



**PORTO
SEGURO**

SEGUROS

Montevideo • SÁBADO 30 • DOMINGO 31 • OCTUBRE 2021 • Suplemento de 16 páginas • Año XXIV • Nº 218



**PORTO
SEGURO**



SURCO Seguros

crece junto
al corredor,
innova y
genera valor

***La compañía tiene más de
350.000 asegurados en la
rama Vida**

***Cubre en el segmento
agrícola más de 300.000
hectáreas**

***La cooperativa se expande
en forma ininterrumpida
desde 1992**

Lic. Jorge Schiavelli, consultor comercial de Surco Seguros

● Páginas 8 y 9

“Los Corredores consolidan y expanden el mercado asegurador”

El BSE construyó con los Corredores y Agentes vínculos de confianza mutua

Páginas 6 y 7



Subgerenta General del BSE, Patricia O'Neill

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

¡FELIZ DÍA DEL CORREDOR DE SEGUROS!



El Suplemento de Seguros y el Día del Corredor

Este Suplemento Especial de Seguros se editó en la jornada y no el mismo viernes 29, que coincide con el Día del Corredor Asesor. La razón estribó en que tiene mayor repercusión mediática publicarlo hoy sábado, en los formatos Digital y en Papel, y no el mismo viernes. Son los nuevos

tiempos que nos marca la realidad.

El Suplemento de Seguros es desde hace 24 años una tribuna periodística que reafirma los valores y las fortalezas que tiene la industria aseguradora en Uruguay. Este es un sector sólido, confiable, altamente profesional, que construye confianza y que

brega por potenciar día a día la conciencia aseguradora de la población. En este escenario, los Corredores Asesores juegan un rol protagónico porque con su idoneidad y su vocación de servicio respaldan y protegen el patrimonio de sus clientes.

Su rol ha sido vital, especialmente en estos casi dos años de pandemia

CUAPROSE impulsa y valoriza al Corredor



Alberto Panetta, presidente



José Luis Urse, vicepresidente



Alejandro Izaguirre, secretario



Nelly Méndez, tesorera



Gonzalo Masini, vocal



Gustavo Antonaccio, vocal



Marcel Stagnari, vocal

“Hoy, queremos resaltar cómo el rol del Corredor Profesional de Seguros ha sido vital, especialmente en estos casi dos años de pandemia. Acompañando, comunicando y apoyando en momentos de incertidumbre a nuestros clientes, asesorando y buscando las mejores soluciones en cada situación”, resaltó en un mensaje institucional la Comisión Directiva de la organización. “Esa cercanía ha sido

percibida por el cliente, en esos momentos de incertidumbre, donde el ser humano necesita contar con una voz de aliento para poder transitarlos de la mejor forma posible”, especificó la institución.

Reconocimiento

En otro pasaje de la declaración se expresa que “las compañías aseguradoras reconocen la importancia que tuvo y tiene nuestra intervención, la cual

tiene la capacidad de generar vínculos más allá de lo comercial y lo profesional. Los avances tecnológicos, fueron y serán sin duda factor fundamental para acelerar procesos, y si bien se han generado muchos motores de venta a través de distintas plataformas, así como los call center, no hacen a la continuidad de esas ventas. Somos receptores de las experiencias de los asegurados, valorando ser escuchados y la em-

patía generada, comprendiendo que al Corredor Profesional no lo puede sustituir la tecnología. Por ello, desde CUAPROSE continuamos impulsando la actividad del Corredor Profesional de Seguros, resaltando constantemente los valores necesarios e indispensables para desarrollar esta actividad, asumiendo el compromiso de generar la evolución de la misma, mediante herramientas digitales, buenas prácticas laborales, capacitacio-

nes y buenos vínculos comerciales y profesionales”. La Comisión Directiva de CUAPROSE manifestó finalmente que “destacamos, reconocemos, impulsamos y valorizamos al Corredor Profesional de Seguros en su día, saludando cálidamente a todos nuestros colegas, augurando el crecimiento de esta actividad y su participación en la industria aseguradora”. Con un Corredor Profesional es más seguro, para todos.

En el mercado argentino

Por qué los más jóvenes deben pagar cuotas más caras del seguro del auto

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

diario Clarín.

A la hora de asegurar un vehículo, las compañías de seguros deben solicitar a sus clientes diversos datos con el objetivo de poder realizar una correcta tasación de la póliza. El modelo del auto o de la moto, la marca, el tipo de motor y cilindrada es sólo una parte de la información que las asegura-

doras piden a sus potenciales asegurados a la hora de cotizar un seguro.

La edad y la experiencia del conductor son determinantes para definir el precio y características de la póliza. Además de los datos, las empresas tienen otros dos factores fundamentales para definir el precio y las características de una

póliza: la edad y la experiencia del conductor que busca resguardar su vehículo.

Conductores de riesgo

En ese sentido, los jóvenes son quienes más pagan al momento de asegurar sus vehículos debido a su alto índice de siniestralidad. Por este motivo son considerados por las aseguradoras como conductores de riesgo. Así, dependiendo del tamaño y las características del mercado en el que se encuentran, las primas para estos conductores suelen triplicar el precio con respecto a los seguros para aquellas

personas que cuentan con más experiencia al volante, destacó el rotativo argentino.

Por otra parte, el alto índice de siniestralidad, es decir, que los jóvenes sean más propensos a estar involucrados en accidentes de tránsito, está directamente relacionado con la inexperiencia de estos conductores en el manejo de un vehículo.

Según las estadísticas brindadas por la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV), la franja etaria de 16 a 34 años encabeza el ranking de víctimas fatales por accidentes de tránsito.

Trivero, los corredores son el motor fundamental de nuestro crecimiento

El Gerente General de Sancor Seguros, Sebastián Trivero, afirmó a El Observador que “los corredores son el motor fundamental de nuestro crecimiento y de nuestras ventas”.

El ejecutivo destacó asimismo las constantes acciones de apoyo que brinda la compañía a su fuerza de ventas en todo el país.

¿En qué medida los Corredores potencian el crecimiento de la empresa?

Sin lugar a duda, el motor fundamental de nuestro crecimiento y de nuestras ventas, también de lo que hoy somos como Grupo, tanto en Argentina como en Uruguay, son los corredores de seguros. Siempre hemos dicho que son nuestros aliados estratégicos y lo respetamos como tal. No es algo que digamos de la boca hacia afuera, realmente lo demostramos con hechos concretos en el día a día y no solamente a nivel de relacionamiento profesional, sino que también humano. Los consideramos una parte fundamental de nuestra empresa y parte de nuestro equipo de trabajo. Aprovecho en esta ocasión para saludar a los corredores en su día; agradeciendo su rol clave dentro de la Familia de Sancor Seguros.

¿Los vínculos con los Corredores retornan gradualmente al área presencial?

En la medida en que estamos retornando a la “normalidad” nuestros corredores de seguros regresan más a la compañía y al contacto personal para con los colaboradores de Sancor Seguros. En términos generales, todo está volviendo a la “normalidad” y al contacto personal que nos caracteriza; el cual entendemos que es fundamental para la construcción de los equipos y la generación de negocios; haciendo siempre hincapié en el relacionamiento personal. Más allá de eso, cuando la pandemia estuvo en su pico más alto, desde la compañía nunca perdimos contacto con nuestros corredores de seguros. La tecnología nos permitió continuar prestando nuestro servicio y haciendo una gestión eficiente, igual o mejor que en la “normalidad”, además de tener ese contacto diario y cercano. Hoy, con el regreso de la presencialidad de a poco nos vamos animando a realizar reuniones y eventos teniendo en cuenta y respetando los protocolos vigentes; entendiendo como fundamental este vínculo con ellos para continuar consolidando el crecimiento y el trabajo en equipo que siempre hicimos en conjunto.

¿Cuáles son las principales políticas de apoyo corporativo a los Corredores?

Las políticas de apoyo corporativo a nuestros corredores enumeran diferentes tipos de acciones que llevamos a cabo desde la compañía. En Sancor Seguros buscamos



Gerente General de Sancor Seguros, Sebastián Trivero

distinguirnos por las mismas y entendemos que es una ventaja competitiva; por ejemplo, pagar comisiones el primer día hábil de cada mes. Es una de nuestras principales preocupaciones que los corredores puedan recibir el fruto de su esfuerzo lo antes posible. También contamos con apoyos corporativos con oficinas que están identificadas con la compañía, diferentes capacitaciones que les brindamos a los corredores; como lo es el programa #Digitalizate; a partir del cual le damos a los corredores una serie de herramientas digitales para que puedan incorporarlas al negocio. Desde la compañía, en donde hay oportunidades de negocios siempre las exploramos, transitamos y realizamos de la mano del corredor. Por ello, entendemos fundamental brindarles herramientas para que las incorporen y puedan profesionalizarse aún más. A su vez, tenemos un cronograma trazado de charlas y capacitaciones anuales que para el 2022 iremos incrementando, contemplando diferentes temáticas de información para nuestros corredores de seguros respecto a procesos y acciones que la compañía está desarrollando para mejorar el servicio que brindamos a ellos y a nuestros asegurados.

A nivel del Grupo, trabajamos con los corredores más jóvenes, la “generación de recambio” o “continuadores” que son los hijos/as más jóvenes de los corredores más fidelizados que se están desarrollando en la profesión, que son parte del presente y claramente, el futuro de cada organización. Por ejemplo, para ellos se llevan a cabo instancias en conjunto con los países en los que operamos (Dale Continuadores), participación en eventos de seguros como ExpoEstrategas y planes de desarrollo específicos pensados a medida para ellos. Quiero remarcar que ellos son el futuro y, como mencioné anteriormente, no concebimos nuestro negocio sin la figura del corredor de seguros.

¿Cuál es el balance operativo de la plataforma tecnológica Magenta Seguros?

Con Magenta Seguros fuimos la primera compañía de seguros en crear un canal de venta digital de seguros de la mano de nuestros corredores. Hace años que venimos escuchando sobre el cambio de comportamiento de nuevos consumidores que están transformando o que pueden transformar de manera disruptiva la industria de los seguros. Lo cierto es que, en hechos concretos, y a nivel mundial, la venta directa o a través de canales digitales que se esperaba con los millennials o las nuevas generaciones, no se produjo, al menos significativamente, ni siquiera a nivel mundial. Pero si hay que tener presente que las nuevas tecnologías, el desarrollo constante de herramientas digitales y los nuevos comportamientos de los consumidores están cambiando. Por ello, desde Sancor Seguros tomamos la decisión de comenzar a recorrer esa experiencia con Magenta y nos convertimos en la primera compañía en hacerlo aquí en Uruguay; de la mano de nuestra fuerza de ventas y como experiencia en conjunto. Y vuelvo a remarcar, en el Grupo Sancor Seguros no vemos posible un futuro sin la figura del corredor porque son parte fundamental en nuestra empresa y en gran medida nuestro éxito fue gracias a ellos. Personalmente, no creo que un cambio disruptivo pueda venir del mercado tradicional de seguros si bien hay compañías que están explorando diferentes formas de venta; muchas, dejando de lado al corredor. Son acciones totalmente contrarias a nuestra idiosincrasia y que, en los hechos concretos, no han generado un efecto positivo. La amenaza de un cambio disruptivo para el mercado asegurador puede venir desde afuera de la industria tradicional y deberemos prepararnos. De lo que sí estoy convencido, es que tenemos que recorrer la experiencia, capacitarnos y aprovechar las ventajas que nos brinda la tecnología para ser

mejores e ir encontrando oportunidades conjuntas con el corredor para poder crecer y desarrollar el mercado asegurador.

¿Considera que las políticas comerciales estables generan previsibilidad?

El mercado asegurador del país ha ido evolucionando, madurando favorablemente, a largo de los años. Hoy trabajamos las compañías de seguros conjuntamente en AUDEA con mucha camaradería y profesionalismo; buscando ser mejores, dentro de estrategias diferentes, no solo en lo individual sino como mercado asegurador. Hoy existe un mercado muy competitivo, dentro de los ramos abiertos a la competencia, con los beneficios propios de la competencia para los clientes, esto es, el mejor servicio o producto al mejor precio. Cabe recalcar que es una competencia que se está dando muy profesionalmente; donde tenemos una muy buena comunicación con el Banco Central del Uruguay a nivel de AUDEA y eso está posibilitando que el mercado vaya madurando, creciendo y entendiendo el rol que tiene la industria del seguro para la economía del país. Lo que buscamos es aportar más desde el mercado asegurador para que la economía se desarrolle y, por supuesto, si esta se desarrolla repercute favorablemente en todos los sectores. Dentro de los planes de sustentabilidad que tenemos como compañía, entendemos que trabajar en conjunto en un mercado maduro como el que tenemos hoy en día, favorece el crecimiento del mercado asegurador en beneficio de la economía de la población. En este sentido, quiero destacar el trabajo que se está desarrollando desde AUDEA, de la cual fui Presidente 4 años, hasta el 2020. El grado de penetración del mercado asegurador se mide en términos de facturación respecto al PBI. En Uruguay es aproximadamente, un 2,5%; y entendemos que tendría que estar por encima de la media de Latinoamérica que es aproximadamente, un 3,2%. En ese sentido, estamos buscando contribuir para que crezca el grado de penetración del mercado asegurador. En la medida que crezca el grado de penetración del seguro en la participación que tiene el seguro en el PBI, significa que es una economía que se está desarrollando y con la cual estamos contribuyendo a ese desarrollo. Si vemos los grados de penetración de mercados desarrollados, tenemos un mercado como el estadounidense que supera 7 puntos del PBI. En Latinoamérica vemos países como Brasil, con una penetración superior al 4%, Argentina entre 3 y 4%. Países con un PBI nominal menor (Uruguay es el PBI nominal más alto de Sudamérica), tienen un mercado asegurador más desarrollado, con mayor penetración. En ese sentido, creemos que es fundamental la competencia.

Para que el país sea más competitivo, en busca de un mayor desarrollo e inversión, dentro de un conjunto de otros factores, es fundamental que el mercado de seguros esté abierto a la competencia, en todos sus ramos y no exista monopolio alguno.

¿Qué comportamiento ha tenido la compañía en lo que transcurre del año?

El balance que hacemos del año es muy positivo. A pesar de que la economía se ha resentido por la pandemia en 2020 y ahora viene recuperándose significativamente, con un crecimiento a agosto de más del 11%. Es por ello que somos muy optimistas en cuanto al futuro conforme a las acciones que está desarrollando el gobierno actual. Respecto al negocio en sí mismo, logramos mantener un volumen de renovaciones muy alto, con un crecimiento acorde a la economía, con un nivel de cancelaciones por falta de pago en mínimos históricos, gracias a los clientes, a los corredores fidelizados y al enorme esfuerzo de gestión que hay detrás de todo nuestro equipo de trabajo, del cual estoy profundamente orgulloso. Considero y me animo a afirmar que tenemos el mejor equipo humano y profesional del mercado. Estamos logrando cumplir nuestros objetivos comerciales, que eran sensatos y coherentes con relación al contexto de pandemia. En lo que respecta a Agro, estamos creciendo por encima de un 70% con respecto al mismo periodo del año anterior si comparamos los números del mercado asegurador a junio. A su vez, presentamos un crecimiento en ramos patrimoniales, en automotores, en barcos, en transporte. Hay ramos que están mostrando un crecimiento realmente importante, consistente con la inversión y el esfuerzo que realizamos para lograrlo. Y lo más importante, estamos superando nuestro principal objetivo dentro del marco de nuestras políticas de desarrollo sustentable: la rentabilidad del negocio. Convencidos de que toda empresa para desarrollarse en el mediano y largo plazo debe contemplar un plan de desarrollo sustentable y nosotros lo hacemos de manera muy profesional. Ese desarrollo sustentable implica ser rentables, por supuesto, pero no solo eso sino también, implica ocuparnos de otros objetivos, que trascienden los propios del negocio y que hacen al aporte que hacemos como empresa en el desarrollo de la sociedad en la cual llevamos a cabo nuestra actividad. En nuestra opinión, ese compromiso del sector privado es clave para un desarrollo sustentable del país, es por ello que siempre trabajamos con políticas claras de Responsabilidad Social Empresarial y formamos parte del Pacto Global de Naciones Unidas, lo cual implica un gran compromiso.

Dijo Inés Pampin, Gerente de Entorno, Mercados y Segmentos de Seguros SURA



Inés Pampin, Gerente de Entorno, Mercados y Segmentos de Seguros SURA

Más de 75 años de experiencia en el mercado latinoamericano constituyen la esencia de Seguros SURA, una empresa disruptiva en la industria de las aseguradoras que se posiciona en la región como una compañía gestora de tendencias y de riesgos.

Bajo el lema “Más que una aseguradora, una solucionadora”, Seguros SURA tiene el propósito de crear valor y entregar bienestar y competitividad tanto a personas como a empresas, haciendo partícipe de todo este proceso a su canal de ventas.

Poniendo foco en las personas para entender sus aspiraciones y problemáticas, la compañía crea soluciones que cubren las necesidades de las personas de forma integral, observando su ecosistema para poder acompañarlos en cada etapa y estilos de vida de cada uno.

Identificar necesidades

“Levantamos la mirada y dejamos de enfocarnos únicamente en la industria de seguros para ampliar el espectro y observar el entorno, los sectores y las tendencias de los consumidores. Queremos acompañar a las personas en la adaptación de un entorno cambiante. Buscamos entender esas nuevas circunstancias y anticiparnos a las oportunidades que en el mundo actual nos trae el conocimiento de las tendencias”, comentó Inés Pampin, Gerente de Entorno, Mercados y Segmentos de Seguros SURA.

Para ello la compañía trabaja constantemente en observatorios que permiten ver todas las características que muestra la sociedad. A partir de allí identifica las necesidades del mercado, las tendencias

y el comportamiento de las empresas, para entender cuáles son las necesidades y ecosistemas de las personas y empresas. Estos análisis son lo que permiten a Seguros SURA crear soluciones pertinentes y sostenibles que se aplican de forma inmediata al mercado, generando múltiples beneficios a sus clientes y empresas, así como a su canal de ventas.

Visión estratégica

“Nuestra visión estratégica está en identificar lo que las personas necesitan antes de que ellas mismas lo noten, adelantándonos a sus necesidades para ofrecerles soluciones relevantes. En un mercado movido por precios, una compañía que se presenta con este diferencial genera múltiples beneficios a los corredores, quienes pueden ofrecer soluciones y servicios integrales y a medida para resolver las necesidades de cada cliente y asegurar sus aspectos más preciados, desde sus bienes materiales hasta las necesidades de su entorno”, apuntó.

Como parte integradora de este ecosistema, el canal de ventas cumple un rol preponderante en este proceso y es por ello que Seguros SURA tiene como uno de sus pilares el entender y escuchar los requerimientos de sus corredores.

En este sentido, escuchando sus necesidades y con foco en estar cada vez más cerca del canal, la compañía generó un cambio operativo que permitió brindar un servicio más ágil a través de la creación del Centro de Atención al Corredor (CAC). La iniciativa tiene como objetivo dar respuesta de forma centralizada, preferencial, rápida y ágil a las inquietudes y consultas de los corredores, ya

Crea soluciones que cubren las necesidades de las personas de forma integral

Destacaron la sinergia que se genera entre la compañía y los Corredores

sea por correo electrónico o por WhatsApp, donde sus consultas se atienden en tiempo real.

Mirar el entorno

“En nuestra filosofía de mirar el entorno, desde nuestros clientes hasta nuestros corredores, y través del trabajo de los observatorios de Seguros SURA, escuchamos a los corredores, atendemos sus necesidades y buscamos las mejores soluciones para nuestro canal, lo acompañamos, vemos sus problemáticas y estamos siempre abiertos a su feedback”, expresó Inés Pampin.

El CAC cuenta con un Centro de Emisión que reúne en un solo lugar la operatividad de las soluciones de personas y empresas, así como con un Centro de Servicios que se encarga de la atención de todas las consultas relacionadas a la gestión administrativa, cobranzas, soporte web, servicios y cambios de pólizas. De igual manera, en sus esfuerzos por profesionali-

zar la carrera de sus corredores y brindar las mejores herramientas para afrontar los requerimientos del mercado, Seguros SURA brinda a los corredores capacitaciones, charlas en técnicas especializadas y en las habilidades que requiere el negocio. Asimismo, crea espacios para mantenerlos actualizados sobre las tendencias del mercado y los nuevos modelos de atención para que puedan establecer las mejores estrategias para conectar con los consumidores, conocerlos, saber sus motivaciones, sus gustos, sus incertidumbres y sus necesidades.

Trabajo en conjunto

Esta sinergia que se genera entre la compañía y su principal fuerza de ventas permite ahondar aún más en las necesidades de las personas. En este proceso de escucha activa ambas partes trabajan en conjunto en pro de crear mejores soluciones para las personas y empresas.

“Contamos con casos de éxito en los que hemos desarrollado soluciones a partir de escuchar activamente a nuestro canal de venta, incorporando sus perspectivas y sugerencias. Esto nos ha permitido alcanzar una solución que actualmente está vigente en el mercado y que ha sido muy bien recibida por los clientes”, indicó la ejecutiva.

Uno de los objetivos planteados en los últimos años ha estado referido a la descentralización de los servicios. Por ese motivo, las soluciones de Seguros SURA no solo están pensadas para los clientes de Montevideo, sino también para los del resto del país. Entre las principales soluciones que la empresa pone a disposición en diferentes puntos del país se encuentra “Sura

Te Lleva”, un servicio de choferes para trasladar a los clientes en su auto hasta el lugar que deseen en caso de que no quieran o no estén en condiciones de conducir. Esta propuesta, además de estar disponible en Montevideo, Ciudad de la Costa y Maldonado, recientemente se expandió a Colonia, Salto y Paysandú. También dentro de Soluciones de Movilidad Maldonado se realizan traslados de bicicletas a Montevideo y viceversa. A esto se suma el programa Flotas SURA, dedicado a camiones, mediante el cual se imparten prácticas para el control y la gestión de riesgos vinculados al tránsito y al transporte.

En el marco de garantía de alquiler, la compañía identificó que una de las principales necesidades de los dueños es pintar el inmueble para alquilarlo, por lo que entrega la innovadora solución de un kit de pintura gratis y además la asistencia al hogar para el propietario y para el inquilino.

Servicio integral

En lo que respecta a Empresas SURA, la compañía desarrolló un servicio integral que apoya y potencia la competitividad de pequeñas y medianas empresas ante los desafíos del mercado, capacitando sobre temas legales y de marketing y buscando ampliar áreas de interés como tecnología, finanzas y talento humano. De igual manera, respondiendo a la necesidad generada por la pandemia de COVID-19 de reducir la movilidad para evitar la propagación de la enfermedad, la compañía diseñó una solución adaptada a estas circunstancias, añadiendo el “Seguro por Km”, donde el cliente abona un valor fijo y se adiciona una variable por los kilómetros recorridos por mes.

Risso, el Corredor Asesor genera un mercado sano



Presidente de Aproase, Juan Pablo Risso

El Corredor es una figura clave en el proceso de comercialización de seguros porque contribuye a generar un mercado sano y transparente, dijo a El Observador el Presidente de Aproase, Juan Pablo Risso. El empresario enfatizó que “el Día del Corredor es una fecha de celebración. Todos los años levantamos nuestras copas festejando la importante tarea que desarrollamos en el mercado de seguros. Siempre resaltamos que más del 90% de la cartera de seguros del

país es contratada por corredores, quienes con su profesionalismo y capacidad son una de las principales causas del mercado de seguros sano que tenemos. En esta fecha recordamos a nuestros antecesores que ya no están con nosotros, pero marcaron nuestro camino de defensa de la profesión, con capacidad, profesionalismo y, fundamentalmente, valores éticos”. Risso destacó que “durante la pandemia la labor del Corredor fue todavía más importante. Tuvimos que dedicar horas de tra-

bajo para apoyar a clientes que no pudiendo desplazarse, tenían dificultades para realizar algunos trámites o pagos. Sin perjuicio del asesoramiento, que nunca se detuvo frente a las renovaciones, y una larga lista de etcéteras, ya que siempre surgen dificultades en una situación como la que tuvimos que enfrentar”. “Durante ese período-prosiguió- casi todas las compañías estuvieron teletrabajando con sus puertas cerradas, y eso implicó una carga mayor en el trabajo de los corredores. Hace tiempo que las compañías nos trasladaron mucho trabajo administrativo y por ello tuvimos que asumir gran cantidad de trabajo y responsabilidades, que también redundó en un mejor servicio para los clientes”.

Juan Pablo Risso afirmó, en otro plano, que Aproase siempre tuvo como norte la jerarquización de la profesión y una parte muy importante es la capacitación, en la que hemos trabajado fuertemente incluso en épocas de pandemia. Tenemos una comisión de capacitación que integran algunos directivos y otros socios con ganas de apoyar a la directiva en ese sentido. Está conformada por Alicia Chiesa, Matías Stagnari, María Claudia Rossi, Natalia Olij y Sergio Keianski. Impartimos cursos vía zoom con gran éxito de convocatoria, al punto que participaron muchos corredores socios del interior. Los principales cursos de este año fueron: Fianzas (Garantías), dictado por Rodrigo Borrazás, (Aseguradora de Cauces); Liquidación

de Siniestros (Industria, Comercio y Vivienda), dictado por la Cra. María Laura Paullier; El Seguro de Responsabilidad Civil, (Dr. Antonio Rabosto); Taller de Siniestros de copropiedad, (Cra. María Laura Paullier). Los cursos previstos son: Siniestros de Responsabilidad Civil (Ing. Pablo Poggi); Seguros Agropecuarios; Seguros de Transportes.

El entrevistado afirmó luego que “las líneas alternativas de ventas de seguros no están teniendo mucho suceso. Los seguros no se pueden equiparar a la venta de un producto. Para la contratación de un seguro es fundamental el asesoramiento de un profesional preparado para aconsejar a los potenciales clientes en relación a sus necesidades de cobertura, para poder optar por el plan de seguros que más se adapte a cada caso en particular”. “La labor del Corredor -enfatizó- no termina con la contratación de la póliza, sino más bien es el inicio de una relación de servicio que permite a los clientes dirigirse al profesional ante cualquier dificultad o duda sobre las coberturas. Asimismo, respecto a los pagos de las cuotas, entrega de documentación y, fundamentalmente, en caso de siniestro. Frente a esta instancia, los clientes pueden contactarse con el Corredor para recibir el asesoramiento sobre los pasos a seguir para obtener la indemnización justa con relación a la cobertura contratada”. Recordó que está vigente una resolución de la Asamblea de Aproase del 22 de

octubre de 2008 que dice: “ante igualdad de condiciones, los corredores daremos prioridad a aquellas compañías de seguros que no utilicen prácticas que desplacen a la figura del Corredor”. La venta de seguros debe ser realizada por idóneos corredores y no por canales alternativos que no ofrecen el adecuado respaldo al asegurado. Cuestionamos a quienes con prácticas abusivas condicionan el suministro de un producto o servicio al suministro de otro producto o servicio violando la Ley de Defensa del Consumidor.

Autoridades de COPAPROSE

La Confederación Panamericana de Productores de Seguros (COPAPROSE) eligió sus autoridades durante una asamblea realizada el pasado 27 de agosto. Se presentaron dos listas y ganó la encabezada por Marvin Umaña (Costa Rica) En la misma asamblea el presidente electo conformó el nuevo Consejo Directivo. El Presidente es Marvin Umaña; Vicepresidente I, Elisabeth Vogt (México); Vicepresidente II, Agustina Decarre (Argentina); Consejero titular, Jorge Suño (Bolivia); Consejero titular, Hugo Smith (Chile); Consejero titular, Jarlín Cruz (Honduras); Consejero titular, Marlon Toledo (Nicaragua); Consejero titular, Giulio Valz-Gen (Perú); Consejero titular, David Pereira (Portugal); Consejero titular Zaida Alba Cavagliano (República Dominicana); Consejero titular, Juan Pablo Risso (Uruguay). Complace destacar que Uruguay tiene un puesto en el Consejo Directivo de la entidad.

SEGUROS

sura

GRACIAS POR SER NUESTROS SOCIOS
Juntos entregamos bienestar
y las mejores soluciones.

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

El desarrollo tecnológico es una constante de la institución

El BSE construyó con los Corredores y Agentes vínculos de confianza mutua

“A lo largo de sus 110 años de existencia, el Banco de Seguros del Estado ha construido, junto con Corredores y Agentes, una relación de respeto y confianza mutua, caracterizada por un trato cordial y cercano con todos los niveles de la organización”, afirmó la Subgerenta General del organismo, Ing. Patricia O’Neill.

La entrevistada expresó al Suplemento de Seguros de El Observador que “en un mercado asegurador competitivo y exigente, que se encuentra en continuo cambio y en el que día a día surgen nuevas necesidades, el desarrollo tecnológico es una constante dentro de nuestra institución”.

Productos flexibles

Patricia O’Neill destacó que el BSE es líder del mercado en el segmento Vida al tiempo que “administra también la cartera de Vida Previsional, por lo cual conocemos de cerca las características del sistema de seguridad social, y generamos productos flexibles para complementar lo establecido en la Ley 16.713”.

¿Qué importancia le atribuye el Banco de Seguros a la gestión de Corredores y Agentes?

El Banco de Seguros considera a Corredores y Agentes como socios estratégicos, y como tales les confía un papel trascendente en cada una de las etapas que conforman la atención de calidad que pretendemos para nuestros clientes. Desde la orientación primaria pasando por la suscripción detallada que requieren algunos riesgos, hasta el acompañamiento al momento de un siniestro y la generación de cultura asegu-



Subgerenta General del Banco de Seguros, Ing. Patricia O’Neill

radora; el rol de asesoramiento y gestión que cumplen Corredores y Agentes es fundamental, tanto para el cliente como para nuestra institución.

A lo largo de sus 110 años de existencia, el Banco de Seguros ha construido, junto con Corredores y Agentes, una relación de respeto y confianza mutua, caracterizada por un trato cordial y cercano con todos los niveles de la organización. Tanto desde su visión del comportamiento del mercado en general, como en ajustes particu-

lares a productos de nuestra cartera, participan activamente volcando su experiencia y opinión, y transmitiendo la voz del cliente.

Esta relación, en la que se apuesta al crecimiento y la profesionalización conjunta y continua, ha otorgado a Corredores y Agentes el nivel de autonomía necesario para dar a nuestros clientes respuestas ágiles y acordes a sus requerimientos.

Permitiéndonos, además, conformar la mayor red geográfica de atención del mercado asegu-

rador uruguayo: las Sucursales, las Agencias, y los Corredores del Banco de Seguros del Estado. Convirtiéndose en uno de los pilares donde se sostiene nuestro papel dominante en el mercado, nuestra reconocida reputación y trayectoria.

¿Cuáles son las principales herramientas tecnológicas que aplica el BSE para facilitar la gestión de su fuerza de ventas?

En un mercado asegurador competitivo y exigente, que se encuentra en continuo cambio y en el que día a día surgen nuevas necesidades, el desarrollo tecnológico es una constante dentro de nuestra institución.

El BSE tiene herramientas que apoyan la gestión de los Agentes y Corredores

Continuamente nuestros equipos están trabajando para acompañar las exigencias que la evolución tecnológica requiere. Monitoreando y haciendo modificaciones de acuerdo a las necesidades y la evaluación que de ellas hacen los propios usuarios.

En tal sentido, las herramientas tecnológicas que utiliza nuestra fuerza de ventas no son la excepción, y se vienen implementando y mejorando desde hace varios años.

De la variedad de herramientas utilizadas destacaremos tres: el Portal del Asesor, el Escritorio Comercial, y el software de gestión de procesos denominado JIRA.

Estas tres herramientas tienen como característica común haber sido diseñadas e implementadas con el objetivo de otorgar a Corredores y Agentes los recursos necesarios para asesorar y brindar a los clientes un servicio ágil y de calidad. Dotándolos además de un grado de autonomía tal, que les permite resolver con rapidez requerimientos de diversa índole.

Fueron recibidas con un alto índice de aceptación, lo cual se tradujo en su uso masivo, y están en constante evolución.

El Portal del Asesor:

Se trata de un portal web orientado a los Corredores y Agentes, que responde a una de sus nece-

sidades primordiales, la de centralizar la información relativa al negocio junto con las aplicaciones informáticas de uso frecuente. En definitiva, un canal de comunicación y operativo de primer nivel.

Con un diseño moderno y de fácil navegabilidad, permite acceder a las últimas novedades del BSE, como ser: promociones e incentivos vigentes, calendario de renovaciones y depósito de comisiones, detalle de productos y coberturas, variedad de servicios on line y aplicativos.

El módulo Productos destaca por su detallada información sobre las diversas propuestas de coberturas y condiciones que el BSE ofrece. Permitiendo a los usuarios brindar un asesoramiento primario en cualquiera de los Productos que integran nuestra cartera. La rápida respuesta al cliente por parte de Corredores y Agentes se ve luego complementada por el trabajo conjunto con los diversos equipos del Banco de Seguros del Estado.

El Escritorio Comercial:

Desde el propio Portal del Asesor se accede al Escritorio Comercial. Un portal de gestión que cuenta con una interfaz amigable e intuitiva, además de un alto nivel de funcionalidad que otorga un elevado grado de autonomía a los usuarios.

Posicionado por los propios Corredores y Agentes como uno de las principales ventajas competitivas que ofrece el Banco de Seguros del Estado, desde el Escritorio Comercial pueden cotizar distintos ramos y productos, emitir pólizas, endosos y certificados, modificar datos de los clientes, emitir y enviar facturas, consultar y controlar fecha de vencimientos de cuotas, enviar documentación, y gestionar íntegramente su cartera; entre un sinfín de posibilidades más.

JIRA:

Se trata de una herramienta en línea para la administración de proyectos y su gestión operativa. Se ha convertido en el principal canal de ingreso de solicitudes: emisiones de pólizas, cotizaciones de todos los ramos, consultas de facturación y, en definitiva, cualquier planteo que requiera respuesta.

Su gran ventaja es la trazabilidad y el feedback que permite a los usuarios, ya que, además de la interacción permanente, facilita el seguimiento de las solicitudes otorgando la posibilidad de monitorear en qué etapa se encuentra y quién es el responsable en cada



**Agrupación de Profesionales
Asesores en Seguros**

29 de Octubre de 2021

Estimados asociados

**Hoy la nueva normalidad ha cambiado muchas de nuestras costumbres,
hay algo que no cambia, con el asesoramiento que brinda un asesor profesional
es la forma de quedar más y mejor protegido al momento de contratar un seguro**

**Feliz día del Corredor de Seguros
Consejo Directivo**

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

momento del proceso. Es decir, desde que ingresa la solicitud hasta que se cierra en forma de cotización, póliza o respuesta.

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

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

Es importante destacar que las mencionadas herramientas tecnológicas agilitan la interacción entre los Corredores y Agentes y el BSE, pero no sustituyen la atención personalizada, donde a partir del análisis de la cartera de cada Corredor y Agente se busca su desarrollo, no solo generando nuevas oportunidades de negocio sino profundizando el asesoramiento integral a los actuales clientes.

Vale destacar también, el trabajo constante que realizan nuestros equipos de sistemas y tecnologías para integrar al Sistema core del BSE herramientas digitales propias y de terceros a través de APIs (Interfaz de programación de aplicaciones). Coordinando, en ocasiones, directamen-

te con los equipos de sistemas y tecnología de los propios Corredores y Agentes la integración de dichas herramientas para permitir el desarrollo de sus plataformas.

¿En qué etapa se encuentra la campaña de incentivos al Asesor que desarrolla el Banco y cuáles son sus principales fortalezas?

Nuestra institución ofrece actualmente dos modalidades de incentivos.

Por un lado, un régimen de incentivos anual que se basa en el crecimiento de la producción propia y que se refleja en una comisión adicional. Donde destaca el cobro directo de un porcentaje sobre las comisiones generadas, de acuerdo al nivel de producción que se alcance. En este grupo se encuentran:

Incentivo de Producción: paga una comisión adicional en función del monto de las comisiones mensuales generadas para todos los ramos salvo ADT y Vida. Divide la producción en franjas, aplicándole a cada una un porcentaje de comisión adicional que va de un 8% a un 25%.

Incentivo Vida Crece Contigo: por un lado, compara las comisiones de los últimos doce meses con las generadas en los doce meses anteriores. Si hubo un crecimiento en la comisión generada, se compensa con un % de comisión adicional. A su vez, una vez que

Genera una sostenida campaña de incentivos a su fuerza de ventas

se verifica la persistencia de una póliza o certificado por seis meses o más, también se premia al corredor con comisión adicional.

La otra modalidad de incentivos se aplica mediante campañas estacionales que apuntan al crecimiento en productos específicos (Vehículos, Vida, Patrimoniales, etc.); cuentan con sus propias condiciones e incentivos y varían año a año.

Actualmente se encuentran vigentes las siguientes campañas de incentivos:

Vida te impulsa. Incentivo Plus 3ra Edición: Se premia en base a la cantidad de seguros nuevos ingresados durante el periodo de vigencia del incentivo (15/10/2021 - 15/12/2021) en dos modalidades de póliza.

1. **Pólizas de pago periódico:** Se premiarán los 5 primeros puestos en función de la cantidad de pólizas de pago periódico vendidas en el periodo.

2. **Pólizas de pago contado:** Se premiarán los 5 primeros puestos en función del premio acumulado

por Asesor en el período, por sus ventas de pago contado.

Incentivos Plus 2021. Seguros de Vehículos: se incentiva el aumento del stock de certificados de vehículos, a través de un premio directo en dólares por cada certificado de incremento.

Además, se duplicará el monto del incentivo a los tres asesores con mayor incremento de primas (medidas en UI) durante el periodo de vigencia (1/10/2021 a 30/11/2021).

¿Qué rol juega la constante capacitación en la mejora del sistema de ventas de la rama Vida de la institución?

Vida es una cartera de oferta y no de demanda, por lo cual es fundamental acompañar a los asesores en forma permanente, motivándolos, capacitándolos, y ayudándolos a enfrentar los diversos obstáculos que se les presentan.

La capacitación es una de las tareas que realiza el equipo de Vida BSE, e incluye no solamente la capacitación en productos, sino también en técnicas de venta, herramientas, etc.

Los constantes avances tecnológicos y la pandemia que atravesamos, nos obligan a estar permanentemente incorporando y aprovechando nuevas herramientas.

Para darle mayor alcance a esta tarea fundamental, el BSE cuenta también con la figura de

Bróker Organizador en Vida, que es un líder de equipo que replica y amplifica las estrategias del BSE. Esta figura nos permite también mayor alcance geográfico, pudiendo hacer un acompañamiento cercano a los asesores de Vida de todo el país.

¿Cómo califica el comportamiento que registra en la actualidad la cartera de Vida del Banco en todo el país?

El BSE es desde hace un tiempo líder en seguros de ahorro: seguros en general individuales, que además de brindar cobertura por fallecimiento o enfermedad incluyen una componente de ahorro que puede destinarse a un fin específico, como por ejemplo complemento jubilatorio. En este segmento somos líderes absolutos y contamos con productos como la Renta Personal, que se comercializa en exclusiva por el BSE.

El BSE administra también la cartera de Vida Previsional, por lo cual conocemos de cerca las características del sistema de seguridad social, y generamos productos flexibles para complementar lo establecido en la Ley 16.713.

Esta oferta de productos de Vida y Ahorro se complementa con una amplísima gama de productos, que ha ido evolucionando a lo largo de los 110 años de Vida del BSE, con la seguridad y respaldo que nos caracterizan.

Asesorando hoy
para asegurar el
mañana, como
hace 110 años.

**¡Feliz Día
del Asesor!**



En apoyo a su fuerza de ventas transita la competencia Triatlón 2021

SURCO Seguros registra sostenido crecimiento junto a los Corredores

SURCO Seguros es una cooperativa uruguaya, de fuerte arraigo en el mercado, que crece junto a los Corredores, innova y genera valor. El Lic. en Administración, Jorge Schiavelli, Consultor Comercial de la compañía desde 2018, expresó que la consolidación y expansión de la marca en todo el país es fruto del trabajo y colaboración de importantes empresas cooperativas nacionales e internacionales.

Mix de productos

El ejecutivo afirmó al Suplemento de Seguros de El Observador que el objetivo de la organización es finalizar el 2022 “con un mix de productos del orden del 40% en Vida, 30% en Automotores, 20% Agrícola y 10% entre Propiedad y Caución”.

Ejemplificó que la rama Vida, que crece a un ritmo sostenido, totaliza “más de 350.000 clientes asegurados en las modalidades individual y/o colectiva”.

Informó además, en otro plano, que la superficie agrícola asegurada también registra procesos de permanente expansión ya que “supera en la actualidad las 300.000



Integrantes del equipo de trabajo de SURCO Seguros

Una compañía de cercanía que agrega valor a la comunidad

hectáreas”. Jorge Schiavelli remarcó asimismo que “somos un equipo de personas comprometidas que trabajan con ética, creatividad y cooperación”.

¿En qué medida los Corredores contribuyen al crecimiento de SURCO Seguros?

Uno de los pilares fundamentales del crecimiento sostenido de SURCO Seguros, han sido y son los Corredores. Su rol de asesoramiento profesional es clave en la intermediación entre el cliente y la compañía. Este asesoramiento profesional del Corredor lo visualizamos en los conocimientos y habilidades comerciales con que cuentan y entre las que podemos destacar:

*Detección de las necesidades del cliente.

*Conocimiento de los productos que comercializan.

*Conocimiento de las distintas opciones con que cuenta en el mercado.

*Argumento de ventas para seleccionar la mejor opción para el cliente.

En nuestra interacción permanente con los Corredores, les pe-

dimos, que dentro de las opciones de aseguradoras que manejan, esté siempre sobre la mesa la opción de SURCO Seguros. Luego, en función de lo arriba mencionado, que ellos decidan la mejor opción.

¿Cuáles son las principales acciones de apoyo a los Corredores?

Dentro de las principales acciones de apoyo a los Corredores podemos contar:

*Equipo de Ejecutivos Comerciales que interactúan en forma permanente con el Corredor por consultas sobre oportunidades de negocios, atención al cliente, temas de postventa, etc.

*Capacitaciones permanentes en cuanto a productos y procesos, disponibles para Corredores con experiencia, como así también para los que recién se inician en la actividad.

*El Programa Enfocados en la Capacitación: ciclo de conferencias con más de 10 años de trayectoria, donde invitamos a disertantes nacionales e internacionales, presentando temáticas diferentes que aplican a la gestión empresarial del Corredor.

*Acciones de apoyo netamente de Marketing. Esto incluye una serie de materiales como folletería, cartelería, materiales promocionales, espacios en medios de comunicación local, etc.

*Competencias de Ventas: En abril de 2020, en plena pandemia, con los desafíos que el contexto y el mercado nos presentaban, de-

cidimos lanzar nuestro Rally de Ventas, del que participaron numerosos Corredores.

Este año, y nuevamente en apoyo a la gestión del Corredor, estamos transitando la competencia que hemos denominado Triatlón 2021. En ambas hemos logrado resultados extraordinarios en cuanto a crecimiento de cartera y venta cruzada de productos.

Fue autorizada por el BCU para operar en la rama Caución

¿Qué comportamiento registra la cooperativa en lo que transcurre de 2021, en términos de suscripción y renovación, y cuáles son las perspectivas para fin de año?

La cartera de SURCO sigue en crecimiento a pesar de las dificultades que todos hemos vivido por la pandemia. Es un crecimiento que nos llena de orgullo, pero también de responsabilidad. Lo tomamos con cautela porque seguimos apostando a una compañía de cercanía que agrega valor a la comunidad. No buscamos solo crecer, queremos crecer generando valor.

En lo que tiene que ver con la renovación, la misma es muy buena a nivel general, alcanzando valores superiores al 90% en la rama

Automotor y Propiedad. En el resto de las ramas, las mediciones tienen sus particularidades, pero contamos con una tasa muy satisfactoria que nos alienta a seguir por el camino trazado.

¿En qué medida la cooperativa afianza su compromiso con la innovación y la capacitación?

Tenemos muy claro que la innovación es clave en nuestra industria. La mejora continua es parte del mundo del seguro, no solo por el nivel de competencia del mercado sino también porque los clientes exigen cada vez más, algo natural dado que los tiempos cambian y debemos agregar productos, procesos y servicios. Por lo antedicho, el equipo de SURCO está en constante búsqueda de oportunidades, en lo que comercializa como en lo que no comercializa, buscando conocer lo que la gente necesita y cómo lo necesita.

En cuanto a la capacitación, como mencionamos anteriormente, todos debemos seguir en una capacitación continua que nos permita mantener el vínculo que tenemos con nuestros asegurados y la comunidad. Entendemos fundamental la capacitación de nuestra fuerza de venta ya que ellos son nuestro nexo comercial más valioso y son parte importante de la imagen de la empresa.

¿Cuáles son los principales objetivos estratégicos y de diversificación que desarrolla la compa-

ñía?

Dentro del Plan Estratégico 2018-2022, nos hemos planteado objetivos estratégicos relacionados con:

*Crecimiento a nivel de facturación y sus implicancias en crecimiento de cuota de mercado.

*Aumento en el patrimonio con resultado técnico equilibrado y aumento en el exceso de capital.

*Mayor eficiencia organizacional.

Por otra parte, buscamos que el crecimiento mencionado se de a partir de una adecuada diversificación. En este sentido, cabe mencionar que este año hemos obtenido la aprobación del Banco Central del Uruguay para la comercialización de productos en la rama Caución. Es nuestro objetivo finalizar el 2022, con un mix de productos del orden del 40% en Vida, 30% en Automotores, 20% Agrícola y 10% entre Propiedad y Caución.

¿La rama Vida continúa potenciando sus contratos individuales y colectivos?

En esta rama venimos trabajando fuertemente en lo referente a seguros de Vida Individual como Colectivos. Contamos con coberturas que se adaptan a la necesidad de cada cliente, básicas, a un costo accesible, hasta planes totalmente personalizados, orientados a la protección familiar o individual.

Seguimos ampliando nuestra oferta de productos y servicios. Por mencionar algunas, contamos con: Seguros de Protección Fami-

Hacen posible un mercado asegurador fuerte y confiable

Casur Seguros, reafirma y potencia su compromiso con sus Corredores

Desde Casur, primera Cooperativa de Asesores de Seguros del Uruguay, queremos dejar en su día un gran saludo a todos los Corredores Asesores, que día a día, con su esfuerzo y dedicación, hacen posible un mercado asegurador fuerte y confiable, informó la Comisión Directiva de la institución.

“Con un futuro más alentador desde el punto de vista sanitario y un presente volviendo a la normalidad, o mejor dicho a una nueva normalidad, Casur se ha ido adaptando a las nuevas situaciones que se fueron dando y las que vendrán,

Generan una promoción para el ingreso de nuevos socios

porque pensamos que después de esta pandemia nada va a ser igual que antes. Los efectos de la pandemia, y la permanente modernización tecnológica, obligan a una constante actualización y desarrollo”, señaló la organización.

Trabajo a pleno

La Comisión Directiva informó asimismo que “nuestras oficinas ya están trabajando a pleno.



Andrés Guidali, Tesorero de Casur; Roberto Machado, Presidente; Fernando Santos, Secretario

Hemos modernizado nuestros equipos y adquirido nuevas herramientas tecnológicas, para dar un mejor servicio y una respuesta más rápida a los más de 100 corredores que trabajan con Casur. Nuestra cooperativa ha incrementado su masa social con corredores

jóvenes, que nos dan dinamismo y obligan a una mejora continua.

Este día del Corredor de Seguros, nos encuentra con una promoción para el ingreso de nuevos socios en condiciones muy ventajosas para quien ingresa. La consigna sigue vigente, y es que una

póliza ingresada a Casur, en sus distintas formas, rinde más porque se comparten los beneficios obtenidos por el esfuerzo conjunto de todos los corredores”.

Compromiso participativo

La Comisión Directiva informó

también que a fines de noviembre “tendremos elección de autoridades, donde se reafirma el compromiso democrático y participativo de la Cooperativa. Nuevamente deseamos a todos los Corredores un FELÍZ DÍA del Corredor y el deseo de un nuevo año de éxitos y prosperidad.

Viene de Página 8

liar, Accidentes Personales, Micro Empresario Protegido, Cobertura Fúnebre Integral. Dentro de nuestros Seguros de Vida Individual, contamos con productos como: Temporal, Vitalicio, Universal; teniendo la posibilidad de contratar diferentes coberturas suplementarias (invalidéz, oncológica, muerte accidental, retiro, subsidio hospitalización, universitaria). En lo que se refiere a Seguros de Vida Colectivos, comercializamos productos para empresas como: Protección Familiar: Seguro de Vida para funcionarios; Saldo de Crédito: Seguro para Créditos contraídos por clientes, etc.

La actividad que venimos desarrollando en forma conjunta entre Corredores Generales, Corredores Especializados y los Equipos Comerciales y Técnicos de Surco Seguros, se traduce en un crecimiento constante de la rama, contando con más de 350.000 clientes asegurados en las modalidades individual y/o colectiva.

¿Qué panorama exhibe la cartera de Agro y cuántas hectáreas cubre en la actualidad?

Dentro de la rama Agrícola, con-



El Lic. Jorge Schiavelli destacó los valores que sustentan a la cooperativa

tamos con una muy importante cartera de clientes, que nos eligen zafra a zafra, año a año. Considero que las claves por lo cual se da esta situación son:

*Innovación permanente en productos y servicios para cultivos de Invierno (Trigo, Cebada, Colza, Avena), de Verano (Soja, Maíz, Girasol) y de Arroz. Cabe

mencionar, que desde hace más de 3 años contamos con el Producto RMG (Rendimiento Mínimo Garantizado), que permite que el cliente obtenga un mínimo de rendimiento de cosecha (Kg/Ha), según condiciones acordadas entre las partes, a un valor del grano preestablecido, indemnizando la diferencia de

kilos entre el rendimiento asegurado y el obtenido. Este producto se ha desarrollado apalancado en la telemetría que es una tecnología que permite la medición remota y el posterior envío de la información, durante los procesos de siembra y cosecha.

*Equipo de Corredores especializados y muy profesionales.

*Equipo de apoyo técnico-comercial de Surco, que da soporte a Corredores y clientes en gestiones de venta y postventa.

*Un Manual de Peritaje, que es un diferencial en el mercado y que permite objetivar las mediciones al momento del siniestro.

En Surco Seguros, venimos creciendo en la superficie agrícola asegurada, a un ritmo sostenido, superando en la actualidad las 300.000 hectáreas.

¿Cuántos integrantes tiene la comunidad SURCO y cuántos Corredores operan para la organización?

La comunidad SURCO crece en forma ininterrumpida desde 1992. Somos un equipo de personas comprometidas que trabajan con ética, creatividad y cooperación, y que se compone de más de 60 Directivos y funcionarios, más

de 30 Asesores institucionales y técnicos y más de 300 Corredores.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la empresa, en materia de fortalecimiento de marca, en un mercado altamente competitivo?

Apoyados en la buena satisfacción de nuestros clientes, la alta tasa de renovación y valores como el respaldo y la confianza, atributos que asocian espontáneamente nuestros asegurados cuando les

Sus carteras tienen altos índices de renovación

preguntamos por la compañía, buscaremos seguir mejorando el conocimiento de marca para que aquellos que aún no probaron nuestros servicios lo hagan. Ese es el desafío. Creemos que, junto con el uso de todos los nuevos medios de comunicación, que han explotado en los últimos años, nuestros indicadores seguirán mejorando para lograr mayor recordación

El Corredor es el gran socio estratégico de la compañía

San Cristóbal registra fuerte expansión

San Cristóbal Seguros genera procesos expansivos que potencian la marca en el mercado y que se sustentan en una estrategia posicional muy planificada en todo el territorio nacional. El Gerente General de la compañía, Sebastián Dorrego y el Gerente Comercial, Mauricio Castellanos, dijeron a El Observador que se crearon bases sólidas con proyección de futuro, que parten de la premisa de que los cambios son constantes.



Mauricio Castellanos, Gerente Comercial; Sebastián Dorrego, Gerente General

¿Qué comportamiento ha tenido la empresa en lo que transcurre del año?

SD. El año 2021 ha marcado muchos hitos para la compañía. En primer término, ha consolidado una trayectoria de crecimiento y de posicionamiento a nivel de marca. Se ha generado un volumen de cartera que nos potenció en la plaza aseguradora. Hace un año y medio la cartera de Automóviles de San Cristóbal totalizaba el 1,7% del mercado y al pasado 30 de junio, de acuerdo a los datos del BCU, la participación es del 3,4%. Esto significa un crecimiento de más de 20.000 vehículos expuestos a riesgo. Este es el resultado de un trabajo planificado, que presentaba frentes interconectados que requirieron mucha dedicación y compromiso con la marca. Se desarrolló una micro estrategia por segmento, por canal, por localidad, y en cada uno de esos lugares

se aplicó una estrategia diferente que apuntaba al mismo objetivo de la compañía.

En el primer semestre del ejercicio 2021 San Cristóbal acumuló un crecimiento, respecto al mismo período de 2020 superior al 75%. Con setiembre cerrado mantenemos ese porcentaje, lo cual refleja un trabajo constante, una validación en el mercado y un apoyo del canal de corredores, nuestro gran socio estratégico.

¿Cuántos vehículos prevé cubrir este año la compañía?

MC. Cerramos setiembre con más de 42.000 vehículos asegurados y estimamos que finalizaremos el año con 46.000 vehículos cubiertos. Es un crecimiento muy importante porque cuando comenzamos el plan, a comienzos de 2020, tota-

lizábamos 19.000 unidades. La expectativa, al cierre del 2022, es estar en el orden de los 55.000 vehículos asegurados. El objetivo de la marca es posicionarse, en el segmento vehículos, entre las compañías más importantes del mercado. Es una política de sostenido crecimiento que acompaña a los corredores para que crezcan junto a la compañía. El 60% de los nuevos seguros en la rama vehículos proceden del interior y el 40% restante de Montevideo, donde la expansión ha sido muy fuerte porque estamos en el orden del 40%-50% de crecimiento. La estrategia es hacer foco en el interior pero crecer en todo el país.

¿Los corredores son los impulsores de ese sostenido crecimiento de la compañía?

SD. La marca siempre apoyó a los corredores. Se generó una política que buscó convencer a los corredores que tienen un fuerte posicionamiento en determinadas localidades, de que San Cristóbal es una buena opción para desarrollarse. Esta estrategia fue muy positiva porque incorporamos más de cien corredores en todo el país. El crecimiento de la marca emana de la gestión de los corredores que ya operaban con la empresa y de los nuevos profesionales que reconocen los valores de San Cristóbal.

¿De qué manera se traduce ese constante apoyo a los corredores?

MC. Hay una lógica de relacionamiento que tiene dos facetas: la tecnológica y las visitas periódicas en el interior y en Montevideo. Le aportamos al corredor información para que pueda visualizar la marcha de su cartera y a partir de ahí apoyarlo para que mejore sus gestiones. Esta política ha dado muy buenos resultados porque de los 70 corredores principales de la compañía más del 98% ha finalizado el Programa de Impulso Comercial (PIC) con un crecimiento de cartera. El PIC premia el tamaño de la cartera, siempre que se cumplan determinados requerimientos, y premia las carteras que crecen y las rentables por la siniestralidad. El PIC es un instrumento, que deja muy satisfechos a los corredores, porque es simple, sencillo y permite hacer un seguimiento mensual. Construimos una fluida relación con los corredores, que genera las condiciones para que puedan acceder a los premios.

¿Sobre qué valores se asienta el instrumento del PIC?

SD. El éxito de esta herramienta se sustenta en cimientos sólidos, desde la concepción de los datos. Gestionar, a partir de los datos, nos ha permitido desarrollar nuestras estrategias. Y a los corredores poder abordarlos con planes que se adaptan a las zonas en que operan y a sus segmentos de clientes. Esto les ha permitido crecer en cantidad de clientes y hasta en las primas medias. Toda la información que se le trasmite al corredor permite pulsar, en cierta manera, el camino de su gestión. Es decir, siempre gestionar a partir de la información y partir de la premisa de analizar continuamente los datos. Creo que esto es fundamental y lo más novedoso.

¿Cuáles son los ejes que sustentan el relacionamiento con el Corredor?

MC. Siempre mantenemos una relación muy fluida con el Corredor. Esto implica respetar y creer en la

figura del Corredor. No creer que nosotros tenemos la verdad revelada en cada zona del país. Cada parte del sistema asegurador tiene un rol para cumplir. Sabemos que el corredor tiene un rol importante en el sistema y por eso contribuimos a que ese profesional desarrolle ese rol de la mejor manera posible. Hacemos todo en forma muy transparente a través de conversaciones para pulsar como los vemos y como nos visualizan ellos. A partir de ese diálogo franco y abierto construimos valores para la compañía y para el corredor. Siempre en un plan de respeto hacia el Corredor.

¿La compañía solicitó al BCU la habilitación correspondiente para operar en las ramas Cauterías y Vida?

SD. Efectivamente. Proyectamos iniciar el año 2022 con un portafolio diversificado para nuestro canal de corredores. El trámite está avanzado en el BCU por lo que somos optimistas. Estamos pensando en productos que satisfagan las necesidades del consumidor y también del Corredor. Se diseñará una solución que será lo más comercializable posible.

También trabajamos en los procesos de potencialización de los otros productos que ya comercializamos. Hacemos una revisión continua de los productos, de los procesos de suscripción, para generar instancias que fortalezcan cada vez más las dinámicas con los corredores. También especializamos cada vez más a determinados colaboradores en ramas claves para poder abordar el desarrollo de esas carteras con otra solidez. Buscamos siempre innovar en un mercado bastante dinámico respecto al desarrollo de la tecnología. La experiencia reciente con la automatización en la denuncia de siniestros por Whatsapp ha sido un éxito. Cerca del 50% de las denuncias mensuales se realizan por esa plataforma. El camino sigue con mejoras en los canales de comunicación para garantizar al corredor la trazabilidad de todos sus procesos. Buscamos que el corredor se empondere cada vez frente a sus clientes.

MC. Es importante pensar en términos del consumidor actual y del consumidor de futuro. No pensar tanto en lo que nos gustaría comercializar y lo que estamos vendiendo sino pensar en qué es lo que al consumidor de hoy y al de mañana le gustaría tener del lado del seguro. Es un proceso que lleva su tiempo. Estamos avanzando en el diseño de productos novedosos. Son ideas que necesitan un análisis de viabilidad económica antes de empezar a implementarlas. Pensamos que algunas ideas que están bajo análisis tendrán en el futuro buenas perspectivas de implementación.



Smart Contracts y Seguros

Por Andrea Signorino Barbat
Asesora legal y técnica en seguros y reaseguros

Primeramente, deseo saludar a los amigos cercanos de seguros en su día, destacando su contribución a lograr un mercado de seguros sano y transparente en beneficio del consumidor. Seguidamente, presentaré al lector una realidad a nivel internacional, que es la aplicación de la tecnología de los smart contracts o contratos inteligentes en la comercialización de novedosas modalidades de seguros que plantean diversos desafíos para la transparencia exigida en materia de seguros frente al asegurado.

Los contratos inteligentes, son arreglos de tipo contractual incorporados en un software que puede validar, ejecutar y grabar de manera automática en una plataforma de tecnologías de registro distribuido, tan pronto como se cumplan ciertas condiciones pre programadas por humanos. La tecnología que subyace, es el blockchain que nace como base de los sistemas de las criptomonedas pero se ha convertido en una herramienta que permite verificar, validar, rastrear y almace-



nar todo tipo de información, de forma inviolable. La información que nutre al smart contract se encuentra cargada por las partes en el blockchain o se obtiene electrónicamente de una fuente externa llamada "oráculo", un tercero predefinido en el que las partes confían. Ejemplos de oráculos son el Banco República como fuente de la tasa de cambio o el sistema de un aeropuerto para informar sobre la cancelación de vuelos. El carácter "inteligente" del contrato no significa que estemos ante una máquina con alto coeficiente intelectual, sino ante contratos cuyo cumplimiento es realizado de manera exclusiva por la máquina a partir de la información previamente intro-

ducida por el programador sin que pueda alterarse posteriormente ni por las partes ni por sistema alguno de inteligencia artificial. Este automatismo ha dado lugar a una nueva categoría de seguro en que las partes aceptan el diseño del oráculo para el cumplimiento de la prestación del asegurador.

Pongamos un ejemplo. El tomador del seguro desea viajar en avión, pero resulta determinante la hora de llegada al aeropuerto, porque tiene que hacer un transbordo para tomar un tren, por lo que si se retrasa el avión, perderá el precio del billete ferroviario. La aseguradora ofrece un contrato de seguro en el que el único riesgo cubierto es el retraso en más de 30

minutos sobre la hora prevista de llegada del vuelo. La tecnología unida a los smart contracts hace que las partes acuerden que el pago del asegurador queda vinculado exclusivamente al oráculo que es el sistema de control del aeropuerto. El sistema del asegurador se conectará con el oráculo y comprobará la hora en que ha llegado el vuelo. Si se produce el retraso, el sistema ejecutará automáticamente la orden de pago que el asegurado recibe a los pocos minutos de producido el siniestro, la demora en la llegada del vuelo que es el acontecimiento previsto como desencadenante del pago. En caso contrario, la aseguradora conserva la prima. La solución parece novedosa, lo que cabe preguntarse es si resulta transparente para el asegurado.

Si pensamos en el principio de transparencia a nivel contractual, la Ley de seguros 19.678, exige que la póliza cumpla con ciertos requisitos de forma y contenido. Por ejemplo, exige la redacción en idioma español, y en forma clara para el asegurado. El lenguaje de programación de un contrato inteligente será técnico, lo cual no significa que el texto de la póliza no pueda estar

redactado en forma sencilla. En general, al menos en las experiencias actuales, son coberturas simples que pueden ser expresadas en términos claros y en idioma español. Respecto a la entrega de la póliza, el medio electrónico será el elegido y perfectamente pueden cumplirse los plazos y advertencias que exige el legislador. El contenido deberá adaptarse al tipo de seguro, como exige la ley.

Respecto a la intermediación, el contrato inteligente, por su propia estructura comercial de venta masiva y coberturas simples, no es un contrato donde necesariamente actúen intermediarios. No obstante, en caso de actuar como ser, en el ejemplo dado, intermediarios vinculados a la línea aérea o al agente de viaje o al aeropuerto, será exigible la transparencia de su parte en el sentido, especialmente, de identificación claridad al asegurador ante el asegurado.

En suma, y dejando pendiente ampliar este tema en futuras ediciones, a lograr el equilibrio entre transparencia frente al asegurado y beneficios comerciales, deberán dedicarse los aseguradores si desean desarrollar un producto de seguros basado en contratos inteligentes que resulte serio y sostenible en el mercado, sin olvidar además el debido asesoramiento al asegurado.



Hoy saludamos y celebramos el trabajo de todas las personas que hacen que el sector de las aseguradoras siga creciendo. Especialmente, al equipo de **MAPFRE** que día a día ofrece lo mejor para vos.

 **MAPFRE**
Tu aseguradora global de confianza



Fidelización con los Corredores que perdura en el tiempo

HDI Seguros, crecimiento global del 26% por el elevado número de negocios nuevos

HDI Seguros registra un crecimiento global del 26% atribuible a una gran cantidad de negocios nuevos que ha generado con los Corredores, con los cuales se desarrollan sinergias muy positivas que perduran en el tiempo, afirmó Rodrigo Guerra, Ejecutivo Comercial-Marketing de la compañía. El entrevistado dijo además a El Observador que HDI Seguros ha potenciado su presencia en varias zonas del interior del país.

¿Cuáles son las principales propuestas de valor que brinda HDI Seguros a los Corredores?

Históricamente nuestra política ha sido, y continúa siendo, la atención personalizada y de calidad, tanto a Corredores Asesores, como a Asegurados que decidan ponerse en contacto con nosotros. Procuramos así atender de forma permanente la necesidad de cada uno, intentando siempre una respuesta adecuada y humana. Hace algunos años hemos iniciado un proceso de transformación digital que ha dotado a los Corredores de muchas herramientas que apoyan su gestión diaria. No se trata



Rodrigo Guerra, Ejecutivo Comercial-Marketing de HDI Seguros

de políticas contradictorias. Por el contrario, son complementarias. Hay oportunidades que requieren el contacto personal, y esas nos encuentran siempre dispuestos, y de

puertas abiertas. En otras, el Corredor es capaz de obtener la información que requiere, y aún gestionar aspectos de su cartera en HDI, sin necesidad de nosotros. Nos hace

feliz la comunión personal, y también el darles herramientas a los Corredores para que, de esa forma, desarrollen su actividad de la forma en que les resulte más cómodo.

¿La compañía continúa generando acciones que construyen vínculos a largo plazo con sus socios estratégicos?

Claro que sí. Generando nuevas, e insistiendo con algunas que han contribuido a un vínculo muy largo con muchos Corredores. Hay Corredores que trabajan con nosotros desde antes que nuestros colaboradores de mayor trayectoria comenzaran a trabajar. Hablamos de más de treinta y cinco o cuarenta años desarrollando esta actividad con ellos. Otros no han llegado aún a ese tiempo con nosotros, pero son jóvenes, y hacemos nuestro mejor esfuerzo para ser testigos directos de toda su carrera profesional. En los últimos tiempos, y porque sabemos escuchar a nuestros socios, hemos reformulado algunos de nuestros productos para alinearlos con las expectativas de los Corredores, que es la expectativa del mercado. Se ha actualizado nuestro Seguro para Hogar a primer riesgo absoluto, para hacerlo más accesible, sencillo y transparente para nuestros Asegurados, en cada momento, desde la cotización hasta el final de la vigencia.

¿Considera que las sinergias entre la compañía y los corredores fortalecen el mercado asegurador?

Definitivamente. Como tantas veces lo hemos comentado, para HDI el Corredor es el principal canal de venta. Son los Corredores quienes están en contacto con los Asegurados, los que reciben de primera mano sus inquietudes, los que comparten sus expectativas. Nosotros recibimos de ellos su experiencia en cuanto al relevamiento de necesidades, e intentamos dar satisfacción a esas demandas. HDI, como empresa de presencia global, conoce las necesidades de los Asegurados en distintos lugares del mundo, y aunque mucho de esto se repite de mercado en mercado, cada mercado tiene sus particularidades, y el Corredor es el que nos ayuda a identificarlas.

¿Se retornó a la gestión presencial al bajar los efectos negativos de la pandemia?

Hemos retornado a la presencialidad en un 70%, y continuamos cumpliendo con los protocolos recomendados por las autoridades sanitarias de nuestro país. Aún en los momentos más duros de la

pandemia siempre procuramos tener gente trabajando en la oficina, como forma de hacer sentir mayor contención a Corredores y Clientes. Hicimos una fortísima inversión en tecnología para que aún aquellos que trabajaban desde su casa, a ojos de nuestros colaboradores, se vieran como si estuvieran aquí, evitando resentir uno de los aspectos más importantes para nosotros, como es la comunicación con las personas. El funcionamiento en pandemia, con la herramienta del trabajo remoto, fue muy bueno, pero nos gusta el apretón de manos, momentáneamente cambiado por el choque de puños. Esto favorece mucho las relaciones personales.

¿Qué comportamiento ha registrado HDI Seguros en lo que transcurre del año?

Al cierre de setiembre, la compañía muestra un crecimiento global de 26%, en algunas líneas de negocios. Este crecimiento se debe a una gran cantidad de negocios nuevos para la compañía ya que muchas tasas se ajustaron a la baja durante el pasado año, acompañando las dificultades de nuestros Clientes debido a la pandemia, pero no han vuelto a recuperar los niveles de 2019. Nuestro crecimiento es real en cantidad de negocios y de prima.

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

El interior es y ha sido durante 2021 un fuerte foco de interés para HDI. Fortalecimos nuestro equipo comercial para tener una mejor presencia en territorio, y así lograr construir con los Corredores que trabajan a lo largo y ancho del país, una fuerte relación de conocimiento y confianza. Esto no empezó ahora. Empezó hace muchos años, y nos sentimos honrados con la confianza de muchos Corredores importantes que en los departamentos donde desarrollan su actividad, recomiendan nuestros productos. Este año nos propusimos seguir apoyando a esos productores, pero también, ampliar la red. A todos les hemos brindado nuestro apoyo en la forma de capacitación de herramientas web, material publicitario para la promoción, y estando presentes cada vez que nos necesitaron para escuchar de primera mano acerca de sus necesidades. El consumo de seguros es distinto en el interior que en el área metropolitana, y consecuentemente, también son distintas las necesidades de los Corredores. Junto a ellos, HDI está construyendo una parte importante de su futuro.



Vos en lo importante



El Círculo de Agentes desarrolló proactivo curso de capacitación

Potencian profesionalización de los Agentes que operan en todo el país

El Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay generó proactivas instancias de capacitación para sus Agentes y colaboradores que potenciaron los procesos de asesoramiento al asegurado sobre la amplia línea de productos que ofrece el Banco de Seguros en todo el país. El curso, que se sustentó en módulos con formato virtual y en un encuentro presencial, fue impartido con una dinámica muy didáctica por Nelson Montaldo, de reconocida trayectoria en el mercado asegurador.

Los integrantes de la Comisión Directiva del Círculo de Agentes, Daniel Abal (Presidente); Diego Etchevers (Vicepresidente); Daniel Florines, (Secretario); Gonzalo Trías, (Tesorero) y Marcela Riverón (Vocal), destacaron al Suplemento de Seguros de El Observador la importancia que reviste profundizar conocimientos que profesionalizan aún más la gestión de los 65 Agentes del BSE ubicados en puntos estratégicos del país.

Nuevas herramientas

Informaron que la alta competencia que se registra en la plaza aseguradora impulsó a la institución a organizar un curso, avalado por el BSE, que les brindaran nuevas herramientas a los Agentes y a sus colaboradores para marcar diferencias en la calidad del servicio. El Círculo de Agentes procuró además que a través de la capacitación “se abriera, de la mejor manera posible, el abanico de productos que el Banco comercializa en el mercado”.

Los ejecutivos ejemplificaron que “la competencia en la cartera de Automóviles es muy dura y por eso tenemos que prepararnos cada vez más para poder vender mejor esta y otras



Capacitador, Nelson Montaldo; Daniel Abal Presidente del Círculo; Marcela Riverón, Vocal; Gonzalo Trías, Tesorero; Diego Etchevers, Vicepresidente y Daniel Florines, Secretario



Instancia de capacitación realizada el 18 de setiembre en Nueva Helvecia



Otro curso de capacitación desarrollado el 2 de octubre en Montevideo

todo este período de pandemia. Nos hemos aggiornato y esto es muy bueno para los Agentes”.

Expresaron que “muchas Agencias han permanecido en el núcleo familiar por lo que se han incorporado jóvenes que en su gran mayoría han estado en contacto con el mercado asegurador, pero que necesitan profundizar más sus conocimientos para desarrollar de la mejor manera la tarea del Agente del BSE”.

Recordaron que la idea de “generar instancias de capacitación emanó de la integrante del Círculo de Agentes, Cecilia Olivera, iniciativa que fue aprobada por la directiva de la institución. Se acordó entonces que Nelson Montaldo, impartiera el curso sobre Seguros Generales”.

Los entrevistados afirmaron que Montaldo “es un profesional muy capacitado, que ha practicado la docencia durante su gestión en el Banco de Seguros y que es muy claro para transmitir sus conceptos”. Los directivos del Círculo de Agentes agradecieron asimismo a la División de Capacitación del BSE por “haber proporcionado también capacitadores para algunos módulos”.

Muy interactivo

Nelson Montaldo dijo al Suplemento de Seguros de El Observador que el curso comenzó en abril de este año y tuvo una duración de 48 horas. Fueron

instancias muy interactivas que abarcaron todos los productos que ofrece el BSE en todo el territorio nacional”, expresó.

“Se analizaron -prosiguió- diversos casos, muchos de ellos complejos, en los cuales siempre se presentan situaciones opinables que facilitan la comprensión de la teoría, que luego hay que llevarla a la práctica. Siempre decimos que los seguros se aprenden con los siniestros”. Indicó que en el Uruguay “casi no existe capacitación formal en el área seguros. Esta situación determina que un Agente o un Corredor deben aprender sobre la marcha de su propia experiencia y a su vez nutrirse entre todos. Entonces, es importante que esta iniciativa del Círculo se haya podido concretar. En lo personal me gratificó mucho desarrollar el curso para esta institución”.

Destacó que “participó mucha gente joven porque se percibe que existen agencias que registran un proceso de recambio generacional. Hubo un muy buen nivel de preguntas ya que las Agencias están ávidas de profundizar sus conocimientos porque ello redundará en una mejor calidad de servicio”. Montaldo señaló que “se opera en un mercado cada vez más exigente, y para enfrentar un escenario muy competitivo, los Agentes deben tener las herramientas adecuadas para brindar el mejor asesoramiento a los asegurados”.

Referentes muy valorados en todas las regiones del país

Los directivos de la institución expresaron que los Agentes son los profesionales que representan al Banco de Seguros en todo el país y debido a ello la importancia que tienen en su zona de influencia. Son referentes muy valorados por el asegurado por la amplia gama de prestaciones que le brindan en todos los lugares donde operan. Destacaron asimismo que el Banco trata de mejorar en forma permanente sus procesos de gestión, incluyendo el tema tecnológico con las Agencias. En línea con esta filosofía de respaldo, está muy avanzado el proceso de incorporación de un nuevo programa para

las Agencias. Dijeron que cuando esté operativo los Agentes tendrán un enlace directo con el sistema del Banco que aportará más información y respuestas más rápidas y evitará la duplicación de tareas. El programa se pondrá a prueba a muy corto plazo en varias Agencias. Los directivos de la institución remarcaron que “el objetivo es que todas las Agencias que integran el Círculo puedan acceder a este programa para mejorar aún más sus procesos de gestión. Es decir, la idea es que todos tengamos las mismas herramientas y la misma calidad de servicio”.



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

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

Davi es el nuevo Director de Negocios Internacionales del Grupo Sancor



Guillermo Davi, Director de Negocios Internacionales del Grupo Sancor

Guillermo Davi hace más de 23 años que trabaja en el Grupo Sancor Seguros. En el mes de octubre comenzó a desempeñarse como Director de Negocios Internacionales, luego de ejercer durante 9 años la función de Gerente General de Prevención ART (la aseguradora de Riesgos del Trabajo del Grupo Sancor Seguros en Argentina, líder del mercado argentino). Anteriormente, se había desempeñado en Sancor Seguros Uruguay durante 6 años. Fue Gerente General de esta compañía desde setiembre de 2009 a enero de 2013.

El recientemente designado Director de Negocios Internacionales del Grupo Sancor, Guillermo Davi, afirmó a El Observador que el principal objetivo de su nuevo cargo será el de continuar consolidando a las empresas del Grupo Sancor “en sus respectivos mercados y seguir explorando nuevas oportunidades de negocios y expansión”.

El entrevistado destacó, en otro plano, que la seguridad jurídica que exhibe el mercado de seguros uruguayo es un “elemento fundamental para un buen desarrollo de la actividad aseguradora”. Asimismo, valoró la seriedad del ente regulador local “en sus funciones de contralor” y “la profesionalidad de los corredores de seguros en su

rol de asesores sobre riesgos y coberturas a los clientes”.

¿Qué desafíos le genera su designación como Director de Negocios Internacionales del Grupo Sancor Seguros?

Es un desafío muy grande en lo profesional y personal, donde trataré de capitalizar toda la experiencia adquirida durante estos años y hacer mi mejor aporte al desarrollo de las empresas aseguradoras que nuestro Grupo posee en Uruguay, Paraguay y Brasil. El principal objetivo será el de continuar consolidando a cada una de estas empresas en sus respectivos mercados y seguir explorando nuevas oportunidades de negocios y expansión.

¿Cuáles son las específicas áreas de gestión que conlleva su nuevo cargo?

En mi nuevo rol tendré la responsabilidad de la planificación estratégica general de las empresas que el Grupo Sancor Seguros posee en el exterior, delineando objetivos en pos de lograr los mejores resultados, bajo la premisa de asegurar niveles de calidad en los servicios, innovación en productos, fidelización de nuestros canales de comercialización y desarrollo de los recursos humanos.

También es importante lograr una mirada integradora de todas nuestras empresas del exterior y del Grupo Sancor Seguros en Argentina, en aspectos tecnológicos, procesos, desarrollo

de productos, estrategias de comunicación, políticas de reaseguro, entre otras cuestiones, sin descuidar, por supuesto, las particularidades e idiosincrasias de cada mercado.

Usted le imprimió a la Gerencia General de Sancor Seguros Uruguay dinámicas de crecimiento y confiabilidad. ¿Cuáles fueron los ejes rectores de su gestión en Uruguay y qué valores puede destacar del mercado asegurador uruguayo?

Los ejes rectores de mi gestión en Uruguay son los mismos que he aplicado también en Argentina en nuestra aseguradora de Riesgos del Trabajo. Básicamente una planificación clara orientada a objetivos concretos que nos habíamos fijado en aquel momento, acompañada por un proceso de desarrollo

y maduración del equipo de trabajo, consolidando un canal de comercialización profesional, que gradualmente se fue fidelizando y comprometiendo con la empresa, construyendo con muchísimos corredores una relación de confianza y respeto que perduró en el tiempo y me llena de orgullo. Del mercado asegurador uruguayo debo destacar la seguridad jurídica como elemento fundamental para un buen desarrollo de la actividad aseguradora, la previsibilidad de muchas variables macroeconómicas, lo que resulta clave en cualquier proceso de planificación, la seriedad del ente regulador en sus funciones de contralor y la profesionalidad de los corredores de seguros en su rol de asesores sobre riesgos y coberturas a los clientes.

Seguros para el Hogar

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

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 de cada persona.

CUAPROSE
Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros

CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

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

En un nuevo día del Corredor Asesor, Porto Seguro renueva una vez más el compromiso por trabajar de forma conjunta con sus Asesores para construir un mercado asegurador que sea cada vez más profesional, comprometido y adaptado a las necesidades de los clientes.

Sólido compromiso con el Corredor Asesor

Por Fernando Viera
Presidente de Porto Seguro Uruguay

El estrecho vínculo de la Compañía con sus Corredores es parte de la esencia, nos caracteriza y guía nuestra actuación. Siempre decimos que el Corredor Asesor es nuestro socio de negocios y eso se ve reflejado en la forma en que trabajamos: haciéndolo parte de nuestras decisiones, solicitando su participación en todas las áreas que hacen al core del negocio e incentivando su crecimiento constantemente.

Por eso, en Porto Seguro todos los Corredores matriculados cuentan con un Ejecutivo Comercial asignado y también con referentes del equipo de Sinistros para garantizar respuestas ágiles y personalizadas en cada situación.

Además, nos ocupamos de ofrecer las herramientas, cursos y capacitaciones que contribuyan en esta línea, manteniendo



vigente la figura del Corredor Asesor y acompañando los cambios que se presentan en el mercado. Es así que nuestra Escuela de Corredores supo adecuarse y adaptar los cursos de capacitación y actualización de

productos en todas sus carteras a formatos online, llegando de esta forma a Corredores Asesores de todo el país, con una aceptación que superó nuestras expectativas gratamente. A lo largo de este año, hemos

transitado diferentes etapas a nivel sanitario que gracias al compromiso de todos, logramos atravesar de forma satisfactoria, haciendo buen uso de todas las herramientas disponibles para continuar manteniendo la comunicación fluida y brindando la atención de calidad a nuestros clientes.

Desde hace algunos meses, con las precauciones correspondientes, pudimos recuperar algunas instancias de encuentro presencial entre nuestro equipo de ejecutivos con los Corredores, lo cual nos llena de alegría.

En Porto Seguro consideramos que el rol de asesoramiento tiene cada vez mayor relevancia en la tarea del Corredor, ya que es lo que realmente marca la diferencia entre los profesionales del seguro.

Por eso, desde antes de la pandemia y durante la misma, se ha reforzado el objetivo de brindar todas las herramientas a nivel tecnológico y de procesos

para facilitar la carga administrativa y de esa manera simplificar las gestiones con la Compañía. También buscamos apoyar al Corredor en el aumento de su producción, contribuyendo a generar nuevos negocios con su cartera de clientes.

Desde hace años, hacemos mucho foco en generar campañas que incentiven el aumento de pólizas vigentes de cada Corredor: actualmente se está desarrollando la etapa final de la Copa Porto Seguro 2021, que consta de una campaña de premiación a la producción generada por cada uno a lo largo de todo el año.

Ya entregamos muchos premios intermedios y a fin de año estaremos conociendo quiénes resultan ser los ganadores de los importantes premios finales.

Saludamos a los Corredores Asesores en este día y los invitamos a continuar trabajando con el respaldo del gran equipo que conforma a Porto Seguro.

Siempre hay un equipo atrás.

En Porto Seguro sabemos que junto a cada Corredor Asesor hay un equipo respaldando su gestión.

Por eso, en este día tan especial, hacemos llegar nuestro saludo a todos.
¡FELIZ DÍA!

PORTO SEGURO

www.portoseguro.com.uy