



La compañía
habilitará en
diciembre
nuevo Centro
de Servicios
en Paysandú

Seguros SURA innova y crea soluciones en todo Uruguay

Enrique Ruiz, coordinador de Sucursales de Seguros SURA

● Páginas 10 y 11

Se celebra hoy el día del Corredor Asesor

**Luis Puig: a 30 años de la ley,
es primordial que se regule la
actividad del corredor de seguros**

● Página 4



Luis Puig, Head of Uruguay Aon

En **Sancor Seguros**, sabemos que cada paso cuenta, y ellos
están al frente, **corriendo** por el **bienestar de todos**.

¡Feliz día del Corredor de Seguros!

Uruguay tiene un mercado de seguros sano, que es reconocido a escala internacional

El Corredor construye un futuro más seguro y confiable para el asegurado

El Presidente de la Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros (CUAPROSE), Alberto Panetta, afirmó al Suplemento de Seguros de El Observador que el Corredor Asesor cumple un rol importante en el mercado porque es un pilar en la gestión de riesgos en Uruguay. El empresario destacó, en otro plano, que el primaje del mercado de seguros en competencia superará este año los U\$S 1.100 millones y señaló que en los últimos años la plaza aseguradora local creció en forma constante.

Alberto Panetta consideró que para generar procesos de desarrollo en el segmento de los seguros de vida “es importante contar con el respaldo del Estado”.

¿Qué mensaje le extiende a los Corredores Asesores al celebrarse en la jornada El Día del Corredor de Seguros?

En este día de los Corredores de Seguros, celebramos la dedicación y el compromiso de quienes trabajan incansablemente para

El sector siempre respondió de manera impecable en el tema de la siniestralidad

proteger el bienestar de las personas y las empresas. Nuestra labor es fundamentalmente para construir un futuro más seguro y confiable. Gracias por el profesionalismo que demuestran y por ser un pilar en la gestión de riesgos en nuestro país es que saludamos a nuestros colegas en su día.

¿Cuáles son los principales valores que pautan la actividad



Alberto Panetta, Presidente de CUAPROSE

del Corredor en un mercado asegurador cada vez más complejo y exigente?

Los principales valores que pautan nuestra actividad son:

- El compromiso con el cliente, es estar siempre disponibles y ofrecer un servicio personalizado.
- Conocimiento técnico, mantenerse actualizado sobre las condiciones del mercado y regulaciones para poder ofrecer el asesoramiento adecuado.
- Transparencia, brindar información clara y precisa sobre productos y coberturas para obtener una adecuada toma de decisiones.
- Ética profesional, actuando con integridad y responsabilidad en procura de los intereses de las partes.
- Confianza, fomentar las rela-

ciones entre las partes generando confianza y respeto.

• Innovación, buscar formas de mejorar los productos y servicios ofrecidos, aprovechando las herramientas tecnológicas y nuevas soluciones.

¿Considera que los procesos de gestión que desarrollan los Corredores son muy importantes para la expansión de la cultura aseguradora del país?

Así es, los procesos de gestión que desarrollan los corredores de seguros en Uruguay son fundamentales para la expansión de la cultura aseguradora en el país.

Los corredores profesionales no solo actúan como nexo entre las compañías y los asegurados sino que asesoran sobre los alcances de las coberturas y productos, brindan información clara y precisa del mercado, que sirven para la correcta toma de decisiones por parte de asegurado. Esto fomenta una mayor confianza en el sistema y la sociedad va incorporando la cultura aseguradora, que es clave para el desarrollo y fortalecimiento del mercado.

¿Cómo califica el relacionamiento de CUAPROSE con las aseguradoras?

CUAPROSE mantiene un excelente relacionamiento con las compañías de seguros que operan en el mercado. Durante este año hemos mantenido contacto permanente con ellas, brindando nuestro canal informativo para comunicar todas las novedades,

inquietudes y nuevos productos, para que nuestros socios estén al tanto de los constantes cambios que registra el mercado asegurador. Hemos mantenido reuniones con las mayorías de las compañías, en donde se han planteado distintas consultas de nuestros asociados. También participamos en varios eventos organizados por las compañías así como ellas han participado en nuestros eventos.

¿En qué medida CUAPROSE genera procesos de capacitación para sus socios?

Este año CUAPROSE ha organizado diez instancias de capacitación. Estas instancias las hemos organizado junto a distintos actores del mercado nacional e internacional.

Se abordaron distintos temas de interés para nuestros socios. Contamos con el apoyo de las compañías de seguros del mercado que nos ofrecen profesionales para las distintas exposiciones y nos capacitan sobre nuevas coberturas, nuevos productos, coberturas clásicas, siniestros etc. La modalidad que venimos utilizando desde el año pasado es invitando a los expositores a nuestra Cámara para realizar la capacitación desde nuestra sede gremial, en forma virtual a todos los socios que deseen participar.

¿Persiste la problemática que genera la falta de stock de repuestos de automotores?

Totalmente. La falta de repuestos de automotores en nuestro merca-

do genera varios problemas en la industria aseguradora. Esta situación aumenta los tiempos de reparación de los vehículos siniestrados, lo que afecta en forma directa el grado de satisfacción por parte

En el área de la capacitación la gremial tiene el apoyo de las aseguradoras

del cliente. Hemos abordado la problemática con las compañías de seguros que suscriben este tipo de seguros, las cuales nos informan que tienen reuniones periódicas con los importadores para acortar los plazos de entrega de los repuestos. Creemos que este es un tema de vital importancia y en el que deberían intervenir los legisladores para modificar (efectuando correcciones específicas) leyes que están vigentes al respecto.

¿Qué comportamiento registra en la actualidad el mercado de seguros?

En los últimos años el mercado ha crecido en forma constante. Es un mercado sano técnicamente y reconocido a escala internacional. Se han registrado los siniestros de mayor cuantía en los últimos tres años, en donde las compañías aseguradoras involucradas respondieron de manera impecable. Por ejemplo, siniestros de incendio en edificios, en grandes superficies, siniestros por riesgos de la naturaleza, tornados, sequías, inundaciones etc. Este año los índices de siniestralidad son bajos, el PBI de la actividad va a superar el 3% este año, teniendo en cuenta todos los ramos del seguro, incluyendo las rentas.

El primaje del mercado de seguros del mercado en competencia se estima que superará este año los U\$S 1.100 millones. La principal rama de seguros del mercado en competencia es la de seguro de automotores, que supera el 40%.

Falta aún desarrollar más el mercado de los seguros de vida ya que la brecha, en el comparativo con los mercados de la región, es muy amplia. Para ello es importante contar con el respaldo del Estado para su desarrollo, brindando algún tipo de apoyo fiscal para lograr el crecimiento en esta rama del seguro y que la población tenga una cobertura de este tipo que complemente los planes jubilatorios.●



CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

Miembro de



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

Los resultados de la empresa mejoran año a año fruto del trabajo en equipo con sus corredores

Sebastián Trivero: la fidelidad de los Corredores se ve reflejada en el crecimiento sostenible de la empresa

Los Corredores son parte de nuestro equipo, nuestros aliados estratégicos, no solo en el dicho si no en el hecho, en la práctica diaria”, afirmó Sebastián Trivero, Gerente General de Sancor Seguros. El ejecutivo destacó que la relación comercial con los Corredores “se sostiene sobre algunos pilares fundamentales que potencian la misma: ética y respeto por el Corredor de seguros, política de puertas abiertas, el cumplir con lo prometido y el valor de la palabra”.

Sebastián Trivero remarcó asimismo, en diálogo con el Suplemento de Seguros de El Observador, que “tenemos una empresa que día a día se fortalece cada vez más en lo financiero, en lo económico y en lo humano”.

¿En qué medida la fidelidad y el apoyo de la fuerza de ventas contribuye al crecimiento que registra la empresa?

Como siempre hemos afirmado no solo en la teoría si no en los hechos concretos que una de las grandes fortalezas (si no la mayor fortaleza) de nuestra compañía es justamente el estrecho vínculo que mantenemos con nuestra fuerza de ventas, somos un mismo equipo. Esto nos ha permitido alcanzar importantes niveles de fidelización que se ven reflejados, en definitiva, en el crecimiento sostenible que registra la compañía y en los niveles de rentabilidad que mejoran año a año.

Si bien mucho se ha venido hablando de la venta online o digital, lo cierto es que sin un Corredor que de respaldo y confianza, los niveles de éxito en la venta serían muy marginales exponiéndose quienes contratan a inconvenientes futuros, según la complejidad de la cobertura. En lo personal, y lo vengo sosteniendo desde hace muchos años, cuando mucho se hablaba de los cambios que supuestamente iba a sufrir la industria en la comercialización de seguros y los consumidores, no visualizo que la industria tradicional del seguro pueda hacer un cambio disruptivo en ese sentido. Es un negocio complejo y no puede ser tomada a la ligera. En el mundo, existen ejemplos de empresas que se mostraron disruptivas, en teoría alineadas a supuestos cambios de comportamiento de los consumidores, nativos digitales, y no lograron desarrollarse plenamente ni ser rentables.



Sebastián Trivero, Gerente General de Sancor Seguros

Usted ha expresado en su momento que el Corredor forma parte de la gran familia de Sancor Seguros. ¿Sobre qué valores se sustenta esta afirmación?

Reafirmando lo que dije antes, como dice la frase “no eres lo que dices si no lo que haces”. Somos una empresa que siempre ha mantenido una línea seria de trabajo hacia el Corredor. Nuestras acciones, en ese sentido, siempre fueron coherentes a lo largo del tiempo y nos respaldan, nos han dado credibilidad y confianza, razones de este vínculo especial y fuerte que tenemos con nuestros Corredores. En ese sentido, nuestro mayor esfuerzo está destinado a brindar un servicio de excelencia a nuestros Corredores y, por ende, a nuestros clientes.

Una de nuestras principales características (lo destacan nuestros Corredores) y que nos diferencia de manera única, entiendo, es que somos una compañía humana de puertas abiertas. Nuestros corredores ante la necesidad que sea, siempre tienen alguien con quien hablar, sin importar el cargo jerárquico, en cualquier momento del día, la noche, fin de semana o el momento que sea. Eso es lo que nos llena de orgullo, nuestra vocación de servicio que es nuestro principal capital y lo que la mayoría de nuestros principales Corredores destacan. Este es un negocio de personas, y entendemos que la relación comercial se sostiene sobre algunos pilares fundamentales que potencian la misma: ética y respeto por el corredor de seguros, política de puertas abiertas, el cumplir con lo prometido y el valor de la palabra.

En resumen, la mayor forta-

leza de nuestro vínculo con los Corredores de seguros no solo se basa en nuestro profesionalismo si no también en la honestidad y humildad que nos caracteriza, escucharlos atentamente evaluando sus sugerencias o propuestas, con autocrítica sosteniendo una política y accionar estable y transparente con la mirada puesta en el largo plazo. Nuestra visión es liderar el mercado asegurador de Uruguay, conjuntamente con nuestro equipo de Corredores y ayudarlos a que se puedan desarrollar aún más a partir de nuestro respaldo y acciones.

¿Cuáles son las principales fortalezas del equipo de trabajo de la compañía?

Sin dudas parte fundamental de este presente exitoso es contar con un capital humano muy profesional con un fuerte sentido de pertenencia y es importante destacar también, la libertad que cuentan para aportar ideas, inquietudes, soluciones con creatividad y visión crítica, como también la capacidad de recibir aportes con apertura y mucha autocrítica. Esta libertad a la hora de aportar valor la promovemos activamente ya que es lo que nos permite construir un equipo sólido y por lo tanto, una empresa cada vez más fuerte.

Nos enorgullece que seamos reconocidos como una de las mejores empresas formadoras de profesionales en seguros y uno de los mejores lugares para trabajar ya que dedicamos mucho esfuerzo e inversión en nuestro capital humano, desde el proceso de selección y formación de colaboradores como también a la identificación de talentos, sus planes de

desarrollo y planes de sucesión. En definitiva y respondiendo en otras palabras la pregunta, las principales fortalezas en resumen de nuestro equipo de trabajo son el profesionalismo pero sobre todo, la humildad, visión integral y vocación de servicio que los caracteriza, dentro de un proceso de formación que los ayuda y respalda en toda su carrera.

Sancor Seguros siempre se ha caracterizado por la constante implantación de procesos innovadores. ¿Cuáles son los principales procesos de mejora que desarrolló la organización este año?

Uno de nuestros objetivos estratégicos anuales siempre es el de innovar en la búsqueda de oportunidades que mejoraren nuestro servicio, de generar nuevos negocios, de ser más eficientes y de volcar más a la sociedad en la cual desempeñamos nuestra actividad. Para ello, entendemos que el aporte de valor de todos en estrategias innovadoras es de vital importancia. Y vuelvo a lo mismo, la importancia para lograr esto es nuestro capital humano. La tecnología hoy día es un elemento sustancial para sostener el crecimiento y la mejora continua; es parte obligada de nuestros planes estratégicos anuales, implementar mejoras que nos ayuden a mejorar todo lo que hacemos. La incorporación de procesos de automatización para tareas repetitivas y que no agregan valor a la gestión es una práctica creciente en nuestra organización la cual nos ha permitido mejorar nuestros servicios disminuyendo horas hombre. Ampliar los procesos de autogestión que favorezcan a nuestros corredores es para nosotros un desafío constante. En un mercado tan competitivo, un gran desafío es innovar en productos y coberturas que no existían hasta el momento, como también en mejorar constantemente lo que actualmente ofrecemos a nuestros clientes.

Una de las principales líneas, también, sobre las cuales estamos innovando este año es en avanzar en vincularnos con nuestros colaboradores, clientes y potenciarlos a través de diferentes start ups con ideas disruptivas y que no están vinculadas al negocio del seguro necesariamente.

¿Cómo califica el desempeño integral que registra Sancor

Seguros en lo que transcurre de 2024?

Estoy muy contento con los resultados de este año en un mercado tan profesional y competitivo, en contextos desafiantes. Nuestro objetivo comercial se encuentra en línea con lo que presupuestamos, muy por encima de inflación, registrando un nivel de rentabilidad muy superior a lo que estimábamos y respecto a años anteriores. Me animo a afirmar que vamos a cerrar el año más rentable de los últimos 10 años lo cual

Una empresa que siempre ha mantenido una línea seria de trabajo hacia el Corredor

nos llena de satisfacción, fuerza y entusiasmo de cara al futuro. Año a año nuestros indicadores de solvencia y rentabilidad vienen mejorando con un crecimiento sostenido, lo cual habla de la seriedad y profesionalismo con el que trabajamos y así lo reflejó nuestro calificador FITCH, al mejorarnos la calificación nuevamente. Tenemos una empresa que día a día se fortalece cada vez más en lo financiero, en lo económico y en lo humano. En julio comenzamos a planificar el 2025 con muchas iniciativas y oportunidades comerciales, con todo el equipo muy motivado, lo cual nos da optimismo para cerrar el ejercicio exitosamente y nos entusiasma aún más para los próximos años, preparados para afrontar los desafíos de un mercado competitivo con clientes con mayor conocimiento sobre los productos y, por ende, nivel de exigencia.

¿Cuáles son los ramos que registran el mayor crecimiento en la compañía?

Conforme a nuestra estrategia, los riesgos Patrimoniales han sido los principales motores de crecimiento este año, mereciendo especial destaque, Transportes, Cauciones, Embarcaciones, Créditos, Seguros de Industrias y Garantías de Alquiler. Ello tiene que ver un trabajo continuo condiciones, tarifa y readecuación de estructura en los riesgos mencionados, lo cual nos ha permitido ofrecer a nuestros corredores una propuesta aún más competitiva y eficiente. ●

Luis Puig: a 30 años de la ley, es primordial que se regule la actividad del corredor de seguros

Luis Puig, Head of Uruguay Aon, destacó al Suplemento de Seguros de El Observador que es primordial regular la actividad del corredor de seguros. El reconocido ejecutivo del mercado asegurador dijo, en otro plano, que “los asegurados deban considerar como socios estratégicos clave a aquellas firmas de riesgo con probada experiencia en el ramo, que cuentan con visión global, que evolucionan constante al ritmo que lo hace el entorno y el empresariado mismo, que ofrecen un amplio portafolio de servicios así como soluciones consultivas integrales, personalizadas y adaptadas a las características específicas de cada organización, que hacen inversiones en tecnología y cuentan con grandes talentos en su consultoría de riesgos”.

Importante rol

Luis Puig pormenorizó, en primera instancia que “la actividad aseguradora tiene un rol cada vez más importante en las so-

El seguro tiene un papel cada vez más importante en una sociedad moderna

ciudades modernas, pues es el mejor mecanismo para proteger financieramente a las personas o los bienes de los riesgos a los que estamos cada vez más expuestos, y a resarcir los daños y/o pérdidas cuyo valor económico difícilmente se podría reintegrar con recursos propios. Por ello en esta actividad, la figura del corredor de seguros que es quien media entre la aseguradora y el futuro tomador-asegurado y quien realiza una valoración objetiva del riesgo, coberturas, condiciones y costo para recomendarle aquellas opciones que mejor se adapten a sus necesidades, adquiere un rol central”.

¿Por qué considera que el corredor de seguros es tan importante?

Las empresas y las comunidades hoy se enfrentan a una gama de riesgos interconectados de rápida evolución que requieren una



Luis Puig, Head of Uruguay Aon

nueva forma de entender, mitigar y transferir la volatilidad en áreas fundamentales de riesgo. Por ello resulta tan necesaria la figura de un tercero imparcial -el corredor de seguros- que brinde soluciones personalizadas para abordar las principales prioridades de los clientes y los elementos concretos que les beneficien. En este sentido, Aon ha logrado concentrar un equipo de profesionales altamente calificados y experimentados para ayudar a sus clientes en decisiones empresariales complejas y enfrentar junto con ellos, la volatilidad y los riesgos que puedan afectar profundamente sus operaciones y su sostenibilidad. A través de análisis de datos avanzados, modelos predictivos y estrategias de gestión de riesgos personalizadas, Aon puede ayudar a las empresas del Uruguay a proteger sus activos, optimizar su perfil de riesgo e incluso mejorar su resiliencia frente a eventos adversos.

¿Cualquiera puede ser corredor de seguros? O ¿qué lo habilita a ser corredor?

El corredor de forma general se encuentra hasta la fecha regulado en el Código de Comercio, siendo

así de acuerdo con las distintas interpretaciones, comerciante para

La figura del Corredor de Seguros adquiere un rol central en el mercado

algunos y auxiliar de comercio para otros. Esto último plantea dificultades, porque por la sola realización de actos de corretaje que son definidos en nuestro Código como actos de comercio, un sujeto podría llegar a ser considerado corredor saltándose los requisitos que la misma ley impone al establecer un estatuto específico para estos.

De aquí que en lo general, los asegurados deban considerar como socios estratégicos clave a aquellas firmas de riesgo con probada experiencia en el ramo, que cuentan con visión global, que evolucionan constante al ritmo que lo hace el entorno y el empresariado mismo, que ofrecen un

amplio portafolio de servicios así como soluciones consultivas integrales, personalizadas y adaptadas a las características específicas de cada organización, que hacen inversiones en tecnología y cuentan con grandes talentos en su consultoría de riesgos. Con estas características, Aon alienta a las compañías uruguayas a alcanzar sus objetivos comerciales y a que prosperen en un entorno empresarial cada vez más desafiante.

¿No se ha hecho nada al respecto?

Un hito importante en nuestro país fue la sanción de la ley 16.426, que consagra la desmonopolización, ya que hasta esa fecha la cobertura de la mayoría de los riesgos se encontraba en manos del Banco de Seguros del Estado. Se liberó así al mercado de seguros, permitiendo que aseguradoras con probada solvencia pudieran celebrar contratos en aquellos riesgos que hasta la fecha su cobertura le era reservada al Estado. Esta ley crea además la Superintendencia de Servicios Financieros, órgano en la órbita del Banco Central del Uruguay (BCU), supervisor del sistema.

Ya en su texto encontrábamos artículos que referían al intermediario, así, el artículo 3 encomienda el Poder Ejecutivo con el asesoramiento del Banco Central del Uruguay dictar las normas para regular la actividad de los corredores de Seguros y Reaseguros. En su artículo 8 crea una Comisión Honoraria que tiene entre sus cometidos enunciados en el artículo 9, elaborar un anteproyecto de ley a los efectos de regular la actividad de intermediación en materia de seguros. Ley que no ha sido sancionada al momento.

¿Qué espera usted de la aprobación de un estatuto que regule la intermediación en materia de seguros?

Por lo antes dicho, y para dar, en definitiva, cumplimiento a lo estipulado, es primordial sancionar una norma que regule nuestra actividad, habiendo cuestiones básicas a considerarse.

1. La primera de ellas es la obligatoriedad del Registro para todas las personas físicas y jurídicas que ejercemos esta actividad, sin que pueda surgir una doble interpretación sobre este requisito.

2. También, la obligatoriedad de la contratación de un seguro de

Responsabilidad Civil Profesional por errores y omisiones en el desempeño de nuestra función como corredor de seguros, con una cobertura y suma asegurada que garanticen los riesgos a los que estamos expuestos, podría incluso considerarse ya establecerse un monto para no generar inconvenientes en la interpretación.

3. Por último, el establecimiento de consecuencias para aquellos que incumplan con las obligaciones impuestas en la ley.

Las empresas se enfrentan a riesgos interconectados de rápida evolución

En 2018 se sancionó la ley 19.678 que regula con mayor detalle nuestro mercado asegurador. Estamos ante una ley de orden público, esto es, no puede contrariarse por acuerdo de partes, salvo: a) en los artículos que específicamente se establece la posibilidad de pactar en contrario o, b) si se pactaran cláusulas que resultaren más beneficiosas para el asegurado. Creo que en esta ley se perdió la oportunidad de legislar al respecto de la actividad de Intermediación, sólo se lo menciona en un artículo, estableciendo la obligatoriedad de identificar al intermediario en la póliza cuando este haya intervenido.

En conclusión, poseer una variedad de habilidades clave son esenciales para un corredor de seguros de primer nivel: una experiencia precisa para ayudar al cliente a enfrentar la gama de riesgos interconectados de rápida evolución que podrían estar frente a sí; conocimiento profundo sobre las tendencias de mercado, regulaciones que rigen al sector y cambios en las políticas de las aseguradoras; análisis de última generación que ayuden a proteger a las organizaciones y a las personas; ética y personalización en cada solución. Por todo ello en Aon Uruguay creemos que el beneficio final de todo lo que hacemos es permitir que nuestros clientes tomen las mejores decisiones con claridad y confianza para hacer crecer sus negocios. ●

La solución amigable de los conflictos en seguros

Por la Dra. Andrea Signorino Barbat
Consultora internacional en seguros y reaseguros

El arbitraje en materia de seguros ha sido tradicionalmente cuestionado en materia de seguros por tratarse de un método alternativo -a la justicia- de solución de disputas que, según sus detractores, atenta contra la posición débil del asegurado en un contrato de adhesión, además de suponer costos elevados.

Por cierto, esto no se discute en materia de reaseguros donde el equilibrio de fuerzas entre asegurador y reasegurador justifican, sin lugar a duda, el arbitraje y solucionan amigablemente conflictos entre partes que son, por naturaleza, socias en sus negocios.

Tampoco se discute a nivel internacional la valía del arbitraje en materia de seguros de grandes riesgos, donde el contratante tiene poder de negociación a veces mayor que el propio asegurador. Por lástima, en Uruguay no tenemos definición legal de seguros o contratantes de



Dra. Andrea Signorino Barbat

grandes riesgos, como ocurre en España o en Chile, y por lo tanto no podemos realizar diferencias entre este especial tipo de seguros, donde el principio es la negociación, del habitual seguro como contrato de adhesión.

Soluciones alternativas

De todas formas, existen otros tipos de soluciones alternativas de disputas que pueden posibilitar acuerdos extrajudiciales entre las partes que superan los escollos del arbitraje,

referidos al inicio. Se trata de la Resolución Alternativa de Disputas (RAD) y a la Resolución Electrónica de Disputas (RED).

Las soluciones alternativas de conflictos, están ampliamente difundidas en la Unión Europea, donde existen más de setecientos esquemas, como ser el arbitraje, la mediación, el ombudsman, los directorios de quejas, las asociaciones y organismos públicos y privados con áreas de atención de reclamos. En el mundo del seguro en Latino-

américa, Argentina, Chile, Perú, Colombia cuentan con el defensor del asegurado u otros mecanismos de resolución, incluso electrónica u on line.

Alcance

El alcance de las resoluciones es diverso, algunas son vinculantes para ambas partes, otras solo para una, en general en este caso, para el asegurador. Lo que sí deben garantizar estos mecanismos de resolución, para ser efectivos, es el acceso universal de los asegurados, los costos adecuados al asunto en disputa, la objetividad, imparcialidad e idoneidad de los decisores, y la eficiencia y eficacia de la resolución, lo cual implica adoptarla sin dilaciones, en tiempo y forma.

En Uruguay, existe el área de defensa del consumidor que potencialmente puede recibir reclamos en materia de seguros. Asimismo, la Superintendencia de Servicios Financieros, órgano de contralor de la actividad aseguradora. Pero carecemos de un órgano independiente de todos los actores del mercado de seguros que además se especialice

en situaciones problemáticas de seguros. Los reclamos de los consumidores en seguros son muy específicos como especial es la materia de seguros.

Apoyo

Esta herramienta, además, sería un apoyo para el asesor profesional de seguros ya que podría contribuir a su labor, colaborando en la resolución pacífica de controversias del cliente asegurado con las aseguradoras con la cuales trabaja. Es claro que el asesor se involucra, sobre todo a la hora del siniestro, con la gestión del seguro y busca lograr una respuesta adecuada al seguro contratado, de parte del asegurador. Imaginemos que el asesor, ante una situación discutible, pueda aconsejar al asegurado presentar el caso ante un órgano o persona experta, evitando el juicio y el desgaste ante el asegurador con el cual el asesor colabora. Esto puede aplicarse también del punto de vista del asegurador, el cual evitaría conflictos con el asesor y con el asegurado. En suma, estaríamos ante una herramienta que debidamente estructurada, colaboraría con todos los protagonistas del mercado de seguros. Finalmente, aprovecho la ocasión para saludar a todos los corredores asesores en seguros, en su día, destacando su labor esencial de asesoramiento que salvaguarda los derechos de los asegurados y la comercialización profesional de los seguros, todo lo cual redundará en la sanidad de un mercado de seguros próspero.●

MetLife

Su labor va más allá de ofrecer seguros; brindar confianza, apoyo y protección.
Queremos agradecerles y desearles un muy feliz Día del Corredor de Seguros.

 comercial@metlife.com.uy  www.metlife.com.uy

Para el BSE la importancia del papel del Asesor es superlativa

Por Gabriela Serafino
Gerenta del Área Comercial y Vida
del Banco de Seguros del Estado

El BSE es el líder indiscutido del mercado de seguros en Uruguay, y ese liderazgo se sostiene en varios pilares fundamentales e imprescindibles, uno de los cuales es su plantel de asesores profesionales, que, junto a la competitividad e integralidad de la oferta

El Banco de Seguros genera sinergias muy dinámicas con los Asesores

de productos, mantienen el posicionamiento de la marca BSE en el primer lugar del podio. En esta época de consumidores exigentes y desarrollo tecnológico continuo, es necesario buscar en forma permanente la excelencia de los servicios, y la agilidad de las respuestas, sin perder de vista los vínculos personales.

Un profesional idóneo

En ese contexto, la importancia del rol del asesor es superlativa. No olvidemos que el seguro es un contrato de buena fe, mediante el cual el asegurado paga a la compañía por la promesa de ser resarcido en caso de siniestro. Entonces, si bien el momento de tomar la decisión de compra es muy importante, y exige asesoramiento profesional adecuado, para explicar a los clientes los distintos tipos de coberturas y sus alcances, la mayor necesi-



Gerenta del Área Comercial y Vida del BSE, Gabriela Serafino

dad del asegurado aparece con el siniestro, que en general es una situación de vulnerabilidad que requiere un acompañamiento personal empático y profesional. Y allí estará el verdadero asesor de seguros profesional para ayudar, para mejorar la experiencia de los clientes, acercarlos a la compañía haciendo de nexo y acompañarlos en el proceso de reclamación.

El asesor profesional conoce a sus clientes y está preparado para realizar el análisis de los riesgos a los que están expuestos y, en consecuencia, sugerir las coberturas adecuadas y las ofertas disponibles en el mercado.

Apoyo del BSE

Para optimizar la gestión de nuestros asesores, el BSE tra-

baja en forma permanente en el desarrollo y la mejora de las funcionalidades de nuestras herramientas digitales para facilitar su tarea, proporcionarles el mejor acceso a la información y la mayor autonomía posible.

Los Asesores profesionales del BSE son responsables y comprometidos

Nuestros asesores disponen de un escritorio virtual para la emisión de seguros de automóviles, hogar, garantía de alquiler, viajeros y otros que les permiten

resolver la mayoría de las transacciones en minutos, permitiendo de esta manera brindar la respuesta ágil que nuestros clientes merecen y la realidad exige. Asimismo, cuentan con un portal de gestión donde está disponible información útil, novedades, documentos y otros insumos importantes para su trabajo. Además, hacen uso de un software de gestión para todos los flujos de trabajo que requieren intercambios de información, permitiendo de esta manera que el asesor pueda acceder fácilmente al histórico de sus transacciones con el BSE, y también resguardar la documentación enviada.

Todas estas plataformas permiten que el BSE acompañe al asesor en el camino de la transformación digital de este negocio, de forma innovadora y atendiendo los requerimientos de nuestros clientes para dar siempre la mejor respuesta.

Además de poner foco especial en el desarrollo de herramientas digitales, el BSE se preocupa por mantener y profundizar los vínculos personales con nuestros asesores, tratando de demostrarles cada día nuestro apoyo y reconocimiento por la labor que realizan, que es pilar fundamental para el crecimiento de nuestro negocio.

Encuentros enriquecedores

El BSE promueve, destaca y agradece especialmente las instancias de intercambio con las gremiales de Asesores que realizamos sistemáticamente y que

se aprovechan para compartir y analizar en conjunto las oportunidades de mejora en todos los aspectos de la vida de nuestros productos. Estos encuentros son muy enriquecedores y sin duda, repercuten en el desarrollo del mercado de seguros sólido, transparente y maduro que todos queremos. Pero por sobre todas las cosas, permiten esa conexión humana tan necesaria para el desarrollo de sinergias positivas. Estar y sentirnos conectados con nuestros asesores favorece un ambiente de trabajo ameno y colaborativo que resulta en los mejores beneficios y atención de nuestros clientes

Simplificar gestiones

Uno de los conceptos que manejamos en la interna del BSE y que nos guía en la búsqueda permanente de soluciones es el de "hacer la vida fácil". Simplificar al máximo las gestiones para que nuestros asesores puedan dedicar más tiempo a aportar valor en las interacciones con los clientes. Queremos que nuestro "Modo de hacer BSE" sea un atributo diferenciador de calidad asociado a nuestra marca y para ello trabajamos fuertemente y con dedicación.

Por otro lado, bregamos por el profesionalismo de nuestros asesores, la transparencia y la ética en las acciones y el cumplimiento de las buenas prácticas del negocio. En este sentido el BSE cuenta con un Reglamento y un Código de Ética que marca las pautas de los comportamientos esperados y que es respetado por nuestros asesores profesionales. Por eso nuestros clientes pueden tener la tranquilidad que, además del respaldo y la confianza que garantiza la marca BSE, nuestros asesores son profesionales responsables y comprometidos.

Resultados exitosos

El BSE cuenta a la fecha con más de 60 Agencias distribuidas en todo el país. Las agencias del BSE son corredores exclusivos presentes en todos los departamentos, que nos permiten una mayor cercanía con nuestros clientes en las localidades donde están ubicadas. Potencian la presencia del BSE con oficinas establecidas y son reconocidas por su compromiso con el desarrollo de los mercados locales. Venimos trabajando fuertemente con nuestras Agencias para establecer metas comerciales desafiantes, y con alegría podemos decir que los resultados están siendo exitosos. ●



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

Miembro de



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

El importante rol de los Agentes

El Presidente del Círculo de Agentes, Daniel Abal, destacó al Suplemento de Seguros de El Observador los principales valores que sustentan la gestión de los Agentes. El ejecutivo dijo que “los Agentes del Banco de Seguros del Estado que operan en todo el país, cumplen su labor con Responsabilidad y Honestidad, dado que en cada localidad donde se encuentra una Agencia, el Agente es un referente en el lugar, y el asegurado y las personas en general, consideran que es el propio BSE que a través de su representante, se encuentra presente en ese lugar. Para ello debemos contar con colaboradores que se involucren con nuestra gestión, y que además cumplan con los valores mencionados”.

¿Las Agencias del Círculo de Agentes consolidan y expanden la cultura aseguradora?

No tengo ninguna duda que las Agencias que integran nuestro Círculo de Agentes contribuyen a la consolidación y expansión de la cultura aseguradora. El Agente es un referente en la localidad en la cual desarrolla su actividad, por lo tanto, se involucra en toda actividad que pueda colaborar

en proporcionar la información necesaria, para que cada persona pueda comprender el significado y la importancia del seguro. Hay que seguir trabajando en ello, porque a pesar de todo el esfuerzo realizado por los Agentes y el resto de Asesores que intervienen en el mercado, todavía hay mucha desinformación en la población respecto a la importancia de contratar una Póliza de Seguros.

¿En qué medida los Agentes registran procesos de capacitación para enfrentar un mercado cada vez más complejo?

Estamos convencidos y así lo hemos manifestado cada vez que se propone el tema, que la capacitación resulta indispensable para poder brindar un servicio de calidad. Nuestra actividad es muy dinámica, y debido a ello, tenemos que estar cada vez más preparados profesionalmente. En esa línea y por considerarlo de vital importancia, el Círculo de Agentes viene trabajando en cursos de capacitación para los Agentes y sus colaboradores, porque pretendemos cada día, que se pueda realizar un asesoramiento adecuado a las necesidades de los clientes. En FAPROSU, institución que



Presidente del Círculo de Agentes, Daniel Abal

integramos junto a las otras dos prestigiosas agrupaciones de Asesores (APROASE y CUAPROSE), también estamos trabajando en ese sentido. Nuestra idea es poder realizar cursos de capacitación en forma permanente, para que el Asesor tenga la importancia que debe tener y sea el principal intermediario al momento de la contratación de una Póliza.

¿Cómo califica el vínculo del Círculo de Agentes con el BSE?

Nuestro vínculo con el BSE siempre ha sido cordial. Trabajamos en conjunto analizando procesos de mejoras y nuevos productos que puedan potenciar nuestra activi-

dad. Mantenemos periódicamente espacios de diálogo, aportando desde nuestro sector consideraciones que entendemos importantes, con el fin de colaborar a mantener a dicha institución como la principal empresa aseguradora del mercado.

¿Considera que pese a los constantes avances tecnológicos el trato personalizado, el apretón de manos, simboliza el acercamiento entre el cliente y la aseguradora?

Sin lugar a dudas, el trato personalizado siempre nos mantiene más cerca del cliente y fortalece la relación entre Agente y Asegurado. Si bien el trabajo a distancia nos permitió continuar desarrollando nuestra actividad durante la terrible Pandemia a la cual nos enfrentamos, tanto nosotros como nuestros asegurados, nos adaptamos a dicha modalidad, pero, el tratar en forma personal con el Asegurado fortalece el vínculo y genera confianza. Es fundamental que existan avances tecnológicos, porque ello nos permite desarrollar nuestra tarea en forma plena. Hoy contamos con herramientas que de no ser por ellas no podríamos realizar nuestra actividad con la precisión, efi-

cacia y rapidez como lo exige el mercado.

¿Cuál es su visión sobre el actual mercado de seguros?

El mercado de los Seguros se ha tornado muy competitivo. Ello obliga a las empresas a trabajar en forma permanente en la creación de nuevos productos, en la mejora de procesos, en ajuste de las primas, para tratar de no perder su porción de mercado y captar nuevos clientes. Debido a ello, la importancia que tiene la capacitación y la profesionalización de nuestra actividad. Entiendo además, que la competencia debe ser la adecuada, no se puede usar cualquier mecanismo para tratar de vender. Nos debemos mover dentro de los límites que marca la ética y lograr con ello un mercado más saludable. Este mercado se ha desarrollado en los últimos años y va a continuar creciendo, por lo tanto, reitero, estar verdaderamente capacitado debe ser nuestra consigna para poder brindar un servicio de calidad dentro de las normas éticas, basado en valores como el Compromiso, la Responsabilidad y la Honradez. En resumen, es el Asesor, Agente, Corredor, el que cuenta con el conocimiento y la experiencia necesaria para la intermediación en el mercado de los Seguros, cumpliendo su tarea dentro de las normas éticas, sustentado en la Responsabilidad y la Honestidad. ●

OCTUBRE

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

UN DÍA PARA CELEBRAR LO QUE DAS TODOS LOS DÍAS.
¡FELIZ DÍA DEL ASESOR!



Se opera en un mercado de seguros consolidado que da garantías

APROASE genera constantes acciones en defensa del Corredor y del asegurado

La Agrupación de Profesionales Asesores en Seguros (APROASE), genera constantes sinergias que bregan por la defensa y jerarquización de la profesión y que redundan positivamente en el consumidor. El Presidente de la organización empresarial, Esteban Bello y el Secretario General, Matías Stagnari, resaltaron el importante rol que cumplen los Corredores en un mercado cada vez más técnico y complejo.

Resaltan los valores que sustentan la gestión del Corredor

Los ejecutivos significaron que desde APROASE y ahora también desde FAPROSU pretendemos mantener un diálogo fluido con las compañías aseguradoras, que redunde en beneficio del mercado asegurador. Bello y Stagnari expresaron asimismo que se opera en un mercado de seguros consolidado y con buena proyección para lo que resta del año. Es un mercado que da garantías, y hay vastas muestras de eso muy recientes, con respuestas a siniestros de alto impacto

¿Qué mensaje le extienden a los Corredores de Seguros al celebrarse hoy el Día del Corredor Asesor?

E. Además del saludo y felicitación en nuestro día para todos nuestros asociados y colegas en todo el país es una buena oportunidad para invitarlos a asociarse a APROASE y seguir bregando por la defensa y jerarquización de nuestra profesión contribuyen-



Secretario General de APROASE, Matías Stagnari y Presidente de APROASE, Esteban Bello

do a la difusión de la actividad, y trabajar de manera continua en la profesionalización de los Corredores a través de su formación permanente.

M. Comparto el mensaje y subrayo la relevancia de la participación de los colegas que nos ayuda desde los espacios de discusión a mejorar la actividad y el mercado de seguros permanentemente.

¿Cuáles son los principales valores que sustentan la actividad del Corredor profesional frente a otros canales de venta?

E. Fundamentalmente es el estar cerca del asegurado, conocer sus necesidades de coberturas, ser depositarios de su confianza informándoles y asesorándoles de manera eficiente, estando muy presente en caso de siniestros.

Estos son aspectos que ningún otro canal de venta puede darle a una persona cuando contrata un seguro.

M. Hoy más que nunca el saber informar las cosas importantes del contrato de seguros. Si el que está atrás del mostrador es un vendedor de seguros y no un asesor de seguros es posible que muchos aspectos relevantes del contrato no los ponga sobre la mesa, porque solo le importa vender. Lo hemos visto innumerables veces.

¿APROASE sigue haciendo foco en las instancias de capacitación que permiten enfrentar mejor los procesos de gestión en un mercado cada vez más complejo?

E. Si, en APROASE, a través de la Comisión de Capacitación, se rea-

lizan permanentemente actividades de capacitación para nuestros asociados que buscan darle herramientas al profesional para desarrollar su actividad en un mercado más complejo cada día.

M. Hace pocos días, en conjunto con la Confederación Panamericana de Productores de Seguros (COPAPROSE), desarrollamos una instancia de capacitación internacional sobre la evolución intergeneracional del corredor de seguros y la gestión del negocio. Realmente fue muy fructífera y participaron más de 100 colegas de 12 nacionalidades diferentes. Ese es otro rol importante de APROASE, el estar en contacto con organizaciones y colegas de todo el continente.

¿Cómo califica el relacionamiento de APROASE con las compañías de seguros?

E. Desde APROASE y ahora también desde FAPROSU pretendemos mantener un diálogo fluido con las compañías aseguradoras que redunde en beneficio del mercado asegurador. Actualmente el mundo digital ha modificado la forma de llegada que se tiene con los asegurados. En ese sentido, algunas aseguradoras desarrollan campañas de marketing que dejan de lado al asesor profesional de seguros, que es su principal socio estratégico, y que finalmente es quien termina asesorando al cliente acerca de tal o cual producto que esa compañía está promocionando.

¿Cuáles son las principales dinámicas que debe

desarrollar el sector para potenciar la cultura aseguradora del país?

E. Se deben buscar las herramientas y desde APROASE y FAPROSU

La institución desarrolla permanentes instancias de capacitación

lo estamos haciendo a través del mundo digital para llegar masivamente a muchas más personas y afirmar el concepto de que somos los asesores profesionales los que velamos por sus intereses frente a las Compañías aseguradoras. Muchos asegurados y clientes piensan que somos un anexo o un agente de la aseguradora cuando en realidad somos quienes articulan el negocio y defienden los derechos del asegurado frente a la compañía cuando ocurre un siniestro.

M. Los principales actores del mercado de seguros deberán participar en los planes de estudios sobre finanzas que recientemente se han promovido por parte de las autoridades. Esto nos resulta muy relevante para concientizar sobre la importancia del seguro y necesariamente debemos participar como referentes a la hora de asesorar a los ciudadanos desde una visión profesional.

¿Cómo visualizan la operativa actual del mercado asegurador?

E. Veo un mercado de seguros consolidado y con buena proyección para lo que resta del año. Capaz de acompañar todos los sucesos que puedan devenir basándose en la solidez y seguridad que transmite actuando rápida y eficazmente cuando la ocurrencia de siniestros lo amerita. M. Sin lugar a dudas es un mercado que da garantías, y hay vastas muestras de eso muy recientes con respuestas a siniestros de alto impacto. Agudizando un poco la mirada y desde la óptica de la operativa de la gestión administrativa, vemos muchas oportunidades de mejora en la atención al corredor y en lo que son los sistemas tecnológicos que requieren mayor desarrollo e integración. La gestión administrativa muchas veces se impone sobre aspectos más relevantes como son el asesoramiento propiamente dicho y la venta. Desde nuestro rol eso nos desvela. ●

Agrupación de Profesionales Asesores en Seguros

25 de Octubre de 2024

*

En épocas de poca atención y tiempos que apremian, el rol del Asesor de Seguros se convierte en esencial para transmitir a los consumidores los aspectos fundamentales que solo su conocimiento especializado puede brindar, con el énfasis justo, para que el seguro cumpla plenamente su función como herramienta de protección.

FELIZ DÍA DEL ASESOR Y AGENTE DE SEGUROS

Colonia 1007, piso 2 - Tel. 29002553 | Email: aproase@aproase.com.uy
www.aproase.com.uy | APROASEuy | aproase

La atención personalizada es el buque insignia de la compañía

Pavone: la confianza, la buena fe y el compromiso sustentan el vínculo de HDI Seguros con los Corredores

HDI Seguros fomenta “el trato directo con nuestros Corredores Asesores, a quienes buscamos también formar, pues son nuestra carta de presentación en el mercado”, afirmó Álvaro Pavone, Jefe del Departamento Comercial de la compañía.

El ejecutivo resaltó asimismo al Suplemento de Seguros de El Observador los valores sobre los que se asienta el sólido vínculo de la organización con esos profesionales. Pavone sostuvo, en otro plano, que HDI Seguros registra un buen crecimiento, al tiempo que prevé lanzar nuevos productos al mercado.

¿Cuáles son a su criterio los principales valores que sustentan el vínculo de HDI Seguros con los Corredores Asesores y qué apoyo brindan a su fuerza de ventas?

En HDI consideramos a nuestros Corredores Asesores, no solo profesionales vinculados comer-

Es un mercado solvente en el que las compañías trabajan en sana competencia

cialmente, sino también socios estratégicos, que trabajan codo a codo junto a nosotros. Representan nuestra principal fuente de venta y contacto con los asegurados. Los valores en que se sustenta esta relación claramente son la confianza, la buena fe y el compromiso. Buscamos permanentemente afianzar el vínculo para que se sienta la cercanía, trabajando fuerte en relaciones fluidas donde destaca la atención personalizada y de calidad.

¿Qué comportamiento registra la organización en lo que transcurre del año y cuáles son las previsiones para el cierre de 2024?

Venimos con un buen crecimiento. Se prevé un cierre de año según lo proyectado, manteniendo un crecimiento en la participación de mercado, como viene ocurriendo en los últimos años. También esperamos poder concretar el lanzamiento de nuevos productos, sobre los que se viene trabajando.

¿En qué medida el equipo de trabajo de la compañía con-



Álvaro Pavone, Jefe del Departamento Comercial de HDI Seguros

tribuye al fortalecimiento de la relación con el Corredor?

El compromiso de nuestro equipo de trabajo en relación a la calidad de la atención al Corredor, es fundamental para seguir fortaleciendo las relaciones cercanas y de confianza con ellos. La compañía ha acompañado el buen crecimiento que hemos registrado en los últimos años a nivel de Primas con un aumento importante en la cantidad de colaboradores. Es por esto, que internamente trabajamos mucho en inculcar los valores y las fortalezas de la compañía en el mercado. La atención personalizada es nuestro buque insignia, y a eso se llega solo con un equipo comprometido y preparado, que pueda atender a nuestros clientes en forma ágil, dinámica, y por sobre todo eficaz. Al cierre de cada gestión nuestro cliente tiene que quedar con el planteo resuelto y una sensación positiva.

¿La empresa apunta este año a potenciar su gestión en el Interior del país?

Venimos creciendo en forma sostenida en el Interior, donde nuestra marca es cada vez más reconocida, no solamente por la presencia a nivel de Corredores locales y cartelería sino también por la recomendación que se da entre asegurados y entre los propios corredores, lo que es motivo de satisfacción e incrementa nuestro compromiso de brindar un servicio de excelencia.

¿Qué cambios tecnológicos ha generado este año HDI Seguros?

Desde el punto de vista de la tecnología, este año hemos terminado de concretar el cambio de

nuestro sistema informático, por lo que ha sido un año de arduo trabajo en ese sentido, pero ya se han comenzado a ver los resultados, muy satisfactorios, por cierto. Nuestros Corredores, a quienes en cada oportunidad que podemos

La compañía registra un sostenido crecimiento en el Interior

¿Más allá de los sostenidos avances tecnológicos considera que el trato directo y personalizado con el Corredor es una fortaleza a destacar en los procesos de gestión de la empresa?

Absolutamente. El trato personalizado de calidad es nuestro diferencial frente a colegas del mercado. Nuestros Corredores

tienen que sentir la cercanía de HDI en todo momento. Pueden a una llamada telefónica hablar con cualquier ejecutivo o jerarca de HDI, estamos para que eso ocurra. Fomentamos el trato directo con nuestros Corredores Asesores, a quienes buscamos también formar, pues son nuestra carta de presentación en el mercado.

¿Cómo visualiza, en términos generales, el comportamiento del mercado de seguros de Uruguay?

El mercado viene teniendo un desarrollo correcto. Este año por suerte no hemos tenido grandes siniestros y se están logrando resultados aceptables en Carteras que suelen ser complicadas como las de autos. El mercado uruguayo se caracteriza también por ser un mercado sano en que todas las compañías trabajan con responsabilidad, en sana competencia, ayudando entre todos a que el cliente sienta la cercanía del seguro como una herramienta financiera y social. ●

HDI
SEGUROS

Somos Seguros
www.hdi.com.uy

- Property
- Responsabilidad Civil
- Automóviles
- Transporte
- Vida

Con presencia en todo el país, la compañía se acerca a sus clientes

Seguros SURA innova y crea soluciones en todo Uruguay

Desde hace más de 20 años, Seguros SURA ha trazado un camino sólido hacia la expansión y consolidación en el mercado local. Su presencia en diversas ciudades del país y su compromiso con la innovación han posicionado a la empresa como un actor clave en el mercado asegurador.

En el marco del Día del Corredor de Seguros, la compañía reafirma su compromiso con la cercanía con sus clientes y corredores, comprendiendo sus necesidades para ofrecerles soluciones personalizadas.

Red de sucursales

Este compromiso se ha traducido en una estrategia de expansión territorial que ha llevado a la apertura de oficinas en ciudades como Maldonado, Canelones, Durazno, Colonia, Paysandú, Salto y Rivera. Esta red de sucursales facilita la atención directa a los corredores y clientes y refleja la visión a largo plazo de la compañía.

“La expansión no se trata solo de tener más presencia física, sino de generar valor y confianza en cada rincón del país”, señaló Enrique Ruiz, coordinador de Sucursales de Seguros SURA.

En este camino, uno de los proyectos más recientes y ambiciosos de Seguros SURA es la creación del nuevo centro de servicios en Paysandú, que será un nodo estratégico para toda la región del litoral oeste.

Rapidez y eficiencia

Este centro, que comenzará a operar en diciembre de este año, no solo se enfocará en brindar aten-

La compañía operará nuevo Centro de Servicios en Paysandú

ción a clientes y corredores, sino que incluirá un centro integral de gestión de siniestros, mecánica ligera, venta de repuestos y cargadores eléctricos para autos, entre otros servicios. “Queremos que nuestros clientes y corredores puedan resolver todas sus necesidades en un solo lugar de manera rápida y eficiente”, comentó Ruiz, destacando el carácter innovador del proyecto.

Con un edificio de 300 metros cuadrados de oficinas y una explanada de 700 metros cuadrados para vehículos, este centro de ser-



Enrique Ruiz, coordinador de Sucursales de Seguros SURA



Seguros SURA: una marca en constante proceso evolutivo

vicios marcará un hito en la forma en que las aseguradoras operan en el país. Según Ruiz, este proyecto “es el resultado de escuchar a nuestros clientes y entender que

necesitan una atención integral y cercana. Paysandú es un mercado clave para nosotros, y este centro será un modelo que esperamos replicar en otras regiones”.

Innovación para el agro

Uno de los sectores en los que Seguros SURA ha tenido un impacto significativo es el agropecuario. La empresa ha trabajado para adaptar

sus productos a las necesidades específicas de los productores rurales, ofreciendo no solo seguros de granizo, sino también productos adicionales como coberturas para cultivos no tradicionales. “El agro es un pilar fundamental de la economía uruguaya, y para nosotros es esencial estar a la vanguardia en la oferta de seguros que cubran las

Para la empresa es esencial estar a la vanguardia en la oferta de seguros para el sector del agro

particularidades de este sector”, explicó Ruiz.

También destacó el desarrollo de productos paramétricos que permiten medir el riesgo mediante índices como el NDVI (índice verde). “Estamos invirtiendo en tecnología para ofrecer soluciones más precisas y flexibles, que se

adaptan a la variabilidad climática y a las necesidades de los productores”, afirmó el coordinador de Sucursales.

“Sabemos que el clima es uno de los mayores desafíos para el agro, por eso es fundamental ofrecer pólizas que brinden estabilidad a largo plazo”, agregó.

Charlas técnicas

Una de las iniciativas más destacadas de Seguros SURA ha sido la organización de charlas técnicas

La compañía es un actor clave en el mercado asegurador

enfocadas en el sector agropecuario, que han contado con una gran aceptación por parte de los productores. “Nos esforzamos en brindar a nuestros clientes y corredores la información más actualizada sobre temas clave, como el clima y la gestión de siniestros”, comentó.

Estas charlas, que se realizan de manera regular, permiten a la empresa mantener un contacto cercano con sus clientes y estar siempre al tanto de sus inquietudes. Según Ruiz, “las charlas no solo son una oportunidad para transmitir co-



Enrique Ruiz: la red de sucursales facilita la atención directa a los corredores y clientes

nocimiento, sino también para escuchar a nuestros clientes. Cada charla es una oportunidad para mejorar y adaptarnos a lo que el mercado realmente necesita”.

De cara al futuro, Seguros SURA planea continuar con estos ciclos de charlas, tanto para la campaña de invierno como para la de verano, abarcando temas cada vez más específicos y técnicos. “Queremos ser un referente no solo en cober-

turas de seguros, sino también en la generación de conocimiento y en el acompañamiento técnico de nuestros clientes”, enfatizó Ruiz.

El valor del corredor

La empresa ha apostado por brindar a los corredores herramientas tecnológicas que les permitan gestionar cotizaciones y pólizas de manera más ágil. “Hoy en día, la velocidad es clave. Hemos im-

plementado sistemas que permiten a los corredores cotizar en menos de 24 horas, lo que mejora enormemente la experiencia del cliente”, subrayó. Esta transformación mejora la eficiencia operativa y refuerza el vínculo de confianza entre la empresa y los corredores. Además, la compañía ha intensificado la capacitación de los corredores, ofreciéndoles charlas técnicas y talleres enfocados en productos

específicos, como los seguros agropecuarios. “Queremos que nuestros corredores estén siempre un

La organización genera valor y confianza en todo el país

paso adelante, que tengan todas las herramientas para asesorar de manera experta a nuestros clientes”, afirmó Ruiz. Estas iniciativas han sido muy bien recibidas por los corredores, quienes valoran la oportunidad de formarse y actualizarse constantemente.

Mirando al futuro

El plan de expansión territorial de Seguros SURA no se detiene en Paysandú. La empresa tiene previsto abrir nuevas oficinas a principios de 2025, así como realizar un rediseño de algunas sucursales.

Este ambicioso plan busca al mismo tiempo ampliar la presencia física de la empresa y mejorar su capacidad de respuesta en todo el país. “La expansión no es solo abrir nuevas oficinas. Es un cambio integral en nuestro modelo operativo, con mayor inversión en tecnología y en la calidad de los servicios que ofrecemos”, concluyó Enrique Ruiz. ●

SEGUROS

sura



¡Feliz día del corredor!

Para nuestros solucionadores del día a día.

San Cristóbal Seguros impulsa una cultura de cercanía para que el Asesor se sienta parte de la organización

San Cristóbal Seguros Uruguay genera una cultura de cercanía y desarrolla procesos y procedimientos robustos que buscan trasladar su propuesta de valor a los corredores de todo el país, expresó Sebastián Dorrego, Gerente General de la organización.

Afirmó asimismo al Suplemento de Seguros de El Observador que “culminado el tercer trimestre del año, la compañía continúa en el trayecto de consolidación del resultado técnico, con resultados positivos”.

Diversificación territorial

Sebastián Dorrego expresó además que “la diversificación territorial nos ha permitido alcanzar los objetivos de posicionamiento y rentabilidad tan importantes para una compañía de seguros. Los datos de la cartera muestran la evolución efectiva y eficiente de los resultados observados y nos dejan la pauta que estamos en el camino correcto”.

¿Cómo califica el relacionamiento de la compañía con los corredores y cuáles son las principales acciones de apoyo a estos profesionales?

Desde el inicio de la actividad de San Cristóbal Seguros en Uruguay, hemos definido que nuestro canal de comercialización por excelencia son los y las corredores/asesores de seguros. Son nuestro principal socio comercial estratégico y como tal nuestro foco está en consolidar relaciones sólidas y de largo aliento. Para ello hemos construido procesos y procedi-

Consolidación de la cartera de automotores posibilitó un crecimiento que es rentable

mientos robustos que buscan trasladar nuestra propuesta de valor al canal, para lograr mayor rentabilidad con una cultura de ganar-ganar muy marcada.

Dentro de los principales atributos que tiene la compañía es una cultura de cercanía, donde nos gusta que los y las corredores de seguros se sientan parte, escuchados, con una apertura al diálogo en busca de mejorar cada instancia de interacción, robusteciendo la oferta comercial y



Sebastián Dorrego, Gerente General de San Cristóbal Seguros

adaptándonos a la demanda y necesidades de un mercado cada vez más exigente. Nuestros planes de crecimiento y desarrollo buscan contribuir con la profesionalización de los profesionales del sector, con herramientas comerciales y tecnológicas que se ponen al servicio de nuestros socios comerciales. Brindamos capacitaciones en temas técnicos y de habilidades blandas, compartimos y facilitamos experiencias de alto impacto para potenciar el servicio que estos le brindan a sus clientes, nuestros asegurados.

¿En qué medida el Interior es gravitante para los procesos de gestión de la compañía?

Desde el primer día entendimos que, para lograr mejores resultados, San Cristóbal debe ser una compañía de todo el País. Por ello nuestro plan de expansión incluye cada localidad y departamento de la República. Este ejercicio que va culminando ha marcado el desembarco de la compañía en casi la totalidad del territorio con más de 15 oficinas de corredores Insignia y corredores que comercializan nuestros productos en todos los departamentos, sin duda que es el mayor orgullo para nosotros.

Estos profesionales han apostado fuertemente por nuestra compañía y encontraron una sinergia de trabajo muy buena, desde planes de desarrollo hasta la cercanía en la liquidación de siniestros.

Ampliamos nuestra red de talleres colaboradores, acompañamos en actividades e iniciativas que tienen un impacto social muy grande en el interior del País.

Esta diversificación territorial nos ha permitido alcanzar los objetivos de posicionamiento y rentabilidad tan importantes para una compañía de seguros.

¿Qué procesos de mejora desarrolló San Cristóbal Seguros en el curso de este año?

La mejora continua de nuestros procesos de suscripción, liquidación de siniestros, administración de carteras han sido el foco de este ejercicio.

Hemos escuchado a nuestros corredores, donde estaban las oportunidades de mejora y trabajamos en consecuencia. Adoptando metodologías ágiles que permitieron innovar y ejecutar proyectos a mayor velocidad, logrando que todos los colaboradores de la compañía entiendan el propósito y de deban a las relaciones comerciales con nuestra red de corredores. Este ejercicio nos encuentra con el desarrollo de mejores herramientas tecnológicas que pretenden dotar de autonomía al canal, a su vez evolucionando nuestro portafolio de productos para alcanzar un espectro más amplio de coberturas y solucionando demandas insatisfechas.

El programa de Impulso Comercial y el Todos a Bordo ha sido un éxito en términos de re-

sultados, donde la información de performance de las carteras y herramientas para poder gestionar los puntos de dolor, contribuyen al cumplimiento de los objetivos.

¿Qué comportamiento registra San Cristóbal Seguros en lo que transcurre de 2024 y cómo estima que concluirá el año, en términos de rentabilidad y suscripción?

Culminado el tercer trimestre del año, la compañía continúa en el trayecto de consolidación del resultado técnico, logrando resultados positivos. Esto es mérito de todos quienes formamos parte de San Cristóbal Seguros, porque aceptamos los cambios, nos fortalecimos en las decisiones tomadas y buscamos oportunidades nuevas de negocio.

La siniestralidad ha tenido un comportamiento dentro de lo esperado en nuestras proyecciones, esto es un reflejo de la política de suscripción de riesgos, la tarificación correcta y la eficiencia en la gestión de los siniestros.

Trabajamos con un equipo técnico muy experimentado, que junto a las áreas de Analytics nos permiten tener información de comportamiento con mayor agilidad, esto es muy importante para la toma de decisión. Los datos de la cartera muestran la evolución efectiva y eficiente de los resultados observados y nos dejan la pauta que estamos en el camino correcto.

¿Cuáles son los ramos que registran en la actualidad mayor crecimiento en la compañía?

Uno de nuestros objetivos estratégicos se enmarca en la diversificación del portafolio de la compañía, para ello lanzamos productos nuevos, ramas nuevas y el crecimiento de estas carteras ha sido satisfactorio en el transcurso del ejercicio.

Logramos una participación muy importante de productos como Combinado familiar, Garantía de alquiler y otros productos que brindan soluciones a los segmentos individuos y Pymes. La consolidación de la cartera de automotores ha permitido un crecimiento rentable, que ayuda mucho al desarrollo de nuevas y mejores coberturas para los clientes.

¿En qué medida el equipo de trabajo de la organización contribuye al crecimiento de la marca en el mercado uruguayo?

El equipo de colaboradores de San Cristóbal se caracteriza por ser un grupo muy comprometido, con mucho empuje y con el propósito claro.

Adoptamos nuevas formas de hacer las cosas y su participación en cada momento de la vida de una póliza hace que la propuesta de valor llegue con claridad y se caracterice por ser de las más reconocidas por los corredores. Brindamos oportunidades de desarrollo profesional, capacitaciones en aspectos técnicos y otras herramientas que construyen las personas del hoy y el futuro. Este reconocimiento que recibimos todos los días, de ser una compañía cercana, de puertas abiertas es muy gratificante para todos quienes formamos parte de San Cristóbal Seguros.

¿Cuáles son, a su criterio, las principales acciones que debe encarar el mercado para potenciar la cultura del seguro en Uruguay?

En el marco de AUDEA el mercado asegurador privado cuenta con un plan estratégico que aborda muchas aristas asociadas a esta temática. Ha sido una construcción en la que nos involucramos todas las compañías del sector privado y el trabajo colaborativo ha sido muy bueno. Muchas de las iniciativas ejecutadas y las planificadas para el futuro buscan tener un impacto importante para la sociedad en su conjunto. ●

El Grupo San Cristóbal genera positiva estrategia antifraude

El Grupo San Cristóbal articuló una positiva estrategia antifraude que le evitó pagar más de 7 millones de dólares en un período de doce meses. A continuación exponemos tres casos reales que la organización evitó que se consumaran en Argentina.

Se toma la cobertura de un vehículo contra todo riesgo en base a fotografías que muestran también el número de patente e identifican al vehículo como un Audi A 5 de color "gris monzón" con ventana en el techo de color negro. El titular del seguro denuncia que le robaron el vehículo dos sujetos armados en una moto, quienes se dieron a la fuga. No hay testigos y las cámaras del lugar no indican que el hecho haya ocurrido, ni la presencia allí del asegurado ni de los supuestos ladrones.

Sospechas

El liquidador sospecha y se contacta con el anterior dueño del vehículo, quién declara que le vendió al asegurado un auto Audi A 5 con esa patente, pero que no es el vehí-

culo que muestra la foto. Dijo que le vendió "restos" pues había tenido un siniestro con pérdida total que no había sido indemnizado por lo tener cobertura de casco. Indica que el vehículo vendido era de color gris plata y no poseía ventana en el techo. Dice asimismo que el comprador retiró el vehículo con una grúa, ya que no tenía movilidad propia. El liquidador consulta a la concesionaria Audi, que certifica que esa patente correspondía a un Audi color gris plata y no gris monzón. Se rechaza el siniestro por fraude y el juez abrió la causa penal a prueba.

Otra maniobra

Un asegurado contrata un seguro con cobertura todo riesgo, con inicio de vigencia el 7/4/21. El 19/5/2021 denuncia que "circulaba por la Avda. Santa Fe desde Olivos hacia San Isidro, cuando de repente, sin lograr frenar y querer pasar por su lado izquierdo, impacta con un automóvil Focus en su parte trasera del lado izquierdo, producto de que fue encerrado". Denuncia como fecha de ocurrencia del hecho el 6/5/21.

El 20/5/2021 la dueña del Focus hace la denuncia (como tercera damnificada), reclamando el pago

de una indemnización. Aduce que en su aseguradora no posee cobertura de daños parciales. Indica que el hecho ocurrió el 6/4/2021.

Rechazo

El liquidador le pide al tercero ratificación de la fecha del hecho y se comunica con la otra aseguradora, la cual certifica que le denunciaron ese hecho como ocurrido el 6/4/2021. Se rechaza el siniestro por fraude e inexistencia de cobertura al momento de la ocurrencia del hecho.

El juez ha abierto la causa penal a prueba. La aseguradora imputó al asegurado y al producto, señalando que este participó del intento de fraude.

Un nuevo caso

Un asegurado denuncia que, estando aparcado en una estación de servicio una persona subió a su automóvil, le arrebató las llaves, lo bajó del vehículo y fugó con el mismo.

Las cámaras de la estación detectan la presencia del auto, que una persona (ya estaba el conduc-

tor asegurado adentro) se subió al vehículo y que unos minutos después se intercambian el lugar del conductor y ambos se van en el automóvil.

El rodado no estaba registrado a nombre del asegurado. El liquidador de San Cristóbal Seguros se comunica con el titular registral, que atestigua que:

a) Hace tres meses le "vendió" el auto al asegurado, permitiéndole

Si se evitan los fraudes se potencia toda la cadena de valor de las compañías

que pagara un adelanto y cuotas.

b) Como no pagó desde la segunda cuota, convinieron deshacer la operación y encontrarse en la estación de servicio para la devolución del vehículo.

c) Que fue él quién ascendió al automóvil y luego ocupó el lugar del conductor.

d) Que el mismo llevó al asegurado en el auto a su casa y allí lo dejó.

Ante la evidencia el asegurado desistió de su reclamo. Igualmente la compañía inició la acción penal contra él y el juez ha abierto el juicio a prueba. ●

La unión hace la fuerza

Mariano Bravo, Gerente Corporativo de Prevención del Fraude y Lavado de Activos del Grupo San Cristóbal, afirmó durante un Taller de Especialización y Capacitación (TECS) organizado en Montevideo por San Cristóbal Seguros Uruguay que "para la prevención del fraude de las compañías tienen un interés común. En Argentina se alían con organizaciones del rubro y comparten prácticas, información confidencial, responsable y seria. La unión hace la fuerza". El ejecutivo sostuvo asimismo que "tener menos fraudes aporta beneficios al sistema asegurador porque mejora los procesos tarifarios, genera mejores productos y más coberturas. Es decir, potencia toda la cadena de valor de las compañías de seguros". ●

25 de Octubre

Compromiso, que nos une para lograr grandes metas y proteger lo que más importa

¡Feliz día del corredor y corredora de seguros!



San Cristóbal
Seguros

Grupo
San Cristóbal

EL SEGURO Y SUS PROTAGONISTAS

Fernando Viera, casi 30 años de sólida travesía profesional y por cuyas venas corre la sangre azul de Porto Seguro

El Presidente de Porto Seguro, Fernando Viera, es un referente en el mercado asegurador porque impulsó y consolidó una compañía de vanguardia que se identifica por su perfil pionero y disruptivo. El ejecutivo inició su travesía (como diría el gran Fernando Pessoa) hace casi 30 años sustentado en los valores que genera la disciplina, la tenacidad, el temple optimista, el compromiso a ultranza con la marca y la empatía con los Corredores y los asegurados. Fue un proceso evolutivo sólido, no exento de dificultades y riesgos, que moldearon su trayectoria profesional. Con un estilo reflexivo y analítico, en ocasiones jovial, Fernando Viera narró al Suplemento de Seguros de El Observador las instancias más significativas que marcaron la fuerte inserción de Porto Seguro en un mercado altamente competitivo.

¿Cuándo ingresó a Porto Seguro y cuáles fueron los procesos de gestión innovaciones que desarrolló la compañía en el mercado asegurador?

Mi trayectoria profesional comenzó el 15 de mayo de 1995 y la compañía abrió sus puertas el 19 de junio de ese año con doce personas y un solo producto: Automóviles. Para mí fue un hito muy relevante (tenía 22 años) porque la empresa enfrentaba un horizonte de desafíos disruptivos, en productos y en estándares de servicio, que incluían vínculos proactivos con los corredores asesores y los clientes. Durante ese período fuimos capacitados por el entonces Gerente General de Porto Seguro, Leandro Suárez, en diversas áreas operativas: condiciones generales de

Tres pilares corporativos, disciplina, humildad y trabajo

la póliza, cálculo de una póliza, emisión manual en el momento, liquidación de siniestros también en forma manual, etc. Eran tiempos de perfil muy artesanal. Los conocimientos adquiridos en esa década de los años 90 me permitieron interiorizarme de la complejidad del negocio y de sus potencialidades de desarrollo.

La primera innovación que introdujo la compañía en el mercado fue la emisión de pólizas en el momento. El automóvil que se quería asegurar se trasladaba a un sector ubicado en el fondo de la sede de Br. Artigas 2025, denominado Vistoria, donde se so-



Fernando Viera, Presidente de Porto Seguro

El glorioso Peñarol, el taekwondo y el boxeo

Fernando Viera es hincha acérrimo de Peñarol al cual califica, a rajatabla, de "El Glorioso". Esboza una sonrisa cómplice cuando recuerda, por ejemplo, que Peñarol fue en 1982 campeón de la Copa Libertadores de América y, ese mismo año, de la Copa Intercontinental. El equipo aurinegro atesora tres Intercontinentales y cinco Copas Libertadores de América.

"Mis hijas también son socias de Peñarol y si bien mi esposa es tricolor es un detalle muy menor que nunca generó rispideces familiares. Por el contrario, son situaciones que nos divierten", dijo con un tono de buen humor.

Fernando Viera abrazó las artes marciales, en la disciplina taekwondo. Es cinturón negro y obtuvo una medalla de bronce en un Panamericano de la especialidad. Tuvo que suspender esta actividad cuando se sometió a una intervención en las dos piernas, de la cual se recuperó plenamente. Retornó la actividad física con la práctica del boxeo, un deporte que abraza desde hace 25 años. El entrevistado dijo con convicción que "el deporte es una descarga emocional que me genera energía. Me siento muy bien practicando deporte. Es como una buena catarsis".●

metía a una inspección. Si el vehículo aprobaba las exigencias de seguridad requeridas emitíamos la póliza en el momento y se la entregábamos de inmediato al Corredor Asesor. Fue un proceso pionero en el mercado de seguros de Uruguay. Recuerdo que al

cliente se le entregaba una carta de bienvenida a la compañía así como folletería que destacaba los beneficios que ofrecía Porto Seguro. En las condiciones generales de la póliza se le ofrecía al cliente la colocación gratuita de la tercera luz de freno,

la famosa brake light. El asegurado estaba habilitado para concurrir a nuestros proveedores para que le instalaran ese sistema de seguridad activa que aumentaba la visibilidad del vehículo.

La empresa implantó en el mer-

cado otra innovación, impensable en esa época, como fue Porto Socorro, un eficiente sistema de asistencia al vehículo que ya aplicaba nuestra casa matriz en San Pablo. Además de brindar auxilio mecánico se tomaban las denuncias en el lugar del siniestro con camionetas acondicionadas como oficinas y se sacaban fotos con cámaras polaroid ya que no existían las cámaras digitales.

Quiero destacar además que, desde sus inicios, la compañía trabajó con dos premisas relevantes: Responsabilidad Social y Ambiental.

¿Las fuertes sinergias con los Asesores fue otra seña de identidad de la compañía?

Efectivamente. Fue y continúa siendo otro de nuestros importantes diferenciales. La filosofía de trabajo con los Corredores Asesores parte de nuestra casa matriz. Su primer pilar en relación a este estrecho relacionamiento fue Abraham Garfinkel, padre de Jayme Garfinkel (el principal accionista del Grupo Porto Seguro), quien asumió el control total de la Empresa luego del fallecimiento de su padre por la década del 70. Hoy Porto Seguro es líder en Brasil en la cartera de Automóviles con más de 6 millones de clientes en todo su territorio. Esa filosofía de trabajo mancomunado con el Corredor Asesor se trasladó a Uruguay desde sus inicios y hoy dicho relacionamiento se mantiene muy vigente y entendiendo que el "Corredor es para Siempre".

¿En qué medida los Corredores son los socios de negocios de Porto Seguro?

Para nuestra casa matriz la figura del corredor Asesor es muy importante y valorada hasta el punto de vista que se considera un gran socio de negocio. Para nosotros en Uruguay es nuestro principal canal de ventas. El estrecho vínculo creado desde los años 95 nos ha llevado a posicionarnos como una Empresa abierta al diálogo con nuestro principal socio de negocio. Nunca se debilitó este vínculo. Por el contrario se fortaleció con el curso de los años, al punto que el 98% de los seguros de la compañía son generados por los Corredores Asesores.

Este vínculo es muy estrecho, en muchas ocasiones son consultados en determinados proyectos a llevar adelante; esta forma de actuar se debe al respeto y el grado de confianza a estos profesionales porque son parte de la esencia de nuestra compañía. En esa línea de trabajo, buscamos de forma constante, construir un vínculo sólido, de respaldo y crecimiento conjunto.

Apoyamos la gestión del Corre-

dor mediante instancias de capacitación, (Escuela de Corredores de Porto Seguro), información y múltiples apoyos en su tarea diaria. Siempre escuchamos y valoramos el aporte de las nuevas generaciones de Corredores y a quienes tienen mucha trayectoria en el mercado. Un ejemplo es el Corredor y amigo, Ismael Blankleder con quien me reúno todos los meses a tomar un café para intercambiar opiniones del mercado y sugerencias. La compañía facilita los procesos de gestión del Corredor Asesor con avanzadas plataformas tecnológicas, pero tenemos una visión muy clara: más allá de la tecnología debe prevalecer el factor humano, el cara a cara, el mano a mano. Este es un valor que siempre estará vigente en Porto Seguro.

¿Cuáles son los valores profesionales que le permitieron ocupar el cargo de Presidente de la compañía?

Es una tarea nada fácil que requiere esfuerzo y disciplina, vocación de servicio, sintonía con el equipo de trabajo, capacidad de análisis y constante asimilación de conocimientos. Porto Seguro siempre exige enfrentar nuevos desafíos, exámenes diferentes en el día a día. Recorrí toda la cadena de valor de la empresa: inspección de vehículos, emisión, siniestros, área comercial. Cuando se trabaja en el Departamento de Siniestros se aprenden todos los valores de la compañía. Puedo afirmar, sin temor a equivocarme, que siniestros es la cuna del aprendizaje de una compañía de seguros. Además de los conocimientos que aportaba Leandro Suárez, tuve la suerte de trabajar con el perito Walter Larrosa, quien me enseñó todos los aspectos técnicos de esa importante área. Fueron años de mucho de aprendizaje. En 1999 el entonces Gerente Cr. Nicolás Pappariello me designó Jefe de Siniestros, cargo que ocupé hasta el año 2006. A partir de ese año tomé a cargo el Departamento Comercial, Jurídica, Contable, Marketing, Atención al Cliente, Emisión, Suscripción, es decir prácticamente más de la mitad de la actividad que desarrollaba la compañía. Leandro Suárez me comunicó en su momento que en 2007 iba a comenzar un proceso de transición que culminaría con mi nombramiento como Director Gerente de la empresa. Esto implicaba que lo sucedería al frente de Porto Seguro. Fue una noticia que me planteó un gran desafío profesional cuando tenía 33 años de edad. Leandro Suárez y la casa matriz armaron entonces ese proceso de transición, que implicaba no solo la parte operativa de la compañía sino también asumir la visión estratégica de la organización. La dimensión del cargo implicaba además generar un relacionamiento mucho más fluido con los Directores de Porto Seguro en Brasil, como Jayme Garfinkel, Marco Vettori, entre otros altos ejecutivos. En 2010 Leandro Suárez se retiró de la compañía y asumí entonces (tenía 37 años) el cargo de Director General de la organización y en 2012 fui designado Presidente de Porto Seguro Uruguay. Forjé mi madurez profesional a través del esfuerzo, del constante aprendizaje y también, por qué no, de las desilusiones, de los momentos difíciles. Por supuesto, la columna



vertebral de mi gestión siempre han sido los valores que parten de la casa matriz.

¿Cuáles son los pilares que sustentan el éxito de Porto Seguro en el mercado?

La compañía se asienta sobre tres grandes pilares: humildad, disciplina y trabajo.

Con una particularidad, todo esto se debe de desarrollar en un ambiente que reine el bienestar y la alegría.

La compañía, en todas sus dimensiones, se basa en lo que definimos como el "Estilo Porto", el cual traduce nuestra forma de vivir, nuestra esencia en tres valores, que guían nuestro día a día, y son los siguientes:

Genuino interés: es ponerse en el lugar del otro, colaborar y contener; actuamos de forma proactiva para responder a las necesidades de las personas. Actitud resolutiva: El Estilo Porto es atento y valiente. Nos anticipamos a los problemas y actuamos con agilidad, iniciativa e informalismo para brindar las mejores soluciones y resultados.

Encanto: El Estilo Porto es ir más allá. Es cuidar los detalles y sorprender. Innovamos para buscar siempre la mejor experiencia y resultados, con amabilidad, justicia y excelencia.

Y más particularmente, nuestra casa matriz reconoce y valora especialmente que en Porto Seguro Uruguay prevalezcan la disciplina y la humildad. Como dicen en Brasil, nosotros estamos siempre en el mismo Patamar, en la misma línea de comportamiento, de accionar en el tiempo. En la casa matriz se respeta la idiosincrasia de cada comunidad, de cada pueblo. Por ejemplo, a los uruguayos nos gusta tomar mate y ellos aprueban esta costumbre. También la Corporación se focaliza mucho en construir un clima organizacional de respeto, que sea inclusivo y se traduzca en la alegría de todos los colaboradores. La casuística de ellos, en diversos temas, es mucho mayor que la nuestra. Puedo afirmar entonces que Porto Seguro es una empresa muy moderna, muy actualizada y en constante evolución.

¿En qué medida Jayme Garfinkel potenció el Grupo Porto Seguro en un país que genera retos tan desafiantes?

Es un gran maestro, de trato sencillo y muy consustanciado con la gente, que proyectó fuertemente la organización en un país enorme como Brasil. Es un empresario de grandes valores personales, que siempre ha sido un referente para mí. Pongo un ejemplo de esos valores: en una fiesta

de fin de año celebrada en San Pablo, con 10.000 invitados, Jayme no lograba caminar dos metros sin recibir demostraciones de afecto. Como le dicen en Brasil, es un popstar. Es increíble como la gente se emociona y como él se emociona con la gente. Son sinergias recíprocas realmente impresionantes. Cuando falleció su padre Abraham tomó el timón (tenía 30 años) de una empresa de gran porte que hizo crecer en forma sostenida. Creó una filosofía de trabajo que, entre otros valores, reconoce la trayectoria profesional de colaboradores muy identificados con la marca. Por ejemplo, Rivaldo Leite, CEO de la Vertical Seguros del Grupo Porto Seguro, tiene 59 años de edad y 42 años de trabajo en la organización, donde ingresó como office boy. Rivaldo, que ha estado varias veces en Uruguay, es una persona de trato cordial y con mucha capacidad de análisis. Bruno Garfinkel, quien también se destaca por una fuerte dinámica profesional, es en la actualidad el Presidente del Consejo de Administración del Grupo Porto Seguro.

¿Una de las fortalezas de la empresa es su equipo de trabajo?

Por supuesto. Los colaboradores tienen un distintivo común: está muy consustanciado con la marca Porto Seguro, lo cual es muy importante en una actividad compleja como es el seguro. La empresa no tiene prácticamente rotación de personal, al punto que muchos de los colaboradores hace más de 20 años que trabajan con nosotros. Tenemos un equipo gerencial que construye confianza día a día y que me llena de orgullo por su entrega y su profesionalismo. Tenemos un equipo multidisciplinario, con un poder de crítica muy grande, que hace crecer a la organización. Trabajar con gente muy capacitada, que siempre busca soluciones, es un valor que contribuye al éxito de la empresa. Siempre digo que la gente que trabaja en Porto Seguro no tiene sangre roja sino sangre azul, como el logo de la compañía. Es que el equipo está muy integrado con los valores de nuestra cultura, de nuestra identidad. Nunca hay que perder esa esencia de sangre azul que tenemos".

¿Ha enfrentado situaciones muy gratas y también escenarios muy duros, como un intento de fraude de facetas muy agresivas?

Realmente es así. En primer término quiero destacar que es muy grato tener como sede central un edificio de categoría LEED (certificación Silver). Es un sello de calidad que se otorga

Fue Presidente de AUDEA

Fernando Viera fue Presidente de AUDEA durante dos periodos, una institución que califica como muy importante porque contribuye al desarrollo de la cultura aseguradora del país. Dijo que la organización, que nuclea a las aseguradoras privadas que operan en Uruguay, "tiene cada día un mayor involucramiento a nivel de la sociedad".

Los valores de la familia

Fernando Viera está casado hace 26 años con Mariela Pedroso y tiene dos hijas, Micaela Viera y Antonella Viera. "Tengo una hermosa familia, de sólidos valores, que siempre se fortalecieron en los momentos difíciles". Dijo asimismo que "tengo amigos, pocos, pero muy buenos, que me regalan amistad".

a las construcciones que son sostenibles y amigables con el medioambiente. Sus valores ecológicos son múltiples, al punto que maximiza la calidad del aire y minimiza la exposición a contaminantes transportados por el aire. Es un edificio construido con recursos genuinos de Porto Seguro Uruguay, que parte de una idea compartida por Jayme Garfinkel y Marco Vettori. Precisamente, en 2010 me expresaron que sería interesante ver la posibilidad de erigir una sede central acorde al posicionamiento de la compañía, que tuviera un perfil ecológico, y que fuera integrador y comfortable para el personal. Tras una serie de estudios técnicos, que viabilizaron el proyecto, se construyó entonces un edificio que rompió paradigmas, con un layout que permite un uso inteligente y eficiente del espacio. Es un orgullo para Porto Seguro contar con un edificio de estas características. Respecto a la siguiente pregunta debo decir que el crecimiento conlleva a veces un dolor, como el que vivimos en 2017 con un intento de fraude. Con mucha contención y profesionalismo enfrentamos una situación muy adversa, que sufrió todo el personal de la compañía. Siempre estuvimos en contacto con nuestra casa matriz y muy bien asesorados en materia jurídica. Enfrentamos, durante nueve meses, con mucha madurez y capacidad de resiliencia, una persistente situación de acoso frente a la propia compañía. La justicia dictaminó que el responsable del intento de fraude fuera procesado. Siempre mantuvimos un perfil muy bajo en el tratamiento de ese delicado tema. Cuando consulté sobre la comunicación hacia los medios la respuesta del entonces Director del Grupo Porto Seguro,

Fabio Luchetti, fue: "Fernando, Porto Seguro tiene que ser recordado por los buenos momentos y no por los malos momentos". Quiero destacar que los colegas de otras compañías de seguros que operan en Uruguay se solidarizaron con Porto Seguro. Fue un gesto que realmente nos gratificó.

¿Qué perspectivas tiene para este año la compañía, en términos de resultados?

Tendremos un muy buen año. El Departamento Comercial (Ejecutivos de negocios y Sucursales) trabaja a full con los Corredores Asesores de todo el país, logrando los objetivos establecidos a nivel de comercialización. Asimismo, es muy importante la dinámica que desarrolla nuestro muy profesional Departamento de Siniestros. Porto Servicios está realizando también un trabajo excelente, en el área de auxilio mecánico y traslado de vehículos. Nuestro objetivo siempre es muy claro: crecer con rentabilidad y con altos estándares de servicio al asegurado. Al cliente no se le puede vender una póliza y después tener problemas. Por supuesto, estamos asimismo muy satisfechos por el crecimiento que registran todas carteras de la compañía. Tenemos también un muy buen comportamiento a nivel financiero, mancomunados con nuestra casa matriz en San Pablo. Nuestra casa matriz considera que la acción de Porto Seguro Uruguay es un modelo exitoso a replicar en otros lugares. Hay que destacar, a su vez, que el consumidor es muy exigente y el Corredor deber ser día a día más profesional porque se trabaja en un mercado cada vez más técnico y demandante. Nosotros, como ya expresé, le damos soporte a nuestro canal de ventas y soluciones a la medida del asegurado. Nuestras mediciones mensuales se destacan precisamente por los altos porcentajes de satisfacción del cliente. ●

Fernando Pessoa, el valor de la travesía

Porto Seguro aplicó desde el comienzo de su gestión en Uruguay (1995) estrategias disruptivas de avanzada que le permitieron potenciar, en forma sostenida, su cartera de clientes. Este paradigma, de cuño innovador, recoge el espíritu de la icónica frase del gran escritor Fernando Pessoa: "Llega un momento en que es necesario abandonar las ropas usadas que ya tienen la forma de nuestro cuerpo y olvidar los caminos que nos llevan siempre a los mismos lugares. Es el momento de la travesía". Una travesía que le permitirá a Porto Seguro obtener este año resultados históricos, que son el fruto de los altos estándares de confianza que construyó en el mercado y de un equipo de trabajo identificado y comprometido con los valores de la marca. ●

Es el seguro parcial más completo del mercado

Porto Seguro lanzó la innovadora cobertura 2.5 Extra para vehículos

Porto Seguro, en línea con sus constantes estrategias innovadoras, lanzó al mercado la cobertura 2.5 Extra para Automóviles que mejora sustancialmente la cobertura 2 porque incluye daños de agentes externos por un reducido costo fijo adicional. El nuevo producto fue presentado a un elevado número de Corredores Asesores de todo el país durante un evento desarrollado en Magnolio Sala.

La cobertura cubre daños ocasionados por agentes externos

Abrió el acto, el Presidente de Porto Seguro, Fernando Viera, quién destacó que todas las áreas de la compañía desplegaron esfuerzos para generar una cobertura que fuera “simple en su contratación, en su explicación al cliente y que se aggiornara a los actuales momentos del mercado”.

Fortalezas

Dijo que tras el primer examen interno, la iniciativa “pasó a la casa matriz en San Pablo, donde se hizo un fuerte testeo de la misma”. Explicó que esta nueva cobertura “con la experiencia que tiene la compañía, que en 2025 cumplirá 30 años en el mercado, será muy positiva para el consumidor. Es una cobertura que ahorra tiempo, no solo en la contratación sino en el momento de la verdad que implica un siniestro”.

A continuación, el periodista y comunicador, Federico Paz, reseñó en un video las fortalezas del nuevo producto de Porto Seguro.

Disponible

El acto prosiguió con una exposición del Gerente Comercial de Porto Seguro, Federico Moalli, quién pormenorizó que el producto 2.5 Extra mejora ampliamente la cobertura 2 de Automóviles porque con el pago fijo adicional de 1.990 pesos (por año) cubre daños ocasionados por agentes externos. Ellos son: granizo, caída de árboles, inundaciones, huracanes, ciclones, vendavales, tempestades, actos maliciosos, 0 km. en PT, auxilio mecánico, además de los tradicionales de Hurto, Incendio y Responsabilidad Civil. El ejecutivo destacó que es la cobertura parcial más completa del mercado. El seguro está disponible para su contratación en emisión Web, tanto para coberturas nuevas, endosos y renovaciones.●



Roberto Machado, Federico Moalli, Nelly Méndez, Fernando Viera y Andrés Guidali



José Luis Urse y Fernando Viera



Andrea Delgado, Alberto Veira, Federico Moalli, Andrés Vignale y Santiago Torres



Fernando Viera y Federico Moalli con Corredores



Moalli y Fernando Viera con integrantes de la fuerza de venta de la compañía



Federico Moalli con Corredores



Un aspecto de la reunión de Porto Seguro



El Gerente Comercial de Porto Seguro, Federico Moalli, durante su exposición



Parte del público que asistió el evento



Federico Paz y Federico Moalli



Corredores participantes del encuentro

Octubre, mes del Corredor Asesor

Compromiso, respaldo y confianza.

Sabemos qué se necesita para seguir creciendo juntos.

Por eso en Porto Seguro trabajamos cada día para fortalecer la relación con nuestros Corredores Asesores, brindando lo mejor.

Feliz día del Corredor Asesor.

CASUR reafirma su compromiso con la noble y profesional actividad que desarrollan los Corredores de Seguros

CASUR, primera Cooperativa de Asesores de Seguros del Uruguay, extendió un saludo fraterno a todos los Corredores y Agentes con motivo de celebrarse en la jornada el Día del Corredor de Seguros. El Presidente de la institución, Roberto Machado, destacó que estos profesionales desarrollan día a día “con su esfuerzo, prestigio y profesionalismo, la cultura del seguro en la sociedad uruguaya”.

Expresó que “es una noble profesión que construye confianza y hace posible un mercado asegurador sólido y fuerte”. Roberto Machado dijo al Suplemento de Seguros de El Observador que “el asegurado valora en gran medida la actividad del Corredor porque lo asesora acerca de la mejor manera de proteger su patrimonio, en la contratación de las pólizas y en el seguimiento de los siniestros”.

Compromiso

El entrevistado afirmó asimismo que CASUR “es una empresa Cooperativa comprometida con la profesión de Corredor Asesor y una vez más apoya y promueve a las distintas agremiaciones del sector como APROASE, CUAPROSE, el Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay y a la Federación de Asociaciones de Profesionales en Seguros del Uruguay (FAPROSU)”. Expresó además que, en consonancia con esta filosofía de trabajo, se “invita a los colegas a participar en esas organizaciones para fortalecerlas y así defender nuestra profesión de las amenazas de un mercado cada vez más complicado”.



Germán Santos, Germán Jorge, Julia Domínguez, Roberto Machado y Álvaro Etcheverry

Comisión Directiva

La Comisión Directiva de CASUR, electa por el período 2024-2026, está integrada de la siguiente manera: Presidente, Roberto Machado; Vicepresidenta Julia Domínguez; Secretario, Agustín Grajales; Tesorero, Germán Jorge; Vocales, Mateo Guzmán, Germán Santos y Álvaro Etcheverry. Los suplentes son: Ronic Alvariza, Ernesto García Da Rosa, Daniel Ceriani, Renzo Locatelli, Federico Betancor y María Esther Sosa. La Comisión Electoral está integrada por: María Del Carmen Cabrera, Soledad Berrutti, Mirtha Álvarez, Marcelo García, Giuliana Vomero y Pablo Mancione. La Comisión Fiscal está conformada por: Cristina Perillo, Fernando Santos, Andrés Guidali, Sebastián Fernández, José Luis Urse e Ivette Rimbaud •

Calidad

Roberto Machado destacó que CASUR, en base a su constante

actualización y desarrollo tecnológico, “genera procesos de calidad continua que optimizan los

tiempos de respuesta de la organización, la cual ha incrementado su masa social con Corredores jóvenes que potencian aún más su dinamismo en un mercado cada vez más técnico”.

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

Apoyo

La Cooperativa, que nuclea a más de 100 corredores, sustenta la premisa de que una póliza ingresada a través de CASUR, en sus distintas formas, rinde más porque se comparten los beneficios obtenidos por la dinámica conjunta de todos sus socios y colaboradores. CASUR también brinda excelentes planes para aquellos Corredores que desean dejar la profesión y no perder lo que fue su trabajo de toda la vida.

Las oficinas de la Cooperativa, situadas la estratégica esquina de Uruguay y Paraguay, brindan apoyo logístico, técnico y tecnológico a su red de Corredores. ●

La necesidad de estar protegido con un Seguro para el Hogar

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

Obligación

El diario Clarín informó que la Ley 13.512 de Propiedad Horizontal de Argentina establece la obligación de contratar un seguro de incendio para cubrir las partes comunes del edificio y la responsabilidad civil derivada. Esa misma póliza protege ante rayos, explosión, tumulto popular, huelga, terrorismo y hechos de vandalismo y malevolencia, así como también frente a daños por impacto de aeronaves, vehículos terrestres, sus partes y componentes y daños por humo. En el caso de ocurrir el siniestro, el seguro pagaría el costo de la reconstrucción de las partes comunes hasta el monto contratado. Cada propietario deberá encargarse -con sus fondos o su

seguro- de reparar o reconstruir su departamento. En cuanto a la Responsabilidad Civil, es decir los daños generados a las personas y a sus bienes, cada propietario es considerado como un tercero respecto al mismo consorcio. La póliza del edificio debería resarcirlos, como así también a los vecinos linderos o transeúntes dañados. Para estar totalmente cubierto, cada propietario debería contar, además, con un seguro propio contra incendio o alguno otro de este tipo. De esta manera, se le resarcirán los daños ocurridos en su propio departamento hasta el monto asegurado. Pero este seguro es voluntario y de libre elección. La combinación de ambas pólizas, contratadas en valores realistas y actualizadas de acuerdo al patrimonio a proteger, es la respuesta más eficiente ante un siniestro importante como un incendio, explosión por un escape de gas o derrumbe. ●



¡Feliz Día del Corredor Asesor de Seguros!

31
AÑOS
1993 - 2024

CASUR, la primera Cooperativa de Seguros del Uruguay, saluda a todos los Corredores de Seguros en su Día, que con su profesionalismo y esfuerzo enaltecen y dignifican nuestra actividad