



FAPROSU, el Corredor y el Agente construyen confianza en la sociedad

- El Asesor respalda siempre al cliente frente a la ocurrencia de un hecho adverso
- Se apunta a la constante capacitación y jerarquización del Corredor profesional

Directivos de FAPROSU, Daniel Abal, Fernando Caballero y Lorenzo Paradell

● Páginas 4 y 5

Sancor Seguros registró muy buenos ratios de crecimiento y siniestralidad

● Página 8



Alejandro Peretti, Gerente de Suscripción y Siniestros



SANCOR SEGUROS

Tranquilidad estés donde estés

☎ 0800 2543

🌐 sancorseguros.com.uy

📘 sancorsegurosuy

📺 SancorUruguay

Seguro Obligatorio Automotor (SOA)

Por Guzmán Ordóñez
Socio de CUAPROSE

Llevamos 15 años de la implementación de la Ley de Seguro Obligatorio de Automotores (SOA), Ley que se discutió en el Parlamento casi desde la época de la desmonopolización del seguro automotor, que fue aprobada en 1995. Ley 18.412: "Díctanse normas relacionadas con la creación de seguros obligatorios que cubran daños que sufran terceras personas, como consecuencia de accidentes causados por vehículos automotores."

Difícil

Frente a un siniestro, hay situaciones en nuestra actividad profesional como corredores de seguros, que se nos hace difícil informar a un cliente que posee seguro total y que NO es culpable, que debe pagar deducible para reparar sus daños. Ya sea porque el culpable del siniestro no tiene seguro o porque no tiene la cobertura de daños materiales en su seguro de Responsabilidad Civil, porque solamente tiene SOA.

La primera reacción es: ¿Para qué tener seguro total si te chocan y hay que pagar igual? Resulta limitante que el enfoque de la Ley sea únicamente en el lesionado y no en el perjuicio material que genera la NO responsabilidad sobre el hecho.

Vacío de contenido

Por lo tanto, existe un vacío



Guzmán Ordóñez

de contenido en la actual Ley en lo que refiere daños materiales, ya que, aunque se tenga contratada una cobertura superior y no siendo responsable del siniestro, no respalda en estos casos. Siguiendo la línea de perjuicios que genera esta Ley, es un problema que el

mercado asegurador tenga que afrontar reclamos de siniestros de personas o situaciones no ajustados a la vida en convivencia, por la única razón de hacer foco en el lesionado. Esto repercute en los índices siniestrosales que luego el sistema mutual del seguro debe

afrontar. Sumando los fraudes que se pueden dar por falta de fiscalización, hace un combo muy perjudicial para todo el mercado asegurador.

Convivencia más justa

Las leyes existen para cumplirse, para fortalecer la orga-

nización de la vida en sociedad y para regular límites y derechos. Fomentando la convivencia de una manera más justa, generando mayor estabilidad social y para el desarrollo del país. Es responsabilidad social y estatal impulsar leyes que pro-

Ley que proteja al lesionado y al cliente no culpable con daños materiales

muevan una sociedad más justa. En resumen, la actual Ley no protege al que posee un seguro superior y en los hechos es lo mismo poseer SOA, ya que la Ley no prevé penas que ayuden a minimizar los incumplimientos, generando un porcentaje muy elevado de vehículos sin seguro que a corto o largo plazo traen perjuicios económicos a todo el sistema, que terminan absorbiendo nuestros clientes.

Más perfectible

Nos merecemos una Ley que proteja al lesionado y también al cliente NO culpable con daños materiales. Para que esto suceda, tenemos que hacer visible esta problemática todos los actores que intervenimos en temas de seguro para que sea discutida en todos los ámbitos y llegue a ser más perfectible en el Parlamento. ●

Grupo San Cristóbal renueva la imagen de oficinas de sus PAS

La nueva arquitectura de marcas de Grupo San Cristóbal está en línea con el compromiso de cercanía y refleja la visión de brindar soluciones, superar las expecta-

Esta innovación gráfica consolida la sinergia de todas las unidades de negocios

tivas y apoyar en todo momento la gestión del canal comercial, informó la organización en Argentina. Especificó que como parte del proceso integral de renovación de su identidad

visual, Grupo San Cristóbal comenzó con la readecuación de imagen de los locales comerciales de su red de PAS. Esta innovación gráfica refleja y consolida la sinergia de todas las unidades de negocios que componen el Grupo, y es el resultado de la implementación de su estrategia hacia nuevos mercados y clientes.

Renovación

"Nuestros PAS son el primer contacto que tienen los asegurados con el Grupo San Cristóbal y cuando comenzamos a trabajar en la renovación de nuestra imagen y arquitectura de marcas establecimos este proceso como prioridad. Aplicar el rebranding en las oficinas

de nuestros Productores Asesores es un paso necesario para fortalecer el posicionamiento,

La marca acerca su propuesta de valor a los clientes y a los grupos de interés

transmitir integralidad y acercar nuestra propuesta de valor a los clientes y grupos de interés", explicó Diego Guaita, CEO del Grupo San Cristóbal. La nueva arquitectura de marcas de Grupo San Cristóbal está en línea con el compromiso de

cercanía y refleja la visión de brindar soluciones, superar las expectativas y apoyar en todo momento la gestión del canal comercial.

Hasta el momento el Grupo ya identificó a un grupo de oficinas PAS de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos y de la costa atlántica, mientras que en los próximos meses extenderá el alcance al resto de las provincias de manera de tener nueva imagen en las principales ciudades del país hacia fines de este año.

Satisfactorio

Diego Guaita expresó que "es un trabajo tan complejo como satisfactorio, porque a la multiplicidad de factores que con-

dicionan el ritmo del plan que tenemos establecido (normativas municipales, condiciones climáticas, disponibilidad de materiales y particularidades edilicias de cada oficina) se suman la gran alegría de nuestros PAS y sus equipos al ver las nuevas instalaciones de sus oficinas".

"Estamos trabajando -prosiguió- junto a los mejores proveedores del mercado y asignando una gran inversión presupuestaria para llegar al objetivo que tenemos planteado y alcanzar a la mayor cantidad de oficinas PAS".

Orgullosos

El ejecutivo indicó finalmente que "estamos orgullosos de la red de productores y productoras que eligen al Grupo San Cristóbal para hacer que nuestros clientes estén seguros, cuidando su bienestar y patrimonio, y queremos que tengan una imagen actualizada y de calidad para atender a los asegurados". ●

Se ajustan a los requerimientos del asegurado

El BSE ofrece una amplia gama de coberturas en el segmento Salud

El Banco de Seguros del Estado (BSE) ofrece una amplia gama de coberturas de Vida que se ajustan a las necesidades y requerimientos del asegurado. Entre este diversificado segmento se destaca el producto Más Salud, que ofrece la posibilidad de complementar la cobertura de salud personal a través de un seguro individual de fácil contratación, sin declaración jurada de salud, ni exámenes médicos. Se puede contratar hasta los 60 años y la cobertura se mantiene hasta los 70 años. Las coberturas son: Cáncer. En caso de diagnóstico de esta patología, el asegurado podrá disponer de un capital contado así como la posibilidad de obtener una segunda opinión médica y de recibir tratamiento clínico-quirúrgico en Estados Unidos, Argentina, Brasil o Chile. Gastos Especiales. Cubre el costo de determinados servicios y tratamientos médicos, así como medicación para cáncer, esclerosis múltiple y hepatitis C, que no son contempladas o están parcialmente cubiertas por la prestación médica habitual. También se cubre el traslado fuera del departamento de residencia a cualquier punto del territorio nacional para realizarse los servicios y tratamientos detallados.

Cobertura de Vida

El seguro de Vida que ofrece el Banco de Seguro determina que la persona puede elegir durante cuántos años pagará su seguro, adaptándolo a sus posibilidades y



El Banco de Seguros potencia en forma permanente su segmento Vida

manteniendo la cobertura durante toda su vida. Ejemplo: Edad 35 años. Capital US\$ 25.000; Cuota mensual US\$ 33. Si el asegurado elige pagarlo solamente durante los primeros 15 años la cuota mensual es de US\$65.

Vida Temporal

Este seguro la permite a la persona contemplar una necesidad específica, acotando la cobertura a un determinado período de su vida, mientras sus hijos crecen, cuando adquirió un préstamo,

etc. Se puede elegir el ahorro que se quiere cobrar al final del período definido. Desde el primer día, el asegurado tiene el respaldo del BSE, que en caso de fallecimiento abona el capital a los beneficiarios que la persona eligió.

Ahorro más Vida

El asegurado opta por el ahorro que quiere cobrar al final del período definido y desde el primer día tiene el respaldo del BSE, que en caso de fallecimiento le paga el capital a los beneficiarios que elige. Período de cobertura:

- Por edad hasta los 55, 60 o 65 años.
 - Por un período de tiempo de 10, 15 o 20 años.
- Ejemplo
- Edad al contratar: 30 años
 - Ambos sexos
 - Capital Seguro de Ahorro: U\$S 50.000
 - Capital Seguro de Vida: U\$S 50.000
 - Cobra el Ahorro a los 65 años
 - Costo mensual: U\$S 82.05

Renta Personal

Este seguro posibilita que la persona reciba una renta mensual a partir de la fecha que elija al momento de contratarlo. Llegada la fecha fijada para el inicio del pago de la renta, también se tiene la opción de retirar el capital generado al contado. La renta puede ser vitalicia. El asegurado puede cobrarla durante toda su vida o también puede elegir un período durante el

cual desea recibirla, es decir una renta temporaria. Para realizar el pago del seguro se puede optar por hacerlo al contado depositando por única vez el monto total o pagar la cuota en forma mensual o anual hasta el momento de comenzar a cobrar la renta. El seguro se puede contratar en dólares o en unidades indexadas (UI).

Accidentes Personales

Este producto cubre la muerte accidental de la persona cuya vida se asegura como consecuencia de todo accidente que pueda ocurrirle, ya sea en el ejercicio de su profesión o actividad declarada, o en su vida privada. La cobertura principal, muerte accidental, puede ser complementada con las siguientes coberturas adicionales:

- Invalidez permanente, total o parcial por accidente. Se indemniza a la persona asegurada con un porcentaje de capital en relación al grado de incapacidad resultante.
- Invalidez temporaria por accidente, ante una incapacidad que impida al asegurado dedicarse a sus ocupaciones habituales por un lapso determinado. Se abonará una prestación diaria por un período máximo de 200 días.
- Invalidez específica
- Riesgo deportivo. Se cubren los riesgos derivados de la práctica profesional del deporte.

Esta cobertura se puede contratar en dólares o en moneda nacional. ●



En Uruguay nadie te da
más seguridad.

Informate más en bse.com.uy, llamando al 1998 o con tu Asesor de confianza.



Daniel Abal, Fernando Caballero y Lorenzo Paradell

FAPROSU, el Corredor y el Agente generan confianza y transparencia

La Federación de Asociaciones de Profesionales en Seguros del Uruguay (FAPROSU), sustenta su dinámica de gestión en el fomento, la capacitación y la sostenida puesta en valor de la actividad del Corredor y del Agente en todo el país. Su Presidente, Fernando Caballero, el Secretario, Lorenzo Paradell (Presidente de APROASE) y el Tesorero Daniel Abal, (Presidente del Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay), dijeron al Suplemento de Seguros de El Observador que los corredores y los agentes construyen confianza y transparencia en el mercado asegurador, en términos de protección de la sociedad en su conjunto. Los ejecutivos explicaron los procesos de gestión que prevé desarrollar la organización, integrada por APROASE, el Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay y CUAPROSE.

¿La creación de la Federación es fruto de valores institucionales comunes?

Existen tres asociaciones con intereses compartidos y lo natural era que se fueran acercando unas a otras. Se llegó, a través de una

serie de fructíferas reuniones, a un punto de maduración que abría un camino que debíamos transitar en común. El proceso avanzó en la medida que había ejes temáticos que interesan a todos los colegas del mercado asegurador. De esa acción conjunta, a la idea de institucionalizarse, había un solo paso. No fue fácil, sino más bien compleja, la institucionalización de la Federación por un hecho muy curioso: somos solo tres socios. En mayo de 2021 comenzamos a elaborar con un Escribano un proyecto de estatuto, que se presentó ante el Ministerio de Educación y Cultura. Finalmente, el Ministerio de Educación y Cultura interpretó a cabalidad nuestro objetivo y se aprobó nuestra Personería Jurídica el 9 de junio de 2022. Es decir, el proceso de constitución de la Federación nos demandó un año de trabajo.

Debemos destacar además que apuntamos a tener una institución lo más equitativa posible con sus socios, y en esa línea conceptual elaboramos un reglamento interno de rotación de cargos. En consonancia con esta filosofía, ya se sabe quiénes ejercerán los cargos de dirección de la organiza-

ción en el futuro. Es un concepto equitativo y original.

¿Cada institución mantiene su propio perfil operativo?

Efectivamente. La dinámica de la Federación no se superpondrá a la actividad que desarrollan las asociaciones que la integran. FAPROSU apunta a jerarquizar la profesión, generar instancias de capacitación, llevar un registro de corredores, pero los temas gremiales los manejará independientemente cada agrupación, de acuerdo a sus necesidades u objetivos. Es decir, todas cumplirán entonces su rol específico actual. Eso no quiere decir que las tres instituciones actúen en forma conjunta en los casos que lo ameriten porque existen intereses comunes en nuestra actividad en todo el territorio nacional. Los objetivos de gestión de la Federación se sustentan entonces en el fomento, divulgación, capacitación y jerarquización de la actividad aseguradora. Precisamente, en el área divulgación iniciaremos a corto plazo una campaña publicitaria en los formatos de televisión, radio y redes sociales, a escala de todo el país, para destacar ante la población la importan-

te acción de asesoramiento que cumple el Corredor y el Agente de Seguros. El objetivo es que la ciudadanía tome conocimiento de los valores que sustentamos en el mercado asegurador. Elegimos una agencia de publicidad con la cual comenzamos trabajar sobre los contenidos que queremos transmitir. Se comprendió cual es el cometido que buscamos y se generó un trabajo creativo que se ajusta a lo que nosotros queremos mostrar a la gente.

La población en general desconoce la temática del seguro y nosotros queremos transmitir, con mensajes claros, que nuestra actividad es gravitante para el asegurado en la medida que somos asesores profesionales y no simples vendedores de coberturas. Queremos que la gente comprenda que debe contar con un asesor que lo respalde, que proteja su patrimonio. Nuestra profesión es importante en la medida que aporta equilibrio, tiempo de conocimiento, en un mercado altamente competitivo. Siempre decimos que equiparamos a dos partes que tienen posibilidades muy distintas en la contratación de una póliza de seguros. Hay una parte que lo sabe todo, que es la

compañía de seguros, y otra que sabe muy poco o nada, y que es el asegurado. Entonces, la función del Asesor es poner a la misma altura al cliente y a la compañía de seguros. Y también darle a la compañía la tranquilidad de que quién suscribe un seguro tiene conocimiento de las condiciones que está aceptando y que procederá de acuerdo a ellas. Desarrollamos nuestra actividad en el marco de un amplio universo de opciones de seguros y por lo tanto tenemos que capacitarnos constantemente y estar siempre actualizados porque debemos explicar y hacer comprensible la cobertura a la persona que la va a suscribir. O sea, que tenga un seguro que se ajuste a sus reales necesidades. Es un proceso que contribuye, sin duda, a la transparencia del mercado asegurador.

Nuestro objetivo es entonces hacer conocer la función del asesor profesional, las responsabilidades que conlleva y las ventajas que ofrece al consumidor de seguros. Hay una valoración que es necesario destacar: no hay una intermediación pura, en el sentido de retirar un producto de un proveedor y trasladarlo al cliente,

sino una idoneidad profesional que es confiable y que protege siempre al cliente frente a un hecho adverso como puede ser un accidente de tránsito o una desgracia familiar.

¿El Asesor en seguros construye confianza porque existen incluso en el mercado reconocidas oficinas de corredores que tienen relevos generacionales?

Exactamente. Son valores que se transmiten, por ejemplo, a través de padres, hijos y nietos. Se generan entonces en estos casos vínculos de confianza que perduran en el tiempo. Es que el Corredor y el Agente construyen confianza día a día en todo el país.

En términos generales el asesor conoce todos los bienes que posee el asegurado, todos sus intereses y preocupaciones sociales respecto a su familia. Son fortalezas muy sólidas que el cliente valora porque sabe que tiene, en todo momento, el respaldo de un consejero informado.

¿Los corredores contribuyen a potenciar la cultura del seguro en el país?

Creemos que en este tema es muy fuerte la acción del Corredor y/o Agente. Por supuesto, consideramos que otros actores del mercado deben también incentivar la cultura aseguradora. Es decir, no solo desde el punto de vista comercial, como una específica cobertura, sino del seguro como instrumento de protección frente a eventualidades imprevistas. En el plano de la responsabilidad social y educativa percibimos desde hace tiempo, por ejemplo, importantes valores a nivel escolar. Existen muchos niños en todo el país que cuidan el medioambiente mejor que muchos adultos. Si a los niños se les inculca la necesidad de un seguro, como ocurre en muchos países del mundo, se está haciendo un aporte muy importante en lo que respecta a la protección de la sociedad en su conjunto. Uno de los ejes fundamentales que propugna la Federación es: Asegúrese. Es un principio totalizador que está más allá de coberturas puntuales. En ese marco nos interesa alguna campaña destinada a niños y jóvenes para que asimilen y comprendan los valores que conlleva el seguro. Se apunta a ir generando en esos grupos etarios una conciencia aseguradora, que en Uruguay se invoca desde hace 50 años pero, en muchos casos, se hace muy poco. En nuestro mercado, el seguro tiene un nivel de penetración más bajo que en otros países de la región, como Argentina y Brasil. Nos falta profundizar la cultura aseguradora y, por lo tanto, queremos fortalecer el horizonte asegurador, en términos de protección de la población.

¿La institución apunta a la constante capacitación del Corredor y del Agente en la medida que se opera en un mercado cada vez más complejo y exigente?



Daniel Abal, Fernando Caballero y Lorenzo Paradell

La Federación tiene también el importante rol de contribuir a la capacitación de todos los integrantes de las reconocidas organizaciones que la integran. Se apuntará a fortalecer conocimientos para que la profesión de Corredor y de Agente de Seguros se potencie y jerarquice cada vez más en el mercado. Hoy tenemos muchas obligaciones emanadas de la vigente Ley de Seguros, la cual en muchos casos le transmite mucha carga al asegurado y éste la deriva a los asesores. Entonces, debemos estar muy conscientes de lo que marca la ley, de las obligaciones que tiene el cliente y de informarlo lo mejor posible. Ese conocimiento no solo es para los nuevos corredores sino también para los profesionales que operamos desde hace años en el mercado. Tenemos que estar actualizados porque el mundo asegurador se transforma día a día y porque siempre aparecen nuevos riesgos, que es necesario cubrir con la máxima idoneidad. No hay que estar después de la ocurrencia de un determinado riesgo, quizás no previsto. Sobreviene un determinado hecho y creamos un seguro para cubrir ese riesgo. ¿Por qué no lo creamos antes de su posible ocurrencia? Esta realidad es parte de un proceso que debemos encarar en el futuro.

Queremos destacar además que cada empleado de una compañía de seguros está interiorizado sobre el ramo específico con el que trabaja. Unos colaboradores conocen los seguros de Incendio, otros de Vida, de Transporte, etc. de su propia organización. Sin embargo, el Corredor de Seguros debe operar con un criterio totalizador y esto implica que tiene que conocer, con la mayor profundidad posible, todos los planes de coberturas de todas las aseguradoras porque es la única manera de poder brindar un adecuado asesoramiento al cliente. No es una tarea fácil y por eso es necesaria una constante actualización y capacitación. Es un conocimiento tremendamente extenso porque no todos los seguros son iguales, como mucha gente cree. Por ejemplo, no todas

las coberturas de Todo Riesgo de la rama Automóviles son idénticas en todas las aseguradoras. Y

La institución está integrada por APROASE, el Círculo de Agentes y CUAPROSE

nosotros tenemos que saberlo.

En el área específica de los Agentes se busca siempre la preparación y la máxi-

ma profesionalización. En el interior los escenarios son diferentes y a veces un Agente desconoce que existen productos que podría comercializar, pero opera en una zona que tiene un techo o determinadas limitaciones. Lo interesante es que todos tengan acceso a los más altos niveles de conocimiento, que se puedan capacitar a través de los cursos que impartirá la Federación. Este es un importante desafío. Precisamente, para avanzar en el tema de la capacitación analizamos la posibilidad de generar una joint venture con alguna institución que imparte cursos en nuestra área de actividad.

¿Qué otros horizontes abre la gestión de la Federación en el mercado asegurador?

Creemos que, además de los valores destacados precedentemente, se verá beneficiada la ética profesional. Es un tema sobre el cual también debemos trabajar. La preparación que se les brindará a todos los integrantes de nuestras respectivas agrupaciones contribuirá a la lucha contra determinadas situaciones que lamentablemente ocurren.

Que exista más respeto profesional; también debemos educar en esa área. La Federación tiene que ser abanderada de la ética y esto permitirá que en el mercado opere la gente que realmente es honesta en su trabajo, que es responsable. El valor de la ética le dará consistencia y fortaleza a nuestra institución, con proyección de futuro.

¿El consenso alcanzado por las tres gremiales redundará entonces en hechos positivos para el mercado asegurador?

Los retos que se le plantean a la Federación comenzaron a ser enfrentados con mucha dinámica y profesionalismo por lo que se alcanzarán gradualmente los objetivos trazados. Queremos subrayar que es gratificante el entendimiento que hemos logrado. Siempre hubo muy buena sintonía y sinergias interactivas entre las tres asociaciones que integran FAPROSU. Es decir, no hubo líneas discordantes porque prevalece una premisa muy clara: el objetivo común está por encima de todo. ●



A la hora de contratar un seguro hágalo a través de su Corredor/Agente de confianza

Agrupación de Profesionales Asesores en Seguros
Círculo de Agentes de Seguros del Uruguay
Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros

Colonia 1007 Piso 2
Mail: secretaria@faprosu.uy
Web: www.faprosu.uy

La importancia de un asesoramiento personalizado

La delgada línea que existe entre lo artificial y lo humano

Por la Licenciada Cecilia Olivera Callero
Vocal del Círculo de Agentes
Agencia Tarariras

Por supuesto que un corazón humano debe ser complejo. Pero tiene que tener un límite-Klara y el Sol-Kasuko Ishiguro. En su cautivante novela "Klara y el Sol",

El Agente transmite seguridad y confianza al cliente

Kasuko Ishiguro nos introduce en un mundo donde la inteligencia artificial toma forma en Klara, una amiga artificial diseñada para proteger y acompañar a su dueña. Aunque ambientada en la ciencia ficción, la presencia de la inteligencia artificial ya es una realidad en nuestra cotidianidad. Desde los Smartphone hasta



Licenciada Cecilia Olivera Callero

electrodomésticos y aplicaciones de salud, la IA ha comenzado a formar parte integral de nuestras vidas.

Valiosa respuesta

La intermediación de Seguros y la importancia del Agente: En el ámbito de los seguros,

consultar a Chat GPT sobre la relevancia de los intermediarios arrojó una valiosa respuesta. Los intermediarios, como agentes o corredores, pueden ofrecer un asesoramiento personalizado, ayudándonos a entender las diferentes opciones y seleccionar la cobertura adecuada a nuestras necesidades. Además, se encargan de gestionar reclamaciones y representar nuestros intereses ante las compañías aseguradoras.

Con empatía

La emoción y confianza en la relación Agente-Cliente: Aunque la inteligencia artificial ha avanzado en el reconocimiento y respuesta a las emociones humanas, la verdadera experiencia del encuentro entre agentes de seguros y clientes es única e irremplazable. Los asesores se acercan a los clientes con empatía, escuchando atentamente sus necesidades y generando un ambiente de confianza. La decisión de elegir un asegurador no se basa solo en

precios, sino en la seguridad y confianza que el Agente logra transmitir al Cliente.

La Frontera Permanece:

Si bien la inteligencia artificial puede asemejarse a lo humano, tiene límites en cuanto a la emoción y la auténtica conexión con las personas. La confianza y la experiencia humana en la intermediación de seguros no pueden ser reemplazadas por la IA. El encuentro entre agente y cliente sigue siendo esencial para tomar decisiones fundamentales relacionadas con la protección del patrimonio y la tranquilidad en el futuro.

Verdadera importancia

En conclusión, "Klara y el Sol" nos muestra una perspectiva fascinante sobre la inteligencia artificial, pero la verdadera importancia de la relación entre agentes de seguros y clientes radica en la emoción, la confianza y la experiencia humana, aspectos que la IA aún no puede replicar. ●

AUDEA, contribución del Seguro Agropecuario frente a la sequía

AUDEA informó que el pasado 13 de marzo activó su protocolo de eventos catastróficos con relación al déficit hídrico, a efectos de dimensionar cómo el instrumento del seguro y en particular, el seguro agropecuario, contribuye a mitigar o eliminar los efectos negativos

de este fenómeno de pérdida. Todas las empresas de seguros que operan en seguros agropecuarios y que cubren las consecuencias del evento de sequía informaron a AUDEA respecto del impacto del mismo, tanto en hectáreas afectadas como en monto de indemnizaciones.

Hectáreas cubiertas

De forma agregada, con datos al cierre de junio de 2023, el sector asegurador otorgó cobertura a 301.533 hectáreas, lo cual implica un desembolso de aproximadamente USD 145 millones. Para contar con una referencia de magnitud de largo plazo, el promedio anual de siniestros pagados en seguros agropecuarios en el período 2003-2022 fue de USD 22,5 millones. Esta rama de seguros, por su naturaleza, cuenta con una importante volatilidad representada por una desviación estándar de USD 14 millones. Visto desde una perspectiva de resultados totales acumulados, en el mismo período, la rama de seguros agropecuarios presentó un déficit técnico acumulado de USD 40 millones de USD, lo que muestra el impacto de la sequía de 2023 en la medida que el monto pagado



Esta rama de seguros, por su naturaleza, tiene una importante volatilidad

en siniestros triplica los resultados acumulados en casi 20 años de todo el sector.

Tipo de seguro

En cuanto al tipo de seguro que cubre este tipo de evento de sequía nos encontramos ante las denominadas cober-

turas de rendimiento/inversión y que tienen como uno de los riesgos cubiertos al déficit hídrico.

De la totalidad de las coberturas contratadas se activaron siniestros en prácticamente el 100% de los casos, lo que era razonable esperar dada la severidad de la sequía.

Desde una perspectiva nacional, es importante destacar que el área asegurada con este tipo de cobertura representa menos del 30% del área sembrada total con lo cual entendemos que como país contamos con espacio para mejorar la gestión de riesgos agroclimáticos en el sector agropecuario. ●



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

Sostenibilidad y Seguros

Por la Prof. Dra. PhD. Andrea M. Signorino Barbat
Consultora internacional en seguros y reaseguros
andreasinorino@gmail.com

Asistimos en la actualidad a la era de la sostenibilidad basada en los criterios ESG y principios del desarrollo sostenible, que son una evolución de la responsabilidad social empresarial. La responsabilidad social empresarial o empresarial tiene varias facetas. En el libro Verde del año 2021 de la Unión Europea, se la conceptualiza como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones empresariales y en sus relaciones con los grupos de interés: clientes, proveedores, personal de la empresa, socios, administraciones públicas, sociedad civil, entre otros.

Triple línea

Es decir, que es una responsabilidad de triple línea medida por el impacto que la actividad de una empresa tiene en las tres dimensiones: social, económica y ambiental.

Del concepto de responsabilidad social empresarial desarrollada por H. Bowen en 1953 en su obra Social Responsibilities of the Businessman se evoluciona al deber de transparencia y luego hacia la sostenibilidad, que viene a ser la normativización de la responsabilidad social empresarial que en cambio se basa en la autorregulación, la libertad de diseño y la voluntariedad en su asunción. La responsabilidad social empresarial -RSE- no es solamente cumplir con las normas, aunque incumplir las normas denota una falta de responsabilidad empresarial. No obstante, el eje central de esta responsabilidad gira en torno a la autorregulación, con diseños propios, adhesión a estándares y códigos de comportamiento, a redes internacionales, elaboración de índices, etiquetas y certificaciones.

Comportamiento

Por solo referirme a algunos de estos conceptos, los estándares son textos relativos al comportamiento esperado de una empresa que permite su aplicación más allá de un área geográfica o sector económico, que se han conformado gracias al consenso de diferentes grupos de interés como ser trabajadores, consumidores, inversores, etc., y contienen la metodología para facilitar los más altos grados de rendición de cuentas.

Son ejemplos de ellos los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU. En cuanto a las etiquetas y certificaciones responden a la necesidad de permitir a los grupos de interés identificar fácilmente la asunción de algún compromiso de RSE, dado que no resulta claro para un neófito el profundizar en los resultados expuestos por el empresario en los lla-



Andrea Signorino Barbat

mados estados de información no financiera, existiendo certificaciones internacionales como las brindadas por ISO, International Organization of Standardization, así como índices internacionales de sostenibilidad.

Transparencia societaria

Respecto al antes mencionado estado de información no financiera, se trata de una exigencia basada en la transparencia societaria que abarca cuestiones ambientales, cuestiones relativas al personal, cuestiones relacionadas al respeto de los derechos humanos o a la lucha contra la corrupción y el soborno, cuestiones sociales y toda otra que resulte significativa en su impacto positivo a la sociedad.

Relacionado a la sostenibilidad, se desarrolla así mismo el concepto de inversión socialmente responsable, que es aquella que tiene en cuenta otros factores, los llamados criterios ASG - Ambientales, Sociales y de Gobernanza o ESG por sus siglas en inglés, además de los meramente económicos. Al respecto ya existe en la Unión Europea el Reglamento (UE) 2019/2088 del Parlamento

Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros y el Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles, llamado taxonomía de la inversión socialmente responsable y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2019/2088.

Exigencia de sostenibilidad

También existe una propuesta de Directiva del Parlamento europeo y del Consejo sobre Diligencia debida de las empresas en materia de sostenibilidad, que modifica la Directiva (UE) 2019/1937. En ella se destaca el concepto de exigencia de sostenibilidad en toda la cadena de valor lo cual incluye las actividades relacionadas con la producción de bienes o la prestación de servicios por parte de una empresa, incluidos el desarrollo del producto o el servicio y la utilización y la eliminación del producto, así como las actividades conexas, en las fases anterior y posterior, de las

relaciones comerciales establecidas de la empresa. Además, exige que los Estados miembros velen por que las empresas ejerzan la diligencia debida en materia de derechos humanos y medio ambiente a través de las acciones siguientes: - integración de la diligencia debida en sus políticas; - detección de los efectos adversos reales o potenciales; - prevención y mitigación de los efectos adversos potenciales, eliminación de los efectos adversos reales y minimización de su alcance; - establecimiento y mantenimiento de un procedimiento de denuncia; - supervisión de la eficacia de su política y sus medidas de diligencia debida; organización de una campaña de comunicación pública sobre diligencia debida.

Primeros pasos

En cuanto al mercado asegurador mundial, todas las anteriores exigencias le son aplicables y si bien en Uruguay aún estamos en los primeros pasos hacia la adopción de la sostenibilidad, es claro que la Unión Europea está avanzada y por la natural internacionalidad del seguro, las empresas deberán estar atentas a comenzar a desarrollar inversiones socialmente responsables, aplicar la diligencia debida en la cadena de valor, elaborar reportes de sostenibilidad y otros, a fin de lograr demostrar el goodwill de la empresa y acceder a una mejor financiación, una mejor imagen y un crecimiento de su porción de mercado y de sus clientes.

Por otro lado, el mercado asegurador puede obtener ventajas en este

contexto, por ejemplo, ofreciendo nuevas coberturas en seguros tales como D&O - responsabilidad de directores y gerentes, Responsabilidad medioambiental, Responsabilidad patronal, entre otros

Encuentro único

Toda esta temática de la sostenibilidad en seguros, al igual que otras tan interesantes como ser la longevidad y su impacto

La VII Cumbre Iberoamericana de Seguros se desarrollará en Uruguay el 4 y 5 de octubre

en la sociedad y en los seguros, la ética, la equidad y el valor social del seguro, la tecnología y la conquista del nuevo cliente, el impacto de la realidad mundial en los seguros en Latinoamérica. Estos serán algunos de los temas abordados en la VII Cumbre Iberoamericana de Seguros que tendrá lugar, por primera vez en Uruguay, el 4 y 5 de octubre. La inauguración y entrega de premios se cumplirá en el Salón de los Pasos Perdidos del Palacio Legislativo y luego en el LATU, con presencia de la Sra. Vicepresidenta de la República, así como de destacados ponentes de Uruguay, Argentina y España. Un encuentro único e imperdible al que, desde ya, como Presidenta de la Cumbre, curso a todos los lectores, cordial invitación. ●

S
CASUR SEGUROS

Son 30 AÑOS JUNTOS

PRIMERA COOPERATIVA DE PRODUCTORES - ASESORES EN SEGUROS LES OFRECE EL ASESORAMIENTO Y LOS SERVICIOS DE UN BROKER ORGANIZADOR.

PROTEJA SU VIDA, SUS BIENES, SUS PROYECTOS COMERCIALES, INDUSTRIALES O AGROPECUARIOS, CONTANDO CON EL MAS SELECTO GRUPO DE CORREDORES ASESORES DE NUESTRO PAIS.

www.casur.com.uy
casur@casur.com.uy
AV. URUGUAY 1707 / MONTEVIDEO

098735719 / 098735715
2902 54 04

Tu compañía.

San Cristóbal
Seguros

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

En el primer semestre del año

Sancor Seguros registró muy buenos ratios de crecimiento y siniestralidad

Sancor Seguros registró muy buenos ratios de crecimiento y siniestralidad en el primer semestre del año, afirmó su Gerente de Suscripción y Siniestros, Alejandro Peretti. El ejecutivo explicó al Suplemento de Seguros de El Observador que “lograr una adecuada suscripción de riesgos y gestionar eficientemente los siniestros contribuye en gran medida a nuestro principal objetivo, que es crecer con rentabilidad”.

Subrayó asimismo, en otro plano, que Sancor Seguros pone “mucho énfasis en el trabajo en equipo y en la formación del capital humano ya que consideramos que es esencial para facilitar el cumplimiento de los objetivos y el desarrollo sostenible de cualquier empresa”.

¿Qué comportamiento registra Sancor Seguros en el primer semestre del año en los segmentos Suscripción y Tarificación?

Venimos trabajando hace ya varios años con un foco muy fuerte en la adecuación de nuestro mo-

El mayor desafío que tienen hoy las aseguradoras es poder reducir costos operativos

delo de suscripción y tarificación, utilizando las nuevas herramientas digitales disponibles para agilizar los distintos procesos y adaptarnos rápidamente a los nuevos hábitos y necesidades de nuestros clientes, cuidando siempre la rentabilidad del negocio. Esto nos ha permitido alcanzar muy buenos ratios de crecimiento y siniestralidad en el primer semestre del año, principalmente en los



Alejandro Peretti, Gerente de Suscripción y Siniestros

segmentos de seguros patrimoniales y personas, amortiguando en gran parte el impacto negativo de la siniestralidad registrada en los seguros agropecuarios, como consecuencia de la importante sequía que afectó al país.

¿En qué medida una Suscripción adecuada de los riesgos y una eficiente gestión de los Siniestros contribuye a la sólida y rentable sustentabilidad de la compañía?

Lograr una adecuada suscripción de riesgos y gestionar eficientemente los siniestros contribuye

Los corredores son el canal fundamental sobre el cual se basa el éxito de nuestro negocio

en gran medida a nuestro principal objetivo, que es crecer con rentabilidad. El posicionamiento de marca y la experiencia recogida a lo largo de los 17 años que llevamos operando en Uruguay, nos permiten ser cada vez más selectivos en los riesgos que suscribimos y optimizar la tarificación de cada una de las ramas en las que operamos, lo que se ve reflejado en una mejora de los ratios de siniestralidad. Considero que el mayor desafío que tenemos hoy las aseguradoras es lograr reducir los costos operativos para conseguir que, en definitiva, los beneficios económicos estén asociados principalmente al desempeño de los resultados técnicos.

¿Sancor Seguros focaliza todos sus procesos de gestión en el trabajo en equipo y en una constante profesionalización de su potencial humano?

Sí, ponemos mucho énfasis en el trabajo en equipo y en la forma-

ción del capital humano ya que consideramos que es esencial para facilitar el cumplimiento de los objetivos y el desarrollo sostenible de cualquier empresa. También nos permite identificar talentos que ocupan puestos estratégicos.

Consideramos que la profesionalización de los equipos es clave para lograr mejorar nuestros procesos internos y contribuye en gran medida a la innovación y al desarrollo de nuevas soluciones para poder enfrentar los desafíos y necesidades cambiantes de la sociedad. Un equipo de trabajo consolidado se traslada al negocio en todo aspecto y repercute de manera positiva en el servicio que le brindamos a nuestros clientes y, en definitiva, al resultado de la compañía.

¿Qué rol juegan los Corredores en el sostenido crecimiento que registra la compañía en el mercado uruguayo?

Los corredores de seguros cumplen un rol fundamental para nosotros ya que son el canal de comercialización sobre el cual se basa el éxito de nuestro negocio.

Consideramos que una de las grandes fortalezas de nuestra compañía es precisamente el relacionamiento y la cercanía que mantenemos con nuestro cuerpo de ventas, lo que nos ha permitido

alcanzar importantes niveles de fidelización que se ven reflejados, en definitiva, en el crecimiento sostenible que registramos. Los corredores son parte fundamental del nuestro equipo y trabajamos a diario con ellos atendiendo sus sugerencias para la mejora constante y poder brindarles a nuestros clientes los mejores productos y servicios.

¿En un mercado en constante transformación se requiere ajustar la cartera de productos y la gestión a las necesidades de un asegurado cada vez más exigente?

Los avances tecnológicos y el cambio en la mentalidad, hábitos y comportamientos de los clientes están generando sin dudas cambios significativos en nuestra actividad. Hoy la venta y la experiencia que ofrecemos se deben ajustar rápidamente a

La compañía se supera día a día en búsqueda de avances en el área tecnológica

la forma en que los clientes quieren comprar y ser atendidos. En este sentido venimos trabajando con nuestros equipos y conjuntamente con nuestros corredores/ asesores para adaptar los productos y procesos a las necesidades y requisitos actuales manteniendo el foco en la innovación y mejora constante de las experiencias de nuestros asegurados.

Nos superamos día a día en busca de avances tecnológicos que contribuyan a mejorar todo lo que hacemos; buscando nuevas oportunidades de ser más eficientes, mejorar nuestro servicio y de generar nuevos negocios.

¿Cómo visualiza el segundo semestre del año en materia de Suscripción y Tarificación?

Si bien existe un mercado muy competitivo con una variedad muy grande de coberturas y un entorno cambiante que exige revisar y diseñar constantemente nuevas estrategias para afrontar el crecimiento, creemos que el segundo semestre del año seguirá mostrando un incremento de las primas en todas las ramas de competencia, tal como viene sucediendo en los últimos años. Al mismo tiempo, seguramente se continuará transitando hacia una mejora en los niveles de los resultados técnicos. ●



CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

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