

## Seguros SURA

**crea sinergias  
con los  
Corredores para  
brindarle  
herramientas  
y apoyar  
su gestión**

Afirmó Ana María  
Silveira, Gerenta  
de Canales de la  
compañía



Ana María Silveira, Gerenta de Canales de Seguros SURA

● Páginas 10 y 11

## CORREDORES Y AGENTES DESARROLLAN LA PLAZA ASEGURADORA



Federación fomentará y  
jerarquizará la actividad  
aseguradora del mercado

● Página 14



Daniel Abal, Fernando Caballero y Lorenzo Paradell

GRACIAS POR SER PARTE *fundamental* EN EL CRECIMIENTO DE ESTA GRAN FAMILIA

**¡FELIZ DÍA DEL CORREDOR DE SEGUROS!**



# Gonzalo Masini: la confianza, la ética y la credibilidad son sus activos más valiosos

**G**onzalo Masini, Ejecutivo de Masini Seguros, cumplió 35 años de trayectoria profesional sustentados en los valores de la ética, la credibilidad y el fuerte compromiso con el cliente. El empresario afirmó al Suplemento de Seguros de El Observador que desde el comienzo de su actividad siempre bregó por mantener y potenciar el reconocido prestigio de la marca Masini en el mercado. Destacó que uno de los principios de su gestión tiene este eje conceptual: Estar asegurado no es estar cubierto, se está cubierto estando bien asesorado.

## ¿Qué significa para un Corredor Asesor cumplir 35 años de gestión en el mercado?

Es una gran responsabilidad haber abrazado una actividad que siempre se asentó en sólidos principios: construir confianza, cuidar y respaldar al cliente para que tenga la cobertura que se ajuste a sus reales necesidades. Son valores centrados en la ética y en el compromiso con la calidad de servicio.

Las vivencias juveniles sobre la actividad son múltiples ya qué, por ejemplo, recuerdo que cuando tenía 12 años iba al Banco de Seguros con Alfredo y Pablo Viglietti a entregar documentación. Ha pasado mucha agua bajo los puentes porque en estos 35 años de actividad, la dinámica del seguro se caracterizó por sus constantes transformaciones. Pasamos de la era del librito con tapas azules, con una regla y una calculadora para renovar los seguros de automóviles a ser partícipes del multicotizador, donde hay que cotizar ocho o diez compañías a la vez y presentarle al cliente todas las opciones de cobertura y asesorarlo sobre lo que brinda cada una de ellas. Pasamos de los listados elaborados con máquinas de escribir, a la utilización del fax, hasta los sistemas de computación. En poco tiempo reconvertimos y optimizamos nuestros procesos con diversos programas de software para darle al cliente una respuesta rápida y generar un control administrativo más eficaz. Hasta no hace mucho tiempo todo se procesaba por mails y ahora prácticamente todo se sustancia por WhatsApp. La empresa evoluciona constantemente, en términos tecnológicos y de procesos inter-



Fabiana Llanes, Fernanda Sapriza, Gonzalo Masini, Andrea Carbonell, Javier López y Paola Rodríguez.

nos, porque hay que aggiornarse a un mercado cada vez más técnico, complejo y competitivo.

## ¿Cuáles son los principales valores que genera el consumidor que contrata los servicios de un Corredor Asesor?

A nivel internacional se experimentaron diversas herramientas para la comercialización de seguros, como la banca-seguro. Son sistemas que no funcionan porque el Corredor está al servicio de su cliente las 24 horas del día, los 365 días del año. Siempre atiende al asegurado, por ejemplo, ante la ocurrencia de un siniestro o para evacuar determinada consulta. Hace quince días un amigo me envió un WhatsApp a las 6 de la mañana para comunicarme que se había declarado un incendio en su domicilio. Su esposa y su hijo estaban internados en un centro asistencial por la inhalación de humo. La compañía de seguros, por supuesto, estaba cerrada en esos momentos, y el cliente ya sabía cuáles eran los pasos a seguir porque le había dado los indicativos pertinentes. Estos servicios no los brinda ninguna plataforma tecnológica. El Corredor respalda y asesora al asegurado mientras que una plataforma solo interconecta electrónicamente compañía-cliente. Otro caso reciente: un familiar de un amigo protagonizó un sábado un siniestro y como el intermediario era un banco tuvo que esperar hasta el lunes, a las 13 horas, para buscar una solución

al tema. El Corredor Asesor tiene entonces un diferencial muy importante que se valora aún más ante la ocurrencia de un siniestro. Las plataformas son múltiple opción, el sentido de que nos estamos ahorrando algo. Un determinado seguro tiene el mismo valor, ya sea en un mostrador o con los servicios de un Corredor. Por eso siempre digo: el cliente debe asesorarse con el Corredor que considere mejor porque su gestión profesional, siempre presente, protegerá su patrimonio.

## ¿Cuáles son las principales fortalezas que le permitieron a la empresa consolidarse y crecer en el mercado?

La fortaleza más importante de la organización es su equipo de trabajo muy profesional. A título de ejemplo, un integrante del equipo está dedicado exclusivamente, durante ocho horas, al área de siniestros de automóviles. Otra persona hace el control de la cobranza para que el cliente no se quede sin cobertura. Es decir, son acciones específicas, entre otras, que potencian la calidad de servicio de la empresa. Una de las colaboradoras hace 25 años que trabaja en la organización y otra colaboradora integra la plantilla desde hace 22 años. Otros integrantes del equipo ejercen funciones, promedialmente, desde hace 10 años. Son ejemplos de la integración de un equipo de trabajo que siempre busca optimizar procesos, que está comprometido

con la calidad de servicio. Cuando una compañía instrumenta modificaciones en la condiciones de las pólizas o lanza nuevos productos analizamos a nivel grupal cada caso en particular. El objetivo es estar al día para asesorar adecuadamente al cliente.

## ¿La empresa opera y tiene fluidos contactos con todas las compañías de seguros?

En efecto. Todos nos iniciamos con el Banco de Seguros. Actualmente, trabajamos con todas las compañías de seguros, nunca le cerramos las puertas a ninguna. Nos visitan periódicamente los ejecutivos de las aseguradoras porque estamos muy bien conceptuados en el mercado. Al cliente la damos el abanico total de coberturas, con las fortalezas y con las debilidades de cada una.

## ¿Considera que los siniestros ocurridos en Montevideo y en Punta del Este deben convertirse en un removedor, a escala social, para fomentar la cultura del seguro?

Uruguay va tomando, de a poco, conciencia del seguro. La explosión ocurrida en un edificio de Villa Biarritz alertó a los copropietarios de edificios porque perciben que se pueden quedar en la calle en cinco minutos. Después de la ocurrencia de ese siniestro muchos copropietarios se interesan por las coberturas que tienen sus viviendas. Cerca del 70% de quienes nos consultaron se percataron que sus copropiedades no estaban

totalmente cubiertas. Hay que tener en cuenta que el valor del metro cuadrado de construcción ha cambiado mucho en los últimos años. Entonces fue necesario actualizar los capitales de los edificios o sugerir al cliente asumir esta realidad del mercado. En la empresa revemos permanentemente todas las pólizas de incendio en base al valor del metro cuadrado de construcción. Muchas veces se da la dicotomía de que el valor resultante de la propiedad según los metros cuadrados construidos es más alto que el valor inmobiliario. Aquí hay un pequeño problema de ajuste con el cliente, es a conciencia del cliente, nosotros se lo hacemos saber.

## ¿Considera que es importante que el Corredor esté agremiado?

Es muy importante que todos los colegas participen de la actividad gremial. Soy Vocal en CUAPROSE y siempre acompaño a la directiva en diversos procesos de gestión que redundan en beneficio del socio y del mercado. También somos socios de APROASE. Precisamente esta institución, junto a CUAPROSE y al Círculo de Agentes han creado una Federación, que apunta a generar un marco regulatorio a la actividad del Corredor y del Agente de Seguros. La nueva organización tiene un objetivo muy positivo: jerarquizar a nuestra profesión. Por eso, me gratifica la creación de la Federación de Asociaciones de Profesionales en Seguros del Uruguay.

## ¿Cómo visualiza el actual mercado asegurador?

Es un mercado dinámico que registra un sostenido proceso de crecimiento. Por suerte se estabilizó la guerra de precios en el ramo Automóviles. Las compañías enfrentan hoy grandes problemas con el tema siniestralidad debido a la falta de repuestos. Se carece de una de regulación a nivel nacional que establezca exigencias a los importadores de vehículos. Existe mucha variedad de marcas y modelos, pero es insuficiente el volumen de repuestos. Esta realidad golpea a las compañías de seguros y los corredores. Es muy difícil comunicarle al cliente que va a tener seis meses su auto parado porque no existe su repuesto en el mercado. Es una situación que debe revertirse.

## El Día del Corredor y del Agente de Seguros

Este Suplemento Especial de Seguros se editó en la jornada y no el mismo viernes 28, que coincide con el Día del Corredor y del Agente de Seguros. La razón estribó en que tiene mayor repercusión mediática publicarlo hoy sábado, en los formatos Digital y en Papel, y no el mismo viernes. Son los

nuevos tiempos que nos marca la realidad.

El Suplemento de Seguros es desde hace 25 años una tribuna periodística que reafirma los valores que sustenta la industria aseguradora en Uruguay. Es un sector sólido, confiable, que construye confianza.



# La tranquilidad es un modo de vida.

En MAPFRE contamos con un seguro para  
cada una de tus necesidades.

 **MAPFRE**



Automóvil



Hogar



Vida



Viaje



Garantía  
de alquiler



Comercio



Bicicleta

Oficinas comerciales en todo el país

[mapfre.com.uy](https://mapfre.com.uy)





# MAPFRE crece junto al cliente con sus propuestas de valor diferenciales

**M**APFRE sustenta en el mercado un liderazgo transformador y crece junto al cliente con sus propuestas de valores diferenciales que se reflejan en procesos eficientes y en altos estándares de calidad de servicio. Marianne Delgado, CEO de MAPFRE explicó al Suplemento de Seguros de El Observador que el plan estratégico de la compañía se sustenta en un crecimiento rentable que tiene como premisa hacer más fácil la vida de sus clientes y el trabajo de sus intermediarios.

## ¿Cuáles son las principales fortalezas y propuestas de valor que caracterizan la operativa de MAPFRE en el mercado?

Nuestra historia y nuestro presente tiene que ver con estar cada vez más cerca de nuestros clientes. MAPFRE se define como una empresa de personas que cuidan personas, por lo que sabemos la importancia de estar cuando nos necesitan. Nuestra fortaleza principal es nuestra gente. Contamos con el mejor talento para atender a nuestros clientes. Un equipo preparado, con referentes comprometidos con la excelencia en el servicio al cliente, y con foco en la innovación, teniendo en claro la importancia de estar siempre cerca de quienes confían en nosotros. Otra de nuestras grandes fortalezas es nuestra red de distribución, que se extiende a lo largo y ancho del país. Tenemos gran presencia en el interior del país, respaldada por nuestras oficinas regionales: Norte, Este, Centro Oeste y Sur. Además, contamos con oficinas Delegadas que son intermediarios exclusivos de MAPFRE. Ellos comparten nuestra cultura de trabajo, están comprometidos con la marca, buscan la profesionalización en el sector y ofrece un servicio cercano y de confianza a nuestros clientes. Por otro lado, tenemos el Porfolio de productos más amplio del mercado y soluciones integrales que se pueden ajustar a la medida de cada persona o empresa para que puedan sentirse prevenidos y respaldados ante cualquier situación adversa que se les presente. Nuestro objetivo es estar cerca de todas las personas, acompañándolas siempre, ya sea en la evolución de sus actividades como en las distintas etapas de la vida.

## En el marco de su constante perfil innovador ¿Cuáles son las principales iniciativas que lanzó la compañía en el curso de los últimos meses?

A lo largo de estos años venimos trabajando en el desarrollo de productos nuevos buscando los mejores beneficios para los clientes. De



Marianne Delgado, CEO de MAPFRE

esto nació el seguro de automóviles SMART, un paquete que tiene las pólizas básicas similares a los seguros de todo riesgo, pero que a su vez se adapta a las necesidades puntuales de cada cliente dando la posibilidad de sumar coberturas adicionales, armando el producto a la medida de cada uno. Y en esta línea, también contamos con un seguro de hogar PLUS que permite customizarlo, tiene como diferencial si tenés contratado el seguro de automóvil todo riesgo, la bonificación del deducible del auto y otros beneficios asociados. También digitalizamos la Garantía de Alquiler, un producto que hoy se gestiona de forma 100% digital, siendo los primeros en el mercado en lanzar este producto con esa modalidad de contratación y además haciéndolo flexible al brindar la opción de elegir las

## Inaugurará la nueva casa de la Regional Sur, en Bulevar Artigas y Benito Nardone

coberturas que realmente sean necesarias según cada caso.

El producto más reciente de nuestra cartera es el Seguro de Viajes, que nuevamente buscando la innovación y la adaptación al mundo digital, somos la primera aseguradora que ofrece un Seguro de Viaje 100% online, con coberturas básicas y adicionales a medida; por ejemplo, cobertura

para futuras mamás, deportistas, enfermedades preexistentes, entre otras.

## ¿En qué medida MAPFRE enfrenta los desafíos tecnológicos que generan en la actualidad muchos procesos de gestión?

Uno de nuestros pilares ha sido la innovación con foco en la digitalización. Tanto en la oferta de productos para nuestros clientes, en los procesos internos, como en las herramientas de trabajo que hemos desarrollado de cara a nuestros intermediarios, con el fin de que la digitalización le permita hacer su trabajo de forma más rápida y eficiente, y así otorgar el mejor servicio.

## ¿Cuáles son las principales

## políticas de apoyo que brinda MAPFRE a los corredores de seguros?

Con el objetivo de estar más cerca del cliente y del potencial asegurado, se trabaja bajo una estructura comercial con Oficinas Regionales en todo el territorio nacional (Oficinas en la Regional Sur (Montevideo), Regional Norte (Paysandú), Regional Oeste (Colonia) y Regional Centro (Tacuarembó) para atenderlos, lo que nos permite mayor cercanía con nuestra red de venta, para ayudarlos en su tarea, colaborar con ellos y estar presentes siempre en cada rincón del país.

En lo que es el equipo comercial, se trabaja con ejecutivos de cuenta MAPFRE para atender de forma exclusiva a la red de venta, con una atención más personalizada y ágil que optimiza la experiencia del corredor con la compañía. También tenemos un equipo de coaches que trabaja en la formación profesional y herramientas de liderazgo para que nuestros intermediarios puedan sacar el mayor provecho de sus gestiones y ofrecer el mejor servicio.

Se organiza el año en 4 Q, al inicio de cada uno se realizan lo que se llama MEET UP, que son encuentros con los intermediarios multimarca como la red de delegados (intermediarios exclusivos de MAPFRE) donde se brinda capacitaciones y se genera un espacio distendido para estar más próximo a ellos. A nivel comercial se impulsan campañas comerciales al inicio del año que premia con viajes, estadías y de más. Este año, en el marco del mundial de Qatar, se realizó una campaña que los lleva, una experiencia única de vivirlo en persona siendo representante de la selección MAPFRE.

## ¿MAPFRE prevé potenciar aún más su presencia en puntos estratégicos del interior del país?

Como comenté anteriormente, nuestro foco es estar cerca de nuestros clientes e intermediarios. Por lo que definitivamente vamos a continuar con nuestra estrategia de expansión territorial, por medio de la apertura de nuevas Regionales MAPFRE en el interior del país, apoyando y potenciando el crecimiento de nuestros actuales intermediarios y a través de la captación de nuevos agentes. De este modo, logramos un servicio personalizado y descentralizado.

Muy pronto inauguraremos la nueva casa de nuestra Regional Sur, en Bulevar Artigas y Benito Nardone, un espacio más céntrico, más grande y cómodo, que nos permitirá potenciar nuestro servicio y estar aún más cerca del cliente y el intermediario. ●



# BSE, fuertes vínculos con corredores y agentes desde hace más de 100 años

**E**l Banco de Seguros del Estado (BSE) mantiene con los corredores y agentes muy fuertes y sólidos vínculos, de puertas abiertas, desde hace más de un siglo, afirmó la Vicepresidenta del organismo, Ing. Silvana Olivera Igarzábal. La ejecutiva destacó que esos profesionales “han recorrido con nosotros ese camino de éxito” y recordó que la Agencia del Sauce es la más antigua que opera con el Banco ya “que fue fundada en 1914 para la comercialización de la cobertura Granizo”.

## Aliados estratégicos

Silvana Olivera resaltó al Suplemento de Seguros de El Observador que los corredores y agentes “son los principales aliados estratégicos de la ins-

titución por lo que siempre se apunta a potenciar sinergias, con altos estándares profesionales. Son valores que nosotros siempre nos preocupamos que estén muy presentes”. La fuerza de ventas del BSE está integrada por 1.900 profesionales, de los cuales 1.116 son hombres y 795 son mujeres. El organismo tiene 17 agencias generales en Montevideo, 45 en el interior y 3 agencias comerciales.

## Saludos

La entrevistada extendió sus saludos a todos los asociados de APROASE, CUAPROSE y del CÍRCULO DE AGENTES, “son instituciones que tienen vínculos interactivos con el Banco para aggiornarse y actualizarse porque en esta cuarta revolu-

ción industrial, en este mundo digitalizado, los cambios son vertiginosos. Por eso, es fundamental percibir que es lo que cambia, que amenazas puede tener el sector asegurador. O como se dice en ocasiones, a cada uno le puede llegar su Uber”.

## Muy buenos resultados

Silvana Olivera destacó, a continuación, que el BSE está registrando “un muy buen comportamiento. Cerramos nuestro balance (hasta el 30 de junio) con muy buenos resultados. Totalizamos el 64,2% de porcentaje de ventas del mercado. Tenemos 15 competidores y mantenemos un sólido liderazgo. Gracias a nuestros funcionarios y a nuestros socios es-



Vicepresidenta del BSE, Ing. Silvana Olivera Igarzábal.

tratégicos, que son tan valiosos para nosotros”.

Indicó asimismo que recorre en forma permanente el interior, donde “visita las Agencias establecidas en todo el país y a muchos corredores. Esto es importante porque somos el Banco de todos los uruguayos”. Subrayó además que esas visitas le permiten “comprobar el compromiso que tienen las Agencias con la calidad de servicio, las cuales se caracterizan por su lealtad y fidelidad con el Banco”.

Sostuvo que “como no somos burócratas de escritorio recorreremos entonces puntos estratégicos del país para interiorizarnos de diversos aspectos del mercado asegurador, que sean valiosos para el Banco de Seguros y para la sociedad en su conjunto”. La entrevistada remarcó finalmente que se siente muy gratificada por la acción que despliegan las agencias y los corredores porque “contribuyen al crecimiento de nuestra institución y del mercado de seguros”.

## FELIZ DÍA DEL ASESOR

Celebramos hoy la confianza y compromiso de todos los asesores con la seguridad de los uruguayos.



En Uruguay nadie te da más seguridad.



# HDI Seguros registra un crecimiento orgánico junto a los asesores de seguros

**H**DI Seguros registra en el mercado un sostenido crecimiento orgánico y junto a los asesores de seguros como pilares fundamentales en el negocio, afirmaron ejecutivos de la compañía. Destacaron que el lema que caracteriza a la aseguradora “es la atención personalizada, lo cual es considerado un diferencial por los asesores”.

**¿Qué comportamiento registró la compañía durante 2022 y cuáles son las perspectivas para 2023, de acuerdo al plan de trabajo trazado?**

HDI en los últimos tiempos ha mantenido un crecimiento planificado, donde se hace énfasis en tener un mix de cartera equilibrado, con resultados técnicos que lo acompañen. Nuestro crecimiento es orgánico

## Mix de cartera equilibrado, con resultados técnicos

y va de la mano de la labor diaria de asesores de seguros, a quienes consideramos nuestros socios en este negocio, y a quienes buscamos cuidar y atender. Durante el año 2022 nos embarcamos en un cambio de sistema CORE, el cual nos va a permitir contar con una herramienta más amigable, intuitiva y moderna, que nos facilite proyectarnos hacia el futuro. Durante este proceso de cambio, hemos tenido en cuenta las sugerencias de nuestros asesores con el fin de brindarles mejores facilidades.



Durante el evento realizado en Maldonado, de izquierda a derecha: Valentín Michelini, Diego Changarelli, Óscar Fisher, Daniela Prieto, Diego Juncal, Martina Núñez, Gonzalo Blanco, Luis Colucci, Pablo Pena, Romina Cattani, Alejandro Rodríguez y Ricardo Barral.

**¿En qué medida el apoyo y la fidelidad del Corredor posibilitan que la empresa potencie su presencia en el mercado?**

Los asesores que trabajan con HDI día a día son para nosotros un compañero. El 90% de las consultas realizadas por nuestros clientes en común, son atendidos por los Asesores de seguros, llegando a nosotros solo un 10%. Además de esto, son quienes difunden los valores HDI. Por todo esto es que en cada oportunidad que se presenta no dejamos de manifestar la importancia que tienen los Corredores, importancia que hace que los valoremos como nuestros principales socios comerciales.

## La compañía potencia su presencia en el interior

**¿Cuáles son los valores que generan la sinergia entre la compañía y el corredor?**

En HDI Seguros tenemos un muy buen equipo de colaboradores, conformado hace ya mucho tiempo, con vasta experiencia en la compañía y en el mercado. A los nuevos colaboradores se les inculca la importancia del contacto directo con el Corredor, y de la cultura que HDI busca promover.

**¿Qué fortalezas corporativas le permiten al corredor confiar en HDI Seguros?**

HDI es una compañía internacional de prestigio, con más de 125 años en el mercado uruguayo.

## Agrupación de Profesionales Asesores en Seguros

**28 de octubre de 2022**

Saludamos a todos los colegas en el **DÍA DEL CORREDOR DE SEGUROS**, con el **compromiso intacto de continuar consolidando nuestra participación en el mercado**, profesionalizando la actividad con **miras a alcanzar la excelencia en atención a clientes para garantizar la mejor protección**, como solo el **corredor asesor** puede brindar.

Colonia 1007, piso 2 - Tel. 29002553 | Email: aproase@aproase.com.uy  
[www.aproase.com.uy](http://www.aproase.com.uy) | APROASEuy | aproase



## En Argentina los jóvenes pagan las cuotas más caras del seguro del auto

Contratar un seguro es una obligación que fija la Ley Nacional de Tránsito de Argentina para poder circular con cualquier vehículo. Las opciones que ofrecen las compañías aseguradoras son amplias, pero sin importar la póliza que se contrate, serán los usuarios más jóvenes quienes deban pagarlas más caro, informó el diario Clarín.

A la hora de asegurar un vehículo, las compañías de seguros deben solicitar a sus clientes diver-

sos datos con el objetivo de poder realizar una correcta tasación de la póliza.

El modelo del auto o de la moto, la marca, el tipo de motor y cilindrada es sólo una parte de la información que las aseguradoras piden a sus potenciales asegurados a la hora de cotizar un seguro.

La edad y la experiencia del conductor son determinantes para definir el precio y características de la póliza.



Un aspecto del encuentro desarrollado en el Sheraton con corredores Zona Sur Oeste



yo. Nuestra principal fortaleza es el vasto conocimiento de nuestros referentes de área, los cuales son técnicos comerciales, además de la experiencia consolidada a partir de años de labor junto al asesor de seguros, lo cual ha generado relaciones duraderas con estos últimos.

**¿HDI Seguros prevé potenciar su presencia en el interior del país?**

La respuesta es sí. Desde el año 2020 hemos buscado la forma de potenciar nuestra presencia fuera del área metropolitana. Los integrantes de nuestro equipo comercial han recorrido miles de kilómetros, a lo largo y ancho del territorio nacional para, en algunos casos, reforzar, y en otros construir, el vínculo personal (fieles a nuestro estilo) con Corredores del interior del país. Hemos invertido en publicidad en medios locales del interior, a los afectos de apoyar a nuestros Corredores en la difusión de la marca, y la oferta de nuestros productos y servicios. La pandemia impuso ciertas restricciones, pero ya en este año, con la situación sanitaria más controlada, buena parte del equipo de HDI se ha movido a distintos puntos del territorio para acompañar al equipo comercial en la misión de lograr que los Corredores y representantes de distintos equipos de HDI se conocieran personalmente. En ese marco, entre marzo y octubre hemos tenido re-

uniones con Corredores de todos los departamentos del país. Nos encontramos en Punta del Este, Colonia, Salto, Durazno y Tacuarembó. Se trató de una iniciativa que nació en nuestro departamento comercial, y que rápidamente logró la adhesión y compromiso de todo el equipo de HDI. Todos se vieron involucrados de alguna manera en esta iniciativa. Los comerciales, primero con una gran tarea de planificación y organización, y luego con una participación directa en los encuentros, casi la tercera parte del equipo, entre ellos todos los Jefes de áreas, en cada reunión. Pero además, los que no se desplazaron, redoblando el esfuerzo en nuestras oficinas para absorber de la mejor manera la sobre demanda causada por la falta de parte del equipo. Todos se merecen las felicitaciones y agradecimiento de la Compañía. También se merecen un enorme agradecimiento los Corredores que nos acompañaron en cada una de esas instancias. Fueron más de cien los Corredores con los que nos reunimos. Una vez más, a todos ellos les agradecemos la oportunidad de compartir ese momento. A todos, a los que conocemos desde hace décadas, y a los que conocimos apenas la semana pasada, los alentamos a seguir confiando en HDI para el desarrollo de una relación de confianza, genuina y duradera. ●

**HDI**  
SEGUROS

Desde HDI Seguros saludamos a los  
Asesores de seguros en su día.  
**¡Gracias por su compromiso y fidelidad!**

**Juntos,  
Somos Seguros.**

[www.hdi.com.uy](http://www.hdi.com.uy)



Un vínculo que se fortalece con el tiempo

# Fernando Viera, el Corredor Asesor es parte de la esencia de Porto Seguro

**E**n un nuevo Día del Corredor Asesor, desde Porto Seguro queremos destacar una vez más la importancia que tiene para nosotros el trabajo estrecho y alineado con los profesionales del rubro, afirmó Fernando Viera, Presidente de la compañía. El ejecutivo subrayó asimismo que “el Corredor Asesor es parte de la esencia de la compañía, es nuestro socio de negocios y eso se ve reflejado en la forma en que trabajamos, buscando el crecimiento

## La empresa busca el crecimiento conjunto con el Corredor Asesor

conjunto en cada oportunidad que se presenta”.

### Mejores herramientas

El mensaje de Fernando Viera destaca que, “además de integrarlo al trabajo cotidiano, desde Porto buscamos siempre ofrecer mejores herramientas que permitan una profesionalización del área, simplificando la tarea administrativa en virtud de potenciar el rol de asesoramiento a clientes por parte del Corredor, entendiendo que es ahí donde se logra aportar un valor diferencial”.



Fernando Viera, Presidente de Porto Seguro Uruguay

Especificó además que “la formación continua en diferentes disciplinas a través de la Escuela de Corredores, la participación y el intercambio en instancias de trabajo entre Corredores y mandos medios de la compañía, así

## Los Corredores matriculados cuentan con un ejecutivo comercial asignado

como las diferentes campañas de producción, son solo algunas de las iniciativas que mantenemos siempre vigentes y que nos han permitido construir un vínculo muy cercano con los Corredores Asesores y que se ha continuado

fortaleciendo a lo largo de toda su trayectoria”.

El ejecutivo expresó finalmente que “tal como pregonamos desde nuestra Casa Matriz “para Porto Seguro el Corredor es para siempre”.

¡Feliz Día del Corredor Asesor!

## Evento de reconocimiento a los profesionales

Porto Seguro festejó el pasado 19 de octubre el “Día del Corredor Asesor” con una función especial de cine en la Sala Porto Seguro del Complejo Movie de Montevideo Shopping. Los profesionales concurren junto a sus acompañantes desde distintos puntos del país. La instancia reconocimiento a los Corredo-

res Asesores generó un grato clima familiar de festejo y reencuentro entre colegas. La compañía renueva siempre su compromiso de trabajo en conjunto con los Corredores Asesores para construir un mercado asegurador que sea cada vez más profesional, comprometido y adaptado a las necesidades de los clientes.

### Incentivan crecimiento

El Corredor Asesor es el socio de negocios de la compañía. En consonancia con esa premisa, Porto Seguro lo hace partícipe de sus decisiones, solicitando su participación en todas las áreas que hacen al core del negocio e

incentivando su crecimiento constantemente. En Porto Seguro todos los Corredores matriculados cuentan con un Ejecutivo Comercial asignado y también con referentes del equipo de Sinistros para garantizar respuestas ágiles y personalizadas en cada situación.



CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

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



El evento se desarrolló en un ambiente de grata camaradería y de reencuentro entre colegas





**Tu compromiso  
es único.  
Nuestro respaldo  
también.**

**28 de octubre  
Día del Corredor Asesor**





Entrevista a Ana María Silveira, Gerenta de Canales de Seguros SURA.

# “Creamos sinergias con los corredores para brindarles herramientas y apoyar su labor”

Con una esencia disruptiva y un sólido enfoque en crear estrategias de valor, entregar bienestar y competitividad a sus clientes, Seguros SURA continúa robusteciendo su abanico de estrategias para acompañar la labor de los corredores. En su rol como gestora de tendencias y riesgos, la compañía pone foco en las necesidades y las aspiraciones de las personas y las empresas, para crear herramientas que sean beneficiosas, tanto para los clientes como para

**Seguros SURA pone foco en las necesidades y las aspiraciones de las personas y las empresas**

los aliados estratégicos de la compañía.

## Alianzas

“Es imposible concebir el desarrollo de una compañía aseguradora y su consolidación hacia el futuro sin el robustecimiento de alianzas con nuestra principal fuerza de ventas. Por ello, trabajamos con constancia en crear sinergias con nuestros corredores a efectos de elaborar nuevas herramientas que apoyen su labor y favorezcan establecer nuevas instancias de conversación con los clientes”, detalló la Gerenta



Ana María Silveira, Gerenta de Canales de Seguros SURA

de Canales de Seguros SURA, Ana María Silveira.

En este contexto es que Seguros SURA crea “BONUS, club de beneficios”, un programa de fidelización en donde los clientes pueden acumular puntos que se generan a partir del pago de los productos adquiridos y canjearlos por diver-

sos premios, así como acceder a beneficios.

## Innovadora

La propuesta consiste en una plataforma de fácil acceso y gestión por parte de los clientes y se posiciona como una herramienta innovadora en el sector, que permite a los corre-

dores generar mayor fidelización y vincularse desde una perspectiva diferente con sus clientes. Experiencias gastronómicas, estadías en hoteles, entradas a espectáculos, artículos de tecnología y electrodomésticos, así como servicios que ofrece la compañía como SURA te lleva y servicio de asistencia domiciliaria, entre otros, son algunas de las propuestas disponibles que los clientes pueden acceder con la plataforma BONUS.

## Programa de fidelización

“Somos la primera compañía de seguros en presentar un programa de fidelización de estas características en la industria. Una iniciativa creada con el fin de favorecer a una nueva dimensión en las conversaciones entre los corredores y los clientes, cambiando el enfoque y permitiendo un abordaje innovador y positivo”, detalló Silveira, quien recalcó el rol fundamental de la fuerza de ventas para su desarrollo.

“Invitamos a los corredores a formar parte de esta nueva experiencia. Una propuesta que favorecerá también el entendimiento de las necesidades de los clientes y en donde los corredores actúan como una figura clave”, expresó.

La implementación de esta nue-

va herramienta se enmarca en la esencia de la compañía de poner a las personas en el centro de su estrategia, levantar la mirada para observar sus entornos, necesidades y tendencias de consumo.

## Identifica necesidades

Con más de 75 años de experiencia en la industria latinoamericana y con su lema “Más que una aseguradora, una solucionadora” como bastión, la compañía trabaja constantemente en observatorios que permiten visualizar las diferentes características de las comunidades

**Tiene programa de fidelización que posibilita un abordaje innovador y muy positivo**

en las que opera. A partir de allí identifica necesidades latentes y las tendencias del mercado en el país.

“En este sentido, y como un buen ejemplo en cuanto a la identificación de necesidades y tendencias, hemos puesto nuestra

**Celebramos más de 20 Años en el mercado Asegurador Uruguayo**

**KAS**  
INSURANCE BROKERS

**El mejor seguro es el que se contrata bien asesorado.**

KAS Insurance Brokers, agradece muy especialmente a los Clientes por la confianza en nuestro asesoramiento profesional y a las Aseguradoras por el apoyo constante.

Torre El Gaucho | Constituyente 1467 piso 18, Of. 1808 | Ph. (+598) 2413 4313 • info@kas.com.uy | www.kas.com.uy



mirada en las Pymes y el efecto del nuevo decreto que rige a partir de Noviembre 2022, por el cual las empresas de 5 a 50 empleados se ven obligadas a cumplir con una serie de requisitos entre los cuales se incluye que deben contar con un Técnico Prevencionista y un Médico Ocupacional, siendo este cumplimiento de carácter obligatorio, como ya lo es para empresas de más de 50 empleados. Para que las Pymes puedan atender y solucionar esta nueva exigencia, estamos ofreciendo una nueva prestación a todas las empresas que son clientes de Seguros SURA y que tienen hasta 50 empleados, que les permitirá a los empresarios acceder, con un importante beneficio en costos y condiciones, a expertos en salud ocupacional y cumplir esta normativa. Este nuevo beneficio representa el compromiso de potenciar nuestra propuesta de valor ofreciendo soluciones relevantes y entregando más competitividad y bienestar a nuestros clientes.” “En un mercado tan competitivo generar un diferencial resulta muy beneficioso para los corredores, quienes pueden ofrecer soluciones y servicios integrales a medida de cada cliente”, apuntó.

Nuestra visión de anticiparnos a las necesidades, no solo se limita a los clientes, sino que contempla también a la fuerza de ventas y atiende a sus requerimientos.

Fue así como la compañía creó el Centro de Atención al Corredor



**Ana María Silveira, Seguros SURA genera estrategias de valor**



**Seguros SURA, una organización que tiene una esencia disruptiva**

(CAC). De forma centralizada, preferencial, rápida, ágil y en tiempo real, este centro da respuesta a las inquietudes y consultas de los corredores, ya sea por correo electrónico o por WhatsApp.

“Lo que imaginamos con la implementación de este centro es hoy una realidad. Estamos gratamente satisfechos por la repercusión que ha tenido y lo bien que ha sido recibido por nuestro canal de ventas. Es una herramienta pensada por y para que los corredores tengan la

atención exclusiva e inmediata que merecen”, expresó Silveira.

Desde su creación se ha profesionalizado, alcanzando cifras de interacción elevadas obteniendo así un alto índice de satisfacción y recomendación.

#### **Estar siempre presente**

“Sabemos el valor que el corredor le da al servicio en cuanto a agilidad y calidad, por eso queremos seguir afianzando nuestro centro, man-

### **Robustece su abanico de estrategias para acompañar la gestión de los corredores**

tener los estándares alcanzados y estar más cerca de nuestros corredores para apoyarlos en sus operativas y evacuar dudas de forma oportuna. Estar siempre presente”, explicó.”

En esta línea, Silveira destacó los esfuerzos de la compañía por fortalecer sus servicios en los distintos puntos del país mediante la expansión territorial, “lo que es muy relevante al momento de fortalecer la comunicación con los corredores y acompañarlos no solo de forma virtual sino también presencial”, concluyó.

**SEGUROS**

**sura**

**FELIZ DÍA DEL CORREDOR**

Juntos brindamos soluciones para el bienestar de las personas y empresas.

**MÁS QUE UNA ASEGURADORA, UNA SOLUCIONADORA.**



La compañía genera con el corredor valores de trabajo en conjunto

# San Cristóbal, impronta innovadora potencia a la marca en el mercado

**L**os procesos innovadores que genera San Cristóbal Seguros, el sostenido apoyo de los corredores y las sinergias de su equipo de trabajo, potencian la marca en el mercado, afirmaron al Suplemento de Seguros de El Observador el Gerente General de la compañía, Sebastián Dorrego y el Gerente Comercial, Mauricio Castellanos.

Los ejecutivos afirmaron asimismo que la empresa apunta a la diversificación de portafolios y, en consonancia con esta estrategia comercial, pondrá mucho énfasis en los seguros patrimoniales.

## ¿Qué comportamiento registra la compañía en lo que transcurre del año?

SD. Estamos culminando el tercer año de nuestro Plan Estratégico Trienal. En estos 32 meses la compañía cumplió los objetivos trazados. El Plan tiene tres grandes verticales. Una es el posicionamiento en materia de crecimiento rentable para equilibrar los números y lograr salir de un grupo de compañías que tenían un share bastante menor para estar en el segmento de las aseguradoras de más fuerte incidencia en el mercado asegurador. Otra vertical tuvo como eje definir la propuesta que ofrece al Corredor valores de trabajo en conjunto, con un fuerte posicionamiento de la marca en la vía pública, en redes sociales, en distintos medios. Es decir, que la compañía estuviera en la recordación de los clientes mucho más que la que tenía anteriormente.

La tercera vertical se centró en consolidar un equipo de trabajo que estuviera a la altura de esa propuesta con altos estándares de valor. En línea con esta estrategia, se robustecieron áreas claves para poder garantizar la calidad de los servicios para los clientes que necesita el mercado. Incorporamos técnicos y otros talentos, que tienen también una mirada disruptiva en el negocio de los seguros. De esta manera se duplicó nuestro equipo de trabajo.

El crecimiento ha sido sostenido, al punto que la cartera de automóviles de la compañía se incrementó en más de 40.000 vehículos en estos 32 meses del Plan Estratégico Trienal. En la actualidad la empresa asegura más de 60.000 vehículos. Se incorporaron asimismo nuevos 150 corredores, que consideran que San Cristóbal Seguros es una marca potente en el mercado.



Sebastián Dorrego, Gerente General y Mauricio Castellanos, Gerente Comercial



Integrantes del equipo de trabajo de la compañía



Otro de los espacios de trabajo de la empresa

Esta realidad nos llena de satisfacción porque esos profesionales perciben a la compañía como una opción válida y de las más importantes en sus respectivos portafolios. Esperamos para los próximos meses transitar por un período de estabilización como ocurre en todos los procesos de crecimiento.

Siempre estamos pensando en la diversificación de portafolios. En línea con esta estrategia,

pondremos mucho énfasis en los seguros patrimoniales. Estamos en un proceso de crecimiento y queremos ser muy buenos en las coberturas que manejamos para después administrar de la mejor manera posible las otras Carteras. Son procesos graduales, armónicos y que siempre requieren instancias de maduración.

## ¿La empresa tiene ahora una nueva casa central?

MC. La compañía opera en sus nuevas oficinas ubicadas frente a la Plaza Matriz. Las amplias instalaciones nos permiten mejorar los estándares de servicio a los corredores y clientes. Nuestro proceso de expansión interna requería un espacio de trabajo más amplio y confortable. Tenemos recintos para reuniones y para instancias de capacitación, lo cual refleja la cultura de la compañía. Trabajamos en espacios abiertos que posibilitan el contacto permanente entre los distintos equipos. Esto hace que la información fluya permanentemente. Es una empresa moderna, flexible, que siempre apostó a la innovación.

La cultura del Grupo San Cristóbal siempre buscó tener un muy buen relacionamiento con los corredores. Procuramos que estos profesionales potencien su gestión y a su vez contribuyan al desarrollo de la compañía. Es una acción recíproca que hasta el momento ha sido muy fructífera. Nosotros respetamos y apoyamos constantemente al corredor. Este es un valor que nos gratifica.

Hemos recorrido en forma intensa todo el interior, hemos recorrido muchísimos kiló-

metros para profundizar las potencialidades de la marca San Cristóbal. Nos gusta conversar con los corredores, intercambiar opiniones que siempre son positivas para ambas partes. Estamos muy satisfechos porque estas acciones son muy bien recibidas por el corredor. Incluso grupos de corredores han venido a Montevideo a conocer nuestras oficinas. De esta manera, se generan espacios de diálogo con nuestra fuerza de ventas. El objetivo es construir día a día una fuerte relación con el corredor, que es el único canal de producción de la compañía.

## ¿Qué balance realizan de los procesos de gestión que ha desarrollado hasta el momento la sucursal de Punta del Este?

SD. El balance de este centro de negocios, inaugurado en febrero de 2021, es muy positivo. Para nosotros es un hito que marca el propósito expansivo de la compañía. Es una zona de fuerte desarrollo y en la que contamos con muchos corredores. El equipo comercial de Mauricio abarca Maldonado, Rocha, Treinta y Tres, Lavalleja y Cerro Largo. El centro de negocios tiene un formato muy innovador, como es característica de la empresa. Son 300 metros cuadrados dedicados a brindarle a la red de corredores un lugar de encuentro, de trabajo colaborativo con la compañía, donde pueden desarrollar sus actividades, obtener información, imprimir documentos y también reunirse con sus clientes. Es un espacio diferente, y que implica una gran oportunidad para que los asegurados de San Cristóbal, tanto de Uruguay como de Argentina, puedan recibir el mejor estándar de servicios. En ese sentido, cuentan con la posibilidad de la auto consulta y la emisión de la documentación que necesiten, pero también el soporte del ejecutivo de la sucursal para trámites relacionados con las coberturas contratadas.

## ¿El crecimiento se sustenta también en la aplicación de procesos innovadores?

MC. Efectivamente. Tenemos una impronta muy innovadora. En Uruguay se concretaron cosas muy interesantes que el mercado las ha aplicado, como por ejemplo, la denuncia de siniestros por WhatsApp. También en la forma en que nos comunicamos y en la reconocida política de puertas abiertas. Con los corredores mantenemos fluidos contactos, con caminos que son muy directos, sencillos y muy simples.



Sala de conferencias



Estamos permanentemente pensando en nuevos productos, en nuevas formas de hacer las cosas.

Son procesos que se nutren, por ejemplo, de ideas que surgen de la alta gerencia y de las iniciativas que generan el equipo de trabajo y el corredor. A partir de esas fuentes tan interactivas nacen productos innovadores, formas innovadoras de hacer las cosas. El objetivo es continuar avanzando por ese camino de innovación para potenciar aún más la marca San Cristóbal en el mercado.

**¿Los siniestros ocurridos en Montevideo y Punta del Este ameritan que las compañías desarrollen procesos que profundicen la cultura aseguradora del país?**

Por distintas razones, no siempre se tienen presentes los riesgos a que nos exponemos en el hogar, una empresa o un comercio. El seguro busca la protección patrimonial y muchas veces el esfuerzo de toda una vida puede perderse ante un evento imprevisto.

Estos lamentables hechos, que provocaron fallecimientos y cuantiosas pérdidas económicas, han puesto a las compañías de seguros en boca de la población. En este mercado muy serio, muy regulado, todas las aseguradoras han estado a la altura de la situación. Recordamos que en

**Premian a corredores**



**Corredores y ejecutivos de Uruguay y de Argentina que participaron en el encuentro organizado por el Grupo San Cristóbal**



En el marco de la premiación a corredores premiun que realiza el Grupo San Cristóbal trimestralmente, fueron invitados especialmente de la unidad de negocios en Uruguay (San Cristóbal Seguros S.A.) el coordinador comercial

Leandro Báez, el ejecutivo comercial Alejo González y los corredores Marcelo Asencio, Paulo Benítez, Renzo Locatelli y Rodrigo Bastor. Participaron, junto a corredores de Argentina, de un tour por la ciudad de Mendoza y sus bodegas.

enero de este año se registró una inundación que afectó a muchísimas viviendas y automotores. Asimismo un temporal muy fuerte en Paysandú, que causó importantes daños. Por supuesto, los siniestros ocurridos en un edificio de Villa Biarritz y en el Punta Shopping de Punta del Este. Estos eventos demuestran que la población uruguaya debe profundizar su cultura aseguradora, en el contexto de un mercado asegurador que se caracteriza por honrar siempre sus compromisos.

MC. En estos temas es muy importante la comprensión humana. Tras la ocurrencia del siniestro en Paysandú la plana gerencial de la compañía se trasladó a esa ciudad para reunirse con los clientes afectados por el fenómeno climático. Los acompañamos y abordamos diversos temas, incluyendo los procesos indemnizatorios. Es necesario que el sector explique siempre las coberturas que se pueden ofrecer y que tienen costos accesibles. Son montos ínfimos al lado de los daños que puede ocasionar un siniestro.

SD. Este rol de contención a los asegurados, que muchos colegas también han tenido en esas instancias siniestralas, es un hecho a destacar. También el acompañamiento al corredor de seguros con quienes somos verdaderamente socios en este

negocio.  
MC. Se priorizó el pago rápido de los siniestros. Quedó demostrado claramente que tenemos capacidad de dar rápidas respuestas a nuestros asegurados.

**¿La compañía apunta a consolidar el camino de crecimiento alcanzado en Montevideo y en el interior junto a su fuerza de ventas?**

SD. Esta estrategia forma parte de la cultura del Grupo San Cristóbal Seguros, siempre junto a los corredores. Precisamente, el pasado 30 de junio concluyó una nueva edición del Programa de Impulso Comercial (PIC). Los ganadores obtuvieron premios por las metas alcanzadas. La compañía genera constantemente oportunidades que hacen a esa relación, que contribuye a profundizar el vínculo comercial.

MC. El nuevo PIC, que comenzó el pasado 1º de julio y finalizará el 30 de junio de 2023, se centrará en la obtención de puntos, con desafíos competitivos trimestrales. Los premios a otorgar a los ganadores serán importantes. Habrá asimismo premios extras a los corredores sustentados en los puntajes que obtengan. Nuestra política es estar siempre junto al corredor, apoyarlo, para construir vínculos cada vez más sólidos.

**Feliz día del Corredor y la Corredora de Seguros**

**28 de octubre**



**San Cristóbal**  
Seguros



La entidad está integrada por APROASE, el CÍRCULO DE AGENTES y CUAPROSE

# FAPROSU fomentará y jerarquizará la actividad aseguradora del mercado

**F**ue creada la Federación de Asociaciones de Profesionales en Seguros del Uruguay (FAPROSU), cuyos ejes programáticos se sustentan en el fomento, divulgación y jerarquización de la actividad aseguradora. Su Presidente, Fernando Caballero, el Secretario, Lorenzo Paradell (Presidente de APROASE) y el Tesorero Daniel Abal, (Presidente del Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay), explicaron al Suplemento de Seguros de El Observador los objetivos y procesos de gestión que desarrollará la nueva organización integrada por APROASE, el Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay y CUAPROSE. Los ejecutivos dijeron que la aprobación estatutaria es el fruto de diversas instancias ante el Ministerio de Educación y Cultura. Afirmaron que la institución tendrá los siguientes fines, sin lucro de ningún tipo: 1) Fomento, Divulgación y Jerarquización de la actividad aseguradora. 2) Defensa de los derechos de los Asesores Profesionales en Seguros, velando por el cumplimiento de la normativa vigente por parte de las instituciones relativas al sector.

## Un eje clave

Destacaron que la Federación se sustenta en un principio clave: la existencia de buenos mediadores de seguros, formados para encarar la actividad profesionalmente, en forma exclusiva y no como el complemento de otra función discordante. Otro principio clave, es la divulgación, hacer conocer la función del profesional que participa de este proceso de intermediación, las responsabilidades que conlleva y las ventajas que ofrece al consumidor. Hay una valoración que es necesario destacar: no es una intermediación pura, en el sentido de retirar un producto de un proveedor y trasladarlo al cliente. La intervención del Corredor o Agente es muy importante en la medida que equipara en un contrato a dos partes que son muy dispares. Hay una parte del contrato que tiene un cabal conocimiento del seguro, que es la compañía de seguros. Y hay otra parte del contrato, que es el que lo suscribe, que no sabe nada o prácticamente nada de seguros. En esta línea conceptual, la participación del Agente o el Corredor es gravitante ya que pone a ambas partes en igualdad de condiciones, con lo cual se genera un equilibrio recíproco muy positivo. A su vez, al asegurado le explicamos perfectamente todos los derechos que tiene, ante la ocurrencia de un si-



Daniel Abal, Fernando Caballero y Lorenzo Paradell

## Día del Corredor y del Agente de Seguros

Los entrevistados recordaron que este año se cumplen 50 años del primer congreso mundial de corredores, que se celebró en Buenos Aires. El evento culminó un último viernes de octubre y ese día quedó establecido el Día del Corredor de Seguros. El congreso también acordó que todas

sus resoluciones podían adaptarse a los ámbitos de cada país. En línea con esa flexibilización terminológica prevista por el congreso, en Uruguay se estableció que, a partir de ahora, el Día del Corredor pasa a denominarse Día del Corredor y del Agente de Seguros.

niestro. Los Corredores y Agentes desarrollamos, en consonancia con esa filosofía de trabajo, acciones complejas que implican conocer todos los contratos de seguros que existen en el mercado. Primero, para poder compararlos y evaluar sus coberturas y luego para explicárselos a nuestros clientes. Esto requiere una formación muy profunda por parte del Corredor porque estamos protegiendo ni más ni menos que el patrimonio del consumidor. Operamos en un amplio universo de opciones, por ejemplo, hacemos seguros de Incendio, de Ingeniería, de Automóviles, de Garantías, de Vida, etc. Tenemos entonces que ser muy profesionales porque nos manejamos en un escenario asegurador muy amplio y cada vez más técnico. Debemos explicar y hacer comprensible la cobertura a la persona que la va a suscribir. Es un proceso que aporta equilibrio y contribuye a la transparencia del

mercado asegurador. En definitiva, se construye confianza.

### ¿Consideran que la Federación se erige en una herramienta que contribuirá a la constante jerarquización de la actividad del Corredor y del Agente?

Sin dudas. Ejercemos un importante rol de asesores, es decir, no somos vendedores comunes de una determinada póliza. Las líneas de productos que asesoremos son, en términos generales, complejas y por lo tanto apuntamos a jerarquizar cada vez más la profesión, a escala personal y de mercado. Queremos que se comprenda cada vez más el importante trabajo que desarrollamos día a día. No es un trabajo tan sencillo, no es el trabajo de un comisionista, sino que es una actividad vital para el cliente y para la compañía. Las aseguradoras buscan a veces canales alternativos de comercialización en tanto los Corredores, sustentados en nuestros valores,

resaltamos la importancia de nuestra profesión, que respalda al cliente y genera confianza y transparencia en el mercado. La Federación es el fruto de un proceso de años de las tres gremiales. Existía la necesidad de estar juntos, de crear un ámbito de discusión y de colaboración, pero no solo para abordar los temas específicos de nuestra profesión. Lo nuestro es más abarcativo: tratar todo lo inherente al mercado asegurador, para contribuir a su desarrollo. La Federación, independientemente de la acción de cada gremial, buscará impulsar nuevos productos. Para ello estará en contacto con el Banco de Seguros y las compañías privadas porque uno de los ejes de acción apuntará a incrementar la penetración del seguro en la sociedad uruguaya. En nuestro mercado, el seguro tiene un nivel de penetración más bajo que otros países de la región, como Argentina y Brasil. Nos falta profundizar la cultura aseguradora y por lo tanto debemos bregar por potenciar el horizonte asegurador, en bien de la sociedad en su conjunto.

### ¿Las tres instituciones consideran que la Federación jugará entonces un rol importante en el fomento y el desarrollo de la acción aseguradora del país?

Por supuesto. La actividad llegó a un punto de maduración y, en ese contexto, las tres instituciones entendieron que se tenían que agrupar para buscar objetivos comunes.

La Federación cumplirá un rol muy importante en la medida que

contribuirá a capacitar a todos los integrantes de las reconocidas organizaciones que la integran. Se apuntará a fortalecer conocimientos para que la profesión de Corredor y Agente de Seguros se potencie y jerarquice cada vez más en el mercado.

### ¿Cada institución mantendrá su propio perfil operativo?

La acción de la Federación no se superpondrá a la actividad que desarrollan las Asociaciones que la integran. Todas cumplirán entonces su específico rol. Se aplicarán acciones respecto al registro del Corredor y al área de la profesionalización, sin que ello implique inmiscuirse en temas gremiales, que cada Asociación seguirá desarrollando con independencia de criterio. Por supuesto, hay temas comunes que competen a la Federación. Hemos creado un fructífero ámbito de diálogo con APROASE, el CÍRCULO DE AGENTES y CUAPROSE, que se sustentan en valores que contribuirán al desarrollo del mercado. La institución procesa algunos temas que serán expuestos al mercado en el curso de 2023 y que nunca se pusieron en práctica. Son valores que emanaron del intercambio de ideas entre experimentados colegas. Esperamos que estas iniciativas den buenos frutos, en términos de jerarquización de la profesión de Corredor y Agente de Seguros. Consideramos que el futuro nos permitirá plasmar todos nuestros objetivos, que redundarán positivamente en el mercado asegurador uruguayo.



# CUAPROSE saluda a los Corredores y reafirma los valores de esta actividad

**L**a Comisión Directiva de la Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros (CUAPROSE) destacó en un mensaje los valores que distinguen la profesión de Corredor Asesor en un mercado asegurador cada vez más técnico y competitivo.

## El texto está concebido en los siguientes términos:

El día 28 de octubre se celebra el Día del Corredor Asesor de Seguros en Uruguay. Aprovechamos la ocasión para saludar a nuestros socios y a todos los colegas profesionales de la actividad aseguradora que día a día asesoran a personas y empresas en la protección de sus bienes, suscribiendo y contratando los seguros a la medida de cada cliente en las distintas compañías aseguradoras del mercado.

Este es un año especial por distintos motivos, de los cuales queremos destacar que se trata del primer encuentro presencial para dicho festejo después de la pandemia; es el año en el que se ha fundado la Federación de Asociaciones de Profesionales en Seguros del Uruguay y también en el que se han registrado los siniestros más grandes de la historia del Uruguay. Es importante recordar que nuestro canal representa la principal



Vicepresidente de CUAPROSE, José Luis Urse, Presidente de CUAPROSE, Alberto Panetta

fuerza de captación de seguros para las compañías aseguradoras y de acuerdo a las fuentes de las principales compañías del mercado se nos dice que más del 90% de las pólizas emitidas se gestionan a través de los corredores asesores de seguros.

## Constante actualización

Nuestro trabajo de nexo entre el asegurado y las compañías de seguro, nos obligan a estar actualizados constantemente en cuanto a los productos que ofrecen las aseguradoras, también ayudando a las mismas a que conozcan las necesidades del mercado y que de esta forma se pueda contratar una póliza adecuada a las necesidades de cada cliente. Hoy más que nunca debemos resaltar la importancia de nuestra actividad en el mercado asegurador. El corredor asesor de seguros está todo el día al servicio de sus clientes y ellos saben que cuentan con nuestro asesoramiento en el momento que lo necesitan sin importar horarios con una comunicación directa y permanente. Seguiremos en el camino de la capacitación, invirtiendo en tecnología y procurando por una ley y/o reglamentación de nuestra actividad que regule la misma otorgando una matrícula como se hace en el mercado internacional y regional.

## Argentina, el Grupo San Cristóbal generó el programa Tranqui Week

El Grupo San Cristóbal desarrolló entre el 17 y el 23 de octubre en Argentina el programa Tranqui Week para generar conciencia sobre la importancia de estar bien asegurado, según informó el diario Clarín. Como referente de la industria, la compañía alienta a las personas a consultar a su productor o productora de confianza para revisar sus pólizas de seguros, asesorarse sobre las coberturas vigentes y actualizarlas de acuerdo a sus necesidades y las condiciones del mercado.

### Tranquilidad

Los seguros protegen, brindan tranquilidad, cubren a los seres queridos y recuperan las pérdidas en caso de accidentes. Pero aún con coberturas, el valor de los bienes puede cambiar con el tiempo distorsionando esa cobertura. Una póliza de seguro que ofreció una excelente protección hasta cierto momento, puede no hacerlo de igual modo hoy.

Al momento de contratar una póliza para el hogar o auto, por

ejemplo, se tiene en cuenta el valor por el cual compramos esos bienes y es uno de los datos que proporcionamos a nuestros asesores de seguros para realizar el contrato. ¿Pero qué pasa con el tiempo?

### Suma asegurada

Con el correr de los años las viviendas van aumentando su valor por factores como el aumento de metros cuadrados construidos y los bienes de uso que se adquieren (televisores, computadores, bicicletas, entre otros). Algo similar ocurre con el automóvil, donde el valor del vehículo se modifica por motivos económicos como variaciones en el tipo de cambio y en el índice de precios. En ambos casos se ve impactada el valor de la suma asegurada en la cobertura.

### Con el Productor

Es esencial tener presente estos factores a la hora de decidir los seguros que protegerán los bienes que con tanto esfuerzo adquirimos en nuestra vida. Por esto, es importante asesorarse con un produc-

tor de seguros y conocer todas las opciones que existen para elegir mejor tu plan de seguro, informó Clarín.

Es muy fácil olvidarse de nuestros seguros. Después de todo, ¡hay tantas otras cosas en las que pensar! Por eso, el Grupo San Cris-

tóbal promoverá los procesos de consulta para saber si tus pólizas te cubren adecuadamente o si necesitan actualizaciones, fomentando la cultura aseguradora en la semana del seguro. Para ello cuenta con el acompañamiento y asesoramiento de su red de productores y productoras para que puedas elegir la mejor cobertura para vos y tu familia.

### Tres simples pasos

En tres simples pasos se podrán

conseguir las mejores oportunidades para protegerte a vos y todos tus bienes: informarse con todos los datos que se compartirán sobre las opciones a disposición, las coberturas en detalle y el rol de los productores asesores para elegir el mejor plan de seguro; analizar si las pólizas con las que cuenta cada asegurado cubren sus necesidades actuales; y aprovechar los descuentos ofrecidos para cada producto (automotor, hogar, comercio, accidentes personales, bicicleta y moto).



**CONSTRUIMOS CONFIANZA CON VALORES ÉTICOS.  
NOS DISTINGUE NUESTRO PROFESIONALISMO,  
EL ASESORAMIENTO PERSONALIZADO Y EL SÓLIDO  
COMPROMISO CON LA CALIDAD DE SERVICIO**

Bvar. España 2444 - 27161506 - [info@masiniseguros.com](mailto:info@masiniseguros.com) - [www.masini.com.uy](http://www.masini.com.uy)



Afirmó el Presidente de APROASE, Lorenzo Paradell

# El Corredor debe estar cada vez más unido para fortalecer la profesión y al consumidor

**E**l Presidente de APROASE, Lorenzo Paradell, afirmó que el Corredor debe estar cada vez más unido para fortalecer la profesión y al consumidor en un mercado que plantea fuertes y constantes desafíos. En consonancia con este eje conceptual, abogó porque las nuevas generaciones de corredores se asocien a APROASE y dimensionen la importancia que reviste “aunar esfuerzos para potenciar y jerarquizar aún más nuestra actividad”.

El empresario expresó que “irrupieron en el mercado diversas plataformas que se involucraron en la actividad aseguradora y que no ofrecen el respaldo que requiere el asegurado”. Sostuvo asimismo, en otro plano, que “siempre buscamos mantener fructíferos contactos con los colegas del interior ya que si bien enfrentamos temas comunes existen matices que en algunos casos son regionales”.

## Saludos

Lorenzo Paradell extendió, en primer término, sus más cordiales saludos a los colegas de todo el país al cumplirse una nueva instancia celebratoria del Día del Corredor y del Agente de Seguros. El empresario dijo al Suplemento de Seguros de El Observador que el 90% de la cartera de seguros del país es operada por corredores y agentes, quienes con su profesionalismo y su capacidad de gestión contribuyen al crecimiento del mercado. Su actividad no concluye con la



Presidente de APROASE, Lorenzo Paradell

contratación de una póliza sino que es el comienzo de una relación que posibilita que el cliente tenga el respaldo de un profesional idóneo cuando enfrenta un siniestro o tenga dudas y difi-

## Los corredores hacen crecer el mercado y contribuyen a su transparencia

cultades sobre la cobertura que contrató”.

“En lo que transcurre del año -prosiguió- han ocurrido siniestros muy importantes, muy

mediáticos, que perjudicaron a mucha gente y que marcan la necesidad de contar con un asesor en seguros. Está muy claro que el rol del corredor ha sido fundamental, en el asesoramiento previo, en la venta y en la liquidación de los siniestros”.

## ¿Cómo califica los procesos de gestión que desarrolla APROASE?

Es un buen año en múltiples aspectos. Un periodo de mucho trabajo para la directiva. Mantenemos fluidos contactos con el Banco de Seguros y con todas las aseguradoras privadas para analizar los múltiples temas que surgen en forma permanente. A su vez, desarrollamos un diversificado proyecto de capacitación, que se refleja en

cursos mensuales y charlas para los socios. La gremial considera que la constante capacitación es una valiosa herramienta que jerarquiza la profesión. Debemos destacar asimismo que APROASE cuenta ahora con los servicios de un Abogado que asesora jurídicamente a la institución y a los socios que lo necesiten. Las mejoras son continuas, vamos a más.

Aprovecho esta instancia para pedirle a los colegas que se acerquen a APROASE, que se agremien, porque es muy importante estar cada vez más juntos. El mercado asegurador está complicado y es cada vez más competitivo. Irrupieron diversas plataformas que se involucraron en la actividad aseguradora y que no ofrecen el respaldo que requiere el asegurado. Asimismo, existen instituciones bancarias, inmobiliarias y automotoras que utilizan prácticas muy cuestionables porque presionan a los clientes para que contraten los seguros que les ofrecen. De esta manera, no respetan la necesaria libertad de elección, que contribuye a la transparencia del mercado, sino que establecen condiciones que convierten al asegurado en rehén de un producto o servicio. Estos actores no son idóneos ya que carecen del profesionalismo y equilibrio que requiere el asegurado para proteger su patrimonio. Son acciones que no le hacen bien al mercado de seguros. Hemos recibido denuncias de socios que están perdiendo negocios por la gestión de estos actores.

¿El panorama que usted expone

## le plantea retos APROASE?

Se nos presentan constantes desafíos que debemos enfrentar con una estrategia muy clara: hay que estar cada vez más unidos y cohesionados. Percibimos que los bancos, las inmobiliarias y las automotoras tienen, en muchos casos, la anuencia de compañías de seguros. Si bien los corredores somos los socios estratégicos de las aseguradoras enfrentamos una competencia constante, que choca generalmente con los valores éticos. Es decir, son actores que nada tienen que ver con los seguros y sin embargo se involucran en esta actividad específica. Incluso, logran determinadas compañías bonificaciones que los corredores no tienen y que deben luego bregar para obtenerlas.

## ¿En qué medida APROASE busca potenciar sus vínculos con los corredores que operan en el interior?

Siempre buscamos mantener fructíferos contactos con los colegas del interior ya que si bien

## La agrupación mantiene muy fluidos contactos con todas las aseguradoras

enfrentamos temas comunes existen matices que en algunos casos son regionales. Entre las cosas malas que dejó la pandemia rescatamos algo positivo: a través del formato zoom nos acercamos mucho más a nuestros socios establecidos en el interior. Los valores comunes tenemos que potenciarlos cada vez más. Queremos profundizar el positivo nexo con esos colegas ya que a veces las comunicaciones en el interior no son las mismas que en Montevideo. APROASE les informa todas las semanas sobre las novedades que emanan de las aseguradoras. Nuestra institución, fundada hace 75 años, siempre ha mantenido una línea muy clara: apoyar al corredor y al asegurado.

## ¿Considera que la nueva Federación que nuclea a APROASE, el Círculo de Agentes y CUAPROSE aportará beneficios al mercado?

Sin dudas. La institución fue creada tras dos años de gestiones ante el Ministerio de Educación y Cultura. Hemos desarrollado un positivo trabajo en conjunto que será muy beneficioso para los socios de las gremiales que la integran, para las compañías de seguros y el mercado. Se ha generado entonces un ámbito de análisis y discusión muy profesional. Aspiramos a que la Federación, además de apuntar a jerarquizar y profesionalizar cada vez más al Corredor, sea también un interlocutor frente a las compañías y el BSE para desarrollar el mercado.

## ¡Feliz Día del Corredor de Seguros!



Garantías Contractuales



Garantías Aduaneras



Garantías Judiciales



Garantías de Cumplimiento de Reglamentación



Garantías en el Exterior

www.cauciones.com



Compromiso con el conocimiento de los seguros y con el BSE

# Los Agentes apoyan al asegurado con altos estándares de calidad de servicio

**L**os consumidores “encontrarán un Agente a lo largo y ancho del país dispuesto a escuchar sus necesidades” destacaron en un documento la Lic. Cecilia Olivera Callero,

Vocal de la Comisión Directiva del Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay y Daniel Florines Pena, Secretario de la institución. El texto está concebido en los siguientes términos:

Creado en 1993, el Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay nació detrás del objetivo de integrar a los Agentes con presencia en todo el país a quienes unen los mismos intereses y valores.

¿Qué son las Agencias? Son Unidades Productivas que comercializan todos los productos del BSE, atienden a las necesidades de los uruguayos y brindan asesoramiento de calidad. Se trata de empresas privadas que tienen la representación y la exclusividad del BSE, de acuerdo al último mandato redactado y firmado: además de asesorar y vender, las Agencias reciben a los trabajadores accidentados por Accidentes de Trabajo, entregan documentación, entre una larga lista de tareas.

Con los mismos valores en

**Tienen experiencia profesional para dar respuesta a contratos complejos**

pie desde 1993, el desafío que afrontan las Agencias pasa por la constante capacitación y profesionalización de la tarea. Los Agentes cuentan con experiencia profesional para dar respuesta a contratos complejos. Es necesario estudiar los riesgos, informarse y asesorar para tomar las mejores decisiones.

El Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay realiza en forma periódica cursos e instancias de actualización, profundización respecto a las capacitaciones de los productos de la mano de nuestro compromiso con nuestros asociados, pero sobre todo con el conocimiento de los seguros y con el Banco. El seguro tiene historia, tiene técnica, tiene legislación y quien trabaja en Seguros no puede improvisar. En una Agencia usted encontrará un Agente Asesor Profesional de Seguros.

En el mundo globalizado en que vivimos, donde las tecnologías marcan y transforman a los consumidores, los uruguayos mantenemos nuestra idiosincra-



Vocal de la Comisión Directiva del Círculo de Agentes, Lic. Cecilia Olivera Callero y Presidente de la institución, Daniel Abal

## Daniel Abal y la Federación

El Presidente del Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay, Daniel Abal, resaltó la importancia que configura para la institución integrar la Federación de Asociaciones de Profesionales en Seguros del Uruguay (FAPROSU) junto a APROASE y CUAPROSE.

### Proceso de maduración

El ejecutivo dijo al Suplemento de Seguros de El Observador que “la creación de la Federación es fruto de un proceso de maduración, de integración profesional, que contribuirá a mejorar el mercado

asegurador. Por eso nos congratulamos por formar parte de una organización que apuntará, entre otros objetivos, a jerarquizar aún más la labor de los Agentes y los Corredores de Seguros. Consideramos que, con el curso del tiempo, los resultados serán muy positivos”.

Explicó que la Federación podrá capacitar a todos los Agentes y colaboradores que marcan presencia en todo el país con su reconocida calidad de servicio en las múltiples zonas del país en que operan. Recordó asimismo que el Banco

de Seguros del Estado exige a los Agentes participar en determinadas instancias de capacitación en el curso de un año.

### Confianza

Daniel Abal remarcó que “hay que destacar la gestión de la figura del Agente frente a plataformas y bancos que ofrecen seguros y que no se especializan en la actividad aseguradora y por lo tanto no pueden ofrecer la calidad de servicio y generar la confianza que garantiza el Agente en todo el territorio nacional.

**Agencias, Unidades Productivas que comercializan todos los productos del BSE**

ciones. Esa atención difícilmente se encuentre en una aplicación de teléfono.

Contratar un seguro no es fácil. Se requiere entender las complejidades del riesgo para dar respuesta a los imprevistos que puedan enfrentar los clientes. Los incendios recientes dan cuenta de lo inesperado que puede ocurrir, y siempre encontrarán un Agente a lo largo y ancho del país dispuesto a escuchar sus necesidades.

sia de dar la mano, charlar cara a cara.

Representamos a una aseguradora estatal que cuenta con presencia en casi todas las localidades del país. En pequeños poblados los carteles de las Agencias del BSE invitan a los clientes a charlar alrededor de una mesa, pensando en sus necesidades. ¿Por qué recurrir a un asesor si hoy en día existen opciones para hacer todo online, sin verle la cara al intermediario? Porque ante un siniestro, los asegurados necesitan la calidez de quien está acostumbrado a lidiar con situaciones estresantes desde hace décadas. Necesitan que alguien los escuche, los atienda y busque las solu-



El Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay saluda en su día, a sus asociados y corredores de seguros.

Av. Del Libertador 1464, esquina Mercedes. Piso 10 - Ap.103.  
Teléfono: 29009273 - E-mail: [circulodeagentes@gmail.com](mailto:circulodeagentes@gmail.com)



# CASUR reafirma su fuerte y sólido compromiso con los Corredores

**C**ASUR, primera Cooperativa de Asesores de Seguros del Uruguay, hace llegar sus saludos a todos los Corredores Asesores de Seguros, que con su esfuerzo, idoneidad y profesionalismo contribuyen al desarrollo del mercado asegurador dándole a éste confianza y prestigio. El Corredor Asesor es quien, con su dedicación plena y casi siempre exclusiva, gestiona y asesora al cliente acerca de la mejor manera de proteger su patrimonio. La Cooperativa, que nuclea a más de 100 Corredores, sustenta la premisa de que una póliza ingresada a través CASUR, en sus distintas formas, rinde más porque se comparten los beneficios obtenidos por la sinergia conjunta de todos sus socios y colaboradores. Sus oficinas, si-

**CASUR, una herramienta, un compromiso con todos los Corredores**

tuadas estratégicamente en la esquina de Uruguay y Paraguay, brindan apoyo logístico, técnico y tecnológico a sus Corredores.

## Mejora continua

CASUR, en base a su constante actualización y desarrollo tecnológico, genera procesos de calidad continua que optimizan los tiempos de respuesta de la organización, la cual ha incrementado su masa social con Corredores jóvenes que potencian aún más su dinamismo en un mercado cada vez más complejo



Directivos de CASUR, Mateo Guzmán (Vocal); Roberto Machado (Presidente); Cristina Perillo (Vicepresidenta); Fernando Santos (Secretario) y Andrés Guidali (Tesorero).



La sede de CASUR, ubicada en Uruguay y Paraguay

y competitivo.

CASUR desarrolla acciones que apuntan a ampliar las relaciones comerciales con las distintas compañías aseguradoras del mercado. “Esta línea de trabajo prioriza a las aseguradas que valoran efectivamente al Corredor Asesor como el canal más idóneo, responsable y duradero para comercializar sus productos con ética y profesionalismo”, destacó la Comisión Directiva de la Cooperativa.

## Compromiso

CASUR está comprometida con la noble y digna profesión de

Corredor Asesor y una vez más apoya y promueve a las distintas agremiaciones del sector como APROASE, CUAPROSE y el CÍRCULO DE AGENTES.

“En línea con esta filosofía de trabajo, se invita a los colegas a participar en ellas para fortalecerlas y así defender nuestra profesión de las amenazas de un mercado cada vez más complicado”, expresó la Comisión Directiva de la Cooperativa.

CASUR les desea un muy Feliz Día del Corredor de Seguros a todos los Corredores Asesores y Agentes.

## La importancia de los Seguros para el Hogar

Ante un siniestro de importantes magnitudes como un incendio, explosión por un escape de gas o derrumbe en un edificio o casa es clave contar con una cobertura de seguros correcta y eficiente que ayude a minimizar las pérdidas materiales. Aunque la ocurrencia de estos siniestros es baja, cuando suceden suelen ser devastadores en costos de bienes muebles, inmuebles y, ni que hablar, cuando involucran vidas humanas. En la mayoría de los casos, arrasan con el esfuerzo de toda una vida. Estar protegidos frente a los mismos permite re-

ponerse en lo material de manera más eficiente, rápida y menos traumática posible.

## Obligación

El diario Clarín informó que la Ley 13.512 de Propiedad Horizontal de Argentina establece la obligación de contratar un seguro de incendio para cubrir las partes comunes del edificio y la responsabilidad civil derivada. Esa misma póliza protege ante rayos, explosión, tumulto popular, huelga, terrorismo y hechos de vandalismo y malevolencia, así como también fren-

te a daños por impacto de aeronaves, vehículos terrestres, sus partes y componentes y daños por humo. En el caso de ocurrir el siniestro, el seguro pagará el costo de la reconstrucción de las partes comunes hasta el monto contratado.

## También seguro propio

Cada propietario deberá encargarse -con sus fondos o su seguro- de reparar o reconstruir su departamento. En cuanto a la Responsabilidad Civil, es decir los daños generados a las personas y a sus bienes, cada pro-

prietario es considerado como un tercero respecto al mismo consorcio. La póliza del edificio debería resarcirlos, como así también a los vecinos linderos o transeúntes dañados. Para estar totalmente cubierto, cada propietario debería contar, además, con un seguro propio contra incendio o alguno otro de este tipo. De esta manera, se le resarcirán los daños ocurridos en su propio departamento hasta el monto asegurado. Pero este seguro es voluntario y de libre elección de cada persona.

## Respuesta más eficiente

La combinación de ambas pólizas, contratadas en valores realistas y actualizadas de acuerdo al patrimonio a proteger, es la respuesta más eficiente ante un siniestro importante como un incendio, explosión por un escape de gas o derrumbe. Contratar un seguro de incendio, de robo, o un combinado familiar requiere tener en cuenta los valores de los bienes a proteger. Subestimarlos es tener una cobertura insuficiente. El costo de una póliza de incendio no supera el 1 por mil del valor a proteger.



# Sancor Seguros, constante innovación en productos y en todos sus servicios

**S**ancor Seguros genera constantes procesos innovadores en su amplia gama de productos y en todos sus servicios, afirmó Alejandro Peretti, nuevo Gerente de Suscripción y Sinistros de la compañía.

## ¿Con qué espíritu asumió el desafío que implica ejercer las nuevas funciones?

Sin lugar a dudas que asumir la Gerencia de Suscripción y Sinistros de una compañía de seguros conlleva siempre una gran responsabilidad, porque una suscripción adecuada de los riesgos y gestión eficiente de los siniestros es lo que determina, en gran medida, el resultado de las operaciones. En una compañía como Sancor Seguros implica además un gran desafío debido a la diversidad de coberturas y servicios que ofrecemos. En un mercado tan competitivo, nos vemos obligados a innovar en productos y coberturas como también en mejorar constantemente lo que ofrecemos a nuestros clientes.

## ¿Cuáles considera que serán los principales desafíos del área?



**Alejandro Peretti, Gerente de Suscripción y Sinistros.**

Con el avance de la tecnología, el mercado asegurador está experimentando cambios significativos, por lo que los principales desafíos pasarán por adaptarnos rápidamente a las nuevas exigencias de los consumidores ajustando nuestros productos y procesos a las necesidades y requisitos actuales manteniendo el foco en la innovación y mejora constante de las experiencias de nuestros asegurados. La tecnología nos ha permitido ser más eficientes en nuestros procesos y por lo tanto ser más eficientes también en

## ● ● Para saber

**Antigüedad en el sector:** 25 años en el Grupo y 15 en Uruguay

**Un hobby:** el fútbol y la música

**Un lugar en el mundo:** la playa

**3 valores fundamentales:** Lealtad-Compromiso-Respeto

● ●

el manejo de costos y, a su vez, en brindar un mejor servicio. Es parte fundamental de nuestros planes estratégicos anuales implementar mejoras tecnológicas que nos ayuden a mejorar todo lo que hacemos. Nos superamos día a día en ese aspecto; buscando nuevas oportunidades de generar nuevos negocios, de mejorar nuestro servicio, de ser más eficientes y de volcar a la sociedad en la que desempeñamos nuestra actividad.

## ¿Considera que un equipo de trabajo, cohesionado y con objetivos claros, contribuye al desarrollo sostenible de Sancor Seguros?

No tengo dudas que la claridad en la definición y comunicación de los objetivos y la identificación de los equipos de trabajo con los mismos es un factor clave para poder lograr el desarrollo sostenible de cualquier empresa. En Sancor Seguros asignamos un espacio relevante a los procesos de planificación y procuramos una participación activa de todos los colaboradores de la organización en la definición de los objeti-

vos, ya que consideramos que la diversidad de opiniones aporta y enriquece la toma de decisiones.

Considero que un equipo de trabajo consolidado se traslada al negocio en todo aspecto y repercute de manera positiva en el servicio que le brindamos a nuestros clientes y, en definitiva, al resultado de la compañía. Por ello desde Sancor Seguros hacemos énfasis en el trabajo en equipo y en la profesionalización de los mismos; lo que nos permite identificar talentos que ocupan posiciones clave. En Sancor Seguros trabajamos también constantemente en los vínculos con nuestros corredores de seguros; quienes tienen un rol esencial en nuestra compañía. Construimos día a día una relación de cercanía y estrecho relacionamiento que nos permite trabajar a la par para lograr los mejores resultados. Los corredores son parte fundamental del equipo de Sancor Seguros y trabajamos a diario con ellos atendiendo las sugerencias para la mejora constante. En definitiva, nuestros corredores asesores son el canal de comercialización sobre el cual se ha basado y se sigue basando el éxito del negocio.

# Transparencia e intermediación en seguros

**Por Andrea Signorino Barbat**  
Asesora experta en seguros y reaseguros  
Andreasignorino@gmail.com

¿Tiene hoy el seguro una nueva dimensión social? ¿Cumple -o debe cumplir- una mayor función social? Claro que sí, y la transparencia en materia de intermediación tiene en esto un rol importante. Es que resulta clara la evolución del derecho de seguros en procura de mayor atención a la parte débil en un contrato de adhesión como lo es el consumidor-asegurado. La doctrina ha venido efectuando esfuerzos importantes para proteger al consumidor-asegurado, desarrollando principios tales como la transparencia en materia de seguros e instaurando el orden público de protección, como evolución del orden público económico. Ambos desarrollos son una muestra de la nueva dimensión social del seguro, que atiende mayormente al asegurado, garantizando la debida información y asesoramiento y un mínimo legal inviolable en su favor. Respecto al principio de transparencia, es un tema muy vasto. Sucintamente diremos aquí que es un concepto o elaboración doctrinal, desarrollado más fuertemente luego de la reforma de la Ley alemana de seguros, a fines del año 2007. En la perspectiva de algunos autores, estaría desplazando



**Andrea Signorino Barbat**

al tradicional principio de la buena fe contractual. En mi concepto en cambio, son principios complementarios. La transparencia debe ser vista tanto en la legislación de seguros, como en el contrato de seguros, en la intermediación y en la supervisión de seguros. En cuanto a la transparencia en la legislación de seguros la doctrina expresa que la regulación del contrato de seguros para ser transparente debe reunir ciertas características que la tornen comprensible, inequívoca y clara. En cuanto a la transparencia en el contrato de seguros, la misma se relaciona con varias instancias de la relación jurídica, precontractual y contractual, y con varios aspectos a tener en cuenta relativos al contrato de seguros, a saber: la etapa precontractual y los deberes de información y asesoramiento en ella; la subsistencia del contrato y su

integración por el juez en caso de nulidad de una cláusula, en favor del asegurado; la necesidad de clarificar las propiedades del servicio desde la oferta y la publicidad y en la celebración del contrato y validez del contrato; la claridad de las cláusulas del contrato de seguro; y el combate a las cláusulas abusivas. En cuanto a la transparencia en la supervisión de seguros, el contralor estatal de la actividad es también una garantía especial de la que goza el asegurado y de la que no gozan otros consumidores. La tutela de la mutualidad de asegurados como interés general, amerita este contralor estatal. Aquí, el principio de transparencia se aplica indirectamente, ya que el supervisor de seguros se encarga de supervisar si los aseguradores cumplen con los requisitos de transparencia a los que están sujetos frente a las personas asegu-

radas. No obstante, el principio de transparencia es también un tema que considera directamente la normativa de control de seguros y de la autoridad de control. En cuanto a la transparencia en la intermediación en seguros, se funda en que el contrato de seguro es un producto complejo que requiere explicación y consejos, lo cual no es necesario en otros contratos. Aquí también el consumidor asegurado goza de una tutela especial ya que cuenta con un asesoramiento especializado a la hora de la contratación del seguro, con el que no cuentan otros consumidores en el marco de otros contratos de servicios.

Esta actuación de un intermediario en sentido amplio, corredor o agente de seguros-sentido amplio pues estrictamente intermediario es el corredor y el agente es un mandatario del asegurador-, crea una nueva necesidad específica de información por parte del eventual asegurado, que debe ser capaz de evaluar la calidad del asesoramiento y la información proporcionada por el intermediario en seguros. Esta necesidad de información incluye el conocimiento de la calificación profesional y personal del intermediario, de su vinculación legal o contractual con la aseguradora, del tipo de la remuneración que el intermediario recibe, de los posibles conflictos de intereses y de

la base material sobre la que prestaron su asesoramiento e información. En este contexto la regulación de la intermediación en seguros se vuelve muy importante y dichas normas, como requisitos mínimos para garantizar la mentada transparencia, deben crear un deber de registro de cada intermediario; establecer requisitos mínimos de calificación profesional e idoneidad para servir como requisitos previos para el registro; exigir garantía obligatoria, por lo general, por medio de la conclusión de un seguro de responsabilidad profesional; establecer deberes de informar, asesorar y documentar a los que el intermediario de seguros esté sujeto. Es por esto que esta edición que conmemora el Día del Corredor y del Agente de Seguros es buena ocasión para recordar la necesidad de una ley de intermediación o comercialización en seguros en el Uruguay, en este caso fundada en la debida transparencia requerida en el desempeño de la trascendente actividad del intermediario en seguros. La actuación del intermediario es nada menos que uno de los pilares de la protección del consumidor, asegurado en un contrato de adhesión con la complejidad que supone el contrato de seguros. Finalmente, vaya, por supuesto, mi cordial saludo a todos los corredores y agentes en su día.



# Sebastián Trivero, los corredores y los colaboradores de **Sancor Seguros** somos un mismo equipo

“Como siempre lo hemos dicho, los corredores de seguros tienen un rol fundamental para nosotros, son nuestros aliados estratégicos y forman parte de la gran familia de Sancor Seguros”, afirmó Sebastián Trivero, Gerente General de la compañía. Asimismo remarcó que en la empresa siempre se ha respetado al Corredor de Seguros, “no es algo que decimos y luego no hacemos, lo demostramos en el día a día. Esta no es una mera frase porque las sinergias con nuestra fuerza de ventas las demostramos con hechos concretos”. El ejecutivo dijo al Suplemento de Seguros de El Observador que “nos caracterizamos por ser una compañía de puertas abiertas que trabaja codo a codo con nuestra fuerza de ventas, en pos de un trabajo en conjunto para brindarle los mejores productos y servicios a nuestros clientes”.

## Mensaje claro

Trivero expresó asimismo que “uno de los aportes más efecti-



Sebastián Trivero, Gerente General de Sancor Seguros

vos que podemos hacer a nuestra fuerza de ventas es el tener un mensaje claro alineado a una política estable y transparente con la mirada en el largo plazo. Sancor Seguros es una empresa que ha respaldado a sus corredores de seguros de manera real. Esto nos ha permitido mantener un sos-

tenido y fluido relacionamiento; brindándoles en todo momento el firme respaldo que requieren sus procesos de gestión”.

Explicó que “este es un negocio de personas, donde entendemos que la relación comercial se sostiene sobre algunos pilares fundamen-

tales que potencian la misma: ética y respeto por el corredor, política de puertas abiertas, el cumplir con lo prometido y el valor de la palabra.

A ello sumamos una agenda de capacitaciones y charlas constantes en todo nuestro país, sobre nuevos productos y coberturas actuales”.

## Tarifación técnica

Sebastián Trivero destacó que “en lo que a la suscripción de los riesgos refiere, hemos buscado crecer en todos los ramos, sobre todo en aquellos que registran un mejor comportamiento siniestral histórico, planificando consciente y responsablemente, compitiendo, lógicamente, pero siguiendo una suscripción general de riesgos adecuada a cada ramo”. Especificó que “en lo que hace al ramo automotores, por ejemplo, nuestra prioridad fue seguir una tarificación técnica adecuada, sin caer en competencias agresivas basadas en precios que en el mediano y largo plazo generan malos resultados, invirtiendo en dar el mejor servicio del mercado y ser muy confiables y coherentes en nuestras políticas, tanto para nuestros clientes, como para nuestros corredores”. El Gerente General de Sancor Seguros expresó, a modo de colofón: “Gracias por ser parte fundamental en el crecimiento de esta gran familia.

**¡Feliz Día del Corredor de Seguros!**

## El equipo de trabajo es el engranaje principal de un buen resultado

El equipo de trabajo es el engranaje principal de un buen resultado porque es el origen de las ideas, de los proyectos, del camino que recorremos, expresó Daiana Santucho, nueva Gerente de Administración y Finanzas de Sancor Seguros. Sostuvo asimismo que “el crecimiento con rentabilidad es el foco principal de nuestros planes de acción”.

### ¿Con qué espíritu asume el reto que conlleva ejercer la Gerencia de Finanzas?

Luego de 12 años en Sancor Seguros, y recordando que ingresé a la compañía para cubrir una licencia durante 3 meses, es inevitable pensar en lo gratificante de cada paso transcurrido en este tiempo dentro de la misma. Hoy estoy ante un desafío para el que la compañía me capacitó, me dio las bases y el conocimiento para afrontarlo. Ahora me toca redoblar esfuerzos para continuar formándome y adquiriendo herramientas que me permitan estar a la altura de tal reto. Sin lugar a dudas el compromiso y las ganas son el motor que me impulsan para asumir este cargo y, sobre todo, la tranquilidad del gran equipo que me acompaña día a día, haciendo



Daiana Santucho, Gerente de Administración y Finanzas

aún más gratificante este recorrido.

### ¿Cuáles son las principales líneas de acción de esa área?

El crecimiento con rentabilidad es el foco principal de nuestros planes de acción; acompañando la estrategia comercial desde una óptica más técnica y de asesoramiento constante. Nos enfrentamos a grandes retos frente a las proyecciones económicas mundiales y de la región y, dada la incertidumbre de cómo

operará el mercado inversor, nos posicionamos en un escenario de desafíos y cambios constantes que nos obligarán a estar más alerta que nunca para alcanzar nuestros objetivos estratégicos trazados. En lo referente a la optimización de procesos, trabajamos con la finalidad de lograr una mayor eficiencia desde nuestra óptica, analizando principalmente los procesos de cobranzas y pagos para darle al negocio agilidad e innovación constante.

## ● Para saber

**Antigüedad en el sector:** 12 años

**Un hobby:** contar historias inventadas con mi hija

**Un lugar en el mundo:** Roma

**Tres valores fundamentales:** Respeto por el otro, Confianza y Compromiso



### ● ¿Qué importancia le atribuye a la buena gestión de un equipo de trabajo, en términos de crecimiento de la compañía?

Desde mi punto de vista, el equipo de trabajo es el engranaje principal de un buen resultado. Es el origen de las ideas, de los proyectos, del camino que recorremos. El equipo, las personas de una corporación, de un emprendimiento, de un grupo de trabajo sin importar su tamaño, son el pilar fundamental para la

planificación de cualquier estrategia empresarial. En definitiva, el origen de todo plan de acción está en su gente. Por ello, considero que es fundamental la gestión del equipo, el cuidado, acompañamiento y seguimiento constante de este engranaje para que todo traccione según los objetivos planteados. La visión conjunta, el trabajo en equipo y el sentido de pertenencia son aspectos que valoramos mucho y estamos convencidos que son los pilares para planear las distintas estrategias en pos del crecimiento de la compañía. Otro pilar fundamental de nuestra compañía son los corredores de seguros. Trabajamos con ellos basándonos en la cercanía, el contacto, el relacionamiento cotidiano que tanto nos nutre. Queremos brindarles el mejor servicio y la mejor atención desde todas las órbitas de la organización, tratamos de que se sientan parte de la compañía y de transmitirles a diario que la confianza está depositada en ellos.

Tratamos de darles las herramientas necesarias para automatizar y agilizar su gestión, ya sea desde la emisión como desde la generación de reportes que le permitan analizar su cartera desde distintas ópticas.

Hay un proverbio africano que refleja lo que entiendo sobre el equipo de trabajo:

“Si quieres ir rápido, ve solo. Si quieres llegar lejos, ve acompañado”.