna mejoría con relación a como finalizó el año 2020. Si bien el contexto de algunos sectores aún no experimenta mejoría y eso se refleja en pólizas que no se renuevan o rebajan su capital, hay otros sectores que crecieron. Así lo demuestran con la concreción de nuevos negocios que son el reflejo de algunas industrias o sectores que vieron como esta situación de pandemia los favoreció haciendo prosperar su negocio.

**¿Cuál es la tendencia para lo que resta de 2021 en un contexto de pandemia que va disminuyendo gradualmente sus efectos negativos?**

Podemos ser moderadamente optimistas si pensamos que de mantenerse la situación actual las actividades paulatinamente

## Reconocen al personal administrativo de la gremial

irán reabriendo y todo volverá a la normalidad. En ese contexto, el mercado de los seguros volverá al nivel que ha mantenido en los últimos años sostenido por la solidez y confianza que genera en todos los asegurados.

**¿Cuándo retornará Aproase la presencialidad en sus**

**procesos de gestión y cuál ha sido hasta el momento el balance de su actividad virtual?**

Aproase aún no ha definido cuando retomaremos la actividad normal con la presencia de nuestros socios en la sede social. Si bien sabemos que para muchos contar con ese espacio en el centro de Montevideo es muy importante por ahora consideramos que debemos esperar algún tiempo más. Por otra parte, el balance que podemos hacer de la actividad virtual es realmente muy positivo y así nos lo hacen saber los asociados quienes manifiestan que no han visto resentidos los servicios que se les brindan desde Aproase. Aquí corresponde un reconocimiento muy especial para el personal administrativo de nuestra institución quienes desde el comienzo de esta situación han sabido mantener, de forma permanente y eficaz, los diferentes servicios que se brindan a nuestros asociados.

**¿Considera que en estas instancias que ha generado la pandemia se fortaleció la figura del Corredor Asesor?**

Claramente nuestra figura se ha fortalecido. En la situación actual, con modalidad de teletrabajo y la no presencialidad de los funcionarios en las compañías, los asegurados no siempre pueden obtener respuestas a sus inquietudes o necesidades y en eso el Corredor siempre está presente. Está modalidad de teletrabajo no es

nueva para los asesores. Desde que las compañías trasladaron parte de las tareas administrativas a los corredores nosotros lo venimos cumpliendo con total eficacia; ahora quizás lo que se vio afectado, al principio de la pandemia, fue el contacto personal que se tiene con los asegurados, pero se buscaron y encontraron caminos alternativos para poder mantener ese contacto y estar a su lado para asesorar y dar respuesta a las necesidades de cada cliente.

**¿En qué medida Aproase continúa con sus procesos de capacitación por el objetivo de potenciar cada vez la profesión de Corredor Asesor?**

En Aproase estamos convencidos que la capacitación de los Asesores debe ser constante. Siempre surgen nuevos productos, nuevas condiciones de pólizas o cambios en algunas de ellas que hacen que el Asesor deba estar permanentemente informado para poder asesorar correctamente a sus clientes.

La Comisión de Capacitación ha desarrollado un excelente trabajo presentando (vía zoom) diferentes charlas con la presencia de destacados profesionales de diferentes áreas de los seguros y que tuvieron una muy buena aceptación por parte de nuestros socios. En lo que resta del año continuaremos con estas actividades con algunas charlas que ya están confirmadas y otras que se están preparando para continuar con esta política de capacitación.

**¿Aproase apunta cada vez a estrechar los vínculos con los corredores del interior?**

Nuestra Agrupación tiene socios en casi todos los departamentos del interior de nuestro país. Es una preocupación de la Comisión Directiva buscar la forma de fortalecer los vínculos con los actuales socios, al tiempo de motivar a más colegas a acercarse y asociarse a Aproase.

En este sentido, el trabajo que realiza la mencionada Comisión de Capacitación es fundamental porque nos permite acercarnos y estar en contacto con los socios de diferentes lugares, conocer sus realidades, al tiempo de mostrar los beneficios de estar asociados a Aproase.

Ojalá que esta nueva forma de comunicación nos ayude a concretar de estar más en contacto y participar de toda la realidad de los asesores de todo el país.

**San Cristóbal**  
SEGUROS

Peatonal Sarandí 675 - Piso 3  
Edificio Pablo Ferrando  
Ciudad Vieja  
[www.sancristobalseguros.com.uy](http://www.sancristobalseguros.com.uy)



# Protege tu lugar

**Por Alejandro L. Izaguirre**  
Secretario de CUAPROSE

**D**esde que nacemos necesitamos de nuestro entorno para avanzar en la vida.

Alguien que nos cría, nos alimenta, nos viste, nos cuida. Seguimos creciendo, nos educan, nos motivan, nos dan valores, nos dan consejos, nos ponen límites con el objetivo de cuidarnos y así vamos creciendo. Algunos con viento a favor y otros con viento en contra, esperando que la vida de revancha.

Vamos a la escuela, al liceo, al club, nos movemos en el barrio, hacemos amigos, vamos formando familia, hacemos amigos que pasan a ser familia. Así vamos transitando, en esta experiencia de vivir, cada uno a su manera, con lo que le fue tocando y con lo que va logrando, con triunfos y fracasos. Parafraseando a Drexler, vamos remando, a la uruguayaya, que parecería que en estas latitudes es la única forma de hacer las cosas.

Eso sí, antes de la pandemia, nos pasaba que cada día, y no importaba nuestra edad, existía un lugar del cual salíamos cada mañana y al cual regresábamos tras terminar nuestra jornada, ya sea que fuéramos a trabajar, estudiar, hacer mandados, pasear al perro, o a ese sinfín de cosas que llenaban nuestros días.

## Ese bastión sagrado

Me refiero al Hogar de cada uno de nosotros, ese bastión sagrado, donde se reúne nuestra familia y amigos, lugar de descanso, de encuentro, de felicidad, de llantos, de protección, donde siempre hay un plato de comida que nos espera y donde siempre hay un plato de comida para recibir al que nos visita, porque los uruguayos somos así.

Pero además de todo lo maravilloso que siempre fueron nuestros hogares, la pandemia hizo que ahora sean escuelas, liceos, universidades, oficinas, consultorios, teatros, cines, restaurantes, gimnasios, etc. Literalmente hemos equipado nuestros hogares para poder desarrollar un sinfín de actividades.

Y así vamos transitando, en esta experiencia de vivir.

Entonces el resultado de la pandemia, es que nuestro HOGAR se valorizó, no solo porque permanecemos más tiempo dentro de sus muros, desarrollando nuestras actividades, sino porque a fin de cumplir todas esas tareas aumentamos el equipamiento que tenemos en nuestras viviendas.



¿Qué pasaría si un incendio, el humo, una granizada, una explosión, una turbonada, un robo, etc. dañara nuestro Hogar? No solo generaría el perjuicio económico, sino que dependiendo de nuestra disponibilidad, pondría en riesgo poder seguir realizando las tareas que allí desarrollamos.

El principio del seguro está basado, en asumir una pequeña pérdida (costo del seguro) que va a ser un costo controlado (se va pagando anualmente y a un costo fijo), para evitar una gran pérdida (porque cuando el siniestro ocurre no se sabe cuál va a ser el monto de las pérdidas) y descontrolada (no sabemos ni cuándo va a pasar, ni cuánto va a costar).

## Cultura de protección

Todos los integrantes de la Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros promovemos generar una cultura de protección por medio de la contratación de Seguros que permitan garantizar la cobertura de los hogares de todos los uruguayos, frente a un Incendio, humo, explosión, huracán, tornado o tempestades, precipitación de aviones, embestida de vehículos, hurto, etc. (dependen de cada cobertura contratada).

Esto no solo genera una pro-

tección del patrimonio de las personas, sino que está garantizando la continuidad en el desarrollo de una vida familiar tal como hoy la conocemos.

## Diversidad de coberturas

Es frecuente que frases como: “pensé que era muchísimo más caro” o “es tan sencillo contratarlo”, sean las que repiten los asegurados cuando contratan pólizas de este tipo.

Existen en nuestro mercado una gran diversidad de coberturas y formas de contratación para los seguros del Hogar.

Contamos con soluciones de excelente calidad en todas las compañías que operan en el mercado y es allí donde el Corredor Profesional de Seguros, tras analizar cada uno de los riesgos, asesora al asegurado, a

fin de que pueda contratar la póliza que más se adecua a las

coberturas que se necesitan. Sumando valor al producto y dando la necesaria certeza de que frente a un siniestro, se contará con una cobertura apropiada.

## Convenientes

La relación costo/prestaciones con la que hoy cuentan los seguros de vivienda nunca fueron tan convenientes para los asegurados, de la misma forma la contratación por medio de un Corredor Profesional, le permitirá acceder a una cobertura apropiada en forma muy ágil.

En el caso de ocurrir un siniestro su Corredor Profesional de Seguros, persona de su conocimiento, estará junto a Usted, acompañándolo y orientándolo en todo el proceso, con el fin de garantizar la ejecución del contrato de seguro en todos los términos, aportando claridad y transparencia al proceso.

## Blindaje económico

El contar con un seguro para nuestro hogar, permite un blindaje económico frente a hechos que pueden poner en serio riesgo la continuidad de nuestra vida familiar, así como las tareas que en la actualidad desarrollamos en nuestro hogar.

El contar con un Corredor Profesional de Seguros, es la garantía de que el producto que se contrata, es el que efectivamente necesita así como la seguridad de tener un profesional que lo apoyara en caso de siniestro.

No importa si vivimos solos, si somos dos, tres, cuatro o más en casa, nuestra casa es nuestro HOGAR y merece estar bien asegurado.

Contratar un seguro con un Corredor Profesional, es MÁS SEGURO. ●



Garantías Contractuales

Garantías Aduaneras

Garantías Judiciales

Garantías de Cumplimiento de Reglamentación

Garantías en el Exterior

ESPECIALISTAS EN CAUCIÓN. LÍDERES EN SERVICIO. • [WWW.CAUCIONES.COM](http://WWW.CAUCIONES.COM)



# Destacan los valores de Sancor Seguros

## Testimonios de tres colaboradores que cumplieron 15 años en la compañía

Tres integrantes del equipo de trabajo de Sancor Seguros resaltaron los valores y fortalezas que sustentan los procesos de gestión de la compañía, que el pasado mes de julio cumplió 15 años de presencia en el mercado uruguayo. Ellos son: Javier Priore, Sofía Schmitz y Claudio Moar, cuyos testimonios exponemos a continuación.

**Sofía Schmitz-  
Jefe Riesgos Agropecuarios**

**¿Qué implica para Usted, en términos funcionales y como persona, integrar la compañía desde hace 15 años?**

Sancor Seguros es un excelente lugar para trabajar. Quiero empezar diciendo esto porque lo primero que siempre me viene a la mente cuando me preguntan cómo es donde trabajo. En estos 15 años he aprendido mucho sobre todo lo relacionado a “seguros”, me lo han enseñado personas que transmiten lo que saben, capacitaciones, viajar constantemente y la propia experiencia. Me considero una persona ambiciosa, y otra frase que repito es que en Sancor Seguros es la empresa donde me quiero jubilar.

**¿Cuáles son los principales valores que destaca de Sancor Seguros?**

Como empresa que somos, en Sancor Seguros se trabaja con responsabilidad, hacia el cliente, hacia el mercado, hacia nosotros los colaboradores, hacia la comunidad de la que formamos parte. Es dentro de los valores, el que no puede faltar. Quiero destacar en forma personal, la libertad para proponer, innovar, ser escuchada y hacerlo con la confianza de poder equivocarme. Me gustaría también nombrar lo accesibles que son todas las personas que trabajan en la Organización. Sin importar cargo o distancia física, siempre podemos llegar a hablar con todos en Sancor Seguros y son muchos los ámbitos en donde coincidimos.

**¿Cómo califica al equipo de trabajo que cotidianamente se enfrenta al desafío que implica operar en un mercado altamente competitivo?**

Es un equipo y esa es la primera calificación. Hoy, tanto el mercado como las empresas, son ámbitos muy competitivos. Tanto a nivel personal como de empresa se busca que las personas que trabajamos estemos capacitadas para desenvolvernos en un ámbito así, pero no todos podemos saber todo de todo y Sancor Seguros tiene equipo. No se logra de un día para el otro, no se impone, viene de origen, se transmite y es la gran diferencia.

**¿En qué medida Sancor Se-**



Javier Priore, Sofía Schmitz y Claudio Moar



Sebastián Trivero, Gerente General de Sancor Seguros, Javier Priore y Edgardo Acosta, Jefe de Capital Humano



Sebastián Trivero, Claudio Moar y Edgardo Acosta



Sebastián Trivero, Sofía Schmitz y Edgardo Acosta

**¿Cómo califica al equipo de trabajo que enfrenta el desafío de operar en un mercado muy competitivo?**

El equipo de trabajo es proactivo, profesional y dedicado.

**¿En qué medida Sancor Seguros desarrolla procesos de capacitación que potencian su gestión y la de todo el capital humano de la empresa?**

Sancor Seguros brinda y promueve capacitación a sus colaboradores para poder desarrollar los distintos productos y herramientas que maneja la compañía.

**¿Usted ha participado en las acciones solidarias que desarrolla la compañía?**

La compañía pone foco en este tipo de acciones que se realizan constantemente. En lo personal, recuerdo mi participación en la campaña de recolección de útiles escolares que se realiza a comienzo de año para contribuir con escuelas de contexto crítico.

**Javier Priore-Suscriptor**

**¿Qué implica para Usted, en términos funcionales y como persona, integrar la compañía desde hace 15 años?**

Dada mi experiencia de varios años en otras aseguradoras de plaza, formar parte de Sancor Seguros me ha consolidado y me ha permitido continuar creciendo como profesional. He acompañado su crecimiento en el desarrollo de estos 15 años.

**¿Cuáles son los principales valores que destaca de Sancor Seguros?**

Es una empresa de “puertas abiertas” a nuestros corredores de seguros y dispuesta siempre a escuchar y a solucionar las consultas y/o inconvenientes de nuestros clientes.

**¿Cómo califica al equipo de trabajo que enfrenta el desafío de operar en un mercado muy competitivo?**

Siempre presente con actitud positiva, profesional y dedicación al 100%.

**¿En qué medida Sancor Seguros desarrolla procesos de capacitación que potencian su gestión y la de todos los colaboradores de la empresa?**

En todo momento la empresa gira en torno a capacitar y brindar a sus colaboradores el conocimiento en sus productos para así hacer la gestión más efectiva.

**¿Ha participado en las acciones solidarias que desarrolla la compañía?**

Sancor Seguros realiza acciones de RSE de las que todos los colaboradores de la compañía formamos parte. ●

**guros desarrolla procesos de capacitación que potencian su gestión y la de todo el capital humano de la empresa?**

Constantemente. Por un lado, estos procesos están pautados, ordenados, pensados, adaptados a los sectores de la empresa y a las personas. También hay un lugar para plantear las necesidades de capacitación específicas de cada persona o sector y con esto volvemos a los valores como la confianza y el compromiso de Sancor Seguros y de quienes formamos parte de la compañía.

**¿Ha participado en acciones solidarias que se inscriben en la política de compromiso social que desarrolla la compañía?**

Sancor Seguros realiza constantemente acciones de Responsabilidad Social y he participado en diferentes ocasiones en distintas acciones que se desarrollan a diario.

**Claudio Moar-  
Encargado de Riesgos Varios**

**¿Qué implica para Usted, en términos funcionales y como persona, integrar la compañía desde hace 15 años?**

Es un orgullo formar parte de esta compañía, la cual me ha permitido desarrollarme, tanto en lo personal como profesionalmente, desde hace 15 años.

**¿Cuáles son los principales valores que destaca de Sancor Seguros?**

Es una empresa comprometida tanto con sus clientes como con su gente, generando de esta forma “sentido de pertenencia”. Sancor Seguros es una compañía que busca siempre nuevos desafíos y nuevos retos, demostrando así una constante adaptabilidad al cambio.