

AÑO 2 · #5 · AGOSTO 2016 · DISTRIBUCIÓN GRATUITA

# más SEGUROS

REVISTA DE LA ASOCIACIÓN URUGUAYA DE EMPRESAS ASEGURADORAS

## SEGUROS de TRANSPORTE

Actualidad y  
tendencias en  
Uruguay



## TORNADO en Dolores

La respuesta  
del sector  
asegurador



### COLUMNAS TÉCNICAS

Deloitte · Ferrere ·  
Guyer&Regules · KPMG · PWC

- Lavado de activos
- Gestión integral de riesgos
- Intercambio de información
- Reinserción laboral
- FinTech para aseguradoras

## Quiénes somos



La "Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras (A.U.D.E.A.)" es una asociación civil sin fines de lucro fundada el 25 de noviembre de 1898 bajo la denominación de "Comisión Local de Aseguradores". Es una entidad gremial con más de un siglo de trayectoria, que nuclea hoy a la mayoría de las Compañías Privadas de Seguros que operan en nuestro país, promoviendo el desarrollo, racionalización y protección de las actividades de seguros y reaseguros, afirmando el espíritu de servicio del seguro y su imagen pública, con el compromiso de trabajar fomentando el sistema y la libertad empresarial en beneficio de la sociedad uruguaya.

## Promovemos la ética profesional y la responsabilidad social y empresarial

Fomento de la transparencia,  
la actitud de servicios  
y la imparcialidad



## Contribuimos a la capacitación y profesionalización del sector

Trabajo activo y en conjunto  
con otras organizaciones  
para ofrecer cursos y  
charlas de especialización



## Impulsamos el desarrollo del mercado de seguros

Defensa del sector asegurador  
y la cultura aseguradora



# :: índice de contenidos ::



- 04 · Editorial :: Tornado en Dolores: un rol bien destacado.
- 06 · Seguros de Transporte :: Entrevista con Ricardo Barral de HDI.
- 10 · Seguros de Transporte :: Entrevista con Rossana Desiderio de RSA.
- 14 · Intercambio automático de información financiera :: GUYER&REGULES
- 18 · SAN CRISTÓBAL :: Adquisición de un nuevo edificio que es patrimonio histórico.
- 22 · InsurTech :: FinTech para aseguradoras :: PWC.
- 30 · RSA :: Nuevos canales de comunicación con sus clientes.
- 32 · Lavado de activos y financiamiento del terrorismo.  
Camino para su mitigación :: Deloitte
- 36 · Latinbroker :: 40 años de vida en Uruguay.
- 38 · En busca de la reinserción laboral :: KPMG
- 44 · Novedades del Sector :: Noticias de las empresas integrantes de AUDEA.
- 50 · Gestión integral de riesgos :: FERRERE
- 54 · OK TÉCNICO :: Charla con sus titulares Diego Anglada y Nicolás Fontela.
- 57 · Tornado en Dolores :: La respuesta del Sector Asegurador.
- 64 · Espacio de RSE :: Acciones de las empresas y el desafío de las mismas ante el cambio climático.



## CONSEJO EJECUTIVO 2015 · 2016

**PRESIDENTE:** Fernando Viera  
**VICEPRESIDENTE:** Cr. Sebastián Trivero  
**SECRETARIO GENERAL:** Carmelo Greci  
**DIRECTOR EJECUTIVO:** Cr. Mauricio Castellanos

**COMISIÓN FISCAL**  
Cr. Gabriel Penna  
Cra. Natalia Draper  
Cr. Marcelo Lena

**CONSEJO EDITORIAL**  
Integrantes: Luis Benia y Mauricio Castellanos



**PRODUCCIÓN GENERAL Y PUBLICIDAD**  
EleB Comunicación & Marketing

**Dirección General:** Luis Benia  
**Sección RSE:** Lic. Tamara Farré  
**Director de Arte y diseño:** Luis Benia  
**Fotografía:** LATINSTOCK e Ignacio García  
**Ventas teléfono comercial:** 2402 9896  
2600 7042 / [secretaria@audea.org.uy](mailto:secretaria@audea.org.uy)  
[editorialelebe@gmail.com](mailto:editorialelebe@gmail.com)



# :: Un rol bien destacado ::

EDITORIAL

Consejo Ejecutivo de AUDEA

**El sector asegurador cumplió una tarea muy importante en la atención de las consecuencias económicas del evento climático que asoló a la ciudad de Dolores y sus alrededores.**

*En este número contaremos con una nota especial sobre el rol del seguro ante el tornado de Dolores. En la misma puede apreciarse de primera mano la relevancia que tuvo la contribución del sector privado de seguros nucleado en AUDEA.*



Evidentemente en nuestro país ya han ocurrido, y sin dudas ocurrirán eventos de igual o mayor magnitud que el ocurrido el 15 de abril pasado. El impacto de los mismos se ve muchas veces amplificado por el desarrollo de la vida moderna, el aumento en la cantidad de bienes económicos expuestos a estos riesgos y la vulnerabilidad de nuestra sociedad debido a la masificación de las comunicaciones.

A esos factores se le agrega la capacidad de estos fenómenos de manifestarse muy rápidamente, aun cuando afectan muchas veces a un espacio geográfico limitado, con un poder destructivo de enormes dimensiones. La vida interconectada de nuestra sociedad nos permitió asistir en forma casi inmediata a los testimonios de esa destrucción y generó muestras de solidaridad que conmovieron a todo el país.

El sector asegurador no estuvo ajeno a esta situación, por el contrario, la presencia del seguro en la sociedad, a través de múltiples coberturas llevó a que las compañías de seguros recibieran en un muy corto período de tiempo un gran número de reclamos.

A pesar de ello, los sistemas y procesos del sector tuvieron la capacidad para atender estos requerimientos. Para ello las compañías, conscientes de

la gravedad del momento, activaron sus planes de contingencia, e implementaron políticas y procedimientos destinados a brindar soluciones inmediatas a los asegurados afectados.

Se movilizaron recursos técnicos hasta el mismo lugar de los hechos y se establecieron protocolos de atención rápida a los asegurados, con el fin de poner a su disposición adelantos de indemnizaciones, para que contaran con el respaldo suficiente para comenzar la reconstrucción de sus actividades y vidas familiares. A pesar de ese comportamiento ejemplar, también nos quedaron muchas enseñanzas y experiencias que sin dudas nos ayudarán a mejorar aún más todo lo bueno que se hizo en esa crisis.

Pero también es importante que la sociedad desarrolle la conciencia de la existencia y relevancia de estos riesgos, y que se fomente adecuadamente al seguro que sin dudas es la solución económica y socialmente eficiente para devolver íntegramente el valor de los bienes dañados, permitiendo la continuidad de las actividades económicas y fundamentalmente generando la tranquilidad de las familias.

En la medida que se promueva la contratación de seguros, contando para ello con un marco jurídico y tributario adecuado, ante situaciones de este tipo se verá notoriamente reducidos los recursos que el Estado debe comprometer para atender a los damnificados, ya que sería el sistema asegurador el encargado de atender los siniestros.

Evidentemente, en un contexto de desaceleración económica y dificultades fiscales es aún más importante la presencia de las coberturas aseguradoras. Seguramente no sería posible alcanzar la cobertura total de los daños, pero sí reducir las cifras que provienen de las arcas públicas.

Confiamos entonces que esta experiencia sirva también como impulso de la agenda de inserción del seguro en nuestro país.



Sr. Fernando Viera  
Presidente de AUDEA



Cr. Sebastián Trivero  
Vicepresidente de AUDEA



Sr. Carmelo Greci  
Secretario General de AUDEA



Cr. Mauricio Castellanos  
Director Ejecutivo de AUDEA

# :: Seguros de Transporte ::



Ricardo Barral

Gerente de Suscripción e  
Informática de HDI Seguros

**HDI**  
Seguros

**Se entiende por seguros de transporte las coberturas a los posibles daños materiales que puedan provocarse durante el transporte de mercaderías u otros bienes. En Uruguay, la demanda por este tipo de pólizas es creciente.**

*Más Seguros* conversó con *Ricardo Barral*, Gerente de Suscripción e Informática de HDI Seguros S.A. para conocer más sobre el desarrollo de este sector en nuestro país y los principales desafíos.

## **¿Cómo describiría el mercado de los seguros de transporte en Uruguay?**

“Es un mercado que aún puede crecer. En el que operan algunas Compañías, como la nuestra, centenarias, junto a otras que se han instalado en los últimos veinte años. Por otra parte, sumadas a las Compañías formalmente establecidas, sometidas a la supervisión del BCU, operan algunos actores que venden Seguros de Transporte emitidos por empresas radicadas fuera del país. Se trata de un mercado en fuerte competencia. Esto ha provocado un descenso sensible en las tasas.

## **¿Cuáles son los principales productos de la compañía dentro de la gama de seguros de transporte?**

Ricardo Barral prefiere no hacer distinciones entre las alternativas de Seguros que ofrece la compañía: “Nuestro objetivo es ser siempre la mejor oferta, considerando la cobertura, límite, tasas y calidad de servicio. Contamos con productos con coberturas todo riesgo y coberturas parciales que ocupan todos y cada uno de ellos” señala.

## **Dentro de la actividad de la empresa de seguros ¿qué relevancia tiene hoy en día el seguro de transporte?**

El entrevistado destaca la relevancia de este producto para HDI, “tiene un peso importante dentro del portafolio total de negocios, a partir de una trayectoria que se ha construido a lo largo de más de 100 años”. Es una actividad que según señala Barral, cuenta con un resultado técnico muy bueno, que año a año contribuye positivamente en la rentabilidad de la Compañía.

**Por otro lado, afirma que el seguro de transporte es el más sensible al desempeño de la actividad del país.**

“Los Aseguradores, Despachantes de Aduana y Corredores que se dedican a la venta de seguros de transporte, perciben los cambios de la economía en forma muy temprana, y tanto los crecimientos como los decrecimientos de la actividad se reflejan inmediatamente en la producción de las primas. Hoy en día el factor principal de incidencia dentro del mercado de seguros de transporte está relacionado con la notoria caída de movimientos de comercio exterior” destaca Barral.

### **¿Hay alguna característica que diferencie al consumidor de este tipo de seguros?**

“Normalmente, el consumidor de este seguro, por el propio objeto asegurado, es un Cliente empresarial. Podrá ser un pequeño empresario que importe o exporte mercadería por un valor de unos pocos miles de dólares al año, o podrá ser una gran industria que haga lo propio, pero por cientos de miles, o millones de dólares anuales. Más allá del volúmen que mueva, todo consumidor de seguros busca una finalidad clara, que es la seguridad financiera. Brindar seguridad financiera a todo tipo de consumidor, persona o empresa, es, en definitiva, la principal misión de nuestra actividad” señala desde su experiencia.

**Es bastante usual en nuestro país como se señalaba al principio, que en este tipo de coberturas se dé la presencia de compañías no autorizadas a operar por el BCU que ofrecen coberturas en Uruguay.**

### **¿Cuál es su reflexión ante esta situación? ¿Qué acciones puede realizar la compañía al respecto?**

“Esta situación evidentemente nos pone en un plano de desventaja competitiva con esos actores no instalados en el país. Las compañías que operan en Uruguay, cumplen con una serie de requisitos normativos (reservas, coberturas de capital, etc.) con las que esas compañías no instaladas no cumplen. Por otra parte juega un papel preponderante el aspecto fiscal propiamente dicho, en donde hay un perjuicio en la desventaja competitiva hacia el mercado, pero también un fuerte perjuicio directo al Estado Uruguayo, y consecuentemente, a nuestra sociedad toda. Existe también la posibilidad de eventuales perjuicios hacia el Cliente y su defensa ante las situaciones irregulares que pudieran producirse, que queda desprotegido y sin las garantías para el debido respeto de sus derechos. En definitiva es un tema complejo para todas las partes, por eso deseamos llevar adelante una actividad legal, seria y honesta.

Más allá de la denuncias que ha realizado AUDEA, las acciones que HDI ha encarado son de tipo “educativas”, explicando acerca de las ventajas de asegurar no solo con HDI, sino, en general, con empresas establecidas en el país. Muchísimos Clientes han valorado más las certezas que brindamos en Uruguay, que el ahorro en la prima. Algunos que en su momento no lo hicieron, han aprendido “por las malas experiencias” y han vuelto a asegurar aquí. Es un tema de todos los días”.

El seguro de transporte se encuentra estrechamente vinculado a los organismos públicos y en especial a las actividades que concentran la logística **¿de qué forma impacta el desarrollo del puerto de Montevideo, de Nueva Palmira y la situación de las rutas nacionales?**

En relación a este punto, el Gerente de Suscripción e Informática afirma que el desarrollo de la infraestructura es vital para desarrollar los servicios en Uruguay.

“Los seguros acompañan toda esa actividad que se genera, por lo cual resulta de gran importancia. Ahora bien, no solo debemos pensar en la actividad, sino también en la seguridad de la carga. Desde ese punto de vista, es muy importante contar con la infraestructura de calidad y capacidad adecuada. Hoy en día, las cargas





terrestres que se mueven por algunas rutas del país están expuestas a riesgos importantes debido al mal estado de algunas de ellas”.

En relación a los puntos de inseguridad vinculados con el tránsito de mercadería en los países de la región, **¿Se han dado cambios en relación a esas situaciones o percibe que aún hay dificultades en esta materia?**

“Situaciones económicas difíciles como la que estamos viviendo los países de la región, suelen provocar el aumento de robo de mercadería, sobre todo de aquella para la cual existe un mercado negro.

Pienso que es algo a lo que todos debemos prestar mucha atención”.

### **¿Qué tipo de medidas ha adoptado su compañía para disminuir los riesgos en este sentido?**

“Básicamente apuntamos a dos aspectos. Primero, especial cuidado en la suscripción, eventualmente tomando límites más bajos para mercadería sensible, disminuyendo la exposición, y segundo, exigiendo ciertas medidas de seguridad para el transporte de esas mercaderías. Somos muy cuidadosos de preservar el bien, no solo por la buena suscripción de cada riesgo sino también por nuestra responsabilidad de proteger el propio interés de nuestros Clientes”.

### **¿Qué tan avanzado está el mercado uruguayo en este sentido?**

De acuerdo a lo que señalaba Barral, “las Compañías uruguayas están a la altura de sus colegas de otros exigentes mercados. De hecho, todas son filiales de Grupos Aseguradores internacionales, globales o regionales. En definitiva grupos con presencia en distintos mercados, así que sabemos bien qué es lo que ofrece fuera de Uruguay, tanto en Producto como en Servicio, y no es más que lo que ofrecemos aquí. En nuestro país no solo contamos con buenos profesionales en la materia, sino que además, cuando debemos recurrir al servicio de Liquidadores de Avería locales, contamos con expertos del mejor nivel, comparables al de los mejores en cualquier otro mercado, y si necesitamos recurrir a asesoramiento legal, tenemos en Uruguay profesionales de reconocida trayectoria internacional”.

### **Por último, ¿Cuáles son los desafíos del mercado de seguros de transporte para los próximos años?**

“El mercado de seguros de transporte está en permanente dinamismo. Debe sanear la competencia desleal ya mencionada y continuar desarrollando una cultura aseguradora dentro del sector. Me consta que todas la Compañías nucleadas en AUDEA procuramos el desarrollo de un mercado de seguros de transporte sano, vigoroso y cada vez más profesional”. ●

#### **PERFIL de Ricardo Barral Quartino**

**Profesión** :: Analista de Sistemas.  
**Antigüedad en el rubro de seguros** :: 22 años  
**Lugar en el mundo** :: Londres.  
**Deporte** :: Tenis  
**Un rasgo de tu personalidad** :: Analítico  
**3 valores que consideres fundamentales en la vida** :: Honestidad, Solidaridad y Lealtad.



**HDI**  
Seguros



ASEGURADORA OFICIAL  
de la Selección Uruguaya de Fútbol



**SANCOR  
SEGUROS**

*Tranquilidad, estés donde estés.*

**0800 2543**

[www.sancorseguros.com.uy](http://www.sancorseguros.com.uy)

CASA CENTRAL: MONTEVIDEO  
Rincón 493  
Tel.: 2915 8500 - Fax: 2915 8585

SUCURSALES: Punta del Este: Rbla. Claudio Willman y 32. Edificio El Torreón, local 1. T: 4248 8500  
Mercedes: Wilson Ferreira Aldunate 703. T: 4532 7974 // San José: Artigas 513. T: 4342 5744  
Salto: Uruguay 1601. T: 4732 7053 // Paysandú: Florida 1005. T: 4722 0326

# :: Seguros de Transporte ::



Rossana Desiderio

Gerente de Riesgos  
Marítimos y Reaseguros  
de RSA



**Se entiende por seguros de transporte las coberturas a los posibles daños materiales que puedan provocarse durante el transporte de mercaderías u otros bienes. En Uruguay, la demanda por este tipo de pólizas es creciente.**

**Más Seguros** conversó con *Rossana Desiderio*, Gerente de Riesgos Marítimos y Reaseguros de RSA Seguros para interiorizarse sobre esta temática.

## ¿Cómo describiría el mercado de los seguros de transporte en Uruguay?

“Es un mercado que continúa siendo sano aunque ha bajado ostensiblemente la rentabilidad de la línea, producto principalmente del contexto de mercado blando, cuyo piso no parece alcanzarse”.

## ¿Cuáles son los principales productos de su compañía dentro de la gama de seguros de transporte?

En el caso de RSA, “la línea de Seguros Marítimos es bastante abarcativa. La misma comprende seguros tradicionales de transporte de mercadería, para el dador de carga (propietario, consignatario) y el transportista terrestre, en este caso, como responsable por la carga. Dentro de los seguros tradicionales, hay algunos que pueden manejarse en forma más “comoditizada” y otros requieren un tratamiento distinto. Además hay otro tipo de negocios que requieren productos de mayor sofisticación, implican tener un enfoque diferente desde el momento del análisis de riesgo, el gerenciamiento de la carga, hasta la liquidación de los siniestros. Un ejemplo de esto son las soluciones para carga proyecto, segmento que se ha dinamizado en los últimos años. Otros seguros bien específicos son los seguros para puertos y terminales. Contamos con una importante cartera de embarcaciones de placer y comerciales”.

## ¿Cuáles serían las particularidades del seguro de transporte en relación a otros productos?

“Para empezar, el objeto del seguro (la carga) está recorriendo el mundo lo que implica que se encuentra sometida a innumerables situaciones de estrés. Cambia de manos varias veces, cambia de medio de transporte varias veces, atraviesa diferentes regiones, con diferentes condiciones de transitabilidad y climas. El asegurado tiene nulo o escaso control, lo que implica mayor vulnerabilidad”.

## ¿Este seguro es el más sensible al desempeño de la actividad del país.

“El seguro de transporte es un “termómetro” que refleja claramente el desempeño de la actividad del país. Desde luego que esto ocurre en las demás ramas, sin embargo el ramo transporte es el primero que acusa enlentecimiento o retracción de la economía, pero también es el primero en que se nota el repunte. Es un rubro muy sensible a los vaivenes políticos, normativos, macroeconómicos, y no solo regionales. En estos momentos, se siente la retracción de la actividad. Ha caído la industria, ha

bajado el consumo interno, hay menos proyectos, por ende, se requiere menos seguros”.

### **¿Hay alguna característica que diferencie al consumidor de este tipo de seguros?**

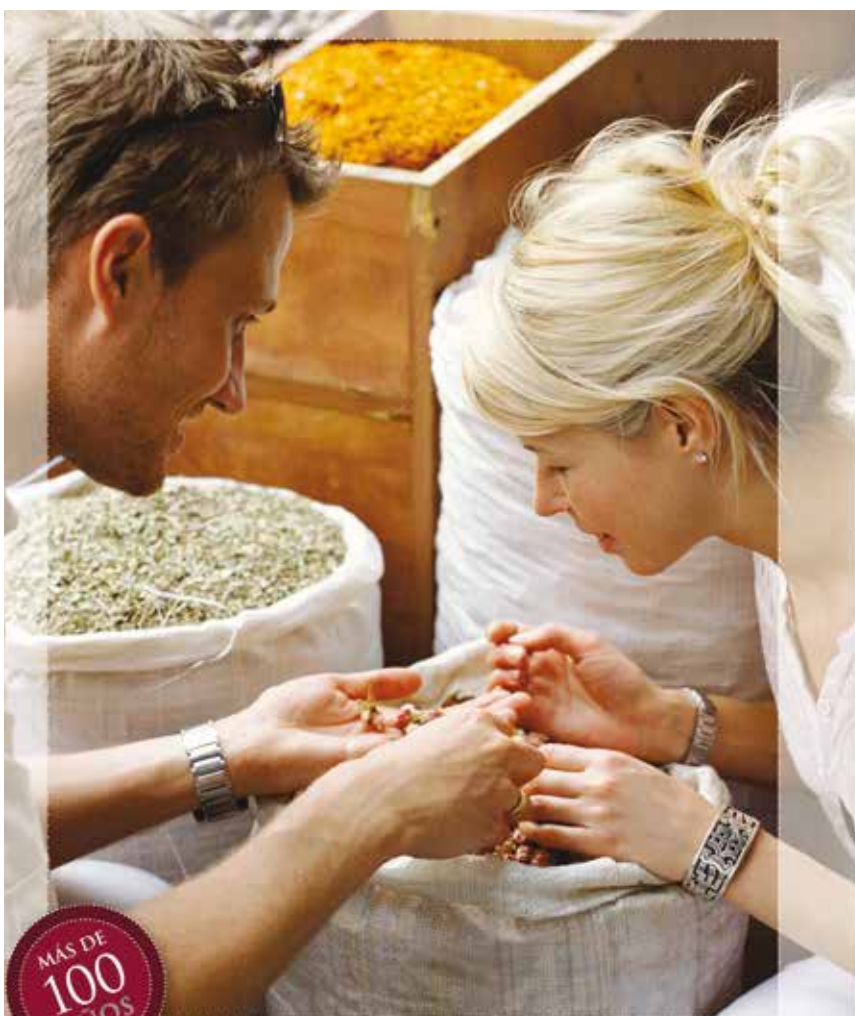
Desde RSA consideran que todos los consumidores tienen necesidades y perfiles diferentes entre sí y con relación a consumidores de otro tipo de seguros. En este tipo de ramos, “el consumidor es variado. Está el pequeño importador, el industrial, las entidades financiadoras de grandes proyectos que exigen determinados esquemas de cobertura, quienes manejan la carga de terceros, propietarios de buques de trabajo. ¡Y los dueños de las embarcaciones de placer! Para estos últimos, la embarcación es uno de sus bienes más preciados”.

**Es bastante usual en nuestro país como se señalaba al principio, que en este tipo de coberturas se dé la presencia de compañías no autorizadas a operar por el BCU que ofrecen coberturas en Uruguay.**

### **¿Qué acciones puede realizar la compañía al respecto?**

“Hace unos meses estuve en una conferencia dictada en el BCU en relación a la responsabilidad del sistema financiero y de los aseguradores en particular, con respecto a los temas de lavado de activo y financiamiento de terrorismo. Durante la conferencia pensaba... la compañía a la que pertenezco está alineada en la política de conocer al cliente, identificación de actividades sospechosas, contamos con protocolos, tenemos departamento de cumplimiento, etc. .... ¿Cómo se controla la actividad cuando se lleva adelante entre un cliente y una compañía no regulada? Digamos que de arranque se está quedando algo por el camino ¿no?

Por otro lado, está el tomador del seguro. A su propio riesgo está contratando su cobertura con compañías que no conoce, sin representante en Uruguay. O sea, está transfiriendo su riesgo sobre la carga al asegurador, sin embargo, está asumiendo otro. Mientras todo está bien, todo está bien. Las sorpresas aparecen en el momento del siniestro que es la hora de la verdad. Es como con los ahorros.... Si todos los bancos dan un interés x% por el dinero



# GUYER & REGULES

LEGAL • ACCOUNTING & TAX • REAL ESTATE

UN EQUIPO DE EXPERTOS DE SU LADO

UN GRAN EQUIPO. UN GRAN ESTUDIO.  
MÁS DE 100 AÑOS ENFOCADOS EN SU NEGOCIO.

CHAMBERS LATIN AMERICA AWARDS FOR EXCELLENCE

**LATIN AMERICA LAW FIRM OF THE YEAR  
2011**

CHAMBERS LATIN AMERICA AWARDS FOR EXCELLENCE

**URUGUAYAN LAW FIRM OF THE YEAR  
2009, 2010, 2011, 2013 & 2014**



depositado y otro banco da un interés x%\*4, algo no cierra. No tengo claro cuáles deberían ser las acciones pero lo que tengo claro es que hoy es un competidor más. Y podrán surgir otros, ya lo vemos en otros rubros. Estamos en un mundo globalizado donde aparecen nuevos actores o modalidades de realizar transacciones. Lo principal, a mi juicio, es diferenciarse, agregar valor. Estar atentos a los cambios de contexto, los riesgos emergentes y conocer las necesidades cambiantes de los clientes”.

El seguro de transporte se encuentra estrechamente vinculado a los organismos públicos y en especial a las actividades que concentran la logística **¿de qué forma impacta el desarrollo del puerto de Montevideo, de Nueva Palmira y la situación de las rutas nacionales?**

El desarrollo de la infraestructura es vital para desarrollar los servicios en Uruguay. El desarrollo de tecnología, procesos y controles que provean trazabilidad de la operativa es fundamental”.

En relación a los puntos de inseguridad vinculados con el tránsito de mercadería en los países de la región, **¿Se han dado cambios en relación a esas situaciones o aún hay dificultades en esta materia?**

“Se ha agregado un nuevo componente totalmente inesperado: Chile” resalta Desiderio. “Desde hace al menos un año comenzaron a registrarse eventos de robos de carga en el territorio chileno. He conocido varios casos y de importante cuantía. Hay temporadas que está más tranquilo y en otros momentos primero roban el camión y luego averiguan que carga tiene. Estos momentos se correlacionan, por ejemplo, con las crisis económicas, períodos eleccionarios” señala la entrevistada.

**¿Qué tipo de medidas ha adoptado su compañía para disminuir los riesgos en este sentido?**

“Fundamentalmente conocer la operativa del cliente, analizar el tipo de carga que transporta, la calidad del transportista, las rutas por las que transitará. Los principales transportistas cuentan con sistemas de rastreo y monitoreo satelital. Eventualmente, hay otros mecanismos para proteger la carga o minimizar la posibilidad de la ocurrencia del secuestro de la carga. Al asegurado no le sirve no recibir la carga, es importante para él contar con la mercadería a tiempo, por tanto, hay que asesorar y trabajar en conjunto”.

**¿Qué tendencias a nivel mundial está marcando la diferencia en este rubro?**

En mercados con mayor desarrollo, que se ven altamente afectados por el robo de carga, existe una dinámica instalada. “Hay profesionales que trabajan en el gerenciamiento de riesgo que toman acciones preventivas. Estas acciones no solo son físicas, para proteger la carga o el vehículo que la transporta, son mucho más profundas ya que alcanzan a todos los involucrados en la cadena. O sea, se evalúa a las personas que están relacionadas con la operativa. De este modo se tiende a desarticular acciones de agentes internos de la cadena logística que estén relacionados con la concreción de la acción criminal”.

**¿Cuáles son los desafíos del mercado de seguros de transporte para los próximos años?**

“Como todas las demás ramas: Anticiparse. Identificar las tendencias. Identificar nuevos riesgos. El desafío es proveer soluciones a los clientes que se adapten a las necesidades. Estas necesidades van cambiando y lo harán a un ritmo más acelerado”. ●



#### PERFIL de Rossana Desiderio

**Profesión** :: Gerente de Riesgos Marítimos y Reaseguros. Elegí dedicarme al mundo de los seguros y desarrollar una carrera corporativa. Mi formación dista mucho de lo que hago, soy egresada de la Escuela de Tecnología Médica, Facultad de Medicina. **Antigüedad en el rubro de seguros** :: 35 años  
**Lugar en el mundo** :: Balneario Bella Vista y otros lugares del mundo!  
**Deporte** :: No practico deportes, pero sigo bastante basquet local, fútbol y tenis.  
**Un rasgo de tu personalidad** :: Analítica  
**3 valores que consideres fundamentales en la vida** :: Lo resumo en uno: Integridad. Este concepto engloba todo lo que es importante y alcanza a todos los órdenes de la vida.



# Cuando nos necesitás **estamos**

## PORTO SEGURO RESIDENCIA



En Porto Seguro trabajamos cada día para brindar la mejor atención a nuestros Asegurados, ofreciendo un seguro que transmita tranquilidad todos los días del año.

Nuestra cartera de Residencia es una prueba de este compromiso ya que siempre hemos respondido de la mejor manera ante las eventualidades que surgen, adaptándonos a sus necesidades.

## Porto Asistencia Hogar

Todos nuestros Asegurados acceden sin costo al servicio de Porto Asistencia Hogar, que brinda atención inmediata ante emergencias de Sanitaria, Electricidad, Vidriería, Cerrajería y Gas, las 24 horas los 365 días del año.



**PORTO  
SEGURO** 

SEGUROS

# :: Intercambio automático de información financiera a efectos fiscales ::



Dr. Ignacio Pérez

Guyer & Regules



## ¿Qué es el intercambio automático de información financiera?

El intercambio automático de información financiera a efectos fiscales implica, con distintos matices de alcance, la obligación de la autoridad competente uruguaya (y la del otro país o países) de enviar información sobre un grupo indeterminado de sujetos (tanto personas físicas, como personas jurídicas u otras entidades) sin la necesidad de que exista un pedido expreso y puntual de un Estado al otro.

Por el momento, la legislación vigente prevé un intercambio de información financiera únicamente previo requerimiento expreso por parte de un Estado con el que Uruguay haya firmado los convenios de intercambio de información tributaria, o a través de los convenios para evitar la doble imposición con cláusula de intercambio de información. Dichos convenios son bilaterales, esto es son firmados entre Uruguay y otro país para el intercambio recíproco de información.

Asimismo, la información amparada por el secreto bancario (Art. 25 del Decreto Ley 15.322) es especialmente protegida a través de un relevamiento voluntario del interesado, y en su defecto a mediante un proceso judicial.

## ¿Cuándo se implementaría?

En primer lugar, el marco de la reunión del Foro de Transparencia Global e Intercambio de Información con Fines Fiscales (del que Uruguay forma parte) patrocinado por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico ("OCDE"), en Berlín, Alemania el 28-29 de octubre de 2014, surgió el compromiso de Uruguay ("commitment") de adherirse al Common Reporting Standard ("CRS") en materia de intercambio automático de información financiera a efectos fiscales.

De acuerdo al documento de la OCDE<sup>[1]</sup>, Uruguay no forma parte de los llamados "early adopters" que son aquellos que ya acordaron plazos de cumplimiento respecto de los años 2016 y 2017. Adicionalmente, de conformidad a una actualización del documento publicado por OCDE en julio del año pasado, Uruguay ha prorrogado el compromiso originalmente previsto para el año

2017, pasando a formar parte de jurisdicciones que van a comenzar el intercambio de información de manera automática a partir del año 2018.

Asimismo, y según trascendió públicamente, el Ministerio de Economía y Finanzas se encuentra analizando un proyecto de ley (en adelante, el “Proyecto de Ley”) que no ha sido presentado aún al Parlamento, para incorporar estas obligaciones al ordenamiento interno. La fecha prevista para la entrada en vigencia de la norma proyectada sería el 1° de enero de 2017.

### **¿Cómo se detectan las personas a reportar?**

El intercambio automático se implementaría en primer lugar a través de un procedimiento de due diligence a efectuarse en las cuentas y personas reportables, que deberán llevar a cabo las Instituciones Financieras comprendidas (Reporting Financial Institutions). Una vez efectuado dicho due diligence, la Institución Financiera debe identificar las cuentas y personas reportables (Reportable Accounts / Reportable Persons) y luego transmitir a la Administración Tributaria dentro de su jurisdicción la información financiera fiscalmente relevante, a través de soportes previamente determinados, en caso de existir cuentas y personas reportables.

### **¿Quiénes están obligados a reportar información?**

De adoptarse el CRS en Uruguay, implicará que con una periodicidad anual se intercambiará la información en poder de bancos y demás instituciones financieras y estos informarían a la autoridad de enlace que se elija en Uruguay a estos efectos (este último aspecto no está definido, hasta lo que conocemos).

El término Institución Financiera a los efectos del CRS comprende a aquellas instituciones que aceptan depósitos (Bancos), intermediarios de valores en determinados supuestos, y también a las compañías de seguros (únicamente si celebran con sus clientes contratos denominados Cash Only Insurance Contract o Annuity Contract según se definen en el documento de la OCDE), entre otras. Al parecer el Proyecto de Ley adoptaría una solución similar a la de la OCDE.

### **¿Qué cuentas hay que informar?**

En relación al concepto de “cuenta a informar” (Reportable Account) importa una cuenta que debe ser objeto de reporte en alguna de las jurisdicciones comprendidas, por haber sido identificada como tal de conformidad con los procedimientos de due diligence antes mencionados.

Asimismo existe una distinción entre las cuentas de titularidad de personas físicas de las jurídicas, distinción entre cuentas preexistentes y cuentas nuevas. Según el tipo de cuenta que se trate, los requerimientos para la identificación y ulterior reporte son diferenciales.

## **Procedimiento de due diligence**

Como mencionábamos, los procedimientos de due diligence de las cuentas financieras varían según las cuentas sean preexistentes o nuevas, de personas físicas o de entidades. Estos aspectos serán definidos una vez que el Proyecto de Ley (una vez aprobado) sea reglamentado por parte del Poder Ejecutivo. Las cuentas preexistentes son aquellas que se encuentran abiertas en una fecha determinada. Por el contrario, son cuentas nuevas las que se abran con posterioridad a ella. Esta fecha está pendiente de ser determinada cuando se adopte en definitiva el acuerdo del que Uruguay formará parte.

Según el CRS (y quizás el Poder Ejecutivo al reglamentar el Proyecto de Ley una vez aprobado podría adoptar este estándar) los procedimientos de debida diligencia son los siguientes:



### Respecto de las personas físicas:

- No existe un umbral según el cual no se someten a due diligence a aquellas cuentas preexistentes cuyo valor no supere determinado monto. Por lo que las instituciones financieras de un Estado deben sujetar a revisión todas las cuentas preexistentes de personas físicas con independencia de su saldo.
- El procedimiento de due diligence tiene como objeto identificar la residencia a efectos fiscales de los titulares de las cuentas a través de la información que mantiene la institución financiera en su base de datos. En el caso de cuentas cuyo saldo o valor supera USD 1.000.000, el proceso de análisis debe reforzarse a través de procesos adicionales que incluyen consultar a la persona que mantiene contacto con el cliente.
- Por su parte, en relación con las cuentas nuevas, esto es posteriores a la fecha determinada en el acuerdo que Uruguay firme, las instituciones financieras deben obtener una declaración del titular en el momento de apertura (denominada autocertificación) que le permita determinar su residencia a efectos fiscales, la que debe ser contrastada con la información obtenida durante la apertura de la cuenta.

### Respecto de las personas jurídicas:

- Existe un umbral de USD 250.000 según el cual no se someten a due diligence a aquellas cuentas preexistentes de personas jurídicas cuyo valor no supere dicho monto. Por lo que las instituciones financieras de un Estado deben sujetar a revisión únicamente las cuentas preexistentes de personas jurídicas que a determinada fecha (ej. 31 de diciembre de cada año) tenga un saldo igual o superior a USD 250.000.
- El procedimiento de due diligence tiene como objeto identificar la residencia a efectos fiscales de la persona jurídica titular de las cuentas a través de la información que mantiene la institución financiera (incluyendo aquella que posee en cumplimiento de obligaciones de prevención de lavado de activos y políticas Know Your Customer). Si de la referida información surge que la persona jurídica es residente en una Jurisdicción Reportable, debe tratar la cuenta como reportable, salvo que obtenga una autocertificación de la persona jurídica en sentido contrario.
- Por su parte, en relación con las cuentas nuevas, esto es posteriores a la fecha determinada en el acuerdo que Uruguay firme, no existe el umbral de USD 250.000 para la revisión de cuentas. Por lo tanto todas las cuentas deben ser sometidas a due diligence, a través de autocertificación de la persona jurídica que le permita determinar su residencia a efectos fiscales, la que debe ser contrastada con la información obtenida durante la apertura de la cuenta.

### ¿Qué información se proporcionará?

La información a proporcionarse (una vez determinada una Cuenta Reportable de una Persona Reportable) es entre otras, la siguiente:

- Nombre, dirección, país de residencia, RUT (o número de identificación fiscal), lugar y fecha de nacimiento (de personas físicas).



- Número de cuenta.
- Nombre de la Institución Financiera.
- Balance de la cuenta al final del año calendario relevante, o si la cuenta fue cerrada durante tal año o período.

La información será proporcionada por todos los años en que dicha persona física o jurídica siga siendo tratada como Persona Reportable.

**¿Cómo se adoptará el CRS?**

Para la implementación del intercambio automático, es necesaria la existencia de un instrumento de base que habilite el intercambio automático de datos financieros a efectos fiscales esto es, la suscripción de un acuerdo por parte de los Estados involucrados que “ponga en vigencia efectiva” dicho intercambio automático. Entendemos que la adopción puede efectuarse a través de dos caminos: i) que Uruguay firme convenios bilaterales en donde prevea el intercambio automático de información; ii) o que firme la Convención de la OCDE y Consejo de Europa que es multilateral y que implica el intercambio automático. Entendemos que la adopción probablemente sería a través de un instrumento multilateral.

Pero de forma previa a avanzar en las suscripción de convenios de intercambio automático, deberá modificarse la ley de secreto bancario, que como comentábamos el Poder Ejecutivo se encuentra analizando el Proyecto de Ley, ya que el procedimiento administrativo y jurisdiccional actualmente previsto solo aplica a pedidos de fiscos extranjeros “caso por caso”.

Desde el punto de vista jurídico este camino nos merece serios reparos. El intercambio automático supone un intercambio masivo de información principalmente referido a rentas pasivas de un residente de un Estado que son suministradas a otro. No vemos de qué manera puede armonizarse este tipo de intercambio con las normas constitucionales que protegen el Derecho a la intimidad y a la confidencialidad. En los intercambios de información caso a caso, el sujeto involucrado tiene, al menos, la posibilidad de defensa (a nivel administrativo y jurisdiccional). Y ello es correcto porque los intercambios de información son excepciones a normas que regulan secretos legales o la intimidad. Es por ello que el Proyecto de Ley y según como quede finalmente redactado, podría ser tachado de inconstitucional por vulnerar el derecho a la intimidad y el derecho de defensa. ●



[1] “Standard for Automatic Exchange of Financial Account Information in Tax Matters”, OECD Publishing, 2014.

**Brindamos servicios a empresas y personas**

que minimicen los contratiempos asociados a diferentes tipos de situaciones y siniestros que requieren una rápida respuesta para poder continuar funcionando con normalidad.

**Análisis de Siniestros**



**Tasación de daños de vehículos**



**Administración y entrega de repuestos**



**Sistemas de seguridad con cámaras**



**Administración de personal  
Portería, vigilancia e higiene ambiental**



Tel: (598) 2403 5567  
[info@danieldossantos.com.uy](mailto:info@danieldossantos.com.uy)  
 8 de Octubre 2254 · Oficina 105

[danieldossantos.com.uy](http://danieldossantos.com.uy)

# :: San Cristóbal Seguros ::



Eduardo Sangermano

Presidente de San Cristóbal Seguros S.A. y CEO del Grupo San Cristóbal

Darío Rubén Trapé

Presidente de la Junta Directiva de San Cristóbal Seguros de Argentina

**En el pasado mes de junio, San Cristóbal Seguros S.A. firmó la adquisición de un nuevo edificio, que servirá de base para sus operaciones. Este proyecto marca un hito en la historia del Grupo, ya que supone una millonaria inversión de restauración en un edificio ubicado en la Plaza Independencia, considerado patrimonio histórico para nuestro país. A raíz de este hecho, nos visitaron el Sr. Darío Ruben Trapé, Presidente de la Junta Directiva de San Cristóbal Argentina, y el Sr. Eduardo Sangermano, Presidente de San Cristóbal y CEO del Grupo, quienes conversaron con *Más Seguros*.**

## **En relación a la nueva adquisición**

La decisión de invertir en la restauración de un edificio considerado patrimonio histórico de la capital, tiene como objetivo fortalecer la presencia de la empresa localmente, reflejando el crecimiento y solidez de la compañía desde su inicio de actividades en Uruguay, así como también su compromiso y visión a largo plazo en nuestro país.

El mercado asegurador en esencia, tiene como finalidad proteger el patrimonio de los asegurados. En esta misma lógica, San Cristóbal decide invertir en la protección del patrimonio de la ciudad en la que opera, con un proyecto de largo aliento que tiene como objetivo fortalecer las raíces que la compañía viene desarrollando en Uruguay.

“El proyecto refleja el compromiso de nuestra empresa con la sociedad y la visión a largo plazo de nuestras operaciones. La protección del patrimonio de los asegurados es nuestra razón de ser. La recuperación del patrimonio histórico para nuestra ciudad capital es un compromiso con el futuro” señalaron las autoridades.

## **¿Qué factores están incidiendo actualmente en la industria de seguros?**

“Aunque represente un desafío vital para las aseguradoras, la puesta en marcha de Solvencia II a través del sistema de gestión integral de riesgos y gobierno corporativo puede ser una oportunidad para alinear a nuestros mercados con las tendencias mundiales”.

## **¿Qué tipo de seguros pueden presentar buenas perspectivas de crecimiento**

### **tanto en Argentina como en Uruguay?**

En el mediano plazo creemos que la recuperación de la inversión en infraestructura puede generar la necesidad de coberturas poco utilizadas hasta hoy. Sin embargo, no debe perderse de vista que algunas de las coberturas más frecuentes hasta ahora pueden verse cuestionadas por la creciente irrupción de la robótica, la industria de sensores y la impresión 3D.

Es recurrente escuchar hablar de la necesidad de fomentar la cultura aseguradora en los mercados de la región. En relación a este punto:

### **¿Cuáles son a su criterio, las premisas que sustentan dicha necesidad?**

Es claro que el índice de penetración de los seguros en Uruguay, (porcentaje que representan las primas de seguros en relación al PBI) se encuentra aún muy lejos de los promedios de la región de Latinoamérica y por supuesto de la media mundial; aún en países con menor PBI per cápita que Uruguay, el dinero que se destina a la protección de seguros es más alto que aquí. Cuando en Uruguay el índice de penetración representa el 2,4% del Producto Bruto Interno, la media mundial es del 6,2%, en Latinoamérica y el Caribe es de 3,1%, en Norteamérica 7,3%, en Europa 6,8% y en Asia 5,2%. Sin dudas nuestra región tiene trabajo aún y el mismo no depende solo del sector, en cuanto a concientización de los asegurables, sino también que se registren mejoras en el PBI per cápita.

### **¿Cuáles deberían ser los ejes de trabajo?**

El seguro es una de las herramientas que permiten la protección de nuestros patrimonios, ya sea el actual como el futuro a través de productos, de salud, de retiro e incluso de la vida misma. Nuestra conducta y madurez es lo que nos posibilita ver con claridad la percepción de los riesgos a los que nos exponemos. Probablemente un niño o un joven no tengan la misma percepción de su exposición a los riesgos de la vida que una persona mayor. Del mismo modo en la sociedad, no todas las personas perciben a qué están expuestas sus actividades comerciales, sus relaciones vinculares y el futuro de su profesión.

Por ello, nuestra responsabilidad como aseguradores -como en todas las conductas humanas que necesitan un cambio cultural- es aportar con acciones concretas para el fomento de este cambio. Desde el Plan Estratégico de las empresas, hasta el desarrollo profesional de la intermediación, todos debemos buscar las herramientas que nos conduzcan a este objetivo.



### ¿Qué tipo de acciones viene realizando San Cristóbal en este sentido?

La percepción del riesgo o la ausencia de él es multicausal, desde la inconsciencia, hasta la improbabilidad de que las cosas sucedan y desde la insatisfacción de las necesidades básicas hasta el exceso de riqueza concentrado, la conducta humana permite ir tomando decisiones frente a la exposición de riesgos que desconocemos. El conocimiento y la facilidad de acceso al mismo es la manera de colaborar para tener mejores posibilidades de acierto a la hora de la toma de decisiones. Por ello desde la empresa, la creación de productos que sean simples de suscribir, fáciles de comprender, ágiles de liquidar y que respondan a necesidades reales de nuestra sociedad, constituye uno de los pilares de nuestra gestión técnica y comercial.

Asimismo la capacitación y profesionalización de los canales de intermediación, los cuales vemos como profesionales independientes que colaboran en la misión de facilitar el acceso de los seguros a todas las actividades, son ocupaciones presentes en toda nuestra gestión de trasmisión de conocimiento.

San Cristóbal realiza al mismo tiempo una capacitación permanente de todo su personal a través de lo que denominamos "Universidad Corporativa" y precisamente su eslogan resume nuestra convicción "Más conocimiento. Más Futuro".

### ¿Qué tipo de medidas/alianzas u otras alternativas a nivel mercado, consideran necesarias?

El seguro es una actividad del ámbito privado pero con impacto social, en ese sentido entonces, desde el Estado, son importantes todas las acciones para difundir su alcance y fomentar su conocimiento toda vez que el propio Estado vela por la solvencia y transparencia del sector.

### En relación a las perspectivas del Grupo

#### ¿Cuáles son las perspectivas del Grupo San Cristóbal en el rubro de seguros para los próximos años?

Aspiramos a configurarnos como un grupo asegurador y financiero regional reconocido por una respuesta simple y efectiva.

### ¿Bajo qué pilares está planificando San Cristóbal Seguros, generar un diferencial en el mercado uruguayo?

La oferta de productos fáciles de comprender, simples de contratar y rápidos de indemnizar son los pilares de nuestra gestión comercial a través de la oferta por medio de su "Red Oficial de Corredores" que nos permiten obtener la sintonía y el pulso de las necesidades del mercado. ●



#### PERFIL de Eduardo Norberto Sangermano

**Profesión** :: Contador Público.  
**Antigüedad en el rubro de seguros** :: 36 años  
**Lugar en el mundo** :: Todos en los que encuentro paz y posibilidad de comunicarme.  
**Deporte** :: Running.  
**Un rasgo de tu personalidad** :: la perseverancia.  
**3 valores que consideres fundamentales en la vida** :: Honestidad, Fidelidad y Bondad.



#### PERFIL de Darío Rubén Trapé

**Profesión** :: Actividades comerciales.  
**Antigüedad en el rubro de seguros** :: 27 años.  
**Lugar en el mundo** :: Polinesia. Francesa  
**Deporte** :: Golf.  
**Un rasgo de tu personalidad** :: Emprendedor Pro Activo.  
**3 valores que consideres fundamentales en la vida** :: Defensor a ultranza de los valores familiares, honestidad intelectual y preocupación permanente por el prójimo.



*Sentirse Seguro es Sentirse Berkley*



Rincón 391, Piso 5, 11000 · Teléfono (+598) 29166998 · Montevideo / Uruguay  
[www.berkley.com.uy](http://www.berkley.com.uy)

# :: InsurTech: FinTech para aseguradoras ::



Guillermo Ferrari

Gerente de PwC Uruguay  
Advisory - Financial Services

Contador Público



En Junio de 2016, PwC publicó los resultados de una extensa encuesta global sobre FinTech (servicios o empresas del sector financiero que aprovechan las tecnologías más modernas para crear productos innovadores) donde se recogieron datos de 544 personas que respondieron, de 46 países; principalmente CEOs, Ejecutivos de Innovación, CIOs y los gerentes envueltos en la transformación tecnológica y digital, distribuida en cinco regiones.

El apartado centrado en seguros se basó en la respuesta de 79 encuestados de las compañías de seguros más importantes alrededor del mundo.

**Márgenes contraídos, oportunidades escondidas.** Uno de cada tres ejecutivos de seguros cree que más de un tercio de las operaciones tradicionales podrían perderse debido a la popularización de FinTech. De hecho, menos de uno en diez cree que FinTech no representa riesgo para su negocio.

Los inversores siguen muy de cerca a los emprendimientos dedicados a reinventar la manera en que las personas compran seguros, cómo las aseguradoras manejan el riesgo, cómo brindan soluciones a las nuevas necesidades de los clientes, vinculadas por ejemplo, a la economía colaborativa.

Las aseguradoras no son diferentes a otros actores del sector financiero cuando identifican mayores amenazas relacionadas al aumento de FinTech: presión sobre los márgenes (73% de encuestados) y perder la porción de mercado (69%) es lo que más temen. Como consecuencia, hay una creciente necesidad por optimizar la estructura de costos, mientras se brinda una propuesta de valor adaptada al nuevo contexto. Por ejemplo, un traslado hacia plataformas basadas en la nube, en comparación con tecnologías basadas en "main-frames" permitiría reducir costos hasta diez veces. Con respecto a los servicios al cliente, por ejemplo, la desintermediación, el autoservicio y la automatización de las funciones centrales de seguros es lo que lo llevará a ahorrar más.

**Expectativas cambiantes y percepciones más profundas de riesgo.** Desde una perspectiva externa, el impacto clave del negocio que las aseguradoras esperan de FinTech es el reto de conocer las necesidades cambiantes del cliente y la habilidad de unir nuevas ofertas con esas expectativas. Actualmente

los clientes esperan soluciones de seguro personalizadas y las soluciones estándar ya no les interesan. Ser activo en FinTech podrá ayudar a los involucrados a descubrir necesidades emergentes de cobertura y riesgo, que requieren nuevos y sofisticados productos así como servicios de seguros para consolidar esas nuevas prácticas. La incorporación de soluciones FinTech no solo tendrá como resultado una mejor experiencia con el cliente, sino que también traerá la oportunidad de tener más y mejores ventajas para el negocio.

En paralelo, y desde una perspectiva interna, FinTech está permitiendo a las aseguradoras tradicionales aprovechar los datos existentes para generar percepciones más profundas del riesgo.

IoT "Internet of things" puede probar ser muy eficiente generando interacción desde fuentes externas de información. Algunos ejemplos concretos pueden servir para identificar: la conducción insegura o las fallas en equipos industriales, entre otros. La tecnología digital puede permitir, por la reducción de costos asociada, extenderse hasta sectores no explorados como la de los jóvenes y los segmentos de menores ingresos. En segmentos comerciales, esta información puede ser un importante indicador de prevención.

Además, el análisis de comportamiento puede ayudar a las compañías de seguro a ganar un profundo entendimiento de las tendencias comportamentales, aspectos de la demanda y hábitos de los individuos, permitiendo la creación y desarrollo de soluciones a medida y en tiempo real. Por ejemplo, los sensores de autos están siendo usados para medir que tan seguro manejan y, de esa forma, poder ofrecer menores primas a los conductores más cuidadosos. Otro ejemplo, en el mecanismo para reclamos, es el uso de drones para obtener imágenes aéreas. Esta tecnología permitirá la captura de imágenes remotamente, haciendo que el proceso de reclamo y compensación tome menos tiempo.

Los aseguradores tradicionales encuentran valiosas soluciones de FinTech cuando desarrollan nuevos modelos para suscribir riesgos y predecir pérdidas. Los modelos de protección están siendo desplazados por modelos preventivos más sofisticados que faciliten la mitigación de las pérdidas en todos los segmentos del seguro. La habilidad para capturar y analizar mucha información de diferentes fuentes e indicadores casi en tiempo real abre la puerta para modelos *más preventivos*.

**Aprendiendo a surfear las olas de innovación.** Mientras que las aseguradoras reconocen la importancia de la mayoría de las tendencias relacionadas



con InsurTech, **se centran en adoptar los comúnmente utilizados y aún son menos sensibles a las otras ondas emergentes de innovación.** Consultadas acerca de las tendencias más importantes que caracterizarán a la industria en los próximos cinco años y su probabilidad de responder a ellas, las aseguradoras nombran a los servicios autodirigidos como el crucial.

La práctica comercial basada en modelos de seguro UBI "Usage-based insurance", son las que están emergiendo en respuesta a la demanda de los clientes por soluciones personalizadas de seguros.

Inicialmente, los involucrados veían UBI como una oportunidad para suscribir riesgos en una forma más granular usando nuevas variables de manejo, pero hoy los nuevos jugadores ven UBI como la oportunidad para conocer las nuevas necesidades de los clientes.

La habilidad para conectar y analizar grandes cantidades de información permiten a los seguros desplazar a los modelos de protección (reactivos) por los modelos sofisticados de prevención desarrollando visiones del riesgo más granulares (proactivos), por lo tanto permite la personalización.

Solo empezando a actuar hoy y alcanzando el reto holísticamente, la industria podrá estar lista para las tendencias del mañana. La velocidad del desarrollo social y tecnológico, con ejemplos como la economía colaborativa, los automóviles auto conducidos, los robots y los avances médicos, entre otros, tienen el potencial para quebrar el mercado antes de lo que se espera. Aunque no sea vista como una necesidad de corto plazo, el potencial impacto y las profundas implicancias, obligan a las aseguradoras a explorar oportunidades desde ahora y posicionarse como las que encabezan esta nueva ola de disrupciones.

**1- Las aseguradoras necesitan familiarizarse con las implicancias de las innovaciones de economías colaborativa y autos inteligentes y entender cómo responder a ello. Por ejemplo:**

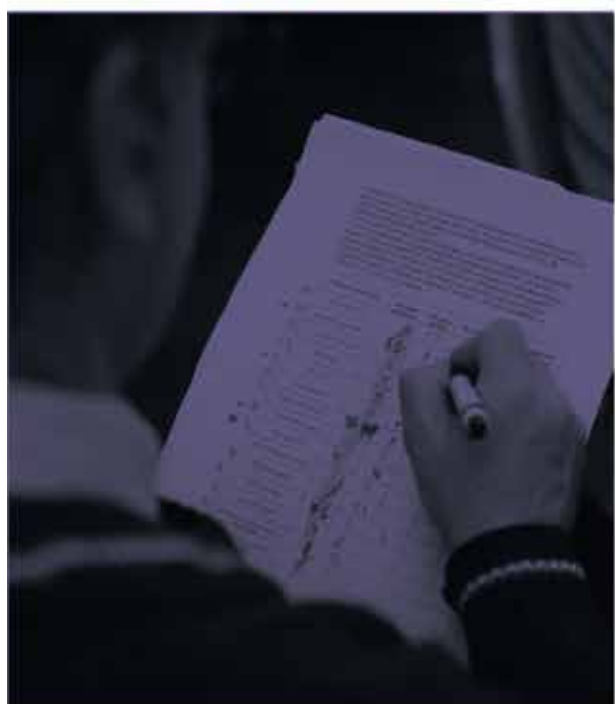
**a-** Auto compartido: de acuerdo a las recientes estimaciones, alcanzará los 26 millones de usuarios en el 2020. Quienes eligen no tener auto propio al menos tendrán que alquilar ocasionalmente; lo que puede expandir el mercado de compradores de seguros alternativos.

**b-** Modo de auto manejo: en los próximos diez años probablemente también se podrán ver muchos más vehículos que incluyan sistemas de conducción asistida o sean autónomos y los conductores podrán optar entre estar con las manos al volante o no, lo que resultará en diferentes perfiles de riesgos. El primer accidente del vehículo auto manejado de google ocurrió en Febrero 2016 después de haber viajado más de 1.45 millones de millas y el primer accidente mortal de un coche autónomo fue hace escasas semanas cuando el vehículo chocó mientras su conductor veía una película de Harry Potter.

**2 - La robótica, inicialmente apoyando para aconsejar, llevará a oportunidades adicionales para el bien de las operaciones centrales de las aseguradoras. En general, el impacto inicial de la IA se relaciona con mejorar la eficiencia y automatizar procesos de suscripción y reclamos. Con el tiempo, su impacto será más profundo, identificará, asesorará y suscribirá riesgos emergentes e identificará nuevas fuentes de ingresos personalizando la oferta de seguros a segmentos con características específicas.**

Una aseguradora  
que cuida a sus clientes  
es una aseguradora  
que capacita a sus  
corredores.

En SURCO, hace más de 5 años que brindamos capacitación de forma totalmente gratuita a todos los corredores del mercado. Si usted es corredor y le interesa capacitarse, no deje de contactarnos así lo mantenemos al tanto de nuestro próximo encuentro.



Montevideo  
Bvar. Artigas 1388  
Tel. (598) 2709 0089  
[www.surco.com.uy](http://www.surco.com.uy)



**surco**  
Seguros Uruguayos Cooperativos

**3 - La salud conectada con otras tendencias de InsurTech ayudarán a revitalizar el mercado de los seguros de vida. Nuestro "Futuro del seguro" (artículo del año 2000 de PwC) anticipó que los avances tecnológicos en salud cambiarían nuestras habilidades de predecir, prevenir y mitigar el riesgo. Para los seguros de vida y de salud, la tecnología está ayudando a monitorear la salud de quienes los utilizan. Estos avances alertarían respecto a señales tempranas de enfermedades para que puedan ser atendidas a tiempo. Usar nuevas fuentes de información permitirá a las aseguradoras explorar una nueva forma de suscribir los seguros de vida. En éste contexto, cada vez más personas tienen acceso a su genoma. Las secuencias del genoma pueden identificar riesgos antes que éstos se manifiesten como problemas de salud y tienen el potencial de hacer un quiebre en la forma que se suscriben los seguros de vida, poniendo a la compañía en el lugar de responsabilidad y de ayudar a los clientes a que administren sus riesgos genéticos (mientras son cuidadosos y proponen formas de vida saludable para ciertos riesgos).**

**Cerrando la brecha digital alrededor de los clientes.** A pesar que el 74% de las aseguradoras ven que el sector está pasando por una fase de grandes innovaciones y puedan identificar cuáles son las tendencias más relevantes, la mayoría no está considerando nuevas formas de mejoras para prepararse para la disrupción. Los ejecutivos toman un camino más tradicional y se enfocan en las expectativas de corto plazo.

La nueva norma implica salirse del producto estandar para un modelo centrado en el cliente. **Muchas de las actuales inversiones en innovación apuntan a cerrar la brecha entre el cliente y el uso de los canales digitales.** El negocio de los seguros es uno de los que más confía en la contratación a través de un call center, con un 78% de los contratantes haciéndolo a través de éste canal. Pero a pesar que los jugadores de la industria esperan cambios significativos en los hábitos de los clientes, aún se encuentran reacios a establecer relaciones de largo plazo con las soluciones FinTech. En adaptar su modus operandi y sus planes de acción, las aseguradoras se han quedado atrás del sector financiero en implementar las soluciones FinTech.

**La mentalidad de Insurtech está en hacer.** Actualmente, el 68% de los jugadores de la industria están tratando con soluciones FinTech y han tomado pasos concretos para dirigirse a los retos futuros y aceptar las oportunidades. Todavía, el 33% de las aseguradoras no ven la necesidad de tener una solución FinTech como elemento clave en su estrategia y como resultado, el 32% no trata con éstas soluciones en absoluto, potencialmente poniendo el negocio en riesgo debido a que ni siquiera exploran la posibilidad.



Cuanto antes sea posible **que la estrategia ponga foco en una solución InsurTech, más oportunidades tiene la organización de aprovechar las oportunidades que brindan este tipo de soluciones.** El porcentaje de aseguradoras que han lanzado su propia subsidiaria de InsurTech o adquirido una

compañía FinTech es el más bajo en la industria financiera (menos del 5%). Las aseguradoras quedan atrás de bancos y redes de cobranzas en establecer asociaciones con compañías FinTech (28%, 42% y 35% respectivamente).

**El camino por delante.** El sector asegurador aún no ha elaborado un enfoque consistente con la disrupción. Ahora es momento para que los ejecutivos piensen en el futuro, coloquen a la innovación en el corazón de sus estrategias y definan cómo llegar a donde quieren, participando en el ecosistema de InsurTech. En un entorno de excesivas tendencias de cambio, las compañías de seguros deben prepararse para abrazar la revolución y empezar a abordar seriamente la disrupción causada por el avance de InsurTech. Los hábitos de consumo están evolucionando rápidamente, y más y más clientes esperan ofertas de seguros para atender a sus necesidades específicas.

Las inconsistencias de un escenario cambiante sugieren que las aseguradoras tienen la oportunidad de dar el paso adelante y establecer cómo quieren participar en el espacio InsurTech, así como la manera en que planean manejar la innovación relacionada. FinTech puede ser complicado y poco familiar, pero si se acerca estratégicamente, podrá ayudar a los involucrados a buscar oportunidades para reforzar la posición de liderazgo. Para alcanzar InsurTech, los involucrados deberán tomar pasos concretos:

- **Exploración:** monitorear activamente nuevas tendencias e innovaciones.
- **Asociaciones estratégicas:** asociarse con nuevos emprendedores, con el objetivo de construir soluciones piloto para testear el mercado.
- **Participación InsurTech:** involucrarse en el desarrollo de nuevos programas para emprendedores como las incubadoras o adquisiciones estratégicas.
- **Desarrollo de nuevos productos:** la participación en InsurTech podría ayudar a descubrir necesidades de coberturas emergentes y riesgos que requieran nuevos tipos de productos y servicios de cobertura. De acuerdo a esto, se podría ajustar o incluso redefinir la estrategia vinculada al portafolio de productos de una compañía.



**TECNICO**  
SOLUCIONES EN RIESGOS

**EXPERTIZ REGIONAL Y  
SERVICIOS INNOVADORES  
PARA EL MERCADO  
ASEGURADOR**



- **CONSULTORIA TÉCNICA**
- **ASESORAMIENTO**
- **CAPACITACIÓN**
- **AUDITORÍA**

ARGENTINA (+54 11) 5263-3509

URUGUAY (+598 ) 2450-647

[contacto@oktecnico.com](mailto:contacto@oktecnico.com)

[www.oktecnico.com](http://www.oktecnico.com)





Estos cuatro pasos deben ser usados conjuntamente con la adopción de un modelo predefinido de innovación corporativa (Enterprise Innovation Model). Comúnmente, muchas de las innovaciones están sucediendo a un nivel de unidades de negocio, y mayormente enfocada en la innovación incremental. Sin embargo, el modo de interactuar eficazmente con el ecosistema de FinTech, los involucrados deben definir nuevas estructuras corporativas y una cultura organizacional de innovación.

Aunque InsurTech está actualmente en un nivel embrional, nuevas innovaciones en modelos de negocios con la industria del seguro han emergido, como por ejemplo, el micro seguro y el seguro “paga por lo que usas”. La gran propuesta de valor de FinTech con la industria del seguro yace en la capacidad de desplazar la complejidad y el largo plazo al tiempo real, fácil de usar, configurable, con productos y servicios “cost- friendly”, contratables a través del teléfono celular.

A modo de conclusión, podemos decir que las compañías aseguradoras están muy conscientes de la revolución de FinTech: el 74% de quienes contestaron la encuesta ven las innovaciones de FinTech como un reto para su industria. Hay una buena razón para creer que el seguro se está encaminando a una disrupción innovadora, ya sea por un factor externo como puede ser el crecimiento de la economía colaborativa o por la habilidad de las compañías para mejorar las operaciones usando inteligencia artificial (IA).

Sin embargo, a pesar de estas tendencias emergentes, existe una desconexión entre el tamaño de disrupción percibido por las aseguradoras y la disposición de éstas para defenderse o para tomar ventaja de la innovación: el 43% de los jugadores de la industria dicen tener FinTech en el corazón de sus estrategias corporativas, pero solo el 28% exploran la posibilidad de asociarse con las compañías FinTech y menos del 14% participan activamente en emprendimientos o programas de incubadoras.

A nivel mundial, las aseguradoras que efectivamente están centradas en actualizarse con respecto a sus competidores sobre el foco en el cliente y otras tendencias, están perdiendo la oportunidad de volverse proactivas, necesitan crear un mensaje claro y consistente que demuestre el deseo por jugar en el nuevo espacio InsurTech y actuar en consecuencia; solo con este planteamiento podrán posicionarse a la vanguardia frente a la nueva era del seguro.

A nivel local, todas estas tendencias pueden parecer que están muy lejos de ser alcanzables por ser, el uruguayo, un mercado pequeño donde no es fácil implementar soluciones complejas. A pesar de esto, los procesos de inclusión financiera como los impulsados por el gobierno, la gran penetración que tiene internet a nivel nacional, el uso masivo de smartphones y la capacidad e identificación del país como uno de los más importantes en materia de proveedores y desarrolladores de software de la región pueden ser la oportunidad para acercarse a la implementación de soluciones InsurTech a nivel local, al menos, en algunos de los procesos clave de las empresas aseguradoras. ●





Para grandes proyectos  
una gran cobertura.

## AIG está detrás de los grandes proyectos.

AIG respalda con coberturas especiales y asesoramiento profesional a los proyectos que involucran grandes inversiones en obras de desarrollo para el país. Con seguros de propiedad, corporativos, de responsabilidad civil, energía, transporte y comercio.

A la hora de emprender un proyecto cuente con el respaldo de AIG, líder mundial en seguros. Conozca más en [www.AIG.com.uy](http://www.AIG.com.uy)



Listos para el mañana

20 años  
En Uruguay

# :: RSA y sus nuevos canales de comunicación ::



Departamento de Clientes y Marketing de RSA



## RSA Go, renovada página Web y WhatsApp

**Poniendo foco sobre nuestros clientes finales y pensando en la mejora constante de nuestros servicios, comenzamos a emprender en el camino digital y en el desarrollo de nuevos y mejores canales de comunicación con nuestros clientes.**

Para eso llevamos a cabo varias acciones distintas. En primer lugar lanzamos RSA Go, una App pensada para que nuestros clientes puedan tener toda la información y beneficios de su seguro en su celular. En segundo lugar, rediseñamos, mejoramos y actualizamos nuestra página web y sus funcionalidades. Finalmente en tercer lugar habilitamos una línea especial para que nuestros clientes puedan contactarnos por WhatsApp.

### ¿Por qué?

El acceso a la tecnología y el contacto que tienen los usuarios con la misma se encuentra en constante aumento. Es por eso que hoy en día, las marcas que no se adaptan al mundo digital se pierden. Tomando en cuenta datos que presenta el informe del internauta uruguayo, el 78% de la población uruguayo es usuaria de internet y el 74% de estos últimos tienen acceso al mismo desde su celular. Esto se encuentra plenamente ligado al crecimiento explosivo de los Smartphones, en Uruguay 1.580.000 personas ya poseen uno. A su vez, sabemos que el 86% de estos usuarios de Smartphones descargan aplicaciones para los mismos.

Considerando que estos datos se encuentran en constante crecimiento y que fueron publicados a noviembre del año pasado, podríamos decir que estas cifras además de ser muy altas seguramente ya hayan crecido, por lo que no tomarlas en consideración sería un gran error.

Queremos encontrar a nuestros clientes en donde sabemos que están más cómodos, generar más y mejores canales de comunicación, acercarnos y de esa forma fortalecer nuestro vínculo.

### ¿Qué ventajas tiene para los usuarios el uso de la nueva aplicación RSA Go?

Esta App fue diseñada para la comodidad de nuestros clientes, en este sentido pretende ser útil y muy fácil de usar. Brinda al usuario la posibilidad de reportar siniestros, solicitar auxilio mecánico con GPS que brinda la ubicación exacta del vehículo, encontrar el taller mecánico más cercano, contactarse por emergencias domiciliarias así como también acceder a información de pagos, descargas de documentación y otras utilidades.

Además, el usuario puede hacerle el seguimiento a la reparación de su auto desde que ingresa hasta que sale del taller. Todas estas funciones son innovadoras en el rubro y resultan tener una gran utilidad para nuestros clientes.

Esta aplicación está disponible tanto para Android como para IOS.

### **También las últimas novedades del sitio web**

En cuanto a la Web, sabemos que los sitios web oficiales son los más consultados y en los que más se confía a la hora de buscar información de una marca, de ahí la importancia que adquieren los mismos dentro de la estrategia de Marketing.

Quisimos mejorar el nuestro y agregarle toda la información necesaria tanto para un cliente potencial como para un cliente actual. Todos nuestros productos, sus características, prestaciones y beneficios, así como la documentación de cada producto. En el nuevo sitio de RSA tanto clientes como corredores pueden navegar de una forma muy sencilla, cómoda y rápida. Desarrollamos también para nuestros clientes un Escritorio para su ingreso exclusivo en donde podrán consultar y autogestionar sus pólizas.

Además, siguiendo los datos sobre el uso de internet móvil hicimos que todo en nuestro sitio sea responsive, de modo que el usuario puede navegar de forma muy práctica desde su celular o Tablet sin perder información ni tener que mover o achicar la pantalla.

### **Interesantísimo acceso habilitado a través de llamadas por WhatsApp.**

Tenemos habilitada una línea exclusiva para que nuestros clientes puedan contactarnos por WhatsApp, aumentando de esa forma cada vez más nuestros canales y medios de comunicación siguiendo las tendencias sociales para que nuestros clientes puedan encontrarnos de la forma que prefieran y elijan. ●



## Seguros

### **Auditoría - Consultoría - Impuestos y Legal**

El sector asegurador se ha visto inmerso en un proceso de concentración y transformación en los últimos años.

La innovación en este mercado supone una clara ventaja competitiva y es clave para el crecimiento futuro.

Nuestros trabajos están orientados a aportar valor agregado a nuestros clientes.

Contamos con profesionales multidisciplinarios experimentados que han prestado servicios a las principales compañías aseguradoras nacionales e internacionales.

#### **Montevideo**

Centro  
Plaza de Cagancha 1335, Piso 7  
Tel.: 2902 45 46

#### **Zona Franca**

Zonamérica  
Edificio Beta, of. 104. Ruta 8 Km. 17.500  
Tel.: 2518 45 30

# :: Lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Camino para su mitigación ::



**Según la Memoria de actividades de la Unidad de Información y Análisis Financiero del Banco Central del Uruguay, desde el 2011 al 2015 se recibieron ocho reportes de operaciones sospechosas por parte de compañías de seguros.**

En la página web de SENACLAFT (Secretaría Nacional para el Control del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo) se han publicado 10 sentencias de casos de lavado de activos en nuestro país desde el 2008 al 2015. Prácticamente todos ellos involucraron en el respectivo escenario de lavado, la adquisición de bienes inmuebles y muebles (fundamentalmente, vehículos), no necesariamente de alto valor. Algunos de estos escenarios también involucraron el transporte de mercaderías.

Desconocemos si estos bienes estaban o no asegurados. No hemos encontrado información explícita en las sentencias en relación a ello, pero seguramente exista alta probabilidad de que sí.

**Con lo cual, ¿están vuestras compañías de seguros preparadas para gestionar el riesgo de lavado de activos y financiamiento del terrorismo?**

Podremos para ello, caer en una discusión conceptual de hasta dónde las compañías tienen que llegar en la implementación de un sistema de prevención de dicho riesgo. Las normas obligan a que vuestras compañías tengan un sistema integral para prevenirse de ser utilizados en el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo. Parecería entonces que las compañías, por lo menos, deberían implementar un sistema que pueda mitigar el riesgo de que los diferentes productos o contratos de seguros posibiliten, por sí mismos, el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo. La otra visión es que, no es solo eso, sino además, que las compañías de seguros apoyen en cerrar las puertas de entrada al sistema formal y legal a individuos que obtienen su riqueza desde actividades ilícitas o que las canalizan a actividades ilícitas.



Cra. Mariella de Aurrecochea

Socia del Departamento de Auditoría de Deloitte y responsable de los servicios de ERS (Enterprise Risk Services) en Uruguay, en particular prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo

**Deloitte.**

Adaptación a requerimientos internacionales, cambios en políticas, cambios de regulaciones, cambios en los mecanismos de control a nivel país sugieren que el camino alcanza a esta última visión.

En este proceso de adecuación, nuestra experiencia indica que existen algunos temas en donde las compañías de seguros necesitan seguir trabajando a efectos de lograr un nivel de gestión adecuado de este riesgo. Intentaremos enumerar, a continuación, los que entendemos más importantes.

### **1. Evaluar el riesgo de la entidad**

El sistema debe implementarse con una visión de riesgos. A mayor riesgo inherente mayor necesidad de control y viceversa. Con lo cual, el primer paso sería determinar el nivel de riesgo inherente de la compañía, poder demostrarlo y definir, en consecuencia, el nivel de control y monitoreo a realizar.

Para ello, es necesario trabajar sobre la cuantificación de dicho riesgo y de los diferentes factores que inciden en el mismo. Básicamente estos factores comprenden los tipos de clientes que la compañía detenta, los productos o ramas en las cuales opera, los canales de venta, el país de residencia del cliente, el monto o volumen de prima, etc.

La cuantificación debería hacerse en función de las transacciones reales que la compañía mantenga durante el período a evaluar y la periodicidad de este análisis debería estar acorde al tamaño y perfil de riesgo de la compañía.

A partir de allí, evaluar la calidad de administración de dicho riesgo inherente determinando, en consecuencia, el riesgo residual.

Entendemos que esta herramienta es súper valiosa para los siguientes fines:

- Determinar y demostrar el nivel de riesgo inherente por rama y/o unidad de negocio;
- Evaluar en dónde existen mayores debilidades y/u oportunidades de negocio en la calidad de la administración del riesgo;
- Enfocar, en consecuencia, las actividades de monitoreo, de control, de capacitación, etc.

### **2. Evaluar el riesgo del cliente e instrumentar debida diligencia acorde con el nivel de riesgo**

Con el mismo enfoque anteriormente explicitado a mayor riesgo del cliente mayor debida diligencia y, viceversa.

En el riesgo del cliente inciden diferentes factores: tipo de cliente, producto contratado, país de residencia y operaciones, monto de prima, etc.

Surgen dudas en las diferentes compañías hasta dónde llegar en la identificación y solicitud de datos al cliente al momento de la suscripción del seguro a efectos de poder evaluar razonablemente el riesgo del cliente. A priori, deberían poder solicitar aquellos datos que sean imprescindibles para poder identificar sin dudas razonables quién está detrás de la contratación y a quién está beneficiando dicha contratación.

Creemos que el desafío que tienen hoy las compañías de seguros es poder adaptar sus procesos de suscripción para recabar estos datos mínimos imprescindibles.

Quizás los más cuestionados, en el presente, sean la necesidad de obtener el dato de la actividad del cliente (qué hace, a qué se dedica) y los datos pertinentes a beneficiario final, tomando como definición de beneficiario final aquella persona física que controla en última instancia al contratante del seguro.

### **¿Por qué son claves estos datos en este proceso?**

Las diferentes tipologías o esquemas de lavado de activos y financiamiento del terrorismo demuestran que ciertas actividades son más riesgosas que otras y se utilizan más frecuentemente por los delincuentes para perpetrar dichos esquemas. El conocer quién está detrás de las personas jurídicas que contratan con vuestras compañías, además, parece necesario a efectos de que detectemos que estas personas jurídicas no sean usadas por individuos que intentan dar visos de licitud a una operación ilícita.

El segundo desafío es luego de determinado el nivel de riesgo y si el mismo se considera en niveles altos para la compañía, cómo ampliar los procedimientos de debida diligencia a efectos de poder mitigar en forma fehaciente el nivel de riesgo en cuestión. Los mecanismos pueden ser variados y dependerán del riesgo en cuestión. Solicitud de información adicional sobre el volumen de ingresos de la persona física sustentada por evidencia documental acorde (certificado de ingresos, recibo de sueldos, compromisos de compraventas de inmuebles, estados de cuenta etc.) o de las personas jurídicas (declaración jurada fiscal, estados financieros, etc.), serán, entre otros, los desafíos a incorporar para realizar debida diligencia ampliada o intensificada.

### **3. Evaluar el riesgo de lavado de activos al momento del siniestro**

El momento del siniestro es un momento crítico para las compañías de seguros y donde los procedimientos que se tienen instrumentados tratan de evitar, entre otros, el riesgo de fraude.

A efectos de lavado de activos ese momento también es crítico porque quizás este riesgo de fraude también se asocie con un riesgo de lavado de activos. Lo que sí quizás vemos, en nuestra experiencia, que no necesariamente las compañías están pensando en este riesgo en este momento.

Con lo cual, el desafío es incorporar en el momento del análisis del siniestro la evaluación de si el mismo tiene indicios de que sea una potencial operación sospechosa en relación a lavado de activos. Y, por ende, la necesidad de reportarla o no a las autoridades competentes.

### **4. Monitoreo de transacciones**

Por último, otro gran desafío para las compañías de seguros es seguir trabajando en ajustar sus sistemas de monitoreo de transacciones a efectos de identificar alertas o indicios de cambios en perfiles de actividad y, luego, potenciales indicios de operaciones inusuales y/o sospechosas.

Para ello existen diversas guías o consultas de alertas y/o indicios para las diferentes ramas de actividad, entre ellas las guías publicadas por GAFI, Banco Central del Uruguay, etc.

El desafío, entonces, es cómo incorporar estas acciones de monitoreo continuos en los procesos de gestión de las compañías. ●

**Deloitte.**



**HDI**  
Seguros

**Somos seguros.**

Cuenta con HDI para desarrollar su cartera

[hdi@hdi.com.uy](mailto:hdi@hdi.com.uy)



[www.hdi.com.uy](http://www.hdi.com.uy)  
Tel: 29160850  
Misiones 1549  
Montevideo, Uruguay

HOGAR • COMERCIOS • EDIFICIOS • AUTOS • TRANSPORTE DE MERCADERÍAS • VIDA COLECTIVO

# :: 40 años de Latinbroker ::

## Latinbroker Consolidado en el Mercosur



Rodolfo Ciganda y Rodolfo A. Ciganda, titulares de Latinbroker S.A.

En la entrevista realizada en Montevideo, Rodolfo Ciganda padre e hijo, titulares de Latinbroker S.A., broker de reaseguros que opera en el mercado latinoamericano desde 1976, nos comentaron sus impresiones sobre el mercado de reaseguros internacional. Al respecto, estiman que estamos ante la posibilidad de un cambio de ciclo derivado de la reducción de capacidad ante el retiro de

men de riesgos facultativos que contractuales; asimismo colocan, desde hace mucho tiempo, los contratos de compañías como Porto Seguros y FAR, entre otras.

El desarrollo en la suscripción de las operaciones facultativas se vio facilitado por el manejo de diversas facilidades de suscripción con buen security, por ejemplo la de transportes tuvo como líder durante dieciocho años a la Guardian. Recientemente AXA compró el grupo Guardian, lo cual generó la salida de dicha operación. "Felizmente, aunque con una capacidad más pequeña, se pudo reemplazar el líder con otros suscriptores londinenses de primer nivel. También se crearon facilidades para coberturas de equipos electrónicos, lideradas por la compañía alemana Tela, y para property colocadas con sindicatos del Lloyd's, estas últimas utilizadas sólo en Paraguay y Uruguay", explicaron.

**Con gran alegría y renovado entusiasmo estamos en Latinbroker celebrando nuestros primeros 40 años de vida en este 2016.**

Durante estas cuatro décadas hemos vivido distintas etapas en lo que concierne a nuestro negocio en los mercados en los que fundamentalmente operamos, desde desregulaciones y caída de monopolios, tanto de seguros como de reaseguros, a nuevas regulaciones en particular para el reaseguro; todo ello ha constituido sin dudas un desafío grande al que viendo ahora en retrospectiva creo que hemos podido estar a la altura para que la Compañía siga siendo una empresa respetada, tanto a nivel local como en el exterior.

No somos ni nos creemos los mejores en todo pero sí le ponemos mucha cabeza y garra charrúa a nuestra tarea, y el "no se puede" tratamos de que no sea una respuesta con la cual quedarnos.

Recuerdo allá por Julio 1980 cuando me uní a la Empresa que tenía a mi Padre como Presidente; por supuesto yo no sabía nada de reaseguros, ni de seguros tampoco, pero rápidamente me pareció un reto formidable y tuve el privilegio de tener a mi lado a un profesor como el Viejo del cual no solo por su sapiencia sino también por su pedagogía pude nutrirme de su conocimiento y experiencia.

Esos primeros años en que la tecnología que existía hoy haría reír a muchos nativos digitales (me pasa hoy en la oficina cuando a veces narro como mandábamos aquellos telex de cinta perforada y me miran como si fuera un marciano) y había que arreglarse igualmente para ser lo más veloces posibles en cotizar y colocar riesgos de reaseguro. Aunque justo es admitirlo, como en muchos otros órdenes de la vida



## El reaseguro crecerá en el mundo

Tendrán ventajas las compañías que crearon mercados jóvenes para atenuar pérdidas en los países industrializados, se dijo en reunión organizada por Latinbroker.

• Página 4

## Informe Especial

### ¿Quién sabe de reaseguros?

Con la liberalización total de la actividad aseguradora, salvo la de accidentes, es previsible un crecimiento aún mayor de este sector de la economía uruguayo. Algunas señales ya han permitido apreciar que la producción del país retoma mayor ritmo y ese tipo de comportamientos enseguida se reflejan en la actividad aseguradora. Vehículos sin cobertura, vida y previsionales, accidentes, incendio y salud, parecen ser los rubros en los cuales avanzarán las compañías en los años que vienen. Con el agregado que varios operadores también concentran sus baterías en responsabilidad civil y coberturas de créditos.

Algo que pocas veces aprecia nuestra plaza y que ha comenzado a ganar visibilidad entre los operadores, es la importancia del reaseguro. Muchos



Rodolfo Ciganda

analistas destacan el conjunto de beneficios que puede brindarle al mercado, una operativa de reaseguros sólida, seria, respetuosa y respetada. Las perspectivas en salud y seguridad social, accidentes y responsabilidad, son por demás auspiciosas y en ese sentido, cualquier posicionamiento en el mercado nacional, requerirá una excelente auditoría de reaseguro. Por algo suena tanto el teléfono de Ciganda en Latinbroker.



UNA ORGANIZACIÓN QUE CUMPLIRÁ 30 AÑOS EN 2006

## Latinbroker, una proficua trayectoria

POR RODOLFO A. CIGANDA  
Director de Latinbroker

En 2006 Latinbroker llegará a sus 30 años de existencia, lo cual como corredor de reaseguros uruguayo nos llena de orgullo. Mucha agua ha corrido bajo el puente desde entonces por que importantes cambios se han operado en los mercados regionales y mundiales del reaseguro.

### ORÍGENES DE UN PROCESO

A comienzos de 1976 mi padre, Rodolfo Ciganda López, se desempeñaba como actuario del Banco de Seguros del Estado, institución en la que había comenzado a trabajar algo más de treinta años atrás. Una mañana, leyendo el diario, se enteró de la existencia de un proyecto de ley que modificaba los ingresos mínimos que podía percibir un funcionario público (topeando los mis-



iones de Latinbroker hasta ese momento nuestra participación accionaria era cero). Enfatizamos por esa vía oferta especial para la familia Ciganda, fruto de una relación muy satisfactoria de casi veinte años y que ellos querían renovar. Fue un gesto muy noble de estos empresarios. Con esfuerzo logramos adquirir la totalidad de las acciones.

A mediados de 1995 durante mi visita a Paraguay, donde teníamos varios clientes, nos plantearon con un gran orgullo, Walter Lillo (había ejercido cargos gerenciales en una de las primeras aseguradoras de esa plaza), la posibilidad de trabajar juntos. Convincimos así una representación permanente en Asunción.

Los resultados fueron espectaculares ya que se incrementó significativamente el número de clientes en el mercado paraguayo por lo cual nos trasladamos a un local más acorde a la importancia de la em-

# Latinbroker Celebró su 30º Aniversario

El broker de reaseguro con sede en Montevideo y sucursales en Buenos Aires y en Asunción celebró su 30º Aniversario con un ameno cocktail, llevado a cabo el 5 de octubre pasado en el Club de Golf de la ciudad de Montevideo.



Rodolfo A. Ciganda, Presidente de Latinbroker Internacional S.A.

**D**urante el desarrollo del evento, el presidente de la entidad se dirigió a la concurrencia. Reproducimos a continuación sus palabras.

de quien hemos aprendido nuestra profesión de brokers de reaseguros, así como el valor de las relaciones a largo plazo, entre muchas otras cosas. Es este tipo de relación el que mantenemos con nuestros clientes (compañías de seguros y reaseguradores, algunos de los cuales hoy nos acompañan). Ellos nos han visto crecer y desarrollarnos; con su satisfacción, nos confirman día a día que vamos por el camino correcto.

También son importantes nuestros asesores, proveedores y colegas, que colaboran con nosotros para optimizar los servicios que brindamos. Un banco y un estudio acompañan a Latinbroker desde su nacimiento, hace 30 años.

No es menos importante nuestro grupo humano, muy joven por cierto, que ha sido clave en esta continuidad y crecimiento de Latinbroker, que tienen mucho que ver

capacidad técnica, siempre de muy buen humor y total disposición para la empresa.

- Walter Lithitx (1995-2002), gran amigo en Asunción, nos dejó muy joven con muchísimo aun para dar. Tenía una extraordinaria capacidad comercial y amor por la camiseta de Latinbroker. Siempre lo recordamos con mucho cariño.

- Por supuesto, Don Rodolfo Ciganda López (1976-2002 en la empresa y luego como fuente de consulta hasta 2004) *factotum* de la firma, ejemplo para todos nosotros. Modestamente, tratamos de continuar la labor que él comenzó y forjó durante los primeros veintiséis años de la empresa. Lo llevamos siempre en nuestro



aniversario

“Riesgos son de buena calidad”

## Uruguay atractivo para reaseguradores

Al aproximarnos a la mitad del año, es propicio una mirada local y mundial sobre la actividad de seguros. El Presidente de Latinbroker, Rodolfo Ciganda, resume con datos y conceptos lo que hoy pesa y lo que puede pasar. Las cifras del Katrina, el conflicto de Uruguay y Argentina, el valor del dólar y el infraseguro, los costos de las renovaciones de reaseguros, nuevos huracanes y otros temas, forman parte de este Reportaje Exclusivo con el principal ejecutivo de Latinbroker a 30 años de su comienzo

¿Cómo viene el corriente año, biando o duro? ¿Hay cifras definitivas de la indemnización de Katrina?

A principios de año, en la renovación de enero y en las de los meses siguientes, hubieron algunos aumentos en los costos de reaseguro para los mercados con elevado riesgo catastrófico, que en general diría no se verificaron en nuestros mercados.

Para la renovación de julio se espera para los mercados que contratan reaseguro catastrófico un aumento muy importante, de entre 30% y 40% en algunos casos. Esto es porque

los reaseguradores han ido cerrando los números de las pérdidas sufridas en 2005 con los huracanes y se tiene ya certeza de la cuantía de las mismas y además se espera otra temporada tan o más fuerte para esta 2006 de ese tipo de fenómenos naturales.

La última estimación de daños que conozco del Katrina anda por los US\$ 45.000 millones (recordemos los daños económicos estimados totales prácticamente igualan ese monto), lo que lo convierte en el siniestro de carácter natural más caro de la historia.

¿Cree que Uruguay crecerá



Rodolfo Ciganda habla en el salón de honor durante el aniversario de Latinbroker.

en su actividad de seguros? ¿Seguimos siendo un mercado de buena información y negocio sano? ¿Y la región?

En la medida que siga creciendo el nivel de actividad y haya inversiones importantes, lo que

esperamos pueda producirse a pesar de ciertos nubarrones que hay en el horizonte (algunos que nos vienen de afuera como el conflicto con Argentina por las fábricas de celulosa y otros por algunas inconsistencias internas que generan un margen de incertidumbre para alguien del exterior), el monto de primas por contratación de seguros también va a aumentar.

Hay que trabajar fuerte a nivel también del seguro para particulares y pequeñas y medianas empresas que en muchos casos registran niveles muy bajos de cobertura o directamente

**Hay que trabajar fuerte a nivel también del seguro para particulares y pequeñas y medianas empresas que en muchos casos registran niveles muy bajos de cobertura o directamente inexistentes**

mente inexistentes. Hay allí una masa crítica importante -para lo que es Uruguay- que todavía tiene mucho por crecer, pero para ello hay que generar una cultura de la necesidad de estar asegurado



Latinbroker cumplió 30 años

## “En Uruguay, ahora tenemos menos desventajas”

Durante el mes de setiembre Latinbroker cumplió 30 años de actividad en nuestra plaza de seguros. Y los festejó con una agradable recepción en el Hotel Victoria Plaza.

**E**n la oportunidad, Rodolfo Ciganda manifestó su agradecimiento por la presencia de autoridades, representantes de compañías de seguros y de reaseguradores, asesores, banqueros, periodistas y personal de la empresa. Agradeció especialmente a quienes viajaron desde los países

afines, la desregulación de mercados nos ha permitido asumir el ritmo de nuestras actividades y ellas continúan creciendo sostenidamente”, dijo.

Añadió que “hasta hoy sólo nuestra zona se encontraba perjudicada. Hemos preferido preservar la calidad del servicio tanto en lo técnico como en lo administrativo”. A ello agregó que “una prima su no ha generado la confianza de los reaseguradores entre los que figuran los más importantes y prestigiosos del mundo. Nuestro nivel de confianza como el bien más precioso adquirido en estos veinte años y nuestro propó-



Rodolfo Ciganda habla en el salón de honor durante el aniversario de Latinbroker.

también pasa, en aquellos tiempos no todo era “para ayer” como sucede hoy, y se podía muchas veces tomarse uno algunos minutos más para analizar y entender mejor una propuesta, para agregarle mayor valor a las ofertas.

Mucha gente valiosa ha tenido que ver con la vida institucional de Latinbroker, desde sus accionistas fundadores el Dr. Agustín de Vedia y el Sr. Horacio Bach quienes junto a mi padre, Don Rodolfo Ciganda López, pusieron en órbita a la empresa cuarenta años atrás, dedicando largas horas de viajes para abrir mercados, reuniones para planificar estrategias y políticas comerciales, y así poder sacar adelante un emprendimiento que en aquellos años era por cierto mucho más raro que hoy, abrir un bróker de reaseguros independiente en esta región, toda una excentricidad. También Enrique Guidet, aquí en Montevideo, y Walter Lithitx, en nuestra oficina de Asunción fueron baluartes de la empresa.

Hoy lamentablemente todos ellos no están físicamente con nosotros pero los tenemos presentes en nuestras mentes y corazones siempre, pues nos han dejado un legado primero que nada de don de gentes y también de profesionalismo, que nos ha guiado como un faro en la niebla en tiempos difíciles.

Con Alicia Estefan en la Vicepresidencia y un estupendo grupo humano que nos apuntala y está con la camiseta latinbrokera muy puesta, hemos tratado de basándonos en esos ejemplos de prohombres de la industria aseguradora, continuar un camino en que Latinbroker sea una empresa reconocida como profesional y seria.

En eso estamos y seguiremos, apuntando a las bodas de oro. ●

Rodolfo Ciganda, Presidente de Latinbroker

# :: En busca de la reinserción laboral ::



Ps. María Laura Volpi

Supervisora del equipo  
en Consultoría en Capital  
Humano de KPMG



**El proceso que vive una persona que es desvinculada de su trabajo, puede ser mitigado a través de una práctica que se conoce como Outplacement. La mala noticia puede llegar en un momento particular de la vida, o tocarle a una persona que está totalmente desactualizada de las herramientas que hoy se utilizan para la búsqueda de un nuevo trabajo. El retorno al mercado laboral es un asunto complejo, y mediante esta herramienta los consultoras colaboran con dotar de la mayor cantidad de medios a la persona que debe emprender este nuevo viaje.**

Para la Psicóloga María Laura Volpi, supervisora del equipo de consultoría en Capital Humano de KPMG, el trabajo se realiza desde la comprensión de la situación emocional que atraviesa la persona y la organización a la que pertenecía. Su trabajo se trata de una intervención con un enfoque activo y personalizado, orientado a la búsqueda de soluciones prácticas.

## **¿Qué es el Outplacement?**

Es un servicio que proporciona orientación a la persona que fue desvinculada de una empresa, en la búsqueda de un nuevo empleo. Y esa orientación implica un asesoramiento en las herramientas de búsqueda, de poder conocer su perfil en detalle, y ayudar a la persona a aumentar sus posibilidades de reinserción en el mercado laboral, lo más rápidamente posible.

## **Trabajan en el momento de mayor sensibilidad para la persona...**

Exacto; nosotros consideramos que el proceso es fundamental que sea hecho por un Psicólogo, porque aporta un elemento más, que es el apoyo en ese proceso de duelo, donde hay un componente emocional. Si bien no es un espacio psicoterapéutico -eso se realiza en otros ámbitos-, el hecho de que seamos Psicólogos nos permite identificar aspectos que se pueden ir trabajando en el proceso o, si fuera necesario, sugerir el inicio de un proceso psicoterapéutico, en alguna situación donde sea más compleja la situación.

### **¿Comienzan a trabajar con la persona en forma inmediata a la desvinculación?**

Sí, aunque cada persona es diferente y también lo es cada proceso. Generalmente comenzamos a trabajar una semana después a partir de que le comunican la desvinculación a la persona y hacemos la primera reunión de presentación para que la persona conozca de que se trata el proceso. En ese tiempo está bien. Generalmente es bueno no dejar que pase mucho tiempo para iniciar el proceso.

Si bien tenemos una metodología de trabajo creo que de todos los procesos que hemos hecho nosotros, nunca uno es igual a otro. Porque se trata de personas que atraviesan la situación de manera diferente, algunos necesitan trabajar inmediatamente, otros quieren tomarse un tiempo y en algunos casos ni siquiera tienen un currículum confeccionado, por tanto hay que empezar a trabajar en ello. Las personas que no han estado en el mercado laboral en los últimos años desconocen las herramientas de búsqueda, como LinkedIn por ejemplo. Hay otras personas que quizás estuvieron en la búsqueda hace dos o tres años y saben qué herramientas utilizar. Entonces ahí el asesoramiento nuestro es más para actualizar los documentos y asesorar en otros aspectos, y lo mismo con la información que tenga sobre el mercado. Después, a nivel personal -cada uno lo vive a su manera-, algunos ya están prontos para reinsertarse a los dos días y otros necesitan meses para procesar la salida de esa empresa y pensar en una nueva, con todos los cambios que eso puede implicar.

### **¿Cuál es el enfoque que le dan al trabajo con los individuos?**

Tratamos de que sea un asesoramiento donde podamos brindar nuestros conocimientos desde la experiencia del trabajo en selección de personal, que es lo que destaca de otros tipos de asesoramiento. Nosotros lo contamos desde nuestra experiencia en el mercado, con empresas y desde el conocimiento de los postulantes también. Tenemos muchísimos postulantes, trabajamos con muchas empresas, entonces sabemos qué buscan unos y otros. Y ahí es



**Estudio Jurídico de Profesionales  
especializados en Derecho Penal,  
Derecho de Seguros  
y Derecho de Daños.**

**JORGE BARRERA & ASOC**

**DR. JORGE BARRERA  
DRA. MARIANELA MELGAR**

#### **Montevideo**

Palacio Martínez Reina  
San José 807 Piso 5 - 503  
11100 / Montevideo, Uruguay  
Tel./Fax +598 2901 3252

#### **Punta del Este**

Ruta Intelbalnearia, Km. 118,500  
Punta Ballena / Maldonado, Uruguay  
Tel./Fax +598 4257 7090

**[www.estudiobarrera.com.uy](http://www.estudiobarrera.com.uy)  
[estudio@estudiobarrera.com.uy](mailto:estudio@estudiobarrera.com.uy)**



donde podemos aportarle a la persona, los conocimientos de qué es lo que pretende una empresa hoy para determinado cargo, y qué es lo que buscan los postulantes que pueden ser su competencia. Trabajamos entonces cómo puede esa persona destacar su perfil y habilidades.

### **¿Se trabaja también sobre lo que la persona puede haber hecho mal para perder su empleo?**

En algunos casos se puede trabajar; lo que pasa es que en muchas situaciones eso es más delicado, no tenemos la información de algo específico que puede haber ocurrido. Nosotros sabemos que en muchos casos salen de la empresa por una reestructura, y no conocemos si por detrás hay alguna otra razón que definió que fuera esa persona y no otra la que debiera dejar su puesto. En esos casos no tenemos la información para trabajarlo y muchas veces ni la persona sabe por qué la eligieron a ella para desvincularla y no a otras. En algunos otros casos nos pueden transmitir que más o menos intuían que puede ser por determinada razón, algún tema de habilidad de trabajo en equipo por ejemplo. Ahí indagamos un poco más qué puede haber pasado desde la perspectiva de la persona, como lo vivió y qué puede hacer a futuro para mejorar esa forma de trabajo.

### **¿Qué etapas tiene el proceso?**

Generalmente lo que hacemos es una reunión con la persona y le contamos en qué consiste el proceso, tratamos de que esté de acuerdo con lo planteado, que se interese. Es fundamental la voluntad, el interés y el conocimiento de la persona. Quizás se puede hacer el proceso igual aunque la persona no entienda mucho o no esté familiarizada con un proceso así, y lo va entendiendo a lo largo del tiempo, pero lo ideal es que la persona pueda entender los beneficios que eso tiene y pueda aprovecharlos desde el inicio.

### **¿Y luego de la entrevista de presentación?**

Después trabajamos con la persona para conocer su perfil, su trayectoria laboral, su experiencia personal y ver cómo transmitir eso en un currículum que genere el mayor impacto posible. Si ya tiene un currículum armado lo revisamos y actualizamos y si hay que armarlo de cero lo hacemos, con el perfil de LinkedIn, cartas de presentación en caso que se necesite, etc.

Después seguimos trabajando en el perfil, que está presente a lo largo de todo el proceso, en que la persona pueda conocer su perfil, tanto sus habilidades como sus aspectos de mejora, identificando también si hay necesidades de capacitación en determinadas áreas. Por ejemplo, el idioma inglés; quizá la persona se capacitó hace muchos años en su trabajo pero necesita actualizarlo, porque sabemos que para

A man with dark, wavy hair, wearing a grey and red wetsuit, stands on a sandy beach looking out at the ocean. In the distance, a red sailboat with the MAPFRE logo on its sail is visible on the water under a cloudy sky.

## MAPFRE, tu aseguradora global de confianza

Avanzamos con más de 34 millones de clientes en los cinco continentes, para ser su aseguradora fiable y comprometida. Por eso, sea cual sea el horizonte que persigas estaremos a tu lado para ayudarte a alcanzarlo.

 **MAPFRE**

[www.mapfre.com.uy](http://www.mapfre.com.uy)



muchas posiciones es imprescindible. Trabajamos en saber qué tipo de capacitación pueden llegar a necesitar para asesorarlos.

Después que vamos analizando el perfil en forma conjunta, en paralelo trabajamos en ir destacando las fortalezas de la persona, las que debe mostrar en una entrevista, para que a futuro, cuando se enfrente a una situación similar a las que ha tenido en el pasado, pueda actuar de la mejor manera. Y para ello el asesoramiento es clave. Después, lo que nosotros hacemos es asesorarlos en el armado de una red de contactos y apoyarlos con todos los contactos, con empresas, con otras consultoras, que su currículum pueda llegar a diferentes lugares, y que si surge una vacante lo puedan llegar a llamar.

En paralelo a esto, la persona va haciendo una estrategia de búsqueda de empleo y lo que nosotros destacamos acá es que debe tener una dedicación importante, porque allí es la persona la que está buscando su próximo trabajo. Nosotros podemos asesorarlo, podemos apoyarlo, darle elementos sobre los que no conoce de su funcionamiento, pero es la persona la que debe dedicar tiempo, día a día para buscar trabajo. Es allí que nosotros vamos asesorando cuáles pueden ser las mejores oportunidades, la lectura de avisos para orientarlos también en esa búsqueda, etc.

### **Hay un seguimiento durante todo el proceso...**

Así es, incluso después que la persona encuentra trabajo, en un período que puede ser de dos o tres meses, que es lo que dura el proceso de outplacement. Pero quizá en otros casos no encontró trabajo, por tanto mantenemos el contacto para seguir ayudándolo más allá de haber culminado con ese proceso de reuniones semanales.

En algunos casos se ha dado que la persona consigue trabajo al mes de comenzar el Outplacement y quiere seguir un tiempo más en el proceso, porque la persona sabe que por más que haya conseguido trabajo necesita fortalecer determinados aspectos de su perfil y el trabajo continúa. Nos resulta muy reconfortante. También ocurre que personas que no consiguen empleo en el período en el que dura el asesoramiento igual nos agradecen, se retiran muy conformes, porque durante una etapa dura de su vida encontró un espacio donde atravesar el mal momento generado, dialogar, intercambiar, incorporar nuevas herramientas, adaptarse a las condiciones del mercado y tener mayores fortalezas para el período que se avecina.

### **¿Qué son las entrevistas de role playing que le realizan a quienes participan del proceso?**

Es una simulación de una entrevista real. Lo que hacemos es que otro Psicólogo del equipo -no quien está haciendo el proceso con la persona-, le hace una entrevista como si fuera para un cargo, aunque se trata de un cargo ficticio. Entonces hacemos la entrevista con alguien que no conoce, que le va a preguntar por sus experiencias, su formación, va a querer conocer sus habilidades, y sus competencias, le va a preguntar por sus aspiraciones salariales, todo lo que una persona se va a encontrar en una entrevista real.



### ¿Las empresas uruguayas han internalizado este tipo de procesos?

Por suerte, cada vez más empresas nacionales fueron conociendo el servicio. Es una manera de reconocer al empleado que ha estado muchos años en la empresa o tuvo un buen desempeño y por algún motivo hay que dejarlo fuera, lo llevan adelante como un reconocimiento hacia esa persona por su desempeño laboral, ayudándolo a reinsertarse en el mercado. Le ayuda a las empresas, porque a través de este proceso que colabora en la reinsertión, de alguna manera se puede mitigar la sensación de "culpa" que se asocia a desvincular a una persona, y ayuda a la persona, para la que es fundamental tener una orientación. A su vez también, de alguna manera, colabora con el clima interno de la empresa dado que quienes continúan trabajando visualizan este apoyo que brinda la empresa a un ex empleado.

Cada vez más empresas lo hacen, quizás no para todos sus empleados, pero sí para aquellos que tuvieron más años en la firma, para cargos gerenciales o para aquellos que se destacaron por su desempeño, como decíamos antes.

### ¿Cuándo considera exitoso un proceso de Outplacement?

Cuando una persona pudo apropiarse de todas las herramientas que pusimos a su alcance, pudo apropiarse de los conocimientos, tomó una búsqueda activa en base a los elementos que le facilitamos, pudo mejorar su desempeño en las entrevistas, y el broche de oro es si consigue trabajo. Pero eso no siempre se da, nosotros no aseguramos empleo y eso lo aclaramos desde el comienzo dado que hay muchas variables en juego en dicha búsqueda, en cuanto a perfil de la persona, puestos que demanda el mercado, etc. Nosotros proporcionamos las herramientas, la persona las incorpora y luego, depende también de las condiciones del mercado. ●

## AFILIACIÓN MENSUAL

Un plan a la medida  
de tus necesidades

**Simple y efectivo,  
con la mejor relación  
costo beneficio**



**365 días**



**24 horas**

**AUXILIO MECÁNICO**

**☎ 2487 3487**



PORTO  
SERVICIOS

**PORTO  
SERVICIOS** 

[www.portoservicios.com.uy](http://www.portoservicios.com.uy)

## ::Novedades del Sector ::

### MAPFRE premia a sus colaboradores destacados

MAPFRE reunió a sus Delegados, Agentes y Productores en el hotel Hyatt Centric Montevideo para compartir los resultados de la Compañía y a su vez comunicar el destino de la presente Campaña "Mucho más 2016". De esta manera, la empresa premiará a 15 asesores comerciales y sus acompañantes, quienes viajarán a Madrid y Sevilla. Destino que estará al alcance de aquellos corredores cuyas primas por ramos hayan obtenido un incremento neto en el presente año (según las bases). En la primera semana de mayo, los ganadores de la Campaña Comercial 2015 partieron en un crucero por el río Rin, visitando distintas ciudades de Países Bajos y Alemania.

MUCHO **más** 2016

### Colección "Historia Contemporánea de Uruguay"



FUNDACIÓN MAPFRE presentó con gran satisfacción su colección "Historia Contemporánea de Uruguay".

Compuesta por tres volúmenes y dirigida por Gerardo Caetano, esta obra forma parte de la colección "América Latina en la Historia Contemporánea". Proyecto cultural que es consolidado como uno de los más importantes realizados en América Latina en el siglo XXI y que recoge de esta manera la historia de Uruguay desde el año 1808 hasta la actualidad.

Para FUNDACIÓN MAPFRE esta iniciativa supone un activo de gran importancia por su carácter latinoamericano y por el prestigio y visibilidad que le confiere la participación de prestigiosas figuras de la sociedad, la cultura y la política americana que avalan un proyecto integrador cuyo máximo objetivo es la valoración y difusión de la cultura en Latinoamérica.



Fundación **MAPFRE**

Grupo  Planeta

## MAPFRE pone en marcha el programa "Tu auto seguro"

Con el objetivo de aportar a la seguridad vial, MAPFRE pone en funcionamiento el programa "Tu auto seguro" para llegar con su propuesta a buena parte del país. Sin que sea necesario ser cliente de la empresa, bastará acercarse con su vehículo al punto de ubicación



Tu auto  
seguro

definido en cada localidad con el fin de obtener un completo informe del estado de tu coche en 10 minutos y totalmente gratis.

## AUDEA promovió las II Jornadas de Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo del Sector Asegurador.



Dicho evento brindó capacitación en materia de prevención del lavado de activos en el sector asegurador. Estuvo dirigida a corredores, agentes de seguros y personal de las compañías aseguradoras. Fue co-organizado por: AIG, Bekley, BSE, Surco, Mapfre, Porto Seguro, RSA, San Cristóbal y Sancor Seguros en las instalaciones del anfiteatro del Banco Central del Uruguay.

Durante las jornadas, que se desarrollaron con una importante concurrencia, se contó con las presentaciones del Cr. Fernando Di Pasquale, especialista argentino en la materia, el Lic. Ricardo Sabella, especialista local, y la Cra. Sandra Libonatti, Jefa de la Unidad de Control de Lavado de Activos de la UIAF (BCU).

El Director Ejecutivo de AUDEA, Cr. Mauricio Castellanos manifestó: "El evento ha sido sumamente exitoso y enriquecedor para todos los participantes. Forma parte del esfuerzo común y coordinado de las instituciones del sector asegurador en procura de evitar que el seguro pueda ser utilizado para el lavado de activos o el financiamiento del terrorismo".

Al término de la actividad las instituciones participantes manifestaron su interés en mantener y potenciar el ámbito común de intercambio de experiencias sobre esta materia como forma de proteger al sector asegurador de las prácticas de lavado de activos.

 Asociación  
Uruguay de  
Empresas  
Aseguradoras

# ::Novedades del Sector ::

## Suramericana S.A. finalizó el proceso de adquisición de RSA en Uruguay

Luego de recibir las autorizaciones por parte del Banco Central del Uruguay, Suramericana S.A., filial de Grupo SURA especializada en aseguramiento y gestión de tendencias y riesgos, culminó el proceso de adquisición de RSA Uruguay. La empresa espera operar bajo la marca Seguros SURA, por lo que ya inició el trámite regulatorio con el fin de obtener la aprobación respectiva y así proceder con el cambio de razón social; mientras se lleva a cabo este proceso, la aseguradora continuará utilizando, de forma transitoria, la razón social de Royal & Sun Alliance Seguros (Uruguay) S.A. Con esta autorización, Suramericana da por terminado el proceso total de adquisición en América Latina, que incluye las operaciones en Chile, Argentina, México, Brasil, Colombia y Uruguay.

Tras el anuncio de adquisición, y consciente de la importancia del talento humano para el desarrollo de su estrategia de negocio, y al corroborar durante el proceso de transición la calidad humana y profesional del equipo de RSA, Suramericana S.A. ratificó al actual equipo directivo y al conjunto de empleados, dirigido por Esteban Pignanelli, quien continuará desempeñándose como CEO. La Compañía cuenta actualmente con 109 empleados y 1.140 productores que seguirán atendiendo a más de 160.000 clientes.



La Compañía cuenta actualmente con 109 empleados y 1.140 productores que seguirán atendiendo a más de 160.000 clientes.

“Nos complace comenzar nuestra operación de seguros en Uruguay. Confiamos en que aportando nuestros conocimientos y experiencia, sumados a la de los equipos en el país, contribuiremos a mejorar la calidad de vida de los uruguayos”, señaló el CEO de Suramericana, Gonzalo Pérez, quien visitó Montevideo con motivo del inicio de las operaciones de la nueva empresa.

Con el cierre de esta adquisición, Suramericana contará con más de 15.7 millones de clientes y más de 13 mil empleados en nueve países de América Latina (Colombia, Chile, Argentina, México, Brasil, Uruguay, El Salvador, República Dominicana y Uruguay). Grupo SURA, matriz de Suramericana S.A., cuenta con otras unidades de negocio con las que opera localmente a través de su filial SURA Asset Management Uruguay. Se trata de AFAP SURA, la segunda administradora de fondos previsionales en número de afiliados y fondos administrados del Uruguay; AFISA SURA, una administradora de Fondos de Inversión que cuenta con fondos abiertos de oferta pública autorizados por el Banco Central del Uruguay, y Corredora de Bolsa SURA.

### **Acerca de Suramericana S.A.**

Con más de 70 años de experiencia, Suramericana S.A. es la compañía especializada en aseguramiento, tendencias y riesgos, líder en Colombia y Centro América, con un total de 10 millones de clientes. Recientemente anunció la firma de un acuerdo de adquisición de operaciones de RSA en América Latina, con lo cual llegaría a 5.6 millones de clientes más en México, Chile, Argentina, Brasil, Uruguay y Colombia. Esta compañía, filial de Grupo SURA (81.1%) y en la cual también participa como accionista la reaseguradora alemana Munich Re (18.9%), se presenta a los clientes con la marca SURA en sus soluciones de seguros generales, seguros de vida, riesgos laborales, planes obligatorios y complementarios de salud, entre otros.



## CONSTRUYENDO JUNTOS EL FUTURO

Nuestro compromiso es crecer con nuestros clientes. Por eso, apostamos a una visión de largo plazo, ampliando nuestra red de corredores oficiales para estar cada vez más cerca de todos los uruguayos.

**CASA CENTRAL URUGUAY**  
Plaza Independencia 749 bis  
[www.sancristobalseguros.com.uy](http://www.sancristobalseguros.com.uy)



**San Cristóbal**  
SEGUROS

## ::Novedades del Sector ::

En una década, la compañía alcanzó posiciones de liderazgo. Sancor Seguros cumplió diez años en Uruguay.



Sebastián Trivero,  
Juan Pedro Cantera,  
Carlos Casto  
y Edgardo Bovo

### **Con una presencia consolidada, un liderazgo creciente en la región y proyecciones por demás auspiciosas, Sancor Seguros celebró sus diez años en Uruguay.**

A una década de su desembarco, Sancor Seguros registra una cartera de 40 millones de dólares, 80.000 clientes, 100.000 pólizas y un monto pago de siniestros que supera los 100 millones de dólares a lo largo de estos 10 años, indicadores que dan cuenta de un crecimiento constante.

“A lo largo de estos diez años, hemos forjado una reputación basada en la seriedad, el respaldo, la solidez, la capacidad de respuesta, la atención personalizada, la calidad del servicio y el cumplimiento de los compromisos. Ello nos permitió alcanzar una posición privilegiada en el ranking asegurador del país, logrando ocupar posiciones de liderazgo en rubros como Agro, Caución y Créditos, y queremos celebrar esta década con nuestros corredores, el verdadero corazón de nuestro negocio en el país”, expresó el gerente general de Sancor Seguros Uruguay, Sebastián Trivero.

La compañía cuenta hoy con 72 empleados, sucursales con total autonomía administrativa en San José, Maldonado, Mercedes, Paysandú y Salto, 17 oficinas identificadas en todo el país y 1.600 corredores.

Uruguay es, a su vez, el buque insignia de la presencia de Sancor Seguros en la región, el punto de partida para la instalación de oficinas con presencia directa en Paraguay y Brasil y lo que lo convirtió en el primer grupo asegurador argentino en salir del país y expandir su negocio en el exterior.

El Grupo Sancor Seguros es un grupo cooperativo del interior de la República Argentina, siendo desde el año 2010 líder absoluto en dicho mercado, con una facturación de 1.700 millones de dólares.

Trivero destacó además que los logros alcanzados superaron ampliamente las expectativas trazadas al llegar. “Cada año nos ponemos metas cada vez más ambiciosas porque desde que llegamos, el mercado nos ha sorprendido con más de lo que esperábamos. De hecho, una reciente investigación de mercado nos muestra que la percepción que existe es que estamos desde hace mucho más tiempo en Uruguay”.

El encuentro, celebrado en las oficinas centrales de la compañía, contó con la presencia del superintendente de Servicios Financieros, Cr. Juan Pedro Cantera; el presidente del Grupo Sancor Seguros, Sr. Carlos Casto, el CEO del Grupo Sancor Seguros y Presidente de Sancor Seguros Uruguay, Sr. Néstor Abatidaga y el director general de Sancor Seguros Internacional, Sr. Edgardo Bovo.

Mantener el crecimiento con el objetivo de convertirse en el grupo asegurador líder del mercado, promoviendo un mayor desarrollo en el interior son las nuevas metas de esta compañía que desde su llegada a Uruguay ha transitado el camino de la excelencia.



CEO del Grupo Sancor Seguros, Néstor Abatidaga



Oscar Guadagna, Carlos Valdes, Juan Carlos Yost, Guillermo Davi, Diego Fernández Ameglio y Sofia Schmitz



El CEO del Grupo Sancor Seguros con empleados de la compañía



Juan Vicente Chiarino, María Lucia Aguiar y Bernardo Leiss



Carlos Galati, Carlos Rufalini, Lorenzo Paradell, Juan Pablo Risso, Esteban Bello y Oscar Barbero



Funcionarios de la compañía

# :: Gestión integral de riesgos ::

## Cumplimiento vs. necesidad de su integración a la gestión diaria de las empresas de seguros.



Cra. Jennifer Manguian

Gerente Senior del  
Departamento de Gestión de  
Riesgos de CPA Ferrere



CPA  
FERRERE

**El pasado 14 de diciembre de 2015, el Banco Central del Uruguay (BCU) emitió la Circular N° 2.237 que regula a las empresas aseguradoras y reaseguradoras en materia de Gobierno Corporativo y Sistema de Gestión Integral de Riesgos.**

Esta circular, en el marco del proceso de armonización de normas que lleva a cabo el regulador, se encuentra alineada con los conceptos afines incluidos en la Recopilación de Normas de Regulación y Control del Sistema Financiero, de aplicación a las Instituciones de Intermediación Financiera y con la Circular N° 2.236 del 14 de diciembre del 2015, de aplicación a las Administradoras de Fondos de Ahorro Previsional.

### **¿Qué se entiende por Sistema de Gestión Integral de Riesgos?**

De acuerdo a la definición contenida en el artículo 18.6 de la Circular N° 2.237, se trata del *"conjunto de políticas, procedimientos y mecanismos de control implementados por la institución para propiciar una apropiada identificación, medición, control y monitoreo de los riesgos que asumen"*, nombrando seguidamente los riesgos que este sistema deberá contemplar como mínimo: Seguro, Crédito, Mercado, Liquidez, Operacional, Reputacional y Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

Si bien esta definición podría considerarse más restrictiva que lo que un sistema presupone, en los hechos, la Circular contempla otros componentes fundamentales que deben estar presentes para un adecuado funcionamiento de un Sistema de Gestión Integral de Riesgos, tales como: la existencia de un adecuado ambiente interno o de control sustentado en el Gobierno Corporativo y en una

estructura organizativa acorde, aspectos de integridad y valores éticos contemplados en los códigos de conducta y buenas prácticas, ejemplos y políticas de sanciones, mecanismos de comunicación adecuados tanto formales como informales y en todos los sentidos en la Institución (ascendente, descendente y en paralelo).

Uno de los aspectos más relevantes que el regulador espera de las empresas aseguradoras y reaseguradoras a la hora de implementar un Sistema de Gestión Integral de riesgos, es que el mismo debe ser acorde a la naturaleza, tamaño y complejidad de sus operaciones y a su perfil de riesgos.

Otro aspecto que resalta la Circular 2.237 es que para ser efectivo, el sistema no deberá evaluar los riesgos de forma aislada, sino de manera comprensiva, integrada e interrelacionada. A este enfoque, de acuerdo al Marco Integrado de Administración de Riesgos Corporativos (COSO ERM) se lo concibe como visión de portafolio de riesgos. Una vez que los riesgos han sido evaluados en cuanto a impacto y probabilidad de ocurrencia y han sido priorizados –teniendo en cuenta la brecha entre el nivel de exposición residual y el nivel de tolerancia definido- a nivel de Divisiones, Sucursales o procesos, es necesario consolidarlos para obtener el perfil de riesgos de la Institución.

El objetivo de preparar dicho perfil, es contar con la información sobre las exposiciones a los riesgos en forma agregada, de modo de que la misma pueda ser validada y facilitar el análisis por parte de la Alta Gerencia y Comité de Riesgos de los riesgos críticos asumidos en comparación con los niveles de tolerancia definidos.

### **¿Cómo surge este esquema normativo y de supervisión?**

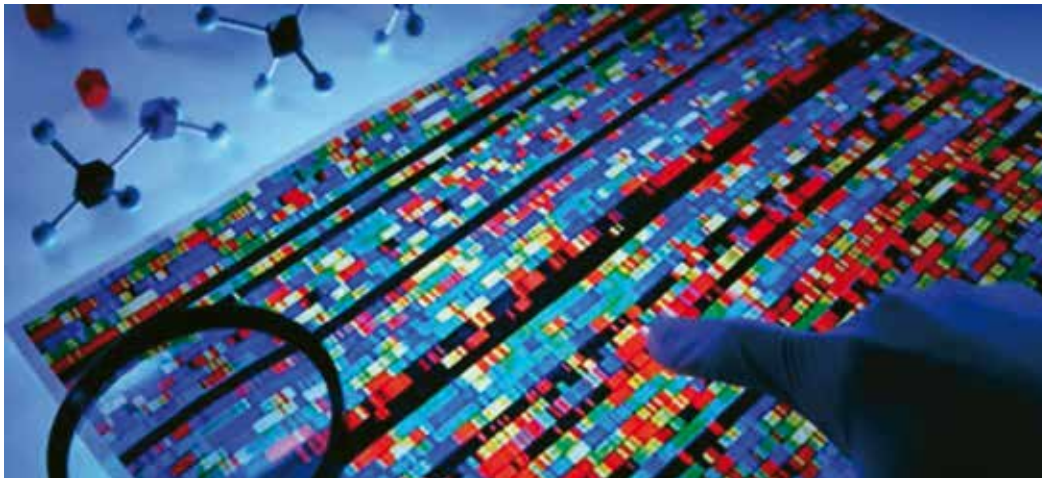
Si bien la Circular 2.237 fue emitida sobre fines del año pasado, el esquema normativo que plantea se encuentra alineado con los principios y mejores prácticas recogidas en los Estándares Mínimos de Gestión (EMG) para empresas de seguros, emitidos por el BCU en julio de 2013. Sobre la base de estos últimos, dichas empresas deben realizar su autoevaluación y a su vez representan los lineamientos metodológicos sustanciales aplicados por el regulador en sus procesos de supervisión.

Cabe destacar asimismo, que esta evolución normativa se basa en el esquema de armonización de normas seguido por el BCU, que ha tenido en cuenta la incorporación y actualización de la normativa a partir de la consideración de marcos metodológicos y mejores prácticas reconocidas a nivel internacional.

En particular, con fecha 19 de febrero de 2016, el BCU ha emitido las Comunicaciones N° 2016/031 y 2016/032 que establecen los lineamientos para la implementación por parte de las empresas de seguros de programas específicos para el monitoreo del Riesgo Operativo.

Se entiende por Riesgo Operativo a la posibilidad de que el patrimonio de la entidad se vea afectado por pérdidas resultantes de procesos, personal o sistemas internos inadecuados o defectuosos, o por eventos externos, comprendiendo el riesgo de cumplimiento por violaciones a las leyes, regulaciones, estándares y prácticas de la industria o estándares éticos.

La implementación de estos programas es a su vez contemplada por los estándares, mejores prácticas y marcos metodológicos de reconocimiento



internacional. Cabe destacar que las empresas ya reportaban esta información con anterioridad a la emisión de las mencionadas normas, en base a las instrucciones particulares recibidas del regulador.

La Comunicación 2016/031 establece los lineamientos para registración de los Indicadores de Riesgo Operativo a ser presentados trimestralmente a la Superintendencia de Servicios Financieros, tal como lo establece el artículo 159.2 de la Recopilación de Normas de Seguros y Reaseguros (RNSR). Estos indicadores son detallados en forma taxativa en la comunicación. No obstante, este requerimiento no implica que las Instituciones no puedan definir, registrar y monitorear el forma periódica, otros indicadores de riesgo relevantes para la gestión de su negocio, así como definir los niveles de tolerancias asociados, de acuerdo a su apetito de riesgo. La comunicación 2016/032 en cambio, establece los lineamientos para el Registro de Eventos de Riesgo Operativo, entendidos como aquellos incidentes que podrían impactar negativamente a la entidad, independientemente de que generen pérdidas o no y sean originados de los factores de riesgo operacional. La comunicación establece una lista con las posibles categorías de clasificación de los eventos -en línea con los criterios establecidos por los estándares de Basilea-, una lista taxativa de las líneas de negocios para la asignación de los eventos de riesgo operativo, la información mínima a ser registrada, así como los criterios para su registración y envío trimestral a la Superintendencia de Servicios Financieros.

### **¿Qué impacto representa para el mercado de seguros la emisión de esta normativa y estándares de supervisión?**

La evolución en la normativa de seguros ha contribuido y continuará contribuyendo en afianzar la solidez del mercado de seguros. Las empresas perfeccionan día a día sus metodologías, prácticas y herramientas para una efectiva gestión de riesgos, no solo persiguiendo un fin de cumplimiento con el regulador, sino que al hacerlo se embarcan en un proceso en el cual descubren la oportunidad de contar con nuevas herramientas, o incluso adoptar y adaptar políticas y prácticas del Grupo – en los casos en que es aplicable – que les ayuda a incorporar en su rutina de gestión nuevos controles para mitigar eventos de riesgo tanto financieros como no financieros, así como monitorear de manera más eficiente su negocio. Si bien este proceso en sus comienzos implica cierta inversión, en la medida que se integra a la práctica habitual de los negocios de la Institución puede permitir alcanzar ahorro de costos, al tener procesos más eficientes y mejor monitoreados, así como contribuir con una mayor solvencia, manteniendo una alineación con el tamaño de su estructura, la complejidad de su operativa y su perfil de riesgos. ●

CPA  
FERRERE

# ¿Información de tu vehículo?

Tu dedo lo averigua.



## RSA GO

¿Cuándo llegan los repuestos? ¿Cuándo está pronto mi auto? Dale un toque a **RSA Go**.

**RSA Seguros** lanzó su aplicación móvil para que resuelvas lo que precises de forma fácil y rápida.

Denunciar un siniestro, solicitar auxilio mecánico con GPS para proporcionar la ubicación exacta de tu auto, encontrar el taller mecánico más cercano, contactarte por emergencias domiciliarias y mucho más.

**Además, en caso que tu auto deba ser reparado, podrás seguir su estado en todo momento, desde que ingresa hasta que sale del taller.**

**RSA Go**, tu seguro en tu celular.

Descargalo en:



**RSA SEGUROS** 

Av. Italia 7519  
CP 11500 - Montevideo - Uruguay  
Tel./Fax: (+ 598) 2603 0000  
[www.rsagroup.com.uy](http://www.rsagroup.com.uy)

# :: El criterio técnico está en nuestro espíritu y debemos contagiarlo a las aseguradoras ::



Diego Anglada y Nicolás Fontela  
Titulares de OK TÉCNICO



**Más Seguros** charló con Diego y Nicolás, quienes nos cuentan una propuesta diferente que las aseguradoras podrán elegir para controlar y mejorar sus procesos de suscripción y siniestros. OK TÉCNICO ya se posicionó como proveedor de las principales aseguradoras de Argentina y Uruguay.

Diego Anglada y Nicolás Fontela, egresaron en diferentes promociones del mismo colegio como técnicos mecánicos en automotores. Años más tarde volvieron a compartir estudios en la carrera de grado en seguros que ofrece el Sindicato de Seguros de Argentina, pero en el medio de ambas etapas fue cuando se conocieron, al formarse como tasadores de la compañía más grande de Argentina dentro de un staff de 400 peritos - "tal vez por eso tuvimos que aprender a diferenciarnos y destacarnos por iniciativa propia" – bromean ambos - "actitud que se trasladó a nuestras carreras en las diferentes empresas por las que dejamos nuestra impronta. Siempre nos gustaron los desafíos y pese a no haber tenido cuorum en aquel entonces; lo que hoy es el nombre de nuestra Empresa, fue el nombre de un proyecto que elevábamos a nuestros superiores, para que la aseguradora a la que pertenecíamos se diferenciara del resto con un alto impacto técnico-comercial".

**AUDITORÍA CONSTANTE**, fue el mandato que Anglada y Fontela recibieron cuando eran empleados de la aseguradora líder de Argentina, pero siempre con visión técnica constructiva, procurando el respaldo de las tasaciones con documentos fotográficos y todas las observaciones necesarias. "El oficio técnico es apasionante y saber que te están mirando, definitivamente aumenta el compromiso con la tarea – comenta Anglada – a veces se adjudican horas de mano de obra a rubros que no corresponden y por el contrario se omiten tasar tareas específicas en el rubro correcto y así se empieza a desvirtuar todo. Un proceso de auditoría no solo debe controlar el accionar del tasador o el taller – afirma - tiene que generar herramientas para saber donde estas parado como compañía y la punta del iceberg es verificar que técnicamente estás pagando lo que corresponde".

"Hay que diferenciar lo técnico de lo comercial – aclara el Fontela - los mandos medios deben revisar periódicamente los indicadores de su cartera de siniestros, ya que los tiempos de reparación (baremos) están tabulados mundialmente, es decir que cualquier siniestro se desglosa por rubros en X hs. de Chapa + X hs de mecánica + X piezas de pintura. Se puede considerar un desvío del  $\pm 15\%$ , y a eso se suma el valor de repuestos en caso que corresponda. Cuando se detecta un desvío en alguno de estos rubros hay que analizar los motivos. El problema puede ser tan atribuible a la falta de formación (técnica) del tasador, como a la desactualización (comercial) de valores de mano de obra, o a otros factores ciertamente más complejos.

“Para identificar el problema del costo siniestral hay que asegurarse que las tasaciones tengan una alineación con los baremos que se manejen en la región. Respetar los tiempos de reparación es clave, porque salvando algún caso puntual aislado, hoy casi todos los talleres de la región están equipados. Si los tiempos tasados son los correctos, el paso siguiente es analizar los valores de mano de obra, que en todo caso pasa a ser una negociación comercial entre aseguradora y proveedores”, resume el especialista. A apenas 1 año de operación en Uruguay, su equipo realiza auditorías de tasaciones para las tres principales aseguradoras que operan en nuestro mercado en la rama de automotores y sus directivos aspiran a seguir sumando clientes que les permitan colaborar activamente con la devolución del profesionalismo técnico del mercado.

**ESPIRITU EMPRENDEDOR.** Para Anglada y Fontela enfrentar desafíos claramente está en su ADN. En los 90 fueron parte de la nueva camada de técnicos post privatización de la Caja Nacional de Ahorro Postal. El proyecto de ese entonces consistía en redefinir el perfil del tasador de siniestros, priorizando la transparencia en los procesos y el pago justo - “premisa compleja que sorteamos positivamente gracias a los mentores que lideraron el proyecto en aquel entonces” - explican. Recorrieron juntos varios años en la empresa, hasta que en el 2008 Fontela recibe una propuesta para instalarse en México y desarrollar el start-up de operaciones de un importante estudio liquidador de siniestros de Argentina, otro desafío con resultados positivos ya que su operación sigue funcionando hasta el día de hoy en el DF y estados aledaños. El mismo año Anglada recibe el mayor reconocimiento de su carrera en La Caja y se posiciona como el referente técnico del NOA (Noroeste Argentino) con cobertura en 5 provincias, base en Salta y la compleja misión de reclutar y desarrollar un sólido equipo de tasadores en el interior del país. Cumplidos sus cometidos, en 2013 el destino los vuelve a juntar con el desafío de la expansión regional de CESVI Argentina en Latinoamérica, tema que les permitió a ambos conocer particularidades y realidades comunes del mercado internacional.

**LA PALABRA “SINIESTRO” SONABA SINIESTRA...**

“Cuando a mediados de los 90 comenzamos a trabajar en la industria, fuimos protagonistas

**800 PERSONAS**

**4 PAÍSES**

**1 EQUIPO**

**FERRERE**  
ABOGADOS

Legal – Regulatorio – Laboral

**CPA**  
FERRERE

Outsourcing – Consultoría – Impuestos – Auditoría

BOLIVIA | ECUADOR | PARAGUAY | URUGUAY

[www.ferrere.com](http://www.ferrere.com)

de un cambio de paradigma total sobre criterio de tasación – comentan los especialistas - Pasamos del “teorema de los 5 dedos pendulantes”, a la apertura de la liquidación detallada a la máxima expresión: El desglose de tiempos de mano de obra en horas decimales y las superficies de pintura por metro cuadrado, por el costo de materiales (algo imposible de implementar, pero que debíamos transitar para especializarnos).

La dinámica del mercado hizo que muchas aseguradoras dejen de poner foco en el profesionalismo técnico de sus funcionarios. Lo que nació como un “oficio”, pareciera haberse vuelto a convertir en un “arte” inexplicable y difícil de descifrar. “Las empresas funcionan con procedimientos y para ello hay que trabajar en formación, medición de indicadores y actualización de procesos. En un ámbito tan cuestionado como los siniestros – aclara Fontela - no queda más opción que definir pautas claras, monitorear indicadores y hacer los ajustes que correspondan. Para nosotros mismos, sería imposible controlar nuestra operación sin tener un orden que nos permita medir indicadores de nuestros empleados.

El staff de Argentina procesa 1500 tasaciones al mes para 3 aseguradoras con diferentes procesos. Al consultarles por la prestación de servicios de tasaciones en Uruguay, Anglada afirma que “no sería ético ser Juez y Parte en el mismo país”, por lo que aquí solo se enfocarán a desarrollar servicios de consultoría técnica y auditoría.

**EN LAS PREVIAS.** Iniciar su carrera en una aseguradora que comercializa gran parte de sus productos por venta directa les permitió ver el problema desde la vereda opuesta. “Las compañías en general – explica Fontela – no se detienen a seleccionar sus riesgos, no existe el análisis técnico previo, y consecuentemente las pérdidas se trasladan a prima. Tener una cartera sana es el anhelo de toda aseguradora pero nadie hace nada al respecto. Nos reunimos con diferentes funcionarios del mercado argentino, analizamos los factores que podrían inferir negativamente en las ramas de Automotores, Integral de comercio y Combinado familiar y desarrollamos el producto “OK Previas”; una inspección previa a la suscripción, atada a un check list, que obliga a pasar por diferentes puntos técnicos del bien asegurable a través de una app que opera en smartphones”.

Y así funciona. Las aseguradoras pueden suscribir coberturas bajo un ambiente controlado que les permite conocer en detalle el estado del riesgo evitando trasladar costos innecesarios al resto de la cartera. Los asegurados reciben el servicio positivamente ya que suelen desconocer los riesgos de sus bienes y en la mayoría de los casos optan por mejorarlos de inmediato. “Estábamos convencidos que el modelo funcionaría y de hecho lo confirman los clientes que han podido sanear su cartera”.



**LOS NÚMEROS MANDAN.** Varias aseguradoras de la región plantearon la necesidad de detectar desvíos que las expongan a la erogación de importantes sumas de dinero evitables. “Luego de un año de operaciones en Uruguay, los resultados son contundentes; más del 75% del mercado contrata nuestros servicios” - afirma Anglada, agregando que - “independientemente de los desvíos que se puedan detectar, el servicio por sí solo colabora activamente con la recuperación del profesionalismo técnico que requiere la labor de un tasador de siniestros y eso a priori ya es excelente”. ●

## :: La respuesta del Sector Asegurador al tornado en Dolores ::



**El 15 de abril quedará en la memoria de toda nuestra sociedad como el día en que la naturaleza dejó una huella imborrable de destrucción en muy poco tiempo, barriendo literalmente con una amplia porción de la ciudad de Dolores y sus alrededores.**

El sector asegurador no quedó ajeno a ese fenómeno, al contrario, las compañías de seguros realizaron un gran esfuerzo, generando las respuestas rápidas y eficaces para atender los cientos de reclamos generados por la afectación de coberturas de los más diversos tipos, desde las que cubren los hogares y comercios, pasando por los vehículos y las instalaciones comerciales.

A partir de ese día todos los engranajes que constituyen el amplio sistema de procesos y decisiones pensados para atender este tipo de situaciones se pusieron a prueba y saldaron la misma con un excelente comportamiento.

Las compañías aseguradoras movilizaron sus mejores recursos hasta el mismo lugar de los hechos, para dar respuesta económica y atención inmediata a los asegurados, adoptando medidas especiales para ir aún más allá de las obligaciones contractuales, incluso adelantando importes a cuenta de futuras liquidaciones de los siniestros.

Mauricio Castellanos, Director Ejecutivo de AUDEA expresó que “los daños derivados del evento climático del 15 de abril que afectó a la ciudad de Dolores y proximidades se encuentran amparados por las coberturas de seguros de vehículos, casas, comercios y empresas, de acuerdo a sus condiciones de contratación, y como consecuencia del mismo las compañías recibieron en un corto período de tiempo un gran número de reclamos.”

Consideró que, a pesar de esta situación, los sistemas y procesos del sector tuvieron la capacidad para atender estos requerimientos, y que para ello las compañías activaron sus planes de contingencia, implementando políticas y procedimientos destinados a brindar soluciones inmediatas a los asegurados afectados.

Del relevamiento realizado por *Más Seguros* surge que el sector privado atendió **más de 500 siniestros** distribuidos de la siguiente forma:

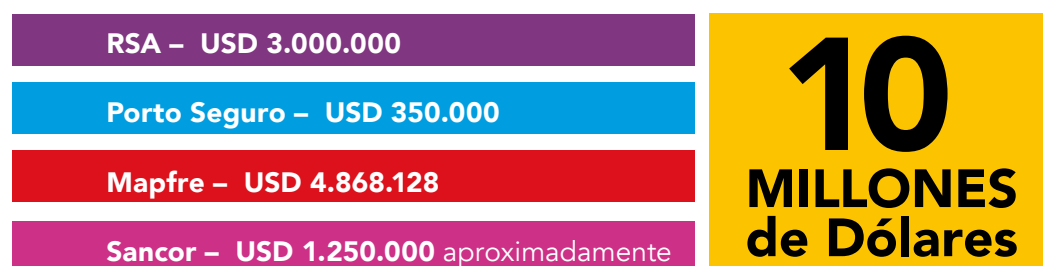
**RSA – 54 siniestros** (12 casos de Automóviles, 24 denuncias de Hogar, 18 reportes de Comercios).

**Porto Seguros – 50 siniestros** hasta el momento hemos tramitado aproximadamente con indemnizaciones.

**Mapfre – 338 siniestros** (145 Automóviles, 193 Generales).

**Sancor – Más de 80** clientes con daños en sus comercios, viviendas y automóviles.

Se estima que el importe total de indemnizaciones que se abonarán por este fenómeno asciende a más de 10 millones de dólares según el siguiente detalle:



*Más Seguros* quiso saber más y consultó con varias de sus empresas socias respecto al hecho. Compartimos con ustedes algunas reflexiones:

### ¿Qué valoración hace sobre el evento?

“Desde el punto de vista meteorológico, es una demostración más que el tiempo ha cambiado de un tiempo a esta parte y que los fenómenos de la naturaleza cada vez son más imprevistos y más intensos. Uruguay es un país que no está acostumbrado a fenómenos catastróficos de este tipo, lo que nos pone más alerta de las precauciones que hay que tener y lo importante que es empezar a enseñar a la población en trabajar en prevención y medidas de evacuación y mitigatorias de estos fenómenos. Si bien las pérdidas materiales fueron grandes, lo más doloroso fue ver a todas esas personas que de un día para otro vieron como su casa y sus pertenencias por las que tanto trabajaron se derrumbaron, y muchas de esas sin un respaldo económico detrás y sin seguro. Eso reafirma la importancia del seguro, ya que si bien no evita que se sufra el mal momento, al menos nos permite tener un respaldo para que podamos reconstruir nuestra vida cotidiana lo más pronto posible.” (Nicolás Echarte, RSA)

“El evento significó una tragedia para la ciudad de Dolores, que difícilmente se borre de su memoria y de la nuestra, por lo que solo nos cabe esforzarnos al máximo para honrar la confianza que nuestros clientes tuvieron al elegirnos, acompañándolos y colaborando desde nuestro rol de aseguradores”. (Felipe Rodríguez , Sancor)

“En los 19 años que llevo trabajando en la compañía, es el temporal que ocasionó más daños tanto materiales como en lesiones personales. En este caso intervinieron algunos factores que hicieron que el daño haya tenido la magnitud que tuvo. Destaco entre ellos lo siguiente: la intensidad del evento en primer lugar. En segundo lugar, el tornado atravesó por el medio de una ciudad, sufriendo toda esa zona los daños a consecuencia del mismo. En tercer lugar el tipo de construcción. Muchas casas con techo liviano, muchas antiguas. Todo en su conjunto hizo que el tornado de Dolores fuera el más dañino en la historia del Uruguay que yo tenga conocimiento”. (Javier Pérez, Surco)

### **¿La compañía adoptó medidas especiales para atender los reclamos ante el Tornado en Dolores? En caso de que si, ¿cuáles fueron esas medidas?**

Mapfre – “Además del 0800 de atención 24 horas, y un fiscal local, desplazamos la Unidad Móvil de Diagnóstico para atención primaria y de denuncia. Asimismo, se dispuso el desplazamiento antes de las 48 horas de las tres empresas tasadoras de siniestros, cada una con su equipo de colaboradores. A las 72 horas dispusimos una Unidad Móvil para solución inmediata de daños en cerramientos (herrería, vidriería y carpintería). Reparación y solución de seguridad mínima donde fuera posible”.

# Deloitte.



## Atención

Prestar atención a las señales nos permite evitar riesgos.

Deloitte, brindando seguridad en Servicios Profesionales.



SURCO – “El mismo día del Tornado y en base a llamadas de nuestros asegurados, decidimos ir hacia Dolores y llevar un proveedor desde Montevideo con una camioneta acondicionada para realizar reparaciones provisorias o tapeado de acuerdo a lo que nos encontráramos en ese momento.

El sábado nos quedamos atendiendo las necesidades de los clientes que iban surgiendo, y por la noche retornamos a Montevideo para delinear la estrategia a seguir. (...)

Una vez definida la estrategia, nos instalamos de miércoles a viernes durante más de un mes en la zona para realizar los peritajes y liquidaciones en forma directa y rápida, como así controlar las obras que se iban realizando con personal contratado. A la fecha, únicamente quedan pendientes 4 siniestros de los cuales en dos casos se adelantó gran parte de la liquidación final cuya totalidad todavía no está determinada”.

RSA – “Desde la tarde misma en que recibimos la noticia del evento disparamos nuestro plan catastrófico para atender inmediatamente a todos nuestros asegurados.

Un equipo de siniestros se trasladó al lugar del evento al otro día a primera hora. Coordinamos con fiscales para la toma de la denuncia de autos y liquidadores y proveedores para la inmediata reconstrucción de los edificios dañados. Dentro de las primeras 48 horas se relevaron todas las denuncias que recibimos. A su vez, empezamos a coordinar con distintos talleres de la zona para la atención de los vehículos siniestrados y grúas para su traslado”.

Porto Seguros – “La compañía reunió a un comité destinado a este tipo de eventos y decidió conformar un equipo multidisciplinario especialista en siniestros, que se hizo presente en la Ciudad de Dolores a fin de dar un tratamiento prioritario, inmediato y a medida de las distintas situaciones generadas por el tornado. (...) Además, solidarizándonos con lo particular de la situación, se tomó por parte de la Compañía la decisión de no aplicar ningún tipo de franquicia deducible”.

SANCOR – “En cuanto tuvimos noticia del tornado ejecutamos nuestro plan de emergencia, el cual por las características de la situación, implicó reforzar los turnos del personal de atención de nuestro Call Center de Siniestros, procuramos contactarnos con nuestros asegurados por todas las vías disponibles (...) Por otro lado, movilizamos a nuestro propio personal a la zona afectada en menos de 12 hs. para mejor y más rápida atención, enviamos grúas, y proveedores de suministros

clave, como por ejemplo cristales, y así responder de manera eficiente. En este tipo de situaciones, lo fundamental era el contacto inicial para poder dar instrucciones y guía sobre cómo seguir y detectar quien necesitaba nuestra colaboración”.

**Más allá de la respuesta inmediata y de la solución a las necesidades más urgentes, ¿qué tipo enseñanzas se pueden extraer de este tipo de siniestros? ¿Considera que la sociedad va tomando conciencia de la importancia de asegurarse?**

“Como enseñanza destaco la importancia de personalizar la atención en este tipo de eventos que salen de lo común y que por ello conmueven no solo a los afectados sino a todo su entorno. La responsabilidad de no poder fallar ante situaciones catastróficas como éstas, requiere tener estructuras y procesos adecuados para dar un tratamiento correcto, prioritario e inmediato, sin sacrificar la operativa diaria de siniestros diversificados y cotidianos. Por otro lado, se hizo más clara la necesidad de trabajar en campañas de concientización y de prevención para poder minimizar las consecuencias negativas de este tipo de eventos de entidad extraordinaria”. (Federico Moalli, Porto Seguros)

“Debemos trabajar mucho más en la prevención y que los clientes conozcan que existen a su alcance productos que ayudan a sobrellevar los daños que lamentablemente éstos fenómenos causan. Nos dimos cuenta que muchos riesgos se encontraban infra asegurados, lo que nos lleva a encarar un trabajo en conjunto con los corredores para optimizar el asesoramiento al cliente.” (Javier Pérez, Surco)

## **Nuestro conocimiento es su valor**

*Para tomar decisiones correctas, se necesita la información correcta.*

En PwC Uruguay le brindamos el asesoramiento necesario para que aproveche al máximo las oportunidades de negocio.

Nuestro equipo profesional, el conocimiento de los diferentes sectores y el buen relacionamiento con nuestros clientes, nos han permitido mantener el liderazgo en el mercado y la confianza de quienes nos han elegido.

[www.pwc.com.uy](http://www.pwc.com.uy)



Auditoría - Asesoramiento tributario, legal y administrativo-contable - Consultoría de negocios - Asesoramiento Económico

**Montevideo - WTC Free Zone - Zonamerica - Punta del Este**

[@PwC\\_Uruguay](https://twitter.com/PwC_Uruguay) [PwCUruguay](https://www.facebook.com/PwCUruguay) [PwCUruguay](https://www.linkedin.com/company/PwCUruguay)





“Debemos tomar consciencia de la exposición de Uruguay a eventos catastróficos a todo nivel. La necesidad de prepararnos para dar una respuesta logística acorde, y contar a nivel técnico con soluciones adecuadas”. ... (Mapfre)

“En cuanto al sector, todavía tenemos una tremenda oportunidad para que todas las personas que no tenían sus hogares asegurados, que lo hagan. Tenemos que tener la inteligencia como para poner a disposición del público productos, simples, comprensivos, y de fácil acceso”. (Nicolás Echarte, RSA)

“Como sociedad, tenemos que ser conscientes que algunas manifestaciones extremas de la naturaleza son potencialmente más dañinas que antes debido a mayor urbanización, cambios en tipos de construcción y densidad poblacional. En este contexto, la penetración de seguros para combatir sus efectos patrimoniales sigue siendo muy bajos y lejos aún de mercados más desarrollados. La difusión de este tipo de catástrofes a la opinión pública, de manera cada vez más rápida y masiva con los medios electrónicos actuales, hacen que se tome mayor consciencia, pero no siempre esto se transforma en acción concreta de consultar sobre alternativas de seguros disponibles, por lo que tanto corredores de seguro como empresas aseguradoras debemos seguir difundiendo las soluciones existentes en el mercado”. (Felipe Rodríguez, Sancor).

**En no más de una oración, respecto al durante y después del Tornado de Dolores y de acuerdo a la incidencia de este acontecimiento para su compañía. ¿Qué fue lo más impactante?**

“El poder de destrucción de los fenómenos naturales”, Federico Moalli (Porto Seguros).

“La magnitud de los daños, el destrozo de viviendas y comercios” (Mapfre).

“Las fotografías que tomaron estado público son bien elocuentes, pero no tanto como la ausencia del campanario en la Iglesia de la plaza principal y casi un símbolo del silencio reinante, en una ciudad llena de gente trabajando y colaborando en remover escombros o intentar salvar pertenencias de las casas derrumbadas los días posteriores al tornado”. (Felipe Rodríguez, Sancor)

“Ver una ciudad deshecha, llegar en la noche sin luz y preguntar dónde está la plaza y estar parado al lado de la misma. Ver Dolores como una zona de guerra

ese viernes de noche y los barrios Cadol y Altos de Dolores deshechos totalmente el sábado de mañana". (Javier Pérez, Surco)

### ¿Qué fue lo más destacable?

"La **solidaridad** de la sociedad uruguaya y dolorense ante esta situación. Nos pasó varias veces de llamar a asegurados que no habían tenido grandes pérdidas y nos pedían que en lugar de darles atención a ellos, nos enfocáramos en aquellos que más habían sufrido los daños". (Felipe Rodríguez, Sancor).

"La **actitud resiliente** y solidaria del pueblo de Dolores" (Mapfre).

"La solidaridad y el **compromiso** de los uruguayos en general y especialmente de todo el equipo de trabajo". (Federico Moalli, Porto Seguros)

"La solidaridad. **El seguro como** el único **instrumento capaz de reparar** total o parcialmente los daños ocasionados" (Surco).

### ¿Qué fue lo aprendido?

"Fue un gran desafío comunicar noticias duras sin herir la expectativa de los demás en un momento devastador" (Javier Pérez, Surco).

"La importancia del tratamiento a tiempo y personalizado de cada uno de los asuntos, priorizando lo humano sobre lo material". (Federico Moalli, Porto Seguros)

"La posibilidad de ocurrencia y como enfrentar grandes catástrofes" (Mapfre).

"Lo importante de tener red de proveedores a nivel nacional y en las distintas localidades. El Uruguay a pesar de ser un país con pequeñas distancias, puede quedar incomunicado ante inundaciones y cuanto más cerca estemos nosotros y nuestros proveedores de los asegurados, mayor impacto tendremos como resultado final". (Felipe Rodríguez, Sancor)

### ¿Qué se presenta como oportunidad?

"La toma de conciencia de las personas de protegerse y proteger su patrimonio" (Mapfre).

"Continuar informando al público sobre la existencia de seguros diseñados para proteger patrimonialmente de estos hechos de la naturaleza". (Felipe Rodríguez, Sancor)

"El desafío de estar preparado para prevenir y en caso de tener que hacerlo, actuar de forma ágil, adecuada y personalizada. Por otro lado, la necesidad de crear nuevos productos y coberturas a medida para amparar los distintos riesgos climáticos a los que se exponen los bienes y las personas" (Federico Moalli, Porto Seguro).

"He visto barrios enteros destruidos, y el seguro es la única herramienta financiera para ayudar en la reparación de estos daños. La oportunidad está dada en crear una cultura de seguro que nos ayude como sociedad a cubrir estos daños sin necesidad de endeudarnos o depender de la solidaridad de la población o ayuda del gobierno. También existe mucho infraseguro en los siniestros que vimos. Se debe trabajar mucho en asesoramiento a corredores y desde ellos al cliente" (Surco). ●

## :: Novedades RSE ::

Una sección generada por *Más Seguros* para incentivar la difusión de buenas prácticas que agreguen valor a las empresas vinculadas al sector de seguros. Un espacio para que las empresas socias de AUDEA puedan difundir sus buenas prácticas, y den cuenta de lo que vienen realizando en temas de Responsabilidad Social y Sustentabilidad.



**TORNADO DE DOLORES** . En relación al tornado que tuvo lugar en la ciudad de Dolores el Comité de Emergencia de Porto Seguro se abocó en definir la mejor forma de colaborar con las personas más impactadas por el lamentable hecho.

Es así que nos pusimos en contacto en forma inmediata con los Corredores Asesores de la ciudad, con el fin de relevar a través de ellos cuales eran las mayores necesidades de la población y de qué forma podíamos brindarles nuestra ayuda. Organizamos una Campaña de Colaboración entre funcionarios y público que visita nuestras oficinas, en la que recolectamos ropa de cama, repelentes, pañales y artículos de limpieza, que fueron luego trasladados al Club Soriano de Montevideo.

A su vez, Porto Seguro realizó una donación de dinero a través de la **Asociación Civil para la Reconstrucción de Dolores (ACRD)**.

Estamos convencidos que es a través del esfuerzo de todos que se logra hacer frente a situaciones tan difíciles que golpean a nuestra sociedad, y eso nos impulsó a proceder con responsabilidad social, valor presente en nuestra misión y característico de nuestra gestión.



### **MAYO AMARILLO - Seguridad Vial**

En el pasado mes de mayo, SURCO Seguros participó activamente en la campaña "Mayo Amarillo" por la Seguridad Vial. Suscribió su compromiso institucional con el movimiento internacional Maio Amarelo y junto a UNASEV se sumó a la movida para aportar desde su rol en la sociedad uruguaya al mensaje de prevención y toma de conciencia sobre una temática de alto impacto social; simultáneamente a otras organizaciones públicas, privadas, centros educativos, fundaciones y asociaciones que hicieron eco de la propuesta a nivel nacional. El plan de acciones de la Cía. incluyó, vestir la fachada de Casa Central con logo del movimiento, una serie de videos de sensibilización con mensajes de nuestros propios referentes internos, la participación activa de funcionarios voluntarios en intervenciones presenciales diversas (por ejemplo: sobre Bulevar Artigas con carteles alusivos de prevención, en Escuelas con talleres de sensibilización) así como la difusión de mecanismos de prevención y buenos hábitos de conducción en redes sociales, entre otras acciones afines. El foco estuvo dirigido en sumar adhesión al llamado de "Atención para la Vida" que impulsa el movimiento, por la reducción de los accidentes de tránsito y sus diversas consecuencias, motivando el cambio de actitud hacia un tránsito más humano.

## CONCURSO ESCOLAR

El 2 de julio en el marco del día internacional del Cooperativismo, SURCO Seguros y Fundación ACAC con el apoyo de Inacoop, lanzaron el Concurso Escolar "Cooperativismo e Internet... ¿cuánto sabes?". La actividad, integrada en el marco de un trabajo anual consecutivo que se viene realizando entre las instituciones cooperativas, tiene como propósito aportar al desarrollo del concepto de ciudadanía responsable desde el ámbito escolar. Este año, el Concurso se instrumenta en una aplicación web amigable y divertida factible de acceder desde las terminales XO o cualquier otro computador, e invita a los escolares, sujeto a las bases correspondientes, a ser parte jugando en una trivía de preguntas múltiples opción. La herramienta permite el acercamiento del público infantil a la información de una forma lúdica, utilizando lenguaje sencillo y valiéndose de un semáforo para notar si sus respuestas son correctas o incorrectas. Centrándose, en dos temáticas incluidas dentro del programa anual que el maestro trabaja en aula: Cooperativismo e Internet. Al mismo tiempo, el participante que completa la trivía, carga sus datos y accede a sorteos de varios premios semanales durante la duración del concurso, más un gran premio final.

El plazo del concurso es del 2 de julio al 30 de setiembre.

Para ingresar, consultar las bases y jugar: [www.surco.com.uy/trivia2016](http://www.surco.com.uy/trivia2016)



## ASOCIACIÓN CIVIL PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE DOLORES

Luego del terrible tornado que azotó la Ciudad de Dolores el pasado 15 de abril, la Asociación Agropecuaria de Dolores, la Liga Comercial e Industrial de Dolores, grupos de profesionales, empresas y personas civiles de la comunidad, se organizaron y dieron origen a la Asociación Civil para la Reconstrucción de Dolores (ACRD), una "red de asistencia" inspirada en la idea de que "en la necesidad yace la oportunidad".

Desde su surgimiento, dicha Asociación trabaja diariamente para dar respuesta a la diversidad de asuntos a resolver a corto, mediano y largo plazo tras una de las catástrofes más impactante por las cuales ha atravesado nuestro país.

En este contexto, y a más de 3 meses del episodio, resulta de vital importancia todos los aportes y las soluciones que desde los diferentes sectores puedan brindarse.

**ACRD** surge para dar respuesta a necesidades concretas, y a la vez, surge con el objetivo de capitalizar todo lo vivido y generar conciencia y procesos que permitan minimizarlos impactos de futuros desastres ambientales que puedan ocurrir.

En este contexto, las empresas tienen una muy buena oportunidad de pensar en conjunto planes de contingencia, que no solo den respuesta a necesidades inmediatas, sino que sobre todo, busquen generar conciencia e incorporar alternativas y buenos hábitos que tiendan a minimizar los impactos en posibles futuros episodios como éstos.

Referencia: <http://www.reconstruyamosdolores.org/>

# :: Espacio RSE: el desafío de las empresas ante el Cambio Climático ::

Por la Lic. Tamara Farré

tamarafarre@gemma.uy  
www.gemma.uy



Desde el punto de vista de la estrategia empresarial, incorporar la variable “cambio climático” a las estrategias empresariales y a la forma de vincularnos con los diferentes grupos de interés, parece inevitable.

De hecho, tal como compartíamos en la edición anterior de *Más Seguros*, nos encontramos en un “punto clave” en el que la respuesta de las empresas a estos temas empieza ser un factor crítico en el desempeño de los negocios.

Si bien el desafío es muy grande y tenemos mucho camino por recorrer, varias compañías vienen asumiendo su responsabilidad ante estos asuntos e incorporan en base a ello, prácticas que tiendan no solo a generar conciencia sobre la importancia de reformular hábitos, sino que además, generen soluciones que permitan revertir los daños ocasionados hasta ahora de cara a sembrar un futuro más sustentable.

En este nuevo escenario, las empresas se encuentran en el desafío de repensar su negocio y relación con grupos e interés. Cada vez más, los consumidores y sociedad en general, exigen rendición de cuenta respecto a estos asuntos.

Ya no es lo mismo que estos temas importen o no a las compañías. Como sociedad estamos cada vez más conscientes de que todos debemos ser parte de la solución.

Las implicaciones prácticas de una empresa que orienta sus acciones a un desarrollo sostenible, pueden tener múltiples variantes. Lo primero que resulta necesario, es mirarnos y tomar consciencia del impacto negativo que generan nuestras operaciones en su múltiples áreas de desarrollo, y en base a ello generar acciones correctivas que tiendan a disminuir dichos impactos.

Les puedo asegurar que en este “mirarnos” ya hay un gran desafío por delante y será además, de gran valor para proyectar el camino que resulte más alineado a nuestra compañía, para luego poder asumir mayores desafíos que tiendan a generar soluciones que trasciendan y perduren.

A continuación, compartimos algunos de los temas más frecuentes que ocupan las agendas de las empresas que comienzan a transitar un camino de compromiso y solución a estos asuntos:

- Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.
- Utilización de energía procedente de fuentes renovables.
- Eficiencia energética.
- Reducción de consumo de recursos naturales.
- Reciclaje, reutilización.
- Utilización de Biocombustibles.
- Promoción de logística sustentable.
- Desarrollo de productos y servicios amigables con el medio ambiente.
- Programas de concientización y sensibilización sobre estos asuntos.
- Programas de Voluntariado que promuevan cambios de hábitos a largo plazo y que fomenten un cambio real. Programas educativos, a largo plazo, que no solo atiendan la emergencia, sino que se ocupen de trabajar en prevención y concientización para no solo minimizar los efectos del cambio climático, sino también para estar cada vez más preparados para enfrentarlos.



## Compañías que la integran

AIG Seguros Uruguay S.A.

Berkley International Seguros S.A. (Uruguay)

Compañía Cooperativa de Seguros Surco

HDI Seguros S.A.

Mapfre Uruguay Seguros S.A.

Metlife Seguros S.A.

Porto Seguro - Seguros del Uruguay S.A.

Royal & Sun Alliance Seguros (Uruguay) S.A.

San Cristóbal Seguros S.A.

Sancor Seguros S.A.

Zurich Santander Seguros Uruguay S.A.

**TORRE DEL CONGRESO**  
Tel.: 2402 9896 - 094 407001  
8 de Octubre 2355, oficina 1501  
Montevideo, Uruguay

[www.audea.org.uy](http://www.audea.org.uy)





# LATINBROKER

## *40 años*

*Junto a nuestros clientes,  
dando soporte, garantía y confianza  
a sus negocios*

REPRESENTACIÓN  
**Buenos Aires - Argentina**

Suipacha 921 p. 14 of "D" C.P. 1008  
Tel.: (+5411) 4312 5283  
Fax: (+5411) 4312 9142  
e-mail: latbrok@latinbroker.com.ar

CASA MATRIZ  
**Montevideo - Uruguay**

Tte. Pablo Galarza 3603 Of. 101  
Tel.: (+598) 2622 6832  
Dr. Luis E. Bonavita 1294 Of. 1507  
World Trade Center FZ - C.P. 11300  
Tel.: (+598) 2626 2009  
e-mail: latbrok@latinbroker.com.uy

REPRESENTACIÓN  
**Asunción - Paraguay**

Ciudad del Vaticano 455 Of. 5  
Tels./Fax: (+595 21) 227 271 - 214 217  
Cels. 0981 430 981 - 0981 413 951  
e-mail: latbrok@latinbroker.com.py