



**PORTO
SEGURO**

SEGUROS

Montevideo • SÁBADO 20 • DOMINGO 21 • NOVIEMBRE 2021 • Suplemento de 8 páginas • Año XXIV • Nº 219



**PORTO
SEGURO**

**Cerrará 2021 con
una facturación
de US\$ 1.100
millones**

Es una cifra histórica
en los 110 años de
vida de la institución

**El BSE obtuvo una
utilidad de US\$ 120
millones en los 9
primeros meses del año**

Gerente General del Banco de Seguros, Cr. Raúl Onetto

● Páginas 4 y 5

**MAPFRE tuvo un año de crecimiento
y cambios, siempre cerca del cliente**



Joaquín Piera, Jefe de Canal de Corredores

Página 3



**SANCOR
SEGUROS**

☎ 0800 2543

🌐 sancorseguros.com.uy

📘 sancorsegurosuy

📺 SancorUruguay

Tranquilidad estés donde estés

El Seguro de Viajero

Por **Alberto Panetta**
Presidente de CUAPROSE

Al comienzo de la pandemia por el Covid se han visto afectadas las actividades económicas de todo el mundo. En nuestro país y específicamente en la actividad aseguradora, una de las coberturas de seguros más afectadas fue el seguro de viajero.

El seguro de viajero en Uruguay venía creciendo año tras año hasta llegar al 2020, cuando a partir de marzo prácticamente se dejó de contratar, hasta mediados de este año, en cuanto la gente comenzó a viajar nuevamente.

La figura del corredor

Hay distintas alternativas de coberturas y compañías que ofrecen este seguro en plaza y es importante la figura del corredor para asesorar debidamente en base a las necesidades de cada cliente.

La principal consulta que recibimos de nuestros clientes es si está cubierto en caso de Covid positivo, y si bien esto está cubierto se debe asesorar al viajero respecto a las coberturas adicionales de Covid que puede contratar para hacer fren-



te a los gastos derivados en caso de Covid positivo.

Este adicional es cubierto por las compañías de diferentes formas y es ahí donde el corredor puede asesorar de acuerdo a las necesidades de cada viajero.

También es importante saber si el seguro que se contrata cubre además de los tránsitos internacionales los de cabotaje, cuáles cubren demora de equipaje y cómo hacer el reclamo y qué pasa cuando finalmente se pierde el mismo.

Límite de cobertura

En el paquete del seguro de viajero hay varios sublímites de coberturas por distintos conceptos; siendo, creo, el más importante la cobertura de gastos médicos.

En este aspecto es fundamental saber el límite de cobertura y cómo se accede en caso de necesitarlo.

Otra consulta que recibimos por parte de los clientes viajeros es que algunos de ellos cuentan con coberturas de tarjetas de crédito o prestadores de salud.

En estos casos les informamos que deben comunicarse con sus prestadores para conocer el alcance de las coberturas que les brindan, los límites cubiertos por cobertura y cómo deben actuar en caso de necesitarlo, ya que muchos de estos productos son con límites insuficientes para viajar a determinados países o el paquete de cobertura es básico y creen tener cubiertos riesgos que en realidad no están incluidos.

Ítems a tener en cuenta

Según nuestro criterio los ítems a tener en cuenta a la hora de contratar este seguro son los siguientes: límite de gastos médicos y medicamentos; si el asegurado accede directamente sin pagar o debe pagar y reclamar el reembolso, el límite de gastos de repatriación al cual un viajero no le da importancia y es una cobertura muy relevante; si se amparan las enfermedades preexistentes o no, hasta qué límite y cuáles son consideradas enfermedades preexistentes, la práctica de deportes no profesionales pero que son consideradas de riesgo (deportes de nieve, rugby, equitación, etc.). Hay compañías que cubren estas disciplinas pero la mayoría las excluyen.

Confianza

En síntesis, como recomendación general, siempre hay que dar aviso inmediato al prestador del servicio en forma telefónica y solicitar instrucciones de cómo proceder. Como sugerencia particular contactar a su corredor de seguros de confianza a la hora de contratar un seguro, **PORQUE SIEMPRE CON UN CORREDOR PROFESIONAL ES MÁS SEGURO..**

Mercado asegurador argentino acusó fuerte impacto durante la pandemia

El mercado asegurador argentino es uno de los sectores que acusó un fuerte impacto durante la pandemia, según informó el diario Clarín. Los números en rojo se vieron especialmente en los resultados financieros de las compañías, que -al no tener instrumentos de inversión que le ganaran a la inflación- registraron importantes pérdidas en sus balances ajustados por inflación, especificó el rotativo.

Habitualmente, los balances de las compañías cierran su ejercicio el 30 de junio de cada año. Y, según la Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS), el mercado asegurador pasó de tener en el ejercicio que va de julio de 2019 a junio de 2020 ganancias financieras por \$ 68.000 millones a registrar pérdidas por \$ 54.000 millones en el ejercicio anual que cerró a finales de junio pasado.

Muy negativo

“En consecuencia, el mercado cerró un año muy negativo”, dijo la entidad, y señaló que este resultado estuvo determinado

“básicamente por la falta de instrumentos financieros que pudieran contener los desarrollos inflacionarios”, describió en un comunicado.

Al analizar la facturación, el crecimiento de las primas medidas a valores históricos estuvo por debajo del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que alcanzó el 50,2% en ese lapso. Mientras que las primas acumuladas fueron de un 40,3%, lo que representa 9,2 puntos básicos menos.

Riesgo del Trabajo

“Las aseguradoras de Riesgo del Trabajo (ART) se vieron más afectadas por el menor nivel de empleo y de salarios durante la pandemia. En cambio, el impacto fue menor en los seguros patrimoniales ya que bajó la frecuencia de uso de los vehículos, por ejemplo, con lo cual hubo menos siniestros para pagar”, explicó Diego Nepomneschi, director de Nuevos Negocios del Grupo Gaman, que vende seguros de unas 30 compañías.

Básicamente hubo tres puntos

clave que afectaron a las compañías tradicionales durante la pandemia, informó Diego Gentile, CEO de Qualia, la insurtech (aseguradora online y directa) del Grupo Petersen. “El primero, es que no pudieron interactuar con sus clientes. La falta de presencialidad que, en general es a través de los productores, hizo que se complicara el cobro de las pólizas”.

Siniestralidad

“Un punto a favor fue que se redujo la siniestralidad. Pero la situación fue al revés para las compañías de seguros de Vida dado que la mortalidad por Covid creció entre 25 y 30%”, comentó. Finalmente, la situación macrofinanciera aniquiló el resultado técnico financiero de las compañías, que no se pudieron proteger de la inflación”, señaló el directivo. Para Qualia, que comercializa seguros de bicicletas, hogar y mascotas entre otros, la experiencia durante la pandemia no alteró el buen ritmo del negocio.

Tu
compañía.



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

La compañía creó la figura del Corredor Preferente

MAPFRE tuvo un año de crecimiento y cambios, siempre más cerca del cliente

MAPFRE Uruguay, en el marco de sus sostenidos procesos innovadores, tuvo un año 2021 pleno de cambios, crecimiento y novedades. Esta línea de trabajo, que es el sello de identidad de la compañía, le permite sustentar un liderazgo transformador que se anticipa a las necesidades de los asegurados, integrando soluciones y creando procesos eficientes.

El equipo de la aseguradora es el principal actor en las instancias innovadoras que se generan en forma permanente. MAPFRE es la primera compañía privada de Uruguay que marca firme presencia en el mercado para brindar siempre servicios muy confiables y de calidad a todos los uruguayos.

Con el objetivo de estar más cerca del cliente y del potencial asegurado, la empresa amplió su estructura comercial. Habilitó nuevas Oficinas Regionales para fortalecer su presencia en el territorio nacional, mediante Oficinas en la Regional Sur (Montevideo), Regional Norte (Paysandú), Regional Oeste (Colonia) y Regional Este, ubicada en el centro del país. Junto a la renovada estructura de regionales, generó una nueva figura: los Corredores Preferentes.

Con una propuesta de valor exclusiva, los Corredores Preferentes generan interactivas sinergias con su Ejecutivo de Cuentas MAPFRE, que se reflejan en una atención más personalizada y ágil que optimiza la experiencia del corredor con la compañía.

Se han adherido a la Regional Sur 50 Corredores Preferentes, a la Regional Norte, 25 Corredores Preferentes, a la Regional Oeste, 20 Corredores Preferentes, a la Regional Este, 40 nuevos Corredores Preferentes y a la Oficina Brokers de Montevideo, 20 Brokers Preferentes.



Equipo Global Broker



Equipo Ámbar Seguros

Nuevas oficinas regionales para fortalecer la presencia en todo el Uruguay

Robustez

El sólido modelo de negocio de MAPFRE continúa demostrando su robustez en el mercado, a su capacidad de adaptación a los entornos cambiantes y a un cliente cada vez más exigente. Su estrategia empresarial le permitió un importante crecimiento en la venta de vehículos y en el segmento diversos. La compañía renovó no sólo su área Comercial sino también sus equipos de Técnica y Operaciones.

MAPFRE tiene ahora con una nueva herramienta para gestionar y hacer el seguimiento de siniestros online SGO. Se trata de tecnología de última generación que ofrece respuestas rápidas que dinamizan los procesos que conlleva un siniestro. MAPFRE tiene también un renovado Portal del Intermediario, que posibilita la cotización, renovación y gestión de pólizas online. La compañía lanzó a su vez su nuevo producto: Seguro de Viaje MAPFRE Mundo, que se adapta a los requerimientos del cliente.

Estable y rigurosa

La compañía, cuyo lema es “Transformándonos para crecer y mejorar la rentabilidad”, desarrolla su gestión en el mercado uruguayo en un marco de seriedad, estabilidad y de rigor técnico, con foco en el crecimiento rentable a mediano y largo plazo. De hecho, el Plan Estratégico de MAPFRE está basado en ello: el crecimiento rentable.

Piera, la compañía apoya y apoyará siempre al corredor

“MAPFRE se transformó; la Nueva Era MAPFRE tiene bases en el compromiso, la confianza y la excelencia en el servicio para con sus corredores y asegurados, afirmó a El Observador Joaquín Piera, Jefe Canal de Corredores de la compañía.

El ejecutivo expresó que “la figura del corredor es fundamental para el desarrollo del mercado asegurador por el valor que éste le aporta, y MAPFRE, por ser la aseguradora privada líder del mercado, apoya y apoyará siempre ese gran valor”.

Indicó que “nuestro principal éxito es que los corredores y los asegurados confíen en MAPFRE, y hoy creo que nos estamos ganando esa confianza gracias al gran trabajo que todo el equipo realiza día a día”. Joaquín Piera destacó que “el equipo lo es todo, sin equipo no hay éxito, y eso lo ve el corredor y el asegurado, y por eso nos elige; ve personas que trabajan comprometidas y enfocadas en hacer crecer rentablemente el mercado asegurador.”

Al cierre de setiembre el organismo tuvo una utilidad histórica de US\$ 120 millones

El BSE administra un portafolio de inversiones de US\$ 5.200 millones



Gerente General del Banco de Seguros del Estado, Cr. Raúl Onetto

El Banco de Seguros del Estado registra un sostenido proceso expansivo en sus líneas de negocios, al punto que cerró el mes de setiembre “con una utilidad histórica de US\$ 120 millones”, dijo a El Observador el Gerente General de la institución, Cr. Raúl Onetto Goñi. El ejecutivo informó que el organismo tiene un patrimonio de US\$ 538 millones y que administra un portafolio de inversiones de US\$ 5.200 millones, que “financian básicamente proyectos de largo plazo, muchos de ellos en Infraestructura necesaria para el desarrollo del país”.

El entrevistado expresó asimismo que el BSE cerrará el año con una facturación de US\$ 1.100 millones y que la mitad de la facturación anual, es decir US\$ 550 millones, corresponde al Área Previsional.

Transformación digital

Onetto remarcó que el BSE “rumbo a cumplir 110 años de vida, ha

demostrado adaptarse con mucho éxito a los distintos vaivenes a lo largo de su historia y la mejor manera de celebrarlo, es que hoy nos encuentra preparándonos fuertemente hacia el futuro, transitando un proceso de Transformación Digital, para estar preparados a lo que nos va a demandar el cliente del futuro”. Afirmó, en otro plano, que la institución está impulsando el Sistema de Promoción de la Previsión, que apunta a que “cada empresa pueda hacer un autocontrol de sus riesgos”.

¿Qué comportamiento registra el Banco, en términos de suscripción y renovación, al ingresar en la recta final del año?

Estamos con un muy buen nivel de crecimiento en líneas generales, cumpliendo con el plan de Trabajo pautado para el año 2021, en donde el BSE mantiene el liderazgo del mercado en prácticamente todas las ramas en competencia, además del crecimiento permanente en el Seguro Previsional. El BSE cerrará 2021 con una facturación que superará los USD 1.100 millones

Es el segundo inversor institucional del mercado

en el año. Al cierre de setiembre, cerramos el balance con una utilidad histórica de USD 120 millones, alcanzando un patrimonio, a la fecha, de USD 538 millones.

¿A la confluencia de qué factores atribuye el sostenido crecimiento que tiene la institución?

Básicamente a un conjunto de factores.

A- Al proceso de planificación estratégica, que hace tiempo venimos desarrollando para la institución. A este proceso todos los años le incorporamos oportunidades de mejora, en el cual intentamos que el plan del BSE, no sea la sumatoria del plan de distintas Divi-

siones, sino transversal a toda la institución, poniendo al cliente y a nuestros Corredores y Agentes en el foco de atención. También, gracias al alto grado de compromiso y aporte de la inmensa mayoría de nuestros colaboradores.

B- Creemos gracias al invaluable aporte de nuestros aliados estratégicos, que recomiendan al BSE, como una de las mejores opciones a la hora de contratar un seguro.

C- En tercer lugar, al fuerte proceso de incorporación de tecnología, mejora de procesos, automatización, y de un plan de capacitación permanente a nuestros colaboradores. Esto ha permitido además, absorber el fuerte crecimiento de la Cartera Previsional, en estos últimos años.

D- En cuarto lugar, a la presencia de la marca BSE en el mercado, ese intangible, que no se refleja en los balances pero claramente está. El BSE rumbo a cumplir 110 años de vida, ha demostrado adaptarse con mucho éxito a distintos vaivenes a lo largo de su historia, y la mejor manera de celebrarlo, es que

hoy nos encuentra preparándonos fuertemente hacia el futuro, transitando un proceso de Transformación Digital, para estar preparados a lo que nos va a demandar, sin dudas, el cliente del futuro.

¿Cuál es el panorama del Banco en el área previsional y cuántas jubilaciones cubre en la actualidad?

El área previsional, desde hace años pasó a ser, por volumen de facturación, el área más importante del BSE y sin dudas del mercado asegurador en su conjunto. La mitad de la facturación anual del BSE es decir USD 550 millones al cierre de este año, corresponde al Área Previsional. De ella, en este 2021, se divide en un 40% el seguro Colectivo de Invalidez y Fallecimiento y 60% las Rentas Vitalicias Previsionales. Hoy en día, el BSE paga 80.000 rentas, 40.000 en cada una de esas líneas. A nivel regulatorio en este 2021, se han incorporado nuevas normas, que propician el equilibrio técnico del negocio, con lo cual alguna de las debilidades, con las cuales hemos venido com-

pitando en los últimos años, están muy bien encaminadas. Sería deseable, por el diseño implícito que surge de la reforma del año 1996, volver a tener a tener competencia en esta línea de negocios.

El BSE, gestionando operaciones de fondeo a futuro, administra un portafolio de Inversiones, de USD 5.200 millones de dólares. Hoy es el segundo inversor institucional del mercado, midiéndolo por volumen de fondo de inversión. Con esas inversiones se financian básicamente proyectos de largo plazo, muchos de ellos en infraestructura necesaria para el desarrollo del país.

El Banco de Seguros cubre en la actualidad 80.000 rentas

¿La rama de Automóviles registra, en función de los modelos de vehículos, periódicos ajustes que se adaptan a las características del mercado?

El BSE ajusta cada tanto la tarifa en función de varios factores, pero principalmente la siniestralidad propia de cada modelo. No obstante ello, también desarrollamos estrategias segmentadas de captación, acordes al plan que nos trazamos en cada año.

Un ejemplo de ello es que hemos decidido acompasar la incorporación de la movilidad eléctrica, con distintas experiencias piloto, para aprender y luego desarrollar, ya que esta realidad, cambiará sin dudas los mecanismos de gestión futura de los vehículos.

¿En qué medida los funcionarios del BSE se aggiornan a los constantes desafíos que presenta la plaza aseguradora?

En los últimos años se ha produci-



Raúl Onetto, el BSE cerrará el año con una facturación de US\$ 1.100 millones

do una verdadera renovación generacional, en la plantilla del BSE, pero además los colaboradores que han ingresado en los últimos concursos tienen en un alto porcentaje carreras de grado culminadas o en vías de culminación. A su vez, el BSE cuenta con un presupuesto importante para la inversión en capacitación, que periódicamente se analiza, para adaptarlo a los nuevos roles y generación de nuevos talentos para los desafíos como la Transformación Digital

La mitad de la facturación anual es del área previsional

que se van presentando.

¿En qué medida el desarrollo tecnológico potencia la gestión del Banco?

Se ha demostrado en los últimos años. En particular, en el último año de la pandemia, el BSE pudo adaptarse al trabajo a distancia gracias a distintos factores: al soporte tecnológico, a procesos más eficientes, a las experiencias previas del teletrabajo, y fundamentalmente a la capacidad de adaptación, y compromiso de nuestra gente.

¿Qué panorama exhibe el área prevención en materia de Acci-

dentos de Trabajo?

Esta área, en esta coyuntura, tuvo restringida la posibilidad de trabajar en el terreno. Estuvo abocada al desarrollo de Pilotos para gestionar la Prevención de manera distinta que a los mecanismos tradicionales de apoyo in situ. En ese sentido, estamos impulsando el Sistema de Promoción de la Prevención, que apunta a que cada

Se impulsa el Sistema de Promoción de la Prevención

empresa pueda hacer un autocontrol de sus riesgos. En esta etapa participan las empresas de industria, comercio y servicios.

La ventaja que tiene para las empresas es que acceden a una autoevaluación de riesgos que les permite saber en qué situación se encuentran y dónde tienen oportunidades de mejora. Quien llena estos cuestionarios, obtiene bonificaciones. Es una buena herramienta de autocontrol del riesgo que premia a quien invierte en seguridad.

¿Cómo califica el relacionamiento con los Agentes y Corredores y, en qué medida, el Banco contribuye a mejorar los procesos de gestión de esos profesionales con el organismo?

Lo califico como muy bueno. Prueba de ello es el constante crecimiento que seguimos operando en el mercado. Hemos invertido fuertemente en nuevos procesos, y productos, muchos de ellos emanados de escuchar permanente las sugerencias de nuestros asesores. Desde las áreas, fundamentalmente Comerciales y de Operaciones, hay un fluido intercambio con nuestros Agentes y Corredores.



Asegurando el mañana

bse.com.uy
f t i n

Escaneá el código QR para ver el spot de la campaña



Reuniones de Sancor Seguros en reconocimiento a sus corredores de seguros



Sebastián Trivero, Natalia Gil, Graciela Conde, Leonardo Aguerrebere y Ramón Gil

Sebastián Alonso, Valentina Rodríguez y Sebastián Trivero

Celebraron el Día del Corredor

Con muchos motivos para celebrar Sancor Seguros, agasajó a sus corredores que alcanzaron o superaron sus objetivos con la compañía, en dos instancias desarrolladas en Montevideo y en Colonia.

El evento de Montevideo tuvo lugar el 29 de octubre, Día del Corredor de Seguros, en el Piso 40 del World Trade Center y reunió a corredores y colaboradores de la compañía, quienes compartieron una agradable velada en la que se conjugaron música, alegría y camaradería, de acuerdo con el protocolo sanitario vigente. El 5 de noviembre, la instancia se realizó con los corredores del interior del país (Sheraton de Colonia), previa coordinación de PCR de los colaboradores y solicitud de carné de vacunación de los participantes.

Agasajo

En ambas ocasiones, la compañía homenajeó a sus corredores de seguros y les agradeció su rol clave dentro de la Familia de Sancor Seguros. La compañía parte de la premisa de que los corredores la ayudan a construir el futuro a que apunta la aseguradora ya que tienen un gravitante rol con cada uno de sus clientes: contestando consultas 24/7 por WhatsApp, orientando, explicando y escuchando todas las dudas de los asegurados, aprendiendo nuevas herramientas y desafiándose día a día. También transformándose, aunque eso implique más esfuerzo, más tiempo y más energía.



Carlos Valdes, Óscar Guadagna, Fernando Stagnari y Alejandro Peretti



Guillermo Fleurquin, Sebastián Trivero y Fernando Ordoñez



Gusmán Suárez, Daniel Castellanos, Sebastián Trivero y Florencia Castellanos



Belén Frutos, Daiana Santucho, Cecilia Navia, Jimena Gamberoni y Paola Guadagna



Enrique López Castilla, Valentina Rodríguez, María Gracia López Castilla y Juan Pablo Peña



Federico Kramer, Carlos Ruffallini, Gustavo Kramer y Felipe Rodríguez



Graciela Ferrando, Eduardo Martoy, Gloria Pregliasco y Óscar Barbero



Leonardo Aguerrebere, Gloria Pregliasco y Claudio Moar



Marianna Muzzio, María Eluén, Edgardo Schoepf, Cristhian Aguet, María José Gnazzo y Sebastián Alonso



Alejandro Peretti, Sebastián Trivero, Jorge Eluén y Felipe Rodríguez



Sebastián Trivero, Valentina Rodríguez, Gloria Pregliasco e Ignacio Ferrari



Sebastián Trivero y Jorge Ramos



CUAPROSE
Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros

CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR
PROFESIONAL, **ES MÁS SEGURO**

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

En la categoría Automóviles

Chinazzo de SURA Seguros ganó premio en un concurso de lucha contra el fraude



Gustavo Almada, Lucas Chinazzo y Agustín Larronda

Lucas Chinazzo, Técnico en Siniestros de Automóviles (Departamento de Logística) de SURA Seguros obtuvo el primer premio en la categoría Automóviles en el Concurso Internacional de Lucha contra el Fraude organizado por CESVI Argentina. El encuentro, realizado en formato virtual el 4 de noviembre en Buenos Aires, reconoció la iniciativa de las compañías de seguros en la prevención y detección del fraude, un flagelo que afecta a toda la industria del seguro y a los asegurados.

Lucas Chinazzo afirmó al Suplemento de Seguros de El Observador que “el caso elegido para el concurso fue un ejemplo de lo que las compañías de seguro enfrentamos diariamente”. Destacó que los objetivos se logran “fomentando la capacitación, el trabajo en equipo y teniendo un sólido plan de trabajo”.

¿En qué medida le gratifica haber obtenido un premio que pone en valor la lucha contra el fraude y contribuye a la transparencia del mercado

asegurador?

La mayor gratificación es el reconocimiento y visibilidad que nos da este premio como resultado del trabajo de equipo. Se trata de un proyecto que comenzó hace más de dos años e involucra a todas las áreas de la compañía. Este tipo de menciones actúa como incentivo para continuar mejorando en nuestra lucha constante contra el fraude.

La transparencia es uno de nuestros principios corporativos, por lo que este premio confirma el compromiso asumido por toda la compañía en esta tarea. Entendemos que este premio contribuye a la visualización en el mercado. Es un claro mensaje para quienes tienen como objetivo lucrar con este tipo de prácticas.

¿En qué consistió el intento de fraude contra la compañía y cuáles fueron los ejes de análisis que permitieron detectar el hecho ilícito?

En esta oportunidad, obtuvimos el primer puesto en el ramo Automóviles. El caso elegido para el concurso fue un ejemplo

de lo que las compañías de seguros enfrentamos diariamente. Fue imprescindible la participación de varias áreas de la organización (Siniestros, Suscripción, Departamento Legal, Departamento Técnico Automotriz). Los ejes principales investigados en este caso fueron:

- A) Coordenadas geográficas del accidente.
- B) Daños provocados en el vehículo con el objetivo de ocultar información (metadatos).
- C) Declaración del conductor.
- D) Falsificación de documentos médicos.
- E) Antecedentes del vehículo.

¿Considera que los empleados de las compañías de seguros deben comprometerse en la lucha contra el fraude?

Considero que las compañías deben concientizar a sus colaboradores sobre estas prácticas y sus potenciales perjuicios para así poder lograr el compromiso de toda la organización. Esto se logra fomentando la capacitación, el trabajo en equipo y teniendo un sólido plan de trabajo.



Concurso Internacional de Lucha contra el Fraude en el Mercado Asegurador - Edición 2019-2020

Lucas Chinazzo

Obtuvo el **1er** puesto en la categoría A “Automotores” del Concurso Internacional de Lucha Contra el Fraude en el Mercado Asegurador Edición 2019-2020 por la presentación del caso “Eso no se ASSE”.

CESVI ARGENTINA extiende la presente constancia que así lo certifica.
4 de noviembre de 2021, Argentina.

José Luis Borgoño
Abogado integrante de la Corte de Apelaciones de Santiago

Javier Iacobelli
Inspector-Subgerencia Antifraude de Seguros Superintendencia de la Nación

Andrea Signorino
Secretaria General AIDA Mundial

Ing. Marcelo O. Aiello
Gerente General CESVI ARGENTINA

El diploma conferido por la organización CESVI Argentina

Jurado de notables

El Concurso Internacional de lucha contra el Fraude organizado por CESVI Argentina tuvo el apoyo de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS), la Asociación de Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA), la Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras (AUDEA) y la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN). La reunión contó con la presencia de un jurado de notables que analizó los casos y que estuvo integrado por José Luis Borgoño, ex Abogado integrante de la Corte de Apelaciones de Santiago de Chile; Javier Iacobelli, Inspector-Subgerencia Antifraude de Seguros de la Superintendencia de la Nación (Argentina); Dra. Andrea Signorino Barbat, Secretaria General de AIDA Mundial (Uruguay) y Marcelo Aiello, Gerente General de CESVI Argentina.

En la previa de la premiación se realizó una charla especial dictada por el PhD. Juan Gustavo Corvalán, Co-founder y Director del Laboratorio de Innovación e Inteligencia Artificial de la Universidad de Buenos Aires. A su vez, el jurado leyó un

documento con conclusiones relevantes del certamen, para luego dar lugar al momento de la premiación. Los ganadores fueron: Lucas Chinazzo de Uruguay (SURA Seguros), en la categoría Automóviles. En la categoría Otros Ramos obtuvo el galardón, Adrián Gustavo Acoroni de La Segunda Seguros (Argentina) por el trabajo: “El carnicerujano - mejor corte a mejor precio”.

Compromiso

El jurado destacó “el aumento en la judicialización de casos y la intervención de las compañías para impulsar las causas judiciales, reflejando que el fraude es un hecho grave para la industria, digno de perseguir hasta las instancias judiciales”. El principal objetivo de este concurso es que los empleados de las compañías aseguradoras, independientemente del área en la que trabajen, se comprometan en la lucha contra el fraude. Para ello, los participantes comparten sus conocimientos y experiencias a través de la presentación de casos exitosos de detección de fraude.