

Afirmó el CEO de la compañía, Esteban Pignanelli

Seguros **SURA**, una aseguradora que entrega bienestar a sus clientes



Esteban Pignanelli, CEO de Seguros SURA Uruguay ● Páginas 8 Y 9

Crean Federación, Aproase, el Círculo de Agentes y Cuaprose

Páginas 14 y 15



SANCOR SEGUROS

Tranquilidad estés donde estés

☎ 0800 2543
🌐 sancorsegueros.com.uy
📘 sancorseguerosuy
📺 SancorUruguay

Aproase brinda sostenido apoyo a sus socios durante la pandemia

La constante capacitación es el gran valor agregado que le da al Corredor

Aproase brinda un sostenido apoyo a sus socios durante este proceso de cambios que genera la pandemia, afirmó el Presidente de la institución, Juan Pablo Risso. El ejecutivo expresó asimismo a El Observador que el Corredor Asesor “redobló esfuerzos en apoyo al asegurado puesto que, además de su idóneo asesoramiento, tuvo y tiene que auxiliarlo muchas veces con trámites que para algunos es dificultoso realizar”.

Indicó, en otro plano, que “el mercado asegurador, como toda la economía del país, tuvo un comportamiento muy por debajo de lo esperado, pero no tan malo si nos comparamos con otros países de la región”.

¿Cuál es el balance de gestión del año de Aproase?

Como al mundo entero, la pandemia nos obligó a adaptarnos a la nueva situación. La Agrupación realizó una serie de cambios que se ajustaron a los

El Corredor es la persona en que confía es asegurado

protocolos sanitarios que marcó el Ministerio de Salud Pública, como la atención a distancia, el teletrabajo, entre otros, pero sin perder de vista el fin de Aproase, que es el firme y sostenido apoyo a sus socios y el relacionamiento con las compañías de seguros. Justamente, los profesionales nucleados en la Agrupación necesitaron más del apoyo de la institución, y en eso nos enfocamos con el teletrabajo. En este marco, las funcionarias trabajaron muchas horas desde sus domicilios haciendo, entre otras tareas, el enlace entre los colegas y las compañías de seguros.

La comisión directiva se reunió, vía plataforma tecnológica Zoom, y estuvo al tanto de la



Presidente de Aproase, Juan Pablo Risso.

problemática que se generaba día a día con el objetivo de solucionar las dificultades que pudieran surgir. También con esta modalidad de Zoom se hicieron cursos y conferencias que tuvieron un alto poder de convocatoria por parte de los asociados. Estas instancias de capacitación permiten enfrentar con mejores herramientas un mercado asegurador cada vez más complejo y competitivo.

La capacitación permanente es el mayor valor agregado que le podemos dar a la profesión para que nos permita seguir siendo tan vigentes como en la actualidad. Aproase continuará su tarea de jerarquización de la profesión, así como generando acciones de fuerte apoyo a los socios, sin importar si son corredores grandes o pequeños, en cuanto a los procesos de capacitación.

¿En qué medida la institución respondió y responde a los protocolos de sanidad?

Estuvimos varios meses con las puertas cerradas, con al apoyo de las funcionarias trabajando desde sus domicilios. Hace unas

Destacan valores de la libertad de elección y defensa del consumidor

semanas volvimos a abrir las oficinas con un estricto protocolo, buscando cuidar la salud, tanto de los socios que concurren a la sede, como de las empleadas. Se colocaron mamparas, se movieron terminales de computación que utilizan los socios para permitir el distanciamiento necesario, además del uso obligatorio de tapabocas y alcohol en gel.

¿Qué comportamiento registró, en este año tan especial, el mercado asegurador?

El mercado asegurador, como toda la economía del país, tuvo un comportamiento muy por debajo de lo esperado, pero no tan malo si nos comparamos con otros países de la región. Tenemos la esperanza de que el próximo año venga de la mano con la recuperación económi-

ca, volviendo a la normalidad o “la nueva modalidad” que se menciona.

¿Considera que en este escenario de pandemia la actividad del Corredor Asesor es aún más importante en términos de seguridad y tranquilidad para el cliente?

Sin dudas. El Corredor Asesor Profesional redobló esfuerzos en apoyo al asegurado puesto que, además de su idóneo asesoramiento, tuvo y tiene que auxiliarlo muchas veces con trámites que para algunos es dificultoso realizar.

Los valores fundamentales que pautan la gestión de los Corredores son la confianza, la libertad de elección y la defensa del consumidor. El Corredor es la persona de confianza que ofrece al asegurado una cobertura que se ajusta a sus reales necesidades de protección. Cuando ocurre un siniestro, el asegurado cuenta con el apoyo profesional del Corredor. Estos son los momentos que más valora el asegurado porque estamos, en definitiva, protegiendo su

patrimonio. Debemos señalar que cerca del 90% de las pólizas del mercado se canalizan a través de corredores profesionales.

¿Cuál es su opinión sobre la creación de una Federación que nuclea a las instituciones de Corredores y a los Agentes?

A la Federación de Agrupaciones de Asesores Profesionales de Seguros Aproase se unió en los últimos meses. La Federación, que será la unión de las Agrupaciones existentes, propugnará la profesionalización de los Corredores Asesores.

En esta línea de acción, se creará la figura del Corredor Matriculado, que identificará a los colegas que han demostrado su idoneidad para el ejercicio de la profesión. Una de las tareas de la Federación apuntará a la elaboración de un registro de los Corredores matri-

Cuando ocurre un siniestro, el cliente tiene el apoyo del Asesor

culados en todo el país. Asimismo, se organizarán los cursos que deberán realizar los aspirantes a Corredores matriculados. Del mismo modo, se prepararán los cursos de actualización que los Corredores matriculados deberán realizar cada año.

Todas estas sinergias apuntarán a la satisfacción y tranquilidad del cliente y del mercado de Seguros. Partimos de la premisa de que si interviene un Corredor Matriculado el asegurado estará mucho mejor asesorado ya que se suscribirán los contratos más adecuados para cada situación.

Es de destacar que las agrupaciones que integran la Federación no pierden su independencia puesto que esta institución sólo se encargará del tema académico, registro, etc.

Esto es independiente de las acciones inherentes a cada Agrupación.

Un aciago hecho ocurrido este año, el fallecimiento de Guillermo Risso

El Suplemento de Seguros de El Observador recuerda que durante el presente año ocurrió un aciago hecho en el sector asegurador: el fallecimiento de Guillermo Risso Abadie. Fue un Corredor Asesor referente, respetado por sus colegas por su sólido profesionalismo, por su vocación de servicio, porque siempre propugnó los valores

de la ética y por sustentar los principios de respaldo y protección al asegurado.

Desafío

Supo enfrentar con éxito, con el curso de los años, los retos de un mercado que atravesó por diversas transfor-

maciones que fueron muy positivas para el asegurado y que obligó al Corredor Asesor a permanentes procesos de capacitación. Guillermo Risso, durante su gestión como Presidente de Aproase, (ejercicios 1993-1997) fue un reconocido defensor de la profesión de Corredor Asesor y de los asegurados.

CASUR, con el optimismo de siempre

La Comisión Directiva de CASUR elaboró un texto, a modo de balance de gestión de la cooperativa. El informe expresa textualmente: Comenzamos el año 2020, con mucha ilusión y optimismo, y en un abrir y cerrar de ojos, se nos vino el mundo encima. El miedo y la incertidumbre se instaló en nuestras mentes pero, poco a poco, el compromiso, la lucha, la solidaridad y la empatía los fue desplazando.

La cooperativa brindó ayuda invaluable a sus Corredores

Desde nuestro rol de Corredores Asesores de seguros hemos hecho un formidable esfuerzo y un aporte fundamental a nuestros clientes y a las compañías aseguradoras, manteniendo el servicio que, pandemia mediante, se vio notoriamente resentido. Nuestros teléfonos, correos, whats app muchas veces se vieron



Julio Mari, Fernando Santos, María Julia Domínguez, Germán Jorge, Roberto Machado, Ronic Alvariza, Ricardo Illarze y Cristina Perillo.

saturados de problemas a resolver, y tenemos la firme convicción de que hemos cumplido.

Actor muy importante

En ese sentido, nuestra Cooperativa CASUR fue un actor muy importante y fue una ayuda invaluable a sus Corredores para poder brindar ese servicio en beneficio de los clientes, en los momentos más difíciles.

CASUR en este marco, ha sido un importante apoyo comercial

para sus corredores socios y de la Red CASUR, logrando acuerdos comerciales con prestigiosas compañías aseguradoras, siempre con el objetivo de obtener más y mejores beneficios, para CASUR, sus Corredores y principalmente para el principal actor del mercado: el cliente. También hemos tratado de colaborar lo máximo posible en el cuidado de la salud de nuestros funcionarios y corredores siguiendo los consejos de las autoridades sanitarias,

utilizando el teletrabajo y todas las herramientas que la tecnología nos da.

Nuevos desafíos

El año 2021 nos traerá nuevos desafíos e incertidumbres y somos optimistas que vamos a ir sorteando los distintos obstáculos que se nos van a ir presentando en el camino.

En un mundo sumamente competitivo y globalizado, nuestra profesión es amenazada constantemente y las gremiales, como Aproase y Cuaproase juegan un papel muy importante en la defensa de nuestra profesión, trabajo que muchos colegas desconocen, pero que ha sido fundamental, no solo para solucionar problemas, denunciar prácticas comerciales desleales y defender nuestros legítimos intereses sino también para mantener la transparencia y confiabilidad del mercado asegurador. A pocos días de comenzar el nuevo año, desde CASUR queremos dejar un mensaje de optimismo y compromiso así como el deseo sincero de felicidades en estas fiestas y un excelente 2021. Salud!!!

Comisión Directiva

La Comisión Directiva de Casur está integrada, en calidad de titulares, de la siguiente manera: Presidente, Roberto Machado; Vicepresidente, Germán Jorge; Secretario, Fernando Santos; Tesorero, Andrés Guidali y Vocales, Cristina Perillo, María Julia Domínguez y Marcelo García. La Comisión Electoral está conformada por, Federico Betancor, Álvaro Etcheverry y María del Carmen Cabrera y la Comisión Fiscal por José Luis Urse, Iris Menza y Julio Mari.

Más de 100 corredores

CASUR tiene una red de más de 100 Corredores Asesores, a quienes brinda todo tipo de apoyo. El objetivo de la cooperativa es que el cliente siempre esté bien atendido, tenga confianza, y sienta el respaldo de un profesional idóneo. CASUR parte de la premisa de que una póliza ingresada por la institución vale más para el Corredor porque se comparten los beneficios obtenidos con el esfuerzo conjunto de sumar premiación

Que estas fiestas sean una excusa para recordar el amor que nos rodea

y soñar con un gran 2021

¡Felices fiestas!

surco
seguros

Amorín Batlle, el BSE cerrará el año con importantes utilidades

Reducirá un 20% las tarifas de la cartera de Accidentes de Trabajo

El Banco de Seguros del Estado concluirá el ejercicio 2020 con importantes utilidades, afirmó su Presidente, Dr. José Amorín Batlle. El ejecutivo dijo a El Observador que “estamos muy conformes porque la institución es una garantía, en términos de gestión y de solidez” y destacó que “en 2021 prevemos continuar transitando por el “camino del crecimiento y de la calidad de servicio”.

Informó asimismo que en el curso de los próximos dos o tres años “bajaremos un 20% las tarifas de la cartera de Accidentes de Trabajo debido a que la institución genera una dinámica de gestión mucho más eficiente”. Pormenorizó que en febrero ya habrá una nueva rebaja tarifaria, en el contexto de la gradual línea contractiva de precios que registrará esa área monopólica. “Es una medida que, sin duda, contribuirá a bajar el costo país”, consideró.

Sostuvo, en otro plano, que el organismo despliega un gran esfuerzo para que se potencien constantemente los vínculos con los corredores.

¿Qué balance registra el BSE, en términos operativos, cuando está a punto de concluir el año?

Cuando en marzo de este año asumí la presidencia del Banco comprobé que la institución tenía un muy buen funcionamiento. Al cabo de casi un año de gestión podemos afirmar que el organismo ha tenido un muy buen desempeño en diversas áreas. A título de ejemplo, el comportamiento en el segmento previsional ha sido positivo. Hemos estado al día con las reservas que se requieren para enfrentar las importantes obligaciones asumidas. En la actualidad el 50% de la facturación del Banco corresponde al desarrollo del área previsional. Hay que destacar que de lo que hagamos nosotros dependerá el futuro del sistema previsional.

En la actualidad el BSE cubre 61.000 pasividades, en el contexto de un proceso que crece en forma exponencial. Es un sistema que madurará en 2036. Esto implica que hasta ese año aumentará en forma sostenida el número de personas que se acogerán al sistema jubilatorio. La institución mantiene contactos con el Ministerio de Economía y Finanzas para abordar temas técnicos



Presidente del BSE, Dr. José Amorín Batlle

nicos de un régimen complejo en múltiples aspectos y que requiere reajustes.

Otro aspecto de gestión a destacar en el área monopólica de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales. El BSE tiene utilidades importantes y ha bajado costos. Este positivo escenario nos permite afirmar que en el curso de los próximos dos o tres años bajaremos un 20% la tarifa de Accidentes de Trabajo debido a que la institución genera una dinámica de gestión mucho más eficiente. Precisamente, el próximo mes de febrero ya aplicaremos una rebaja en el sistema. Es una medida que, sin duda, contribuirá a bajar el costo país. Estamos muy conformes porque la institución es una garantía, en términos de solidez, de confiabilidad y de gestión.

Con las carteras en competencia estamos muy conformes porque los resultados han sido muy buenos. En la siempre altamente competitiva cartera de automóviles hemos crecido más de un 4%. Es un porcentaje significativo si dimensionamos el hecho de que 2020 ha sido un año muy complejo. No es la cartera más importante del Banco pero, en la práctica es nuestra vidriera, lo que la gente visualiza. En el segmento 0 kilómetro totalizamos el 55% de las coberturas del mercado. Somos muy competitivos y ofrecemos

servicios con altos estándares de calidad en todo el país. A su vez, la cartera de Vida está trabajando muy bien con una amplia gama de productos muy flexibles que se adaptan a las necesidades del asegurado.

Nos satisface el desempeño que tiene la gente en todas las áreas de gestión, por el compromiso que asumen para que el Banco profundice día a día sus procesos de calidad. Estamos haciendo algunas modificaciones en la estructura de la institución, algunas obligadas por la normativa de la OPP. Desarrollamos acciones en un marco de muchísima prudencia y cautela.

Reitero entonces que estoy muy conforme con la actividad cumplida por el Banco durante 2020. Encontré un equipo de trabajo de primerísimo nivel, muy profesional, que nos ha facilitado mucho los procesos de gestión. Considero que vamos por el buen camino y por lo tanto concluiremos el año con una utilidad importante.

¿En qué medida el BSE potencia sus procesos tecnológicos?

La digitalización es el gran desafío estratégico que tiene el Banco. Es una línea de acción que desarrollan todas las aseguradoras del mundo porque la tecnología agiliza múltiples procesos de

una actividad compleja que tiene que aggiornarse constantemente debido a las vertiginosas transformaciones digitales. La robotización también forma parte de la calidad continua en materia de servicios. El Banco ha hecho mucho y ha trabajado bien en esta área. Este es un proceso evolutivo y, por lo tanto, siempre hay que avanzar en forma sostenida.

¿En qué medida el Banco desarrolla el trabajo home office, en consonancia con las medidas sanitarias instrumentadas por el gobierno contra la pandemia?

El Banco de Seguros, antes que apareciera en el país el Covid-19, ya tenía gente que cumplía tareas a distancia. Estábamos bastante armados. Nosotros bajamos a casi el 40% el porcentaje del trabajo presencial en los primeros meses de la pandemia y luego, en forma gradual, aumentamos ese guarismo. En estos últimos tiempos la actividad se desglosó de la siguiente manera: 50% presencial y 50% en domicilios. Obviamente estos porcentajes no se aplican en el sanatorio porque una institución asistencial requiere más gente. Tomamos ahora la decisión de que de nuevo se vuelva a bajar a 40% el porcentaje de presencial y aumentar a 60% el trabajo en domicilio. El Banco de Seguros, en el

escenario que pauta la pandemia, sigue funcionando bien. Es decir, la nueva realidad no afectó los estándares de calidad de servicio de la institución.

¿El Banco apunta a incrementar su patrimonio en el curso de los próximos meses?

Efectivamente. Queremos incrementar las reservas para que la institución pueda cumplir en los próximos años los compromisos asumidos. En la actualidad el patrimonio del organismo supera los US\$ 400 millones. Pretendemos aumentar ese monto porque tenemos algunas obligaciones con el

La institución prevé aumentar su patrimonio, que ahora suma US\$ 400 millones

Banco Central del Uruguay (BCU), que tienen que ver precisamente con el patrimonio y el capital mínimo exigido. Quiero recordar que este año volcamos US\$ 30 millones de utilidades a Rentas Generales. Nuestro objetivo es entonces potenciar las utilidades de la institución y, consecuentemente aumen-

tar el patrimonio, que será el respaldo de todas nuestras obligaciones.

¿Cómo visualiza el año 2021 en términos de gestión?

En 2021 prevemos continuar transitando por el camino del crecimiento y de la calidad de servicio. Será una tarea compleja porque el Banco tiene múltiples áreas específicas que siempre deben ser potenciadas. Somos optimistas.

Seguiremos compitiendo con las compañías privadas en las carteras en competencia y esperamos seguir desplegando

Los resultados en las carteras que operan en competencia han sido muy buenos

estrategias y servicios de calidad que nos permitan reiterar el éxito obtenido hasta ahora. Nuestro accionista es el Estado uruguayo, nuestros accionistas son los uruguayos. En consonancia con esta filosofía de



Amorín Batlle, se reducirán las tarifas de la cartera de Accidentes de Trabajo.

trabajo es nuestra obligación colaborar con la estructura del Estado.

¿En qué medida el BSE genera acciones que apoyan a los corredores?

Siempre apoyamos a los corre-

dores porque partimos de la premisa de que si a ellos les va bien a nosotros nos va bien. Es una relación de ida y vuelta que

genera beneficios recíprocos. Como estos profesionales son fundamentales en el crecimiento del Banco aplicamos una política de puertas abiertas. Por supuesto, tenemos plataformas tecnológicas muy amigables con los procesos de los corredores. Son instrumentos, que se mejoran en forma constante, que tienen muy buena receptividad por parte de esos profesionales.

Nuestro objetivo es que se generen permanentemente diálogos interactivos que apun-

Nueva realidad no afectó estándares de calidad del servicio del Banco de Seguros

ten al crecimiento del mercado asegurador.

Nosotros estamos haciendo un esfuerzo grande para que los vínculos con los corredores se profundicen día a día. Somos una gran institución que genera confianza en el asegurado y que desarrolla otras acciones de cuño social.

El sanatorio para más uruguayos

El Presidente del BSE, Dr. José Amorín Batlle, dijo que durante su gestión procurará que el moderno sanatorio de la institución venda servicios médicos porque “es una pena que existan uruguayos que no puedan acceder a los formidables procesos de rehabilitación que tiene el centro asistencial. El objetivo es que una persona que tenga un accidente, del tipo que sea, se pueda recuperar y rehabilitar en el sanatorio del Banco de Seguros”. Explicó que en línea con esta filosofía de apertura “tenemos líneas tendidas con el Ministerio de Salud Pública”.

Eficiencia

Destacó que “seguiremos mejorando la eficiencia en el sanatorio para seguir en la línea de bajar las tarifas de la cartera de Accidentes de Trabajo”. Amorín Batlle informó que en el curso del próximo año se generarán sinergias publicitarias “para hacer conocer ese formidable hospital, que tiene 125 camas, que está equipado con tecnología de última generación y que cuenta con un equipo de trabajo multidisciplinario altamente calificado”.

El mejor

Subrayó que “tenemos, sin lugar a dudas, el mejor centro asistencial del país y de la región para el tratamiento y rehabilitación de las enfermedades profesionales”. Expresó que “los procesos de rehabilitación que aplica el hospital del Banco son muy reconocidos porque tiene muy altos estándares de calidad”. El sanatorio, ubicado en la Avda. José Pedro Varela, es una obra de primera línea arquitectónica, que demandó una inversión de US\$ 38 millones.

 **ESTAR PROTEGIDO NO ES CUESTIÓN DE SUERTE.** 
ES CUESTIÓN DE TENER EL MEJOR SEGURO DE VEHÍCULOS.

PLAN GLOBAL

INFORMATE EN BSE.COM.UY |  1998
O CON TU ASESOR DE CONFIANZA.

BSE
En Uruguay nadie te da
más seguridad.

Reconocidos corredores valoran la solidez y la confianza que genera Sancor Seguros

Hay un ida y vuelta muy dinámico y proactivo que permite a ambas partes retroalimentarse y encontrar soluciones en base a las experiencias compartidas

Reconocidos corredores y brokers del mercado valoran, a través de testimonios directos, el constante apoyo que Sancor Seguros brinda a su fuerza de ventas en todo el territorio nacional. Los profesionales

destacan asimismo los procesos de calidad de servicio que ofrece Sancor Seguros y la sostenida política innovadora que desarrolla la compañía, incluyendo determinadas coberturas online. Reconocen igualmente que, durante este año, pautado por la pan-

demia, la empresa continuó potenciando sus servicios con un equipo de trabajo muy cohesionado y muy profesional; haciendo hincapié en que las principales fortalezas de la compañía son: su capital humano y el respeto al corredor asesor de seguros.

Se expresó que se ha construido una cadena de unión entre la compañía y los corredores, donde ambas partes se escuchan con respeto con el objetivo de buscar las mejores opciones para los clientes. Asimismo, se hizo hincapié en que es una marca consolidada en el mercado que tiene, por ejemplo, ventajas competitivas en el rubro automotor. Se destaca que Sancor Seguros es una compañía de primer nivel internacional que genera tranquilidad en el mercado uruguayo. Se remarca la estabilidad del capital humano de la compañía y su compromiso con el trabajo. A su vez, se valora el trabajo que ha desarrollado la organización en el interior del país ya que entiende las necesidades del productor y genera soluciones a medida.

Se resalta también el esfuerzo que la compañía dedica a las generaciones de recambio, hijos y empleados de corredores, a quienes considera como piezas clave del futuro, al punto que les brinda su espacio, capacitación y mutuo conocimiento con pares de Uruguay y Argentina.

Apoyo a los corredores

Eduardo Martoy (Vicepresidente de Aproase) - Martoy Seguros

Sancor Seguros es una compañía con una larga trayectoria y solvencia en el mercado asegurador. La principal fortaleza es el apoyo diario que nos dan a los corredores de seguros. Destaco la forma de comercialización exclusivamente con corredores, recalando la importancia del mismo en el mercado de seguros, que coincide con la postura de nuestra gremial. También quiero resaltar el compromiso



con el trabajo que se da dentro de la compañía a nivel del capital humano; con una estructura sólida y meritoria que nos permite desempeñarnos de manera ágil en todos los niveles de la compañía, desde los ejecutivos hasta la Gerencia General.

Marca consolidada

José Luis Urse (Vicepresidente de Cuaprose) - Director de Urse Seguros

Creo que la fortaleza de una empresa en primer lugar, es el capital humano. Sin duda uno se siente respaldado en todo momento, en todas las áreas. Esto a nuestro juicio y en nuestro caso desde el inicio de actividades de Sancor en Uruguay, es lo más relevante que hemos percibido. Es una marca consolidada en el mercado, que tiene ventajas competitivas en el rubro automotor. Si bien ha transitado por experiencias propias de la competencia y la idiosincrasia del uruguayo, hoy podemos decir que está bien posicionada en el mercado.



Ha sabido escuchar al canal de ventas, con inquietudes, sugerencias. Creo que esto es muy bueno para nutrirnos todos, y en base a estos encuentros, se ha logrado efectivizar cambios. Ha respetado el canal de corredores y lo interesante en este momento, ante una política experimental de call center, se nos consultó al respecto. Lo mismo sucedió con el canal de ventas de Magenta; lo cual es muy valorado. Se extrañó, sin duda, la increíble y majestuosa fiesta del Día del Corredor. En nuestro caso tenemos muy buena respuesta a todo nivel y quiero destacar la gestión de apoyo de Gabriela Lugo que ha sido fundamental.

Empresa de puertas abiertas

Gloria Pregliasco - Seguros GP

Estoy vinculada a Sancor Seguros desde hace 14 años cuando desembarqué en Uruguay. Fueron tiempos difíciles con los puentes cortados, pero estos provincianos de Santa Fe de la ciudad de Sunchales nos conquistaron con su forma de ser y trabajar. Fue un gran desafío para ellos y para nosotros, por la situación que se vivía en ese momento con Argentina. En las primeras reuniones, y luego en algunas visitas a potenciales clientes, fui acompañada de Guillermo Petrone, un gran maestro. Él nos enseñó una forma distinta de enfocar el negocio en ese momento, y de aprender a querer ese proyecto que ellos tenían. Tener en cuenta los objetivos más importantes, para poder concretar con éxito los logros que nos proponíamos.

He vivido su fundación, su crecimiento como empresa y destaco sus recursos humanos, ya que podemos decir que rayan en la excelencia. Todos siempre dispuestos a lo que se solicite, buscando colaborar con nuestra tarea, que a veces se vuelve difícil, más en los tiempos que corren.

Es un claro ejemplo de que cuando nos unimos por un objetivo común y el grupo humano se compromete, nos fortalecemos todos al conseguir dichos logros. Es una empresa de puertas abiertas, donde llevamos inquietudes, las planteamos e intercambiamos ideas que siempre son bien recibidas y aceptadas. Las estudian y luego nos llaman para avanzar en el proyecto. El Contador Ignacio Ferrari, perteneciente a nuestra sociedad, planteó a la Gerencia General de la compañía la necesidad de implementar un seguro de mascotas. Presentó su proyecto, el cual fue bien recibido por el Gerente General, Sebastián Trivero y por el Gerente de Suscripción y Siniestros, Felipe Rodríguez. Estudiaron el proyecto presentado y otros aspectos del mismo que se debían analizar. Después de varias reuniones e intercambios de ideas se concretó, dando muchas satisfacciones por los resultados obtenidos. Felipe es un ser que transmite mucha tranquilidad en sus apreciaciones, es un gran profesional, que maneja muy bien temas nacionales e internacionales relacionados con nuestra actividad. Con respecto al servicio que brinda la compañía, ante cualquier problema sabés que detrás tuyo hay un equipo dispuesto a colaborar y a resolver tus necesidades inmediatas. Todos los funcionarios son gente muy comprometida con la empresa. Eso es lo que



provoca ese clima de compañerismo entre ellos y el cuerpo de ventas. En este período de pandemia, en forma habitual nos llaman tanto el Gerente Comercial, Leonardo Aguerrebere, como nuestro oficial de negocios, Claudio Moar para saber si tenemos alguna dificultad, siempre atentos a nuestras necesidades. Además, tenemos reuniones vía zoom en forma permanente para realizar consultas e intercambiar ideas. Con respecto a nuestro oficial de negocios, es una persona que siempre nos soluciona las dificultades que se presentan a diario. Es un gran colaborador. Diego Montañéz, Jefe de Suscripción de Riesgos Varios, siempre está y valoro su apoyo incondicional. En el área de Marketing, Valentina Rodríguez, le pone energía, buena disposición y un cariño enorme a su tarea, siempre atenta a los requerimientos del cuerpo de ventas. En estos tiempos de Covid-19, algunos clientes se han visto afectados por la situación y nos han solicitado cambios de fecha en sus pagos. Todos los planteos que nos han llegado de orden económico, se le han trasladado al Gerente de Administración y Finanzas, Alejandro Peretti, quien maneja de forma excelente estas situaciones para darle tranquilidad a los asegurados. Su tarea siempre es destacada por su disposición a solucionar las dificultades que se le presentan y nadie ignora que su función no es nada fácil. Parafraseando... "Cuando hay un buen director de orquesta que hace que todos toquen al unísono y que nadie desafíe, el concierto va a ser de mucha calidad y un verdadero éxito". Sebastián Trivero, Director de esta orquesta y cabeza de esta compañía, puede darse por satisfecho porque, si bien ya han logrado liderar el mercado en varios aspectos, continúan construyendo bases sólidas que le permitan ser la compañía que ampliamente se destaque en este país.

Personal siempre disponible

Edgardo Tambasco - Friburgo Seguros

Destaco de Sancor Seguros el equipo humano, la amplitud de sus productos y la cartera de productos técnicos. Como clientes hemos tenido muy buen servicio. Como asegurado muy buen servicio en el momento de un siniestro. El personal dispuesto, profesional y siempre disponible.



Construir puentes



Óscar Guadagna - Guadagna Seguros

Nosotros entendemos que es fundamental en toda organización de negocios, crear y funcionar con equipos de trabajo, fuertes y confiables y por ello creemos que la fortaleza más grande que tiene Sancor Seguros, está dada principalmente por el relacionamiento con el Corredor de Seguros y

sus diferentes Organizadores. En el negocio del seguro son fundamentales las relaciones humanas, y por ello es esencial la profesionalidad, la vocación de servicio y la empatía. Todo ello lo encontramos en los equipos de trabajo de Sancor, con quienes trabajamos diariamente, construyendo una cadena de unión entre la compañía y los corredores, donde ambas partes nos escuchamos con respeto, buscando las mejores opciones para nuestros clientes. Quiero resaltar que no es poca cosa que esta sea su principal fortaleza, en un mundo hiper competitivo, donde muchos priorizan los aspectos económicos antes que los humanos, encontrar una empresa donde somos escuchados y que tienen como premisa construir puentes entre su equipo de trabajo y los corredores de seguros. Esto marca claramente una diferencia fundamental, creando lazos comerciales duraderos en el tiempo.

Brindan soluciones

Enrique López Castilla - Futuro Seguros

Es una compañía con una vasta trayectoria, organizada, que cuenta con excelentes beneficios para los asegurados y que además brinda un buen servicio. La gran fortaleza es que transmite solidez y confianza. Sancor Seguros tiene equipos bien formados en las distintas áreas y una gran estructura armada, donde siempre encontramos a alguien que nos brinde una solución. Se destaca la calidad de servicio y de respuesta del equipo.



Compromiso con el trabajo



Fernando Ordóñez - Insurance Brokers Uruguay

Como fortaleza destaco la estabilidad del capital humano y su compromiso con el trabajo; se piensa en dar respuesta efectiva a requerimientos del mercado, enfocado principalmente en dar un buen servicio al cliente. A su vez, siempre están atentos a sugerencias de los corredores y brindan todo el apoyo que esté a su alcance para dar soluciones desde todas las áreas, comercial, siniestros y emisión. Es la compañía que siempre ha cumplido con su palabra en el respeto hacia el corredor de seguros como socio estratégico en el negocio.

Trabajo en el interior



María José Gnazzo - Centro Seguros

El trabajo que ha hecho en el interior del país, entendiendo las necesidades del productor, escuchando y generando soluciones a medida es la principal fortaleza de la compañía. Destaco el vínculo humano. Uno siempre puede conversar cuando se genera un problema y lo escuchan. La llegada a cualquier funcionario de la compañía con la misma facilidad. Edgardo Schoepf ha sido de gran apoyo, siempre atento y resolviendo, un valor.

Equipo humano



Rodrigo Aramendia - Aramendia Seguros

Considero que el equipo humano es la principal fortaleza que tiene Sancor Seguros en Uruguay. Además de ser una compañía organizada que acompaña en el cambio y modernización del rubro, el equipo se involucra directamente en mejorar la gestión del corredor, solucionar problemas y acompañar en nuevos desafíos. Se resume en sentir que cuando debemos resolver cualquier tipo de situación, nuestras consultas son escuchadas y siempre se intenta encontrar una solución.

Respaldo

Graciela Conde - Friburgo Seguros

Quizás no pueda seleccionar una fortaleza como las más importante, pero si puedo resaltar que no es un detalle menor, en primer lugar, el respaldo económico, financiero y comercial en Argentina: es una compañía de primer nivel internacional, que da tranquilidad aquí en nuestro país. En segundo lugar, debo resaltar la variedad de productos con los que cuenta, en el mercado en competencia, porque sin lugar a dudas, abarca todas las carteras. En tercer lugar, debo resaltar la importancia que tiene, el corredor asesor, en la cadena de valor de Sancor Seguros. Respecto al servicio, debemos destacar la calidad humana y los valores de sus componentes.



Quizás tenga que ver sus orígenes provincianos del país hermano, la calidad profesional y técnica, un aspecto que desde la cuna es considerado como crucial para formar parte del staff

de la compañía. La incorporación de gente con experiencia, como Leonardo Aguerrebere y Felipe Rodríguez, quienes en el día a día realizan un trabajo enorme y brindan tranquilidad para todos los corredores, nos transmite mucha confianza. No es menor el hecho de saber que la compañía cuenta con profesionales consolidados con tantos años de trayectoria. Otro aspecto que no puedo pasar por alto es el concerniente al esfuerzo que la compañía dedica a las generaciones de recambio, hijos y/o empleados de corredores, considerándolos como pieza clave del futuro, brindándoles su espacio, capacitación y mutuo conocimiento con pares de Uruguay y de Argentina.

Calidad de servicio



Marianna Muzzio - Organización Seguros del Litoral

Sancor Seguros llegó en 2006 para quedarse. Su mayor fortaleza hoy: supo desarrollar un sistema de trabajo en equipo, mancomunado entre el corredor de seguros y los oficiales de negocios de las diferentes áreas de la compañía. Esto permitió generar un ida y vuelta muy fluido, por lo que ambas partes pudieron retroalimentarse y encontrar soluciones en base a las experiencias compartidas en las giras por los diferentes departamentos de nuestro país. Aspectos a destacar en la calidad del servicio recibida por parte del equipo de trabajo de Sancor Seguros, en pocas palabras, se reduce a la calidad de las personas que se encuentran en los puestos estratégicos,

comerciales con mucha sensibilidad a la hora de relacionarse, y con una línea de trabajo que apunta a la mejora continua, a buscar el mejor producto, con el precio más conveniente y con sistemas de gestión fáciles y adaptables a los cambios permanentes del mercado en competencia. Personas a destacar con las que hemos trabajado mucho en equipo son Edgardo Schoepf, un profesional muy capacitado en todas las áreas; Carlos Domínguez un referente en la zona norte; en Agro, Cristhian Aguet, un técnico de primer nivel que tiene muy claras las inquietudes de los productores agropecuarios hoy por hoy, y nos ayuda a encontrar soluciones a la demanda actual de coberturas para el sector.



Agrupación de Profesionales Asesores en Seguros

CONTRATE SUS PÓLIZAS DE SEGUROS A TRAVES DE UN PROFESIONAL ASESOR DE SEGUROS

Solo así obtendrá:

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

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

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

Seguros SURA busca anticiparse a las necesidades de las personas

“Nuestra visión estratégica está en poner a las personas en el centro y anticiparnos en entender sus necesidades, motivaciones e incertidumbres. Es por eso que nuestras soluciones son dinámicas y están siempre buscando adaptarse a los cambios de los consumidores”, afirmó Esteban Pignanelli, CEO de Seguros SURA Uruguay.

El ejecutivo dijo a El Observador que “la pandemia aceleró la transformación de la industria aseguradora, que afronta la necesidad de identificar los nuevos riesgos”.

Pignanelli especificó, en otro plano, que la aseguradora “ya no vende seguros para autos, vende soluciones en movilidad. No importa en qué te traslades, lo que importa es que la persona esté segura, ya sea en un auto, en una moto, en bici, en patín eléctrico o caminando”.



Esteban Pignanelli, CEO de Seguros SURA Uruguay

¿Qué cambios trajo la pandemia para SURA y cómo eso afectó a los clientes?

La pandemia aceleró una serie de cambios que llevaron a realizar adaptaciones en el funcionamiento, tanto en lo operativo como en las soluciones que ofrece Seguros SURA a sus clientes. Afortunadamente, eran procesos que ya habíamos comenzado a delinear y este trabajo previo nos permitió estar preparados y poder marcar el camino en el mercado de seguros. Nuestro propósito fue acompañar a nuestros clientes en este nuevo contexto para darles respuesta y estar cerca en todo momento, introduciendo flexibilidad en materia de refinanciaciones y en los criterios de morosidad con el objetivo de atender la situación delicada que atravesó el país y que continúa atravesando. Nuestra visión estratégica está en poner a las personas en el centro y anticiparnos en entender sus necesidades, motivaciones e incertidumbres. Es por eso que nuestras soluciones son dinámicas y están siempre buscando adaptarse a los cambios de los consumidores. Nuestro rol ya no es solo estar presentes cuando se dan situaciones imprevistas o siniestros, nuestro propósito es acompañar a las personas y darles seguridad habilitándolas en cada uno de los aspectos de su vida.

¿Cómo se generó ese proceso de adaptación a la nueva realidad?

Hay varias acciones que se implementaron casi inmediata-

mente después de declarada la emergencia nacional, y estamos trabajando en otras que serán anunciadas en breve. Por ejemplo, lanzamos la solución “Seguro por kilómetro” para responder a una situación de menor movilidad de las personas. Esta solución es completamente innovadora porque responde a la situación actual, donde la movilidad de las personas se ha visto reducida. También lanzamos Empresas SURA, que acompaña a las Pymes en su desarrollo y crecimiento mejorando su competitividad y sostenibilidad del negocio con prestaciones como soporte financiero, legal y tributario o potenciándolas con la planificación de marketing. Hoy las empresas no quiebran porque las roben o se incendian; dejan de existir porque no tienen la capacidad de retener a su capital humano, porque no cuentan con una planificación o un respaldo que las permita mantenerse en el mercado y ser competitivas. Creemos que en este período de incertidumbre en el que vivimos, la mejor forma de contribuir con el país es aportando herramientas para que las unidades productivas continúen funcionando, que los motores sigan encendidos, y que las Pymes, que son el pulmón de la economía uruguaya y las principales generadoras de empleo, se mantengan saludables. Allí es donde queremos sumar nuestro aporte y para eso estamos constantemente monitoreando las tendencias de los

consumidores para dar respuesta a nuestros clientes.

¿También cambió la forma de comercialización, el vínculo con los corredores?

Cambió, pero para mejor. Nos permitió racionalizar y optimizar los procesos con incorporación de tecnología y una plataforma 100% digital que nos permitió estar permanentemente en contacto con nuestros corredores. El

La aseguradora lanzó al mercado soluciones de perfil innovador

vínculo nunca se cortó y estuvimos “abiertos” y disponibles para clientes en todo momento durante la emergencia sanitaria. Eso lo logramos gracias a la puesta en práctica de un plan de contingencia que funcionó a la perfección. De hecho, para contribuir a mitigar las incertidumbres normales asociados a una situación desconocida para los uruguayos, como era hasta ahora una pandemia, pusimos a disposición de nuestros corredores acompañamiento emocional en caso de ser necesario para afrontar también las preocupaciones naturales que surgen desde el punto de vista humano y personal.

¿Entiendo por varios aspectos de lo que dice, que hay un cam-

bio desde la concepción misma del negocio?

Es una concepción diferente, porque no solo estamos mirando las tendencias de los consumidores para poder anticiparnos a sus necesidades, sino también buscamos entregar bienestar a las personas, en pro de lo que les importa.

El COVID-19 aceleró un proceso de cambio que la industria aseguradora estaba necesitando, donde los riesgos ya no son los de antes y hay una imperiosa necesidad de identificar los nuevos desafíos y anticiparse a esos cambios. Si lo analizas en detenimiento, verás que las últimas soluciones lanzadas al mercado por Seguros SURA están alineadas con ese objetivo. Un ejemplo de eso es el “Seguro para mascotas”. Identificamos que había una tendencia creciente en la sociedad a dar un lugar a las mascotas como integrantes de las familias y que el mercado reaccionaba a esa tendencia con restaurantes pet friendly, hoteles caninos, cementerios para mascotas, y nos preguntamos, ¿por qué no permitirle a las personas que le asignan un rol tan importante a sus mascotas, contar con una alternativa que les dé mayor seguridad? Lo mismo con el “Seguro de bicicletas”, que fue un producto sumamente innovador cuando lo implementamos hace cinco años. La industria se ha focalizado durante 300 años en bienes materiales y de cierto porte, cuando hoy las prioridades

son diferentes y el valor no se mide únicamente en términos económicos. Hoy lo afectivo tiene un peso mayor y si podemos contribuir a resguardar lo que tiene

Un claro objetivo, acompañar a las personas y darles seguridad

valor afectivo, ahí estaremos.

Por otra parte, con la coyuntura de emergencia sanitaria sentimos la obligación de estar más cerca de nuestra sociedad, y en ese sentido nos sumamos a la iniciativa “Nos Cuidamos Entre Todos”, que recaudó más de US\$ 6.000.000, y desde la que acompañamos diversas acciones solidarias, por ejemplo donamos a la Administración de Servicios de Salud del Estado (ASSE) ambulancias, equipamiento médico, como respiradores y monitores para CTI o insumos como kits de diagnóstico, tapabocas o prendas para el personal de salud.

¿Hacia dónde van las próximas acciones de Seguros SURA?

En este año tan particular para el país y el mundo hicimos una apuesta importante con la compra de CARS, una plataforma que nos brindaba en exclusividad el servicio de coordinación con proveedores y el alquiler de vehículos. Es una señal fuerte que refleja el compromiso de

Seguros SURA con Uruguay y la confianza que Grupo SURA tiene en su equipo de trabajo local. Esta adquisición nos va a permitir potenciar nuestra estrategia de ofrecer mayores prestaciones a nuestros clientes. Queremos ofrecer más soluciones en el interior del país. Hoy al tener una empresa de prestaciones exitosa, con más de 20 años de experiencia trabajando con nosotros, estamos en mejores condiciones de

Nos ponemos como objetivo ser una solucionadora más que una aseguradora

ejecutar esa estrategia de forma centralizada.

¿En qué línea van esas nuevas prestaciones?

En este momento hablamos de soluciones mediante ecosistemas. Movilidad, hábitat y empresas son los ecosistemas que aglutinan las diferentes prestaciones que ofrecemos asociadas a las pólizas. Incluso lo concebimos como algo integral, y en lo conceptual nos ponemos como objetivo ser una solucionadora, más que una aseguradora. Por ejemplo, la prestación “SURA



Pignanelli, “una plataforma 100% digital nos posibilitó estar en permanente contacto con nuestros corredores”

te lleva”, que permite contar con un chofer a disposición cuando no querés manejar, está disponible también en Maldonado para cualquier cliente de Seguros SURA, no necesariamente para los que contraten una póliza de autos. Para la temporada de verano estamos inaugurando Soluciones de Movilidad en Maldonado, que ofrecerá el servicio “SURA te lleva” y otras soluciones, independientemente

del objeto que tenga asegurado el cliente. Por ejemplo, identificamos que cuando nuestros clientes se van de vacaciones, muchas veces no tienen la posibilidad de llevar las bicicletas en el auto. Para esos casos, a todos nuestros clientes les decimos: ‘No te preocupes, nosotros te las llevamos y traemos’. O te fuiste en moto, empezó a llover y no querés volver manejando. No te preocupes, te guardamos la moto y te la trae-

mos de vuelta. Si tenés arena en el auto, te la aspiramos, aunque no tengas el auto asegurado. Ya que mencioné al interior del país, también ofrecemos un innovador seguro que se llama 8-ruedas orientado a zonas del país donde el uso de vehículos bi rodados está más extendido, como por ejemplo el litoral del Uruguay, donde para cruzar el puente a las ciudades limítrofes argentinas como Concordia o

Gualectuaychú, tenías que contar con un seguro, no importa si ibas en auto, en moto o en bici. Con el seguro 8-ruedas estás cubierto para los tres vehículos.

¿Cómo trabajan para diseñar esos nuevos productos?

Estamos permanentemente monitoreando las tendencias de los consumidores para identificar los cambios culturales, las transformaciones en los estilos de vida y en las necesidades, y así poder anticiparnos a las nuevas realidades, diferenciar modas de tendencias para poder anticiparnos a los cambios. Seguros SURA ya no vende seguros para autos, vende soluciones en movilidad. No importa en qué te traslades, lo que importa es que la persona esté segura, ya sea en un auto, en una moto, en bici, en patín eléctrico o caminando.

Esos cambios en las tendencias logramos anticiparlos gracias a la utilización de los Observatorios que Seguros SURA implementó a nivel local y regional.

Se trata de equipos multidisciplinarios que están todo el tiempo captando las señales del mercado y decodificándolas.

Analizamos los diferentes ecosistemas y tratamos de anticipar hacia dónde van las tendencias para poder adaptar nuestras soluciones a las nuevas necesidades. Empresas SURA, por ejemplo, surgió de dichos observatorios.



SEGUROS

**ME IMPORTÁS VOS
Y QUE DISFRUTES TUS VACACIONES**

SOLUCIONES DE MOVILIDAD EN MALDONADO
Traslado de bicis / SURA te lleva / Guardado de motos / Mecánica ligera / Aspirado

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



San Cristóbal abrirá sucursal en Punta del Este y potenciará la marca en la zona este

Suscribió 10.000 nuevos vehículos en once meses y ahora asegura 30.000 unidades

San Cristóbal Seguros habilitará a corto plazo una sucursal en Punta del Este con el objetivo de potenciar su presencia en los departamentos de Maldonado, Rocha, Treinta y Tres y Cerro Largo, anunció el Gerente General de la compañía, Sebastián Dorrego. “Será un espacio de negocios para que los corredores que operan en esas zonas estratégicas puedan trabajar desde un lugar confortable y de fácil accesibilidad porque el local estará ubicado en la estratégica zona de la Avenida Roosevelt”, afirmó el ejecutivo a El Observador.

Dorrego destacó el fuerte crecimiento que registró este año la compañía “porque crecimos casi 10.000 vehículos en once meses y ahora aseguramos 30.000 unidades”. Preciso que el crecimiento exponencial “se produjo en el interior porque está por encima del 70%, y en Montevideo en el entorno del 35%”.



Gerente General de San Cristóbal Seguros, Sebastián Dorrego.

¿Qué proceso expansivo tuvo la empresa en el curso de 2020?

Este era un año que nos presentaba un escenario de muchos desafíos porque teníamos que

cambiar la forma en que se venía manejando la compañía, especialmente en dos aspectos bien importantes: uno era el mix de carteras en cuanto a lo territorial y otro en el segmento de clientes en el que estábamos

posicionados. A partir de esas dos grandes hipótesis construimos un plan estratégico a tres años que apuntaba a reposicionar la compañía dentro de un mix de zona que permitiera obtener mejores resultados y

determinada rentabilidad. El objetivo central de este plan trianual era estar en el top ten del crecimiento de las ramas en que compite la compañía, como automotores, incendio, robo, responsabilidad civil y otros

riesgos. Con ese gran objetivo fuimos generando iniciativas para apalancar el crecimiento rentable.

Al cierre del ejercicio 2019 teníamos una cartera de 20.000 vehículos. De este total, el 60% cubría la zona de mayor riesgo

Fomentar los espacios inclusivos, siempre con el Corredor

(área metropolitana) y el restante 40% el interior del país. Al cierre de noviembre del presente ejercicio la compañía tuvo un crecimiento cercano al 48%, al tiempo que revirtió porcentualmente el área geográfica. De esta manera, el 55% de nuestra cartera se posiciona actualmente en el interior, en tanto el 45% restante cubre Montevideo.

Es muy significativo el cambio que tuvo la compañía porque crecimos casi 10.000 vehículos en once meses y ahora aseguramos 30.000 unidades. Al crecer mucho más en el interior del país las primas medias tienden a bajar un poco.

En el interior se produjo un

Una luz de esperanza en un año que estuvo pautado por la incertidumbre



Por José Luis Urse
Director de Urse Seguros

Estamos llegando al cierre de 2020, un año por cierto muy particular. Cuando estábamos dando inicio al año y escuchábamos que lejanamente había un

virus nos llegó el Covid-19. Cuando había una expectativa, ya que estábamos ante un cambio de gobierno, el virus generó como un shock. Creo que nadie tenía muy claro que iba a pasar. El gobierno fue timoneando la situación, nada fácil por supuesto. Muchas empresas, entre ellas las compa-

ñas de seguros, rápidamente tuvieron que adaptarse a este nuevo escenario para continuar con sus actividades y exponer lo menos posible a su personal. Nosotros como productores, también debimos tomar medidas similares en un contexto de mucho temor. Mucha gente de diferentes actividades hasta hoy no ha podido restablecer sus actividades. Muchas al principio cerraron, pero debieron abrir porque había que hacer frente a las obligaciones. Psicológicamente, en los primeros meses de incertidumbre, para nadie fue fácil sortear esta situación.

Adaptación

En todo el país, en cada departamento, se generaron situaciones diferentes. Dependiendo de las zonas y del tipo de desarrollo local, diferentes empresas y sectores pudieron seguir en actividad, otras desarrollando acciones parciales y otras nada. Nuestra labor, aparte de ser

asesor de seguros, pasó a ser también la de psicólogo, para alentar a esa gente que estaba en situaciones críticas, porque uno también tiene una empresa, y sufre los riesgos al igual que nuestros propios clientes. Por lo que estaba pasando a nivel regional y mundial no se veía un panorama alentador a mediano plazo. Como cualquier empresa no dejamos de pensar en que también tenemos personal a cargo. Son situaciones nada fáciles, porque si bien no estamos tan mal, hay un futuro pautado por la incertidumbre. Tuvimos que adaptarnos a las video llamadas y a las conferencias por Zoom. En muchos casos la situación se nos complicó luego de haber tenido un día intenso de trabajo, con las preocupaciones personales y las de nuestros clientes al hombro. Se supo avanzar con mucho compromiso de la población. El país siguió andando, algunas actividades retomaron su pulso, aunque parcialmente.

Cuando estamos al cierre de año, percibimos que la gente se fue cansando de no poder viajar, de no poder salir, de no poder visitar a sus seres queridos. Este panorama aflojó ese compromiso social y ahora estamos con luces amarillas y mucha gente está con mucho temor. Por suerte lo que se veía muy lejano: una vacuna que pudiera atacar esta pandemia, está cada vez más cerca. Pero, de todas formas, debemos cuidarnos y cuidar a los demás actuando responsablemente. De todo se aprende. El Covid-19 nos dejará muchas enseñanzas, por cierto, pero no dejemos de ser solidarios. Tengamos una libertad responsable y veamos por todos nuestros familiares, vecinos y amigos para sobrelevar estos tiempos de la mejor forma posible. Los mejores deseos a todos en estas fiestas tradicionales y esperemos que 2021 nos sorprenda, pero de otra forma más benévola.

crecimiento muy fuerte porque está por encima del 70%, y en Montevideo en el entorno del 35%. Este es muy bueno porque no hicimos el cambio del mix perdiendo posiciones en Montevideo, todo lo contrario, continuamos creciendo en las dos zonas. Hay que destacar el gran trabajo desarrollado por el equipo comercial de la compañía.

¿El sostenido proceso de crecimiento puede propiciar la habilitación de una sucursal en un punto estratégico del país?

Este es un tema bien importante de nuestra estrategia comercial. La descentralización de la capital a que estamos abocados en estos momentos permitirá a la compañía llegar mejor y con más potentes herramientas a todos los corredores, nuestros socios estratégicos y nuestros únicos canales de ventas.

En el marco de esta línea estratégica hemos decidido abrir una sucursal en Punta del Este desde la cual nuestra marca potenciará su presencia en los departamentos de Maldonado, Rocha, Treinta y Tres y Cerro Largo. Será un espacio de negocios para que los corredores que operan en esas zonas puedan trabajar desde un lugar confortable y de fácil accesibilidad porque el local estará ubicado en la zona de la Avenida Roosevelt, que se caracteriza por su gran movilidad y donde operan instituciones financieras, importantes centros comerciales y representantes de marca, entre otras organizaciones. Queremos estar mucho más cerca de los corredores y de los clientes del interior para aportarles nuestra propuesta de valor. Para la habilitación de la sucursal nos restan aún algunos caminos regulatorios y concluir el proceso de remodelación de las oficinas. Estimamos que el nuevo centro comercial de la compañía será habilitado a corto plazo.

¿Los procesos innovadores han sido durante 2020 una constante de la compañía?

Los pilares sobre los que nos hemos propuesto trabajar giran en el eje del crecimiento, la diversificación de la cartera, la digitalización de muchos procesos y en el acompañamiento continuo del canal tecnológico en nuestra

industria. Me refiero a las aplicaciones para la autogestión de clientes y corredores.

Un ejemplo de la capacidad de innovación de la compañía está en la posibilidad de realizar la denuncia de cualquier siniestro por WhatsApp. Actualmente un altísimo porcentaje de siniestros son denunciados de esta forma. Esto le permite al asegurado no tener que esperar asistencia y poder continuar con su día, de una manera rápida y práctica. Los corredores nos comentan que esta herramienta aporta un gran valor a nuestra cobertura. San Cristóbal siempre busca desarrollar instrumentos innovadores, que permitan elevar sus estándares de calidad de servicio. En estos meses de incertidumbre que genera la pandemia afloró la creatividad. Los equipos Comercial y de Innovación han desplegado herramientas muy innovadoras para el mercado que, en muchos casos posicionan a la compañía como pionera, y que han dado resultados muy interesantes. Estas herramientas digitales capturan, por ejemplo, oportunidades online y en todos los casos siempre se lo incluye al corredor para que realice los contactos finales. Somos una compañía moderna muy digitalizada. Todo es apoyado por los servicios posventa, que también aplican avanzados procesos tecnológicos. San Cristóbal ha escalado muchísimo con el bot Wasan, que además de ser consultivo para proveedores, clientes o corredores posibilita la solicitud de pólizas o cotizaciones. Asimismo, a través del mismo se pueden denunciar siniestros, hacer consultas en el área telemedicina, en materia de asistencia legal, etc. Recientemente incorporamos el servicio gratuito de asistencia fisioterapéutica pos siniestro.

Es muy importante continuar desarrollando este camino porque ahora el consumidor demanda nuevas herramientas y nuevas formas de vincularse con la compañía y los corredores. Nosotros tenemos que fomentar ese espacio inclusivo, siempre del lado del corredor. Reafirmamos entonces que la innovación es una herramienta que está al servicio del profesional que nos acompaña. Es un instrumento digital que le permite también crecer porque

le ha dado buenos resultados. San Cristóbal busca, de esta manera, generar soluciones para los asegurados y para los corredores.

¿Qué incidencia tiene el Corredor en el proceso de crecimiento de la compañía?

El papel de los corredores es absolutamente central para la compañía porque estos profesionales son nuestros socios con los que crecemos y nos desarrollamos juntos.

Siempre apostamos a la generación de relaciones de confianza. La base de la estrategia de San Cristóbal es el desarrollo del canal de Corredor. La propuesta de valor de la compañía tiene dos grandes ejes. Uno se centra precisamente en el Corredor de Seguros con el objetivo de que nos acompañe, que brinde calidad y servicio y contribuya a desarrollar el negocio.

¿Este escenario de crecimiento conlleva la incorporación de capital humano?

En medio de este contexto sanitario y económico, la compañía ha generado puestos de trabajo porque ha crecido en forma sostenida. Hemos incorporado a seis nuevos colaboradores por lo que cerraremos el ejercicio 2020 con una plantilla de 22 personas que vivencian los principios culturales de nuestra marca.

Hemos robustecido la empresa con personal que tiene calidad humana y calidad técnica.

Tenemos entonces un equipo de trabajo muy joven que se caracteriza por su compromiso y su responsabilidad con las tareas asignadas. Esta realidad nos permite tener la certeza de que profundizaremos aún más los actuales estándares de calidad, en beneficio del asegurado, del Corredor y del mercado asegurador. Es que tenemos que garantizar los estándares de servicio. Ponemos mucho énfasis en que el Corredor tenga la mejor experiencia con la compañía al momento de ganar negocios pero que también tenga la mejor experiencia cuando suceden los siniestros. Por eso es importante contar con colaboradores que se adapten a los cambios continuos. El presente año nos ha demostrado que te-

nemos una increíble capacidad de adaptación. Es fundamental contar entonces con un buen equipo de trabajo. Es un camino evolutivo que nos permitirá seguir creciendo en todo el país.

¿Qué expectativas tiene la compañía para enfrentar el reto que generará 2021?

El año 2020, más allá del factor pandemia, fue importante para la compañía. Para el próximo año prevemos reforzar los planes de acción que desplegamos este ejercicio. Seguiremos por la senda del crecimiento, posicionando los valores de nuestra marca. Esto tiene que respaldarse con mucho trabajo y con mucha cercanía. El objetivo entonces es fortalecer aún más nuestra propuesta de valor a los corredores y a nuestros clientes.

¿Qué evaluación realiza del Programa de Impulso Comercial (PIC) estructurado por la compañía?

Fue un éxito muy importante el primer programa del PIC, que cerramos el pasado mes de junio. Nos sorprendió gratamente el hecho de que muchos corredores, más de los que preveíamos inicialmente, alcanzaron las metas trazadas. El nuevo programa se lanzó en julio de este año y se extenderá hasta junio de 2021. Incorporamos algunas premiaciones trimestrales para mantener vivo ese “fueguito” todo el año y el Corredor per-

siga sus objetivos. Estamos muy satisfechos de la importante receptividad que alcanzó el PIC. Desarrollamos este programa pensando en el Corredor como socio estratégico de la compañía, y bajo la premisa de que esta relación nos permite crecer y ser rentables a través del trabajo en conjunto. En la elaboración del PIC se establecieron objetivos de crecimiento, prima y siniestralidad. Nos gratifica mucho haber generado entonces nuevas oportunidades para premiar a los corredores por su buen trabajo y compromiso con la compañía.

¿La empresa genera instancias de capacitación?

Hay un plan de mejora continua para los colaboradores y corredores. El hito más significativo en materia de capacitación es el Taller de Especialización y Capacitación en Seguros (TEC), que siempre ha tenido un alto poder de convocatoria. El rol académico corresponde al Dr. Héctor Perucci, un referente del sector asegurador, quién siempre desarrolla una metodología de aprendizaje a partir de casos reales. Lamentablemente, el TEC no se pudo realizar ese año. No obstante, este mes distribuiremos en la red de corredores un libro redactado por el Dr. Héctor Perucci, quién aborda, con un lenguaje muy entendible para todos los actores del mercado, el tema siniestral a la luz de la vigente Ley de Seguros.

Nuevas coberturas

Sebastián Dorrego informó que San Cristóbal Seguros analiza la factibilidad de operar nuevas ramas en el curso del próximo año. “Estamos trabajando -dijo- en la diversificación de nuestras carteras en forma continua.

El pasado año lanzamos productos de incendio, este año incorporamos coberturas para maquinaria agrícola. En la actualidad estudiamos la posibilidad de incursionar en otras ramas. Es un proceso gradual que se inscribe en nuestro plan trianual”.

“Nuestra estrategia, sustentada en la cautela, implica que la compañía vaya creciendo en forma gradual, con pasos muy sólidos, que permitan ir controlando las operaciones”, expresó Sebastián Dorrego.



San Cristóbal
SEGUROS

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

AUDEA y el mercado asegurador

Por Alejandro Veiroj
Director Ejecutivo de AUDEA

Desde la Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras (AUDEA) nos gustaría compartir algunas reflexiones sobre los aspectos más importantes que nos ha dejado este particular año y destacar nuestras prioridades para el futuro, con miras a profundizar el desarrollo del mercado de seguros en el Uruguay.

Garantía

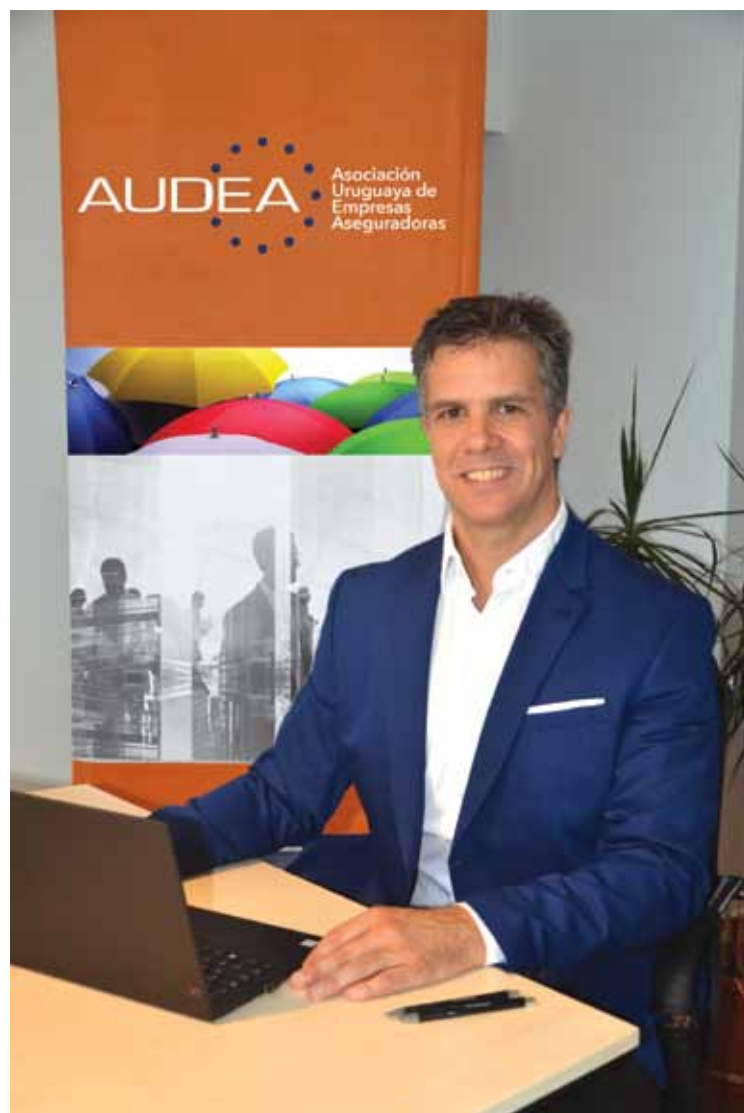
En primer lugar, destacamos que las empresas de seguros privadas nucleadas en AUDEA han mantenido totalmente operativos los servicios de seguros ante la situación excepcional que ha generado la pandemia del Covid-19.

Es así que, en el marco de la responsabilidad social empresarial del sector y, a efectos de proteger a las personas y colaborar con la no propagación del coronavirus, se han puesto en práctica planes de contingencia con el fin de asegurar que colaboradores, asegurados e intermediarios maximicen la utilización de herramientas remotas para

Efectividad en sistemas de gestión de riesgos

la comunicación y la realización de trámites relativos a pólizas de seguros. De esta forma, en una primera instancia, se implementó el trabajo remoto al 100% y con el devenir de los meses y a la luz de la evolución de la pandemia, se transitó hacia fases de normalidad laboral implementando protocolos de regreso al trabajo presencial bajo condiciones de seguridad sanitaria. Los resultados a la fecha nos muestran que el sector asegurador, proveedor de un servicio considerado esencial por parte del Banco Central del Uruguay, ha demostrado la efectividad de sus sistemas de gestión de riesgos y la preparación de sus recursos humanos y tecnológicos ante una situación de crisis severa como la que aún nos encontramos viviendo.

Por otro lado, cabe resaltar que el regulador del mercado de seguros, la Superintendencia de Servicios Financieros del Banco Central del Uruguay (SSF), ha acompañado apropiadamente al sector ante los efectos potenciales de la pandemia, previendo



Director Ejecutivo de AUDEA, Alejandro Veiroj.

una flexibilización normativa y de supervisión para asegurar la estabilidad y correcto funcionamiento del sector asegurador. Ello se ha traducido en una flexibilización en las reglas de incobrabilidad para no afectar la cadena de aseguramiento de las familias y de las empresas, en el diferimiento de la vigencia de nuevas normas de ramas y reservas y, en la consideración eventual de márgenes ante situaciones de déficit en las relaciones técnicas ocasionadas por los efectos de la pandemia.

Exigencias “antilavado”

En segundo término, un cambio sustancial que nos trajo el 2020 fue la circunscripción de las exigencias “antilavado” a las operaciones de seguros de vida; un cambio operado en la legislación uruguaya a instancias de AUDEA. El nuevo artículo 226 incluido en el Ley de Urgente Consideración que modifica el artículo 12 de la Ley “antilavado” limitó el alcance de las obligaciones de las empresas aseguradoras como sujetos obligados a las actividades de seguros de vida, lo que adecuó el marco de Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo (PLAFT) a los estándares

internacionales y nos equipara a países con sistemas financieros y de seguros robustos como por ejemplo España, Canadá, Reino Unido.

De esta forma, las empresas de seguros podrán focalizar sus actividades de PLAFT y asignar recursos a las actividades y operaciones donde verdaderamente podría existir riesgo de lavado, contribuyendo a que el sistema de prevención antilavado resulte más ajustado a riesgos, tal como lo exigen también los estándares internacionales del GAFI. Esta modificación, elimina exigencias onerosas para empresas que no operan en seguros de vida como la necesidad de contar con un oficial de cumplimiento o la contratación de auditores externos para evaluar el sistema antilavado y realizar un reporte especial a dichos efectos. Otra mejora respecto del marco regulatorio, que surge a raíz de una solicitud de AUDEA a la SSF, es la eliminación de la normativa específica que regía el ajuste por inflación para las entidades aseguradoras; aspecto que ahora pasa a regirse por las Normas Internacionales de Información Financiera. La normativa anterior generaba dificultades para la correcta interpretación de los resultados del sector y con el cambio normativo se mejorará la

capacidad de comparación interanual de los resultados, aspecto clave en nuestra industria.

Resultado técnico

En lo que a resultados se refiere, destacamos que al cierre de setiembre de 2020 continuó mejorando, por cuarto trimestre consecutivo, uno de los indicadores más importantes de salud financiera y técnica en un mercado de seguros como lo es el resultado técnico, como consecuencia de ajustes en los procesos de tarificación y suscripción iniciados en 2019. El resultado técnico del mercado en competencia al cierre del tercer trimestre de 2020 registra una ganancia técnica de 9 millones de USD lo que representa un claro avance respecto de la pérdida técnica de 15 millones de USD registrada en igual trimestre de 2019.

Una nota aparte, respecto de los resultados, son los efectos de la pandemia. En líneas generales, podemos decir que los efectos hasta ahora han sido marginales, visualizándose en el horizonte un escenario incierto y más bien recesivo en línea con las previsiones sobre el nivel de actividad en la economía.

Desafíos remanentes

Desde AUDEA, no queremos dejar de mencionar dos áreas donde entendemos que existen oportunidades de mejora en cuanto al funcionamiento del mercado de seguros.

La primera la constituye la presencia de desigualdades en las condiciones de competencia en el mercado. Siendo el mercado de seguros un mercado en competencia entre empresas privadas y una empresa pública, somos de la idea que deberían eliminarse las asimetrías existentes a efectos de promover un mercado donde todas las empresas puedan competir con las mismas herramientas.

La segunda es el SOA. Hemos trabajado en los últimos años con los agentes relevantes para mejorar el contralor del SOA siendo que a la fecha no existe un control efectivo sobre la contratación del SOA, lo que se traduce en porcentajes elevados de vehículos en circulación sin seguro. Este desafío se amplifica en la medida que el financiamiento de las víctimas de accidentes producidos por vehículos sin seguro debe asumirse, por ley, por las empresas de seguros. Estos casos, denominados coberturas especiales, han aumentado significativamente en los últimos años lo que, sumado a la ausencia de control del SOA, genera un efecto perverso

donde aquellas personas que sí contratan seguros financian a aquellos que se encuentran en infracción.

Mirando hacia el futuro

En último lugar, nos interesa comentar sobre el objetivo estratégico más importante de AUDEA para el mediano y largo plazo como lo es el aumento de la penetración del seguro en la economía. Nuestros estudios nos indican que contamos con un nivel de sub-aseguramiento importante para nuestro nivel de PIB, incluso en comparación con los demás países de Latinoamérica. Ello se refleja principalmente en la baja tasa de contratación de seguros de vida lo que muestra, por un lado, desafíos respecto al acceso al seguro y, por el otro, debilidades en la red de protección de la sociedad ante acontecimientos adversos.

AUDEA ha realizado acciones de concientización a nivel de los poderes públicos durante el año 2020 y nos alegra apreciar un cambio de foco en cuanto al rol del organismo regulador, más allá del rol tradicional de control prudencial de solvencia. En efecto, la SSF del BCU hizo público su plan de acción para el período 2020-2028 en el cual se destaca el apoyo proactivo al desarrollo del mercado de seguros como parte de nuevos lineamientos del Directorio del BCU, la voluntad de tornar el sistema previsional más competitivo y la búsqueda de mejoras en el grado de competencia de forma más general. En esa línea, el BCU creó una mesa de trabajo sobre seguros, liderada por el Superintendente de Servicios Financieros, donde inicialmente AUDEA y otros actores del mercado asegurador fuimos invitados a exponer nuestra visión sobre el futuro del mercado de seguros. Para el 2021 y, en línea con lo ya mencionado, AUDEA se propone comenzar a articular acciones concretas, con el apoyo de los poderes públicos, para mejorar la cultura aseguradora del país, dotar a las personas de mejores herramientas para mejorar la gestión de riesgos y, en definitiva, lograr un nivel de aseguramiento que acompañe el desarrollo económico y social de nuestro país.

Saludo

Aprovechamos esta nota para saludar a todos los actores del mercado de seguros con los cuales hemos trabajado de forma colaborativa durante este 2020 y desear que transitemos un 2021 en forma responsable, más seguro y pleno de realizaciones.

El seguro se transforma

En esta nueva realidad, como en una especie de teoría darwiniana, es altamente probable que solo sobrevivan, con solvencia, las aseguradoras que se adapten a los cambios

Por la Dra. Andrea Signorino Barbat
Asesora especialista en seguros y reaseguros
Secretaría general de AIDA World

Estamos cerca del final de un año que, más allá de poder recibir calificativos que van desde olvidable, hasta diferente o raro, sin duda alguna, es un año que quedará en nuestro recuerdo, en forma imborrable.

Desde aquel 11 de marzo en que la Organización Mundial de la Salud decretó el estado de pandemia debido al virus denominado Covid-19, con origen en China, en la ciudad de Wuhan, hasta hoy, el mundo tal como lo conocíamos, ha cambiado.

Paralización mundial

La capacidad viral resultó tal que obligó a una paralización mundial de actividades, viajes y movilidad en general, así como a un forzado distanciamiento social, desconocido para nuestras generaciones. Si bien Uruguay no adoptó medidas extremas obligatorias, como la

El seguro y el consumidor ya no serán los mismos

gran mayoría de los países del mundo, y apostó por la responsabilidad social, debieron decretarse medidas de cierre parcial de actividades y estrictas medidas de distanciamiento e higiene, para combatir el virus.

Ante esta internacionalización del mentado coronavirus, la actividad de la humanidad, tanto económica como social, se vio absolutamente alterada, como tal vez lo haya sido, no podemos comparar, no la vivimos como ahora si nos ocurre, la pandemia de gripe española de 1918, o como pudo resultar alterada luego de las dos guerras mundiales.

Muy distintos eran los temperamentos humanos y la vida en esas épocas, donde las comodidades e inmediateces de la vida actual, o mejor dicho anterior al coronavirus, no existían y donde el sentido del sacrificio y la capacidad de recuperación y resiliencia eran muy diferentes, si bien es dado señalar que



los avances de la tecnología y de la ciencia nos han hecho vislumbrar con optimismo, e incluso vivenciar, una salida tal vez menos dolorosa que las entonces vividas por nuestros antepasados.

Reacción positiva

En este caótico contexto, cabe preguntarse cómo ha reaccionado el mundo del seguro, pues es claro que el seguro debía seguir desempeñando una importancia esencial detrás de toda actividad económica, permitiendo al comerciante y a todas las personas, reponerse ante los infortunios. La respuesta es que, en efecto, el seguro ha reaccionado positivamente como era de esperar, aún contra circunstancias adversas e interpretaciones contrarias a sus principios. Cabe recordar por ejemplo, algunos fallos judiciales en Estados Unidos e Inglaterra que buscaron lograr indemnizaciones por parte de las aseguradoras cuando los contratos de seguros excluían el riesgo de pandemia o de epidemia. La diferencia solo radica en la extensión geográfica, no en cuanto a la magnitud del riesgo que amerita la exclusión. O elaboraciones de doctrinas que acudieron a teorías bastante olvidadas, como ser la teoría de la imprevisión o la fuerza mayor, para esgrimir el cambio de circunstancias como funda-

mentos del no cumplimiento de las obligaciones contractuales de las partes.

Equilibrio

Ante este complejo contexto, conoce el lector que he venido reivindicando la necesidad de que, más allá de recurrir al derecho de fondo, no deben perderse de vista las bases técnicas tan propias del seguro. El contrato de seguros se basa en un equilibrio que excede el mero equilibrio contractual entre las prestaciones de las partes, y su desequilibrio produce consecuencias que pueden afectar a la mutualidad de asegurados. Es por ello que el asegurador delimita el riesgo en su contrato, de muy diversas formas: cuantitativa, cualitativa, temporal, geográfica, positiva, negativa a través de los riesgos no cubiertos, entre otras. Esa delimitación debe ser respetada a fin de salvaguardar la solvencia de la empresa de seguros y a la mutualidad de asegurados.

Asimismo, en este dificultoso entramado, otro aspecto que he venido enfatizando, ha sido la aceleración en la conquista del mundo del seguro, por parte de la tecnología, en sus diversas facetas, conformando lo que se ha dado en llamar el mundo Insurtech. Esta conquista venía siendo paulatina y ordenada por sectores dentro de la actividad, pero esto entiendo, cambiará drásticamente. Pasada la pan-

demia del Covid-19, el consumidor de seguros ya no será el mismo luego de haber tenido que sortear la experiencia, a veces forzada, del uso de la tecnología a nivel personal y laboral.

Ruptura de paradigmas

Por lo tanto, ya no podremos seguir pensando a la actividad aseguradora, ni al contrato de seguros, como hasta ahora, con la misma visión tradicional, pues el fenómeno Insurtech

Se aplicarán tecnologías en la mayoría de los procesos

ya ha producido una ruptura de paradigmas en el mundo del seguro y ahora, el mundo "Covid-19" ha precipitado los tiempos para implementar la tecnología en todos los sectores de la actividad. Por supuesto, esto tiene como contracara la proliferación de los riesgos cibernéticos que debemos entender, significan mucho más que la acción de un simple hacker. Ellos se relacionan con actividades informáticas ilegales para sustraer, alterar, modificar, manipular, inutilizar o destruir información o activos, de compañías o usuarios, utilizando para dichos propósitos medios o dispositivos electrónicos. Sus alcances incluyen los riesgos propios, que se sufren en la propia persona o empresa, y los riesgos respecto de terceros, la responsabilidad que se genera frente a terceros usuarios o vinculados a los sistemas.

Ante ello también ha reaccionado positivamente el seguro, desarrollando coberturas de seguros cibernéticos cada vez más amplias y accesibles, con lo cual comienzan a ser una muy útil y tangible realidad.

Esperanza

En suma, si de un año nos acordaremos, será del 2020 y su Covid-19. Por supuesto, aún queda mucho camino por recorrer en el combate al virus. Estamos viviendo brotes importantes de contagios, también en Uruguay, que han obligado a retroceder en la apertura lograda, de ciertas actividades. La invención de una vacuna, algunas en fase final de pruebas, abre la esperanza de volver a una normalidad ya calificada de "nueva" pues el mundo, tal como lo conocimos antes de la pandemia, muy probablemente, no volverá.

Tampoco volverá el seguro a ser el mismo. Más que nunca en la era post-pandemia, la actividad de seguros deberá pensar en adaptar sus productos y condiciones a la nueva realidad, a fin de dar coberturas adecuadas a las urgentes necesidades del consumidor, y deberá aplicar tecnologías, en la mayor cantidad posible de procesos.

Adaptarse a los cambios

Es que, en esa nueva realidad, como en una especie de teoría darwiniana, es altamente probable que solo sobrevivan, con solvencia, las empresas aseguradoras que se adapten a los cambios y realicen, sin demora, las transformaciones necesarias. El futuro lo dirá... ¡Feliz año 2021 para todos los amables lectores!



CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

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

Constituyeron una **Federación** integrada por Aproase, el Círculo de Agentes y Cuaprose

Prestigiosos Corredores y Agentes integran la nueva organización

Las reconocidas instituciones del mercado asegurador, Aproase, Círculo de Agentes y Cuaprose, conformaron una Federación que apuntará a la profesionalización de Corredores Asesores para que marquen notorias diferencias con canales de venta cuya meta no es proteger al consumidor sino venderle un determinado producto sin idoneidad ni adecuado respaldo. La gestión de la Federación se vertebrará sobre un principio esencial: crear una matrícula, que será la forma de distinguir el servicio del Corredor con garantía profesional. En la sede de Aproase se realizó el acto de firma de los correspondientes documentos para legalizar la Federación, que serán elevados al Ministerio de Educación y Cultura.

Cristalización

El Presidente de la Federación, Fernando Caballero, recordó que desde hace mucho tiempo se procuró plasmar una organización de este tipo para trabajar en temas de interés común. Afirmó que “el primer interés común que tienen los corredores es que la actividad sea verdaderamente profesional. Un profesional es quien ejerce una actividad laboral que requiere de conocimientos formales y especializados. Para convertirse en profesional, una persona debe cursar estudios y contar con un diploma o título, que avale los conocimientos adquiridos y la idoneidad para el ejercicio de esa profesión”.

Tolerancia cero

“Es clarísimo-prosiguió- que médicos, abogados, arquitectos, deben ser profesionales. También lo son técnicos de fútbol, instaladores de gas, rematadores, etc. El corredor de seguros tiene que hacer lo mismo. ¿Cómo es posible que una persona



Juan Pablo Risso, Juan Manuel de Freitas, Lorenzo Paradell, Fernando Caballero, Gonzalo Trías y Daniel Abal.

vaya a una aseguradora y diga que quiere ser corredor? ¿Qué garantía les genera al cliente y a la aseguradora? La compañía de seguros no tiene ninguna garantía de que ese “corredor” le lleve asegurados sanos desde el punto de vista del riesgo. Así, ocurren entonces determinadas situaciones no deseadas. Entonces debe existir tolerancia cero para el no profesional”.

Mediador

Detalló que “el conocimiento profundo de las Condiciones de Póliza es tan disímil entre la aseguradora y el asegurado que, para conveniencia de ambos, es bueno que exista un mediador en esa relación, que ponga a ambas partes en un pie de igualdad”.

“Aún las condiciones de un seguro de auto, que hoy en día están tan difundidas, tienen regulaciones, excepciones y aspectos tan propios, que las personas lo llaman con temor “la letra chica” de las pólizas”.

Caballero explicó que “la garantía para el asegurado contra esa “letra chica” es que la persona que medie entre él y la aseguradora sea un profesional. Nadie puede confiar tranquilo que quién le vende un auto, también le aconseje sobre el seguro. El que vende el auto quiere que Usted gaste menos en un seguro, para que lo haga en el auto”.

Especificó que “cuando le habla del seguro quién le tramite un crédito en un banco va a defender los intereses del banco y no los del comprador. Haga la

prueba, cuando lo llaman por teléfono para ofrecerle un seguro, pregúntele al call center qué es el interés asegurable”.

Consumidor más exigente

En otro pasaje de su exposición señaló que “éste es un mundo de especializaciones. Los consumidores exigen cada vez más y toman medidas para proteger sus intereses, gustos e inversiones. Y si hablamos de seguros más complejos, grandes bloques de viviendas, transporte de mercaderías, construcciones y montajes de obras e industrias, responsabilidad civil de directores y gerentes por sus decisiones corporativas.

¿A quién se le ocurriría poner estos riesgos en manos de quien

no se acredite con una matrícula profesional?

Medios electrónicos

El Presidente de la Federación indicó luego que “hace años también se decía que los medios electrónicos iban contra la necesidad del Corredor o Agente profesional. Es exactamente a la inversa. Nosotros nos valemos de esos medios porque el consumidor medio no los maneja de forma cotidiana y objetiva como nosotros. ¿Cuánto tiempo tarda el asegurado en recorrer la web de varias aseguradoras, cada una tiene su propio formato, encontrar su modelo exacto de auto, las condiciones que se le ocurren cubrir a pura intuición o consejos de un amigo, para comparar

Gremiales mantendrán independencia

El Vicepresidente de Aproase, Lorenzo Paradell exteriorizó su beneplácito por la conformación de la Federación que nuclea a Aproase, el Círculo de Agentes y a Cuaprose. “Todos estamos muy satisfechos y orgullosos de integrar esta nueva

institución”, expresó. El ejecutivo destacó a continuación que “cada Agrupación que integra la Federación no va a perder su independencia. Esto implica que se crea la Federación para un fin determinado y, por lo tanto

Aproase, Cuaprose y el Círculo de Agentes mantendrán su independencia, su actual perfil institucional, su manera de relacionamiento con las compañías, con sus socios y con el mercado asegurador en general”.

Paradell dijo que cada Agrupación que integra la Federación tiene maneras de actuar distintas y, en función de esta realidad, es que cada una mantendrá su independencia”. Sostuvo luego que “estamos de acuerdo con la creación de una

Federación, que con el decurso del tiempo generará un ámbito de discusión y análisis entre las tres gremiales que ayudará, sin duda, al mercado asegurador”.

costos y, sobre todo, coberturas? ¿Cubro los vidrios, cubro grani- zo, qué edad tiene el conductor principal cuando compartimos el auto en la familia? Ni siquiera hablar por teléfono, hay alguna aseguradora que no atiende llamadas”.

Caballero manifestó que “todo eso se obtiene, gratuita- mente, y con la máxima preocu- pación para servirlo durante la vigencia de la póliza, en sinies- tros, modificaciones, etc., con un Agente o Corredor profesional. Las aseguradoras, que redactan sus propias pólizas a las que el cliente se adhiere, también se benefician de un mediador profesional porque le contacta con clientes que no solamente es- tarán bien informados, sino que serán fieles informantes de sus condiciones de riesgo sin ocultar ni modificar sus realidades”.

Sostuvo que “call centers, vendedores, promotoras, llevan a las aseguradoras producción de poca calidad, con caducidad y con siniestralidad importante. Y jamás aportan para la genera- ción de un mercado equilibrado con otros riesgos como incendio, vida colectiva, responsabilidad civil, etc.

Garantía profesional

“En resumen, esta Federación propenderá a una profesionaliza- ción que haga notoria la diferen- cia con canales de venta cuya meta no es proteger al consumi- dor, sino venderle, venderle. La creación de una matrícula será la forma de distinguir el servicio con garantía profesional (seguro por errores u omisiones), de otras modalidades con mucho brillo y poca sustancia”, informó.

“Queremos que existan determinadas exigencias para llegar a ser Corredor, que la persona transite por un curso, o una prueba, y que se le dé una matrícula. Confiamos en que los clientes y los gerentes de las ase- guradoras prefieran trabajar con corredores matriculados y no con personas carentes de matrí- cula, para ir depurando gradual- mente el mercado y llegar a altos grados de profesionalización”, concluyó Fernando Caballero.



Lorenzo Paradell, Fernando Caballero y Gonzalo Trías



Daniel Abal, Juan Manuel de Freitas y Juan Pablo Risso

Persona muy capacitada

El directivo del Círculo de Agentes, Gonzalo Trías, expresó que se sentía muy gratificado por integrar la comisión directiva de la Federación. “La conjunción de las tres gremiales tiene el objetivo de buscar que el Corredor de Seguros sea una persona muy capacitada”, manifestó. Indicó, a modo de ejem- plo, que “se comercializan seguros a través del sistema call centers que no son viables y no ofrecen ninguna seguridad al asegurado. Esto se comprueba en diversas coberturas, incluyendo, por supuesto, los seguros de Vida”.

Para que el cliente esté respaldado

El Presidente del Círculo de Agentes, Daniel Abal, señaló que se sentía muy orgulloso por integrar la directiva de la Feder- ación. Dijo que “lo importante es la profesionalización del Cor- redor para brindar un servicio adecuado que le permita al cliente sentirse plenamente respaldado”. “La capacitación adecuada es un valor que le aporta tranquilidad al mer- cado asegurador”, destacó el ejecutivo.

Independencia y estilo de trabajo

El Presidente de Aproase, Juan Pablo Risso, resaltó la importan- cia que revestirá para el mer- cado asegurador la operativa de corredores matriculados. “Es primordial-dijo el empresario- separar el vendedor de seguros del Corredor Asesor profesional. Este es un objetivo que se ha trazado esta Federación inte- grada por las tres instituciones, las cuales mantendrán su inde- pendencia y el estilo de trabajo que forjaron en sus respectivas trayectorias”.

Profesional de primera línea

El exPresidente de Cuapro- se, Juan Manuel de Freitas, expresó su satisfacción por la creación de una “Federación que está integrada por tres prestigiosas organizaciones”. Dijo que las entidades que la conforman “mantienen su identificación” y subrayó que “apuntamos a que el Corredor de Seguros sea realmente

un profesional de primera línea”. De Freitas afirmó que “debemos tener en cuenta que el mercado de seguros es cada vez más técnico y complejo y el consumidor es notoriamente más exigente. En este escenario asegurador es entonces muy importante la presencia de corredores idóneos y muy profesionales”.

Comisión Directiva

La Comisión Directiva de la Federación está integrada de la siguiente manera: Presidente, Fernando Caballero; Vicepresidente, Lorenzo Paradell, (Vicepresi- dentede Aproase); Secretario, Gonzalo Trías, (Directivo del Círculo de Agentes); Tesorero, Daniel Abal (Presidente del

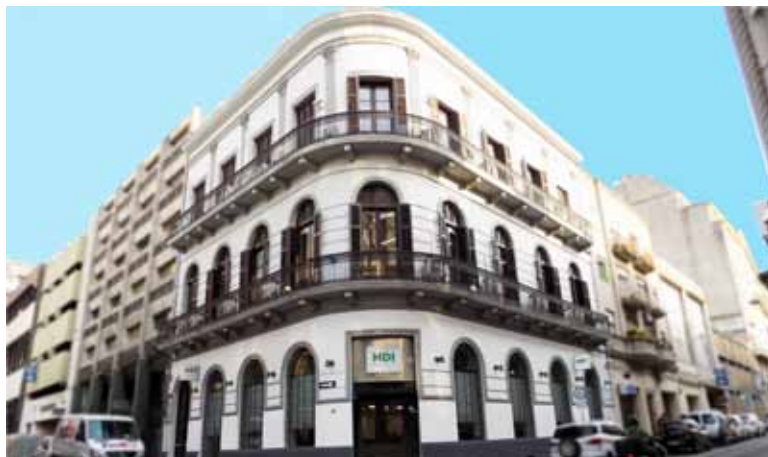
Círculo de Agentes) y Vocales, Juan Pablo Risso, (Presidente de Aproase) y Juan Manuel de Freitas, (ex Presidente de Cuapro- se).

HDI logró el crecimiento esperado

El Gerente de Administración y Siniestros de HDI Seguros, Diego Juncal, dijo que en este año especial “hemos logrado el crecimiento esperado, con un control de la siniestralidad que permitió tener una mejora en las ratios de gestión”. El ejecutivo sostuvo, en otro plano, que “la solidez que brinda HDI desde todo punto de vista está acercando a corredores que buscan estabilidad”.

¿Qué comportamiento registró la compañía durante el presente año?

Fue un año atípico y con una realidad distinta a la que acostumbramos, pero podemos decir que 2020 ha sido un año de mucha adaptación y mucho aprendizaje. Pudimos sortear las dificultades gracias a una política corporativa muy marcada y a un equipo de trabajo muy comprometido con esta política. Hemos logrado el crecimiento esperado, con un control de la siniestralidad que ha permitido tener una mejora en las ratios de gestión, siempre procurando resultados positivos. La clave del éxito de este año tan particular fue el incremento de corredores activos. Siempre con una base de corredores con una extensa relación en HDI y que nos acompañan a través de nuestra historia, en los últimos años hemos



llegado a nuevos corredores que ya son parte de nuestra red de socios estratégicos. Entendemos que la solidez que brinda HDI desde todo punto de vista está acercando a corredores que buscan estabilidad. Buscan ser atendidos cuando lo necesitan, agilidad y transparencia al momento del siniestro y una marca con reconocimiento internacional de mucho prestigio, cosas que les brindan tranquilidad para desempeñar su tarea como asesores.

¿Cuáles son las principales metas trazadas por HDI Seguros para 2021?

HDI en los últimos años se ha trazado un plan de crecimiento controlado y balanceado en todas las líneas que opera la compañía. La meta para el 2021 será la de con-

tinuar creciendo, haciendo mucho hincapié en las Líneas de Property y Transporte de mercadería. En estas dos áreas es donde nos sentimos muy fuertes, ya que contamos con equipos de trabajo con una altísima capacidad técnica y extensa trayectoria en el mercado. En automóviles hace ya algunos años que hemos definido una estrategia de trabajo muy tenaz en el cuidado de la siniestralidad, que va de la mano con una mejora en la gestión en el área de siniestros y cuidado de costos. Hemos definido una política de precios competitivos, sin alteraciones al momento de las renovaciones. Entendemos que el corredor busca estabilidad en este sentido, donde no haya variaciones en las políticas de precios y en el momento del siniestro encuentre la practicidad de resolver rápidamente el mismo.

En este camino hemos establecido un formato de trabajo virtual con los corredores, capacitándolos y acercándoles herramientas para la cotización, emisión y posterior gestión en caso de siniestro. Generar nuevos negocios en la rama Vida y AP, en la cual hemos crecido considerablemente. Buscamos afianzar también a HDI como un participante de importancia en el mercado. Otro desafío muy importante que tenemos por delante es seguir incursionando de la mano de corredores que nos hacen llegar propuestas como son los micro seguros y las oportunidades que en ellos hay de llegar a un nuevo público. Nuestras metas siempre persiguen el crecimiento continuo y controlado, apoyado por la mejora constante de nuestros servicios para corredores y asegurados.

HDI Seguros siempre se caracterizó por desarrollar un sostenido trabajo en equipo. ¿En qué medida esta fortaleza le permite a la compañía potenciar sus procesos de gestión?

HDI se caracteriza por tener un equipo de colaboradores con una alta permanencia y eso facilita mucho el trabajo en equipo, la comunicación y la atención a corredores. En años como el que termina, podemos claramente resaltar el esfuerzo de nuestro equipo, adaptándose a nuevas modalidades de trabajo y colaborando en la continuidad ininterrumpida de las tareas. Cerramos el año con un equipo más grande, con más instancias de integración y enfocado en seguir mejorando. Nuevos integrantes en el equipo nos aportan nuevas ideas y experiencias distintas que nos enriquecen. La incorporación de nuevos compañeros también está llevando a la compañía a un nivel de profesionalismo cada vez más alto. Todo esto nos motiva y nos empuja como equipo.

¿Cuáles son las principales propuestas de valor que genera la compañía con los Corredores Asesores?

HDI siempre se ha caracterizado por la atención de calidad. Esa ha sido y será nuestra propuesta de valor. El corredor siempre encontrará en HDI el trato personal de nuestro equipo en cualquiera área de la compañía. No obstante, y no ajenos a las realidades actuales, hemos incorporado herramientas de autogestión para corredores, y seguiremos haciéndolo siempre que para el corredor sea de utilidad. Nuestras encuestas de satisfacción a corredores son el principal insumo que tenemos para recibir las sugerencias que éstos nos hacen llegar. En base a esta encuesta definimos las prioridades de trabajo y desarrollos tecnológicos. Para HDI es fundamental brindarle soluciones tecnológicas al corredor que lo ayuden en el día a día, pero siempre debe existir esa facilidad que HDI les brinda de ser recibidos en nuestras oficinas o levantar el

teléfono y encontrar a un colaborador que le ayude y le solucione los problemas.

¿La organización prevé expandir su gestión en puntos estratégicos del interior del país?

Es parte de la planificación estratégica de HDI la expansión en el interior y siempre a través del corredor. Esta viene siendo parte de las líneas de crecimiento que hemos recorrido en los últimos años, ganando aliados estratégicos en varios departamentos y siempre en búsqueda de este mismo tipo de relación con corredores referentes por zonas. Es por esto que continuaremos con giras y visitas a los asesores acercando productos y virtudes de la compañía, buscando así una expansión a nivel nacional.

¿Cómo califica la situación del mercado asegurador en este año atípico, pautado por la pandemia?

Podemos calificar la situación como movilizadora, particularmente desde el aspecto humano. Volcar los esfuerzos en elementos importantes como el cuidado de los colaboradores fue siempre uno de los principales lineamientos, pero sin resentir nuestro servicio, por lo que la transformación y adaptación fue un factor elemental. Tener la capacidad para adaptar el funcionamiento pensando en colaboradores y asegurados fue el pilar en la elaboración de protocolos y planes de contingencia. El mercado está hoy funcionando con normalidad bajo estas premisas y HDI está en condiciones de adaptarse rápidamente a los elementos que la coyuntura actual demande.

¿En qué medida las compañías de seguros enfrentaron estos nuevos desafíos de gestión para cumplir con los valores de confianza que generan en el asegurado?

La pandemia ha llevado al mundo a readaptarse y en nuestro rubro no ha sido distinto. Trasladar la misma calidad de atención y servicio al momento tan especial que significa para el asegurado utilizar el seguro, ha sido el gran desafío. Debemos, en este mundo pandémico, dar al asegurado la misma seguridad, calidad de atención y respaldo que cualquier otro escenario anterior. Nos hemos valido de herramientas tecnológicas y el fundamental apoyo humano de colaboradores para lograr esto, así como colaboración de asesores guiando a asegurados en momentos de mayor incertidumbre. Si bien hemos logrado generar protocolos y políticas en un escenario como el actual, el desafío se plantea día a día con las modalidades de consumo ahora instaladas en la sociedad y el mercado asegurador, debiendo entender este nuevo paradigma como un incipiente indicador de cambio a futuro, incluso luego de la pandemia.

Con el 2020 llegando a su fin y el 2021 a la vuelta de la esquina, queremos tomarnos un momento para agradecer el apoyo brindado día a día y enviarles nuestros mejores deseos para el año entrante.

Juntos,
Somos Seguros.

www.hdi.com.uy