

•Este año tendrá una utilidad que estará en el entorno de los US\$ 100 millones

•Amorín Batlle invitó a las aseguradoras privadas a operar en el área previsional



El **BSE** genera procesos que buscan afianzar su liderazgo en el mercado

Presidente del BSE, José Amorín Batlle

● Páginas 4 y 5

El Corredor se sustenta en los valores de la ética y el respaldo a los clientes



● Página 7

Lorenzo Paradell, Presidente de APROASE



SANCOR SEGUROS

☎ 0800 2543

🌐 sancorseguros.com.uy

📘 sancorsegurosuy

📍 SancorUruguay

Tranquilidad estés donde estés

Secretaría de CUAPROSE, respuestas dinámicas e interactivas a los socios

La Secretaría de la Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros (CUAPROSE) genera respuestas dinámicas e interactivas a los socios, en el entendido de que se parte de la misma premisa organizacional: jerarquizar y profesionalizar la actividad del corredor asesor de seguros.

La Secretaria Ejecutiva de la institución, Melina Casal, reseñó al Suplemento de Seguros de El Observador los valores que sustentan los procesos de gestión que desarrolla en CUAPROSE.

¿Cuáles son las principales acciones que genera la Secretaría de la institución?

Para el correcto funcionamiento de una Asociación como CUAPROSE es fundamental el compromiso y el buen desempeño de todos los actores que intervienen.

Desde la Secretaría destaco siempre el equipo de profesionales que componen las Comisiones Directivas, quienes además de sus conocimientos aportan su experiencia, profesionalidad e iniciativa no sólo en el rubro asegurador sino como empresarios.

Es necesario comprender que la actividad de la Comisión Directiva se desarrolla ad honorem, y que sus integrantes llevan adelante, sus propias empresas, por lo cual es importante orquestar una buena organización: detallando tareas, estableciendo plazos, y resultados a obtener. Asimismo, también es necesaria una correcta organización interna dentro de la Cámara, manteniendo al día la administración, estando atenta a nuevas oportunidades de capacitación, novedades del mercado asegurador y a las nuevas formas de comercialización de seguros.

¿En qué medida la Secretaría de CUAPROSE es el eje articulador que contribuye a la buena



Secretaria Ejecutiva de CUAPROSE, Melina Casal

gestión de la organización?

Como secretaria de CUAPROSE, mi fin esencial es brindar una correcta y eficiente respuesta, a todos los socios de la Cámara, en el entendido de que formamos parte de un mismo objetivo: jerarquizar y profesionalizar la actividad del corredor asesor de seguros.

Para ello es de vital importancia ofrecer una atención de calidad, tanto a nivel profesional como humano; que los socios se sientan apoyados, escuchados y acompañados respecto a lo que la profesión va requiriendo, independientemente de si llevan años integrando la Cámara o si

recientemente se incorporaron, si pertenecen a Montevideo o al Interior. Estamos para asistirlos y colaborar activamente en todo lo que contribuya al crecimiento y desarrollo de su actividad.

Nos encontramos atentos a las necesidades que van surgiendo, como a la creación de una bolsa de trabajo propia de CUAPROSE, a la que los socios pueden recurrir cuando tienen puestos vacantes en sus oficinas.

Actualmente la Secretaría trabaja en la generación de nuevos convenios que sumen tanto a la actividad profesional como a la vida personal de sus socios, así como a su equipo de trabajo y núcleo familiar.

También ponemos énfasis en las instancias de capacitación que ofrecemos, por ejemplo, a través de COPAPROSE (Confederación Panamericana de Productores de Seguros), institución que plantea temas de interés común a los diferentes países que la integran. Estamos en permanente contacto con diferentes profesionales con los cuales generamos instancias de charlas y actualización para que los socios puedan abordar situaciones que van surgiendo, como por ejemplo, los cambios que trajo la Ley de Seguros.

¿La Secretaría cumple asimismo un importante rol en materia de vínculos comunicacionales, por ejemplo, con las compañías de seguros?

Los canales de comunicación juegan un rol fundamental, ya que a través de ellos mantenemos actualizados a nuestros socios acerca de las novedades de la Cámara y de información importante que surge en las diferentes compañías aseguradoras. A través de ellos difundimos diferentes iniciativas que surgen para hacer participar a los socios, como por ejemplo encuestas que reflejen la actualidad de la actividad del corredor o el ni-

vel de conformidad en diferentes áreas, campañas llevadas a cabo dentro de la Cámara con fines de aporte a la sociedad e instancias de información sobre desarrollo tecnológico vinculadas al mercado asegurador.

En relación con las compañías aseguradoras, la Secretaría siempre tiene sus canales de comunicación abiertos y disponibles para ser un nexo con los corredores, para así generar diferentes espacios de capacitación, encuentro e intercambio.

Para concluir, rescato la seriedad y las diferentes visiones que hay desde la profesión, todas con un mismo objetivo: brindar un servicio de calidad, atención

Un servicio de calidad, atención personalizada y diferencial

personalizada y diferencial, generando vínculos comerciales, pero además lazos humanos basados en la confianza de un correcto asesoramiento y acompañamiento. Desde la secretaria, comparto estos valores y espero poder transmitirlos correctamente no solamente a nuestros socios sino a todo aquel que quiera integrarse a la asociación.

Por eso, para que puedan vivir y entender lo que implica pertenecer a CUAPROSE, invitamos a todos aquellos asesores profesionales de seguros, del Interior y de Montevideo a sumarse a nuestra Cámara, porque consideramos que es constructivo contar con corredores de todo el país para incorporar las diferentes experiencias y realidades de la actividad para transitar juntos el mismo camino.

Porque contratar un Seguro con un Corredor Profesional, es más seguro.

MAPFRE lidera ahora en Latinoamérica

MAPFRE lideró en 2021 en Latinoamérica con US\$ 8.319 millones y una cuota de mercado del 5,5%, según informó la compañía en Madrid. La aseguradora destacó que la expansión "se debe, en parte, al crecimiento en 2021 en México del 16,8%, debido a que durante el segundo trimestre del ejercicio se registró la renovación de una importante póliza bienal por importe de US\$ 563 millones". Se informó que "la evolución del negocio de Vida es el factor principal que justifica estos movimientos en el ranking, con lo que, de cara a 2022, ejercicio en el que continúa la recuperación de este segmento, pueden volver

a darse cambios en las primeras posiciones", añaden".

Volumen de primas

El mercado asegurador latinoamericano en 2021 sumó un volumen de primas de US\$ 149.900 millones, lo que supone un 12,0% (US\$ 16.000 millones) más que el registrado el año anterior, con un crecimiento en el segmento de No Vida del 12,5% y en Vida, del 11,3%. No obstante, todavía se sitúa por debajo de los US\$ 153.100 millones alcanzados por el mercado regional antes del inicio de la pandemia.

En No Vida, no se han produci-

do cambios en las primeras seis posiciones y de nuevo MAPFRE se sitúa el primer puesto, con casi \$ 2.000 millones de dólares de distancia respecto al segundo y el tercero, Innovacare y Triple-S, respectivamente, mientras que en Vida el podio lo ocupan Brasprev, CNP Assurances y Bradesco por este orden

En Europa

En Europa, la recuperación de la economía y de los mercados financieros en 2021 ha influido en el comportamiento positivo de los 15 mayores grupos aseguradores europeos, los cuales obtuvieron

un aumento del 9,1% en sus ingresos por primas en 2021, hasta alcanzar los 579.284 millones de euros (en torno a US\$ 594.120 millones al cambio actual). Todos los grupos muestran crecimientos de primas, destacando los de los bancos aseguradores franceses Sogecap (38,3%), BNP Paribas Cardif (30,6%), Crédit Agricole Assurance (23,8%) y CNP Assurances (17,6%).

Axa, Allianz y Generali siguen siendo los líderes de la clasificación, con una cuota del 45% de las primas agregadas de todos los grupos que componen el ranking.

MAPFRE gana una posición y

se sitúa en décimo lugar, con un volumen de primas 22.155 millones de euros, un 8,2% más que el año anterior. Este incremento se sustenta, según MAPFRE Economics, en la favorable evolución del negocio en el área regional Iberia, en Latinoamérica (donde prácticamente todos los países crecen) y en el negocio reasegurador. Los 15 grupos que forman parte del ranking de No Vida de 2021 obtuvieron unos ingresos por primas de 308.398 millones de euros, un 6,5% más que el año anterior. Allianz continúa como líder en este ranking, con un volumen de primas de 60.273 millones de euros, que supone un alza del 4,3%. En este caso, MAPFRE ocupa el sexto puesto, con 17.267 millones de euros en primas.

Permite generar mayor unicidad entre las marcas que componen la organización

San Cristóbal renovó su identidad con una imagen moderna y versátil

Con el objetivo de alinear la arquitectura de marcas de todos sus negocios, el Grupo San Cristóbal renovó su identidad con una imagen moderna y versátil. El rebranding busca transmitir con claridad la integridad y sinergia de todas las unidades que componen la organización. Diego Guaita, CEO de Grupo San Cristóbal destacó que la nueva arquitectura de marcas “refleja nuestra visión de superar las expectativas de nuestros clientes con nuestras soluciones y propuesta de valor y por intermedio de los representantes de nuestros asegurados”.

De cara al futuro

El rediseño incorpora rasgos modernos que expresan el dinamismo y la adaptación a los tiempos que corren. A la vez, suma un gesto integrador superior que refleja la propuesta corporativa integral que acompaña a las empresas y a las personas a lo largo de su vida.

Un gesto integrador superior que refleja la propuesta corporativa como soluciones a medida

La nueva propuesta se afirma en una estrategia de cara al futuro que implica la apertura a nuevos mercados y clientes. De esta manera, el Grupo San Cristóbal busca consolidarse como una marca sólida y confiable por su trayectoria, a la vez que dinámica y adaptable.

“Con este rebranding que-remos transmitir que participamos de la vida de nuestros clientes a través de distintas empresas con un gran abanico de propuestas de valor que conectan con consumidores y empresas en los distintos momentos de su ciclo de vida”, afirmó Christian Blousson, Gerente de Marketing y Comunicaciones del Grupo.

Integral y consistente

La propuesta de valor se fortalece a través de una comunicación integral y consistente y de su identidad visual a la luz de las otras marcas. El proceso tuvo por resultado una redefinición del posicionamiento y una arquitectura más ordenada que permite generar mayor unicidad



Diego Guaita, CEO del Grupo San Cristóbal



El nuevo logo del Grupo San Cristóbal

entre las marcas que componen el Grupo San Cristóbal.

“De esta manera se consigue una marca sólida, guía y dinámica que favorece el posicionamiento buscado para Grupo San Cristóbal. La marca grupo suma un gesto integrador superior que refleja la propuesta corporativa como soluciones a medida que se anticipan y ocupan -transversal e íntegramente- de proteger y empoderar los grandes pilares de la vida, el resguardo y la estabilidad financiera, entre otros”, expresó Diego Guaita, CEO de Grupo San Cristóbal.

“La nueva arquitectura de marcas del Grupo San Cristóbal refleja nuestra visión de superar las expectativas de nuestros clientes con nuestras soluciones y propuesta de valor y por intermedio de los representantes de nuestros asegurados”, especificó Diego Guaita.

Propuesta de valor

Además de la identidad visual, el proyecto incluye otros activos de la marca como la definición del tono visual, tipografía, paleta cromática principal y complementaria, y los elementos gráficos propios, responsables de transmitir la propuesta de valor de la marca mediante su aplicación en las distintas piezas comunicacionales.

El rebranding se trabajó durante el 2021 con el equipo de Comunicaciones y Marcas de Grupo San Cristóbal junto a la agencia especializada Future-Brand.

Políticas activas

San Cristóbal es un grupo asegurador y de servicios financieros argentino cuyo propósito es cuidar el bienestar y patrimonio de sus clientes. De origen mutualista, nace en Rosario con San Cristóbal Seguros hace más de 80 años. Brinda un variado

Gran abanico de propuestas de valor que conectan con los consumidores y las empresas

portafolio de productos a través de sus Unidades de Negocio: San Cristóbal Seguros (en Argentina y Uruguay), Asociart ART, San Cristóbal Retiro, San Cristóbal Servicios Financieros, Asociart Servicios y San Cristóbal Caja Mutual, San Cristóbal Viajes y Turismo. Grupo San Cristóbal traza y ejecuta políticas activas para promover una gestión responsable, contribuir al desarrollo sostenible y construir una organización conectada con las personas, íntegra, empática con sus comunidades, comprensiva de la realidad, diversa, inclusiva y dispuesta a escuchar a sus grupos de interés.

Tu compañía.

San Cristóbal Seguros

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

Genera procesos que buscan afianzar su liderazgo en el mercado

El Banco de Seguros registrará este año US\$ 100 millones de utilidades

El Banco de Seguros del Estado desarrolla procesos de gestión y estrategias que propugnan afianzar aún más su liderazgo en el mercado, afirmó su Presidente, Dr. José Amorín Batlle. El ejecutivo sostuvo asimismo al Suplemento de Seguros de El Observador que el organismo tiene perspectivas muy optimistas en términos de resultados ya que se estima que al cierre del ciclo 2022 registrará un superávit que estará en el entorno de los US\$ 100 millones. Destacó además que la institución tiene una reconocida solidez que le permite cubrir a cabalidad todas sus obligaciones.

Registran constantes avances en las áreas tecnológicas

¿Qué comportamiento registra la institución al cierre del primer semestre del año?

El Banco está registrando un muy buen comportamiento en todas sus líneas de trabajo. Este primer semestre, no tenemos aún los números definitivos, quizás no sea tan bueno en relación a idéntico período de 2021. Es que el actual contexto internacional determina que las colocaciones carezcan de la rentabilidad que tuvieron el año pasado.

La tendencia para lo que resta del año es positiva por lo que al cierre del ejercicio 2022 tendremos una utilidad muy importante, que estará en el entorno de los US\$ 100 millones.

¿Qué panorama exhibe el



Presidente del Banco de Seguros, José Amorín Batlle

segmento Previsional que opera el BSE?

Esta área es, en estos momentos, sólida y sustentable. Más del 50% de la facturación del Banco corresponde a ese segmento de cobertura. El año pasado logramos equilibrar los números y por lo tanto estamos muy tranquilos porque no se registran pérdidas. El BSE cubre en la actualidad en el entorno de 40.000 pasividades. Considero que la obligación

más importante que tiene el actual Directorio del Banco es asegurar el pago de las jubilaciones sin necesidad de ninguna asistencia del Estado. En esta área de actividad el Banco no tiene a la utilidad como un objetivo. El objetivo es asegurarle al país que vamos a pagar las pasividades por las AFAPs o las rentas vitalicias. Todo el sistema está bien armado, con el buen control del Banco Central de Uruguay.

Cuando hacemos un seguro de renta vitalicia tenemos que saber que pagaremos todos los meses, durante el ciclo de vida de la persona amparada por el sistema. Es una cifra ajustada al índice medio de salarios y por eso constituimos reservas muy importantes.

Considero que el área previsional debe tener un horizonte abierto con la participación del sector privado. Queremos entonces que las compañías privadas se sumen a este mercado, que crece día a día y que estará maduro totalmente en 2036.

En virtud de panorama actual entendemos que el sector privado puede comenzar a operar en el área previsional. Es importante que exista competencia porque la misma mejora los servicios a los usuarios y siempre es buena para el país. De esta manera, invito al sector asegurador privado a participar en el sistema previsional. Creo que la correspondiente ley es bastante clara.

¿Qué importancia le atribuye al área Vida?

Le atribuimos mucha importancia. Es un área que el Banco ha potenciado y que se sustenta en

la gran calidad de cobertura de todos sus productos. Seguirá creciendo porque considero que los productos de Vida y Ahorro son muy importantes, en términos de protección para el asegurado y su familia.

¿El BSE genera acciones que potencian su presencia en el segmento agropecuario?

El agro es muy importante para el Banco ya que cubre más del 60% de ese segmento productivo. El sector agropecuario es la base de la riqueza del Uruguay y, por lo tanto, el BSE debe ejercer en el mismo un papel protagónico. No es el sector de mayor utilidad para la institución, incluso a veces genera pérdidas, pero el Banco tiene muy claro que siempre hay que respaldarlo para generarle tranquilidad al productor.

Trabajamos en algunas áreas junto al Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca. Precisamente, el pasado jueves se acordó con esa Secretaría de Estado el lanzamiento de un seguro que cubrirá los daños que le ocasionan las jaurias de perros al ganado ovino. Creo que esta es una buena noticia para los productores que se dedican a la cría de ovejas por los



**Agrupación de Profesionales
Asesores en Seguros**

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

Solo así obtendrá:

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

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

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

fuertes perjuicios que provocan esas jaurías de perros en varias zonas del país.

¿Qué procesos tecnológicos desarrolla el BSE para enfrentar los desafíos que plantean muchos procesos de gestión?

El Banco avanzó mucho en los últimos años en materia tecnológica. Esta área es muy importante para la institución por lo cual tenemos equipos trabajando en innovación. Esto nos deja muy conformes porque hay cosas que están funcionando muy bien.

Estamos trabajando fuerte en el tema digital. En el sector seguros, los procesos tecnológicos son cada vez más importantes. En línea con esta filosofía de gestión, el Banco opera con una consultora, al punto que ya estamos implementando acciones



Amorín Batlle, este será un año muy bueno para el Banco de Seguros

El Banco tiene fluidos vínculos con los Agentes y los Corredores

señaladas por esa organización. Somos la empresa líder de seguros del Uruguay y por lo tanto tenemos la obligación de estar a la vanguardia en estos temas, de cara al futuro. Esto implica que mejoraremos procesos de gestión en forma permanente para reafirmar nuestro liderazgo en el mercado.

¿Cómo califica el relacionamiento con los Corredores y Agentes?

El Banco mantiene con ellos vínculos constantes y muy fluidos, de puertas abiertas. Realizamos reuniones periódicas con las asociaciones de Corredores y con los Agentes. Son nuestros

principales aliados estratégicos por lo que siempre apuntamos a estrechar vínculos y con los mejores estándares profesionales. Tenemos muy claro que

si a ellos les va bien a nosotros también. Estos son valores recíprocos que nosotros siempre nos preocupamos que estén muy presentes.

¿Cómo está operando el Sanatorio del Banco de Seguros?

Está funcionando en términos muy satisfactorios. Tenemos un centro de rehabilitación de pri-

El Banco de Seguros del Estado (BSE) había cerrado su balance 2021 con un superávit de US\$ 143 millones, al tiempo que aumentó su patrimonio a US\$ 574 millones. Estas cifras reflejan que el BSE vive el mejor momento económico y financiero de su historia, con una facturación muy importante. Amorín Batlle dijo que “los resultados han sido muy auspiciosos pero eso no implica que nos conformemos porque siempre tenemos que estar mejor, continuar sin pausa por el camino del crecimiento”.

mer nivel que es reconocido por su valioso equipo interdisciplinario y por los altos estándares de calidad de su infraestructura. Cuando tengamos la habilitación de la CARF nos convertiremos en uno de los mejores centros de rehabilitación de América Latina. Precisamente, cuando obtengamos esa habilitación concretaremos diversos convenios para que todos los uruguayos puedan

Destacan el alto nivel asistencial del centro de rehabilitación

aprovechar la excelencia del Hospital. Mantenemos contactos con el prestigio hospital de rehabilitación de Noruega (Sunnaas), lo cual es muy importante, en términos de intercambios de experiencias médicas y profesionales. Podemos afirmar entonces en forma categórica que estamos muy contentos con el nivel de excelencia que tiene el Hospital del Banco de Seguros.

El siniestro de Villa Biarritz y la conciencia aseguradora

El Banco de Seguros cubre el seguro contratado (contenido) por un apartamento del piso 8 que fue afectado por el siniestro ocurrido en el edificio de Punta Carretas, así como la rotura de varios cristales de edificios contiguos alcanzados por la onda expansiva de la explosión.

El Presidente del BSE, Dr. José Amorín Batlle, expresó que la institución siempre asume los procesos indemnizatorios de sus coberturas y valora la fidelidad de sus clientes.

El ejecutivo afirmó que “muchísimos apartamentos en Uruguay no están asegurados y por lo tanto siempre es necesario que se potencie la conciencia aseguradora, que la gente asuma la importancia que reviste estar asegurado. Son seguros de muy reducido costo que protegen el patrimonio de quienes los contratan”.

Otros siniestros

Amorín Batlle recordó que el Banco registró al comienzo de este año la siniestralidad forestal más grande de la historia del país, cuyo monto indemnizatorio gira en el eje de los US\$ 4 millones. Dijo que “es bueno, de alguna manera, que los propietarios de esas áreas forestales confiaran en la marca BSE y estuvieran asegurados”. Dijo que otro siniestro (autos inundados), le demandó a la institución una indemnización de más de un millón de dólares.

El entrevistado recordó también que el pasado año el BSE registró siniestros con los cultivos de soja, al punto que el monto global indemnizatorio fue de casi US\$ 11 millones. “Siempre es necesario que la población asuma el valor de un seguro, en términos de tranquilidad y protección del patrimonio”, concluyó Amorín Batlle



En Uruguay nadie te da más seguridad.

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

El suicidio y su cobertura

Por **Andrea Signorino Barbat**
Asesora experta en Seguros y Reaseguros
Andreasignorino@gmail.com

El viernes 15 de julio de 2022, en ronda de prensa, el Ministerio de Salud Pública reveló nuevas cifras sobre el suicidio en Uruguay, las cuales arrojan 758 muertes por suicidio en el año 2021, de las que un porcentaje superior al 80% son hombres. La franja etaria con mayor tasa de suicidio es de 75 años en adelante, pero existe un aumento preocupante de suicidios en la franja de 15 a 29 años de edad. ¿Por qué los uruguayos se suicidan? ¿Por qué las personas, en general, se suicidan? Sigue siendo una incógnita, incluso para la ciencia.

En relación a los seguros de personas, una típica exclusión de cobertura o riesgo no cubierto ha sido, y es, el suicidio del asegurado, en esencia por tratarse de un acto doloso, intencional, voluntario o potestativo del asegurado, no fortuito o accidental, que elimina el carácter aleatorio del contrato de seguros.

Doctrina

No obstante, la doctrina se ha preocupado por precisar que no todo suicidio puede considerarse como un verdadero dolo del asegurado, que exime al asegurador de su obligación de pago. Así la doctrina, luego recogida por la legislación de seguros de varios países europeos y latinos, ha elaborado el concepto de suicidio voluntario o consciente, por oposición al involuntario o inconsciente, que se da en el marco de la insania mental del asegurado u otras circunstancias que anulan su voluntad.

Varias interrogantes

Por supuesto, esta distinción y la propia voluntariedad del acto, abre varios interrogantes ya que el suicidio, en la concepción de la psicología, es frecuentemente multicausal y la razón que lleva a una persona a quitarse la vida, en la generalidad de los casos, no



Dra. Andrea Signorino Barbat

resulta de fácil dilucidación para los expertos. ¿Se puede entonces hablar de voluntariedad del acto? ¿Pueden los operadores jurídicos distinguir entre un suicidio voluntario y no voluntario sin un cierto grado de arbitrariedad? ¿Puede hacerlo el asegurador en la instancia de decisión sobre la aceptación o rechazo del siniestro, que luce temprana ante la complejidad que puede suponer apreciar la voluntariedad del suicidio? Se ha dicho incluso que la prueba de la voluntariedad del acto suicida, es una prueba diabólica.

Evolución

Todas estas interrogantes y dificultades probatorias, hicieron evolucionar la cobertura del suicidio, hacia una cobertura, digamos, objetiva del mismo, sin calificarlo en voluntario o consciente, por lo tanto sin necesidad de probar estas circunstancias. Es así que se impuso la cobertura del suicidio apli-

cando límites temporales o plazos "de carencia", que se pautan en el contrato, y en varias legislaciones, luego de los cuales pasa a ser una circunstancia cubierta.

La Ley de seguros N° 19.678 de 2018 no regula la circunstancia del suicidio -al contrario, en el Artículo 97 habilita el pacto de causales de exclusión sin limitaciones, exigiendo el pago del valor de rescate como sí lo hacía el artículo 698 del Código de Comercio que establecía la nulidad del seguro de vida si la persona que ha hecho asegurar su vida se suicida. Esto dividía las posiciones sobre si se trataba de una norma de orden público o no y, por lo tanto, si era pasible de pactarse su cobertura en las pólizas. Más allá de esto, en los hechos las aseguradoras, cubrían en forma expresa el suicidio en las pólizas de vida, luego de un plazo de carencia que variaba en uno, dos, o tres años.

Dimensión social

Lo cierto es que el legislador de 2018 optó por no regular el suicidio en el capítulo sobre Seguros de Personas, eliminando la antedicha nulidad, lo cual entiendo significa que las empresas de seguros tienen libertad para cubrir, o no, el suicidio, aun sin plazo de carencia, al menos en los seguros de vida. Esto hace patente, una evolución legislativa acorde a la moderna dimensión social y humanista del contrato de seguros.

Claro que, en la parte general de la Ley de Seguros (Artículo 37), se regula el dolo, liberando al asegurador de su obligación de prestación si existe dolo de parte del asegurado, sin posibilidad de cobertura expresa, dado el carácter de orden público de la ley. Esto,

podría hacernos pensar que el suicidio intencional del asegurado no podría ser cubierto.

Antecedente histórico

Pues bien, este artículo se encuentra en la parte general de la ley, es decir aplicable a todos los contratos de seguros en defecto de disposiciones incluidas en los capítulos de seguros de daño patrimonial o de personas. Y dado el antecedente histórico del Código de Comercio sobre el suicidio y la no inclusión de una disposición expresa similar en el capítulo de seguros de personas de la Ley de Seguros, considero que el legislador optó por permitir la cobertura del suicidio a criterio del asegurador en los seguros de vida.

En el caso de los seguros de accidentes personales, el legislador dispone expresamente en el capítulo sobre seguros de personas (Artículo 106), que el dolo del asegurado le hace perder su derecho a la prestación. También refiere al dolo del tomador, debiendo entender el tomador de un seguro colectivo donde sea un asegurado y por ello pasible de sufrir el accidente en su persona. Asimismo, refiere al acto ilícito del beneficiario que provoca la muerte del asegurado, que le hace perder su derecho, y al seguro sobre la vida de un tercero, donde el asegurador se libera si la muerte ha sido deliberadamente provocada por un acto ilícito del tomador. No refiere en cambio al dolo del tomador o asegurado en los seguros de vida, otro argumento a favor de la posible cobertura del suicidio, aún intencional, en este tipo de seguros, en nuestro país.

Punto crítico

Ahora bien, parecería que el le-

gislador permite la cobertura del suicidio, desde el día de inicio de vigencia, pues a diferencia de otras legislaciones no regula el suicidio exigiendo un plazo de carencia. Este es un punto crítico ya que es claro que el asegurador debe salvaguardar el equilibrio del contrato y no favorecer conductas voluntarias que alteren el carácter aleatorio del riesgo asegurado, así como evitar la anti selección.

Es por esto que se han impuesto, a través de las pólizas, los plazos de carencia que el asegurador fija como forma de desalentar la voluntad suicida del asegurado además de lograr cierto retorno de los costos del seguro emitido, aspecto técnico-actuarial más que meramente comercial. Claro que, dado el carácter multicausal del suicidio, y hasta universal ya que los especialistas afirman que ante circunstancias críticas puntuales, pérdida de un familiar, crisis económicas, etc. todos somos potenciales suicidas, no se puede afirmar que esa intención del asegurado al contratar el seguro exista o no, ni que el plazo lo desaliente a cometer el acto suicida...

Lo cierto es que luego de haber sido considerada la cobertura del suicidio como inmoral, contraria al orden público y hasta un delito,

La pandemia silenciosa del suicidio

el seguro, de la mano de la doctrina y de la jurisprudencia, ha evolucionado hacia su cobertura cuando se trata de un acto involuntario y/o inconsciente, hasta dejar de lado dicha calificación, para cubrir el suicidio en todos los casos luego de un plazo razonable de carencia con los objetivos antedichos.

Esfuerzos

Cumple así, además, el seguro su finalidad social de dar alivio económico al familiar beneficiario o simplemente cumpliendo la voluntad del asegurado de beneficiar a una persona o institución. Sabido es que el seguro tiene dos grandes funciones: económicas y sociales, pero, junto a ellas, el seguro desarrolla, o debe desarrollar, una más abarcativa dimensión social que debe apuntar a la humanización del seguro.

Esto significa que el seguro debe lograr atender realmente las necesidades de las personas, que no son hoy las mismas que tradicionalmente la doctrina en seguros vislumbraba al teorizar sobre ellas. Y sin duda, la evolución en la cobertura de la pandemia silenciosa del suicidio es parte de estos esfuerzos del seguro en beneficio de la sociedad.

S
CASUR SEGUROS

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

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

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

098735719 / 098735715
2902 54 04

Paradell, es un profesional idóneo que construye confianza en el mercado

El Corredor se sustenta en los valores de la ética y el respaldo a los clientes

El Corredor es un profesional en constante capacitación que asesora y respalda al asegurado y que día a día construye confianza en el mercado, afirmó el Presidente de APROASE, Lorenzo Paradell.

El empresario señaló asimismo al Suplemento de Seguros de El Observador que el eje rector del Corredor es ser idóneo, muy profesional y responsable en su actividad para defender el patrimonio de sus clientes.

¿Cómo califica el rol del Corredor en un mercado asegurador muy competitivo y en el que incursionan plataformas que no mantienen contactos directos con el asegurado?

El Corredor es un profesional que desarrolla su gestión con mucha responsabilidad. Es una actividad regida por valores éticos y morales que se centra en las reales necesidades de cobertura que requiere el asegurado. Debemos destacar que el cliente deposita en el Corredor su confianza porque está cubriendo sus bienes, sus propiedades. El Corredor genera y desarrolla un trabajo de asesoramiento muy confiable que contribuye fuertemente a la transparencia del mercado asegurador. Este es un valor primordial que siempre hay que tener en cuenta a la hora de contratar un seguro.

Hoy vemos que hay actores que incursionan en la plaza aseguradora y que enfocan el tema de la intermediación como un negocio. Si bien los corredores tenemos ingresos, por el natural ejercicio de nuestra actividad, lo fundamental es nuestra profesión. Nuestro eje rector es ser idóneos, muy profesionales y responsables en nuestro trabajo. Asimismo, estar acompañados a los avances del mercado, donde siempre aparecen nuevas coberturas. Hay otro factor primordial: cuando el cliente tiene la necesidad de utilizar su seguro darle la seguridad de que se encuentra en condiciones de hacerlo.

El seguro es un producto muy especial, que no es comparable a otros productos porque requiere un proceso de asesoramiento específico que se ajusta, como expresamos anteriormente, a las necesidades del cliente. Entonces, el asesoramiento por un seguro, que incluso puede parecer muy simple, siempre demanda que se determinen las posibilidades de cobertura, cuáles son las obligaciones del asegurado en caso de que tenga un siniestro. Hay que exponerle al cliente todos los detalles para que el contrato quede muy claro en términos de cobertura y de derechos.



Presidente de APROASE, Lorenzo Paradell

Formalizan creación de una Federación

Lorenzo Paradell informó, en otro plano, que con la aprobación estatutaria se formalizó la creación de una Federación que nuclea a las reconocidas instituciones del mercado asegurador APROASE, CUAPROSE y Círculo de Agentes. El Presidente de la Federación es Fernando Caballero y el Secretario, Lorenzo Paradell. Se considera que esta organización contribuirá a la máxima jerarquización de una actividad que protege el patrimonio de los asegurados.

Rol específico

La Federación solicitará que la certi-

ficación de la profesionalidad emane de las Asociaciones de Corredores. Es decir, la condición es que un Corredor esté asociado a una de las gremiales que integran la Federación.

La acción de la Federación no se superpondrá a la actividad que desarrollan las Asociaciones que la integran. Todas cumplirán entonces su específico rol. Se aplicarán acciones respecto al registro del Corredor y al área de la profesionalización, sin que ello implique inmiscuirse en temas gremiales, que cada Asociación seguirá desarrollando con independencia de criterio.

Hoy percibimos que se apunta más al precio, a la venta rápida. La tecnología acelera determinados procesos, al punto que una póliza se puede emitir en diez minutos. Pero ese no es el eje del tema para construir confianza y tranquilidad. Lo importante es tomarse el tiempo para ver lo que el cliente realmente necesita en términos

de cobertura. Esto implica orientarlo y aconsejarlo para que contrate el producto que más precisa. A título de ejemplo, ya sea una cobertura de auto, de vivienda, de vida o un seguro técnico para una empresa. En todos los casos el Corredor profesional tiene que buscar siempre la mejor opción para el cliente.

¿El factor humano, que implica un contacto directo con el consumidor de seguros, genera un servicio con mayores estándares de respaldo y confiabilidad?

Por supuesto. Es fundamental el vínculo que se crea con el asegurado. Si el Corredor desarrolla eficientes dinámicas profesionales mantendrá al cliente porque se generó un vínculo de amistad y de confiabilidad que perdura en el tiempo. Muchos corredores que operan en el mercado son el relevo generacional de profesionales que siempre han cumplido con sus clientes. Es decir, es el fruto de un vínculo con el asegurado y, en muchos casos, con su familia. Son valores que siempre hay que destacar y que ninguna plataforma tecnológica puede ofrecer. La

Los corredores le dan tranquilidad a los asegurados y al mercado

digitalización no puede poner en peligro la intermediación porque el Corredor siempre será el centro de la sustentabilidad y de la confianza que el mercado asegurador siempre ha necesitado.

¿Ante la ocurrencia de un siniestro, como un choque, el Corredor juega un rol muy importante?

Ante una circunstancia siniestral el cliente se comunica de inmediato con el Corredor para plantearle la situación generada. El profesional lo asesora, le indica cómo debe actuar y como debe cumplir sus obligaciones frente a la Ley de Seguros. Esto implica respaldo, no solamente en términos patrimoniales, sino también en algunos casos emocionales, frente a un momento difícil. Esto el cliente siempre lo valora y por eso siempre busca a un Corredor para contratar un seguro.

¿APROASE continúa generando instancias de capacitación en su sede social?

Las instancias de capacitación no se detienen porque consideramos que un Corredor cada vez más capacitado contribuye a jerarquizar el mercado asegurador. En el marco de nuestro calendario de capacitación, técnicos del Banco de Seguros del Estado impartieron el pasado jueves un curso sobre el tema Agro. APROASE cuenta con una Comisión de Capacitación que permanentemente genera y promueve cursos que son muy fructíferos para los corredores.

La constante capacitación y jerarquización profesional es entonces uno de los principios rectores del rol que ejerce el Corredor en este mercado cada vez más técnico y exigente.

Debemos señalar, además, que durante el proceso de elaboración de la nueva Ley de Seguros que ahora rige en el país, APROASE planteó una serie de observaciones al conjunto normativo.

Entendíamos que se le trasladaba demasiada carga y responsabilidad al cliente. Sabemos que las compañías también consideran que tienen más obligaciones con la Ley de Seguros, pero las aseguradoras tienen estructuras para enfrentar todas las obligaciones que la Ley ha impuesto. El cliente carece de una estructura que le permita estudiar las pólizas, analizar las condiciones de cobertura. Todo el trabajo que la Ley de Seguros le pasó al asegurado, éste a su vez lo traslada al Corredor, que es el profesional que lo tiene que asesorar.

De esta manera, tenemos siempre que estar asesorando al cliente para cumplir con todos los requisitos que marca la Ley de Seguros.

Esta realidad le genera tranquilidad al asegurado y, por supuesto, al mercado.

Sancor Seguros capacita en forma constante a sus corredores asesores

Sancor Seguros, en el marco de sus constantes procesos de innovación y de avanzada gestión empresarial, comenzó a principio de año un ciclo de capacitaciones de diferentes temáticas para sus principales Corredores de Seguros, con el convencimiento de que el sostenido apoyo por parte de la compañía contribuye al crecimiento de la empresa y, por ende, del mercado asegurador uruguayo.

Dale Experto

La compañía inició en el mes de abril el programa DALE EXPERTO, que es desarrollado en conjunción de sinergias por el Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES) y la Universidad Hohenheim de Alemania. Estas clases magistrales en vivo, que tienen una duración de 8 meses, se desarrollan mediante la plataforma Dale Campus, en la modalidad virtual y material complementario. Los módulos de capacitación se desglosan de la siguiente manera: Entendimiento del Contexto; Pensamiento Estratégico e Implementación; Armado y Gestión de Equipos de Trabajo; Compensaciones y Beneficios; Implementación de Estrategia Digital y Acciones de Generación de Demanda. Los Corredores que están participando tienen la posibilidad de rendir examen para obtener los correspondientes certificados de las reconocidas instituciones educativas.

Riesgos Diversos

A comienzos del mes de junio tuvieron lugar dos capacitaciones virtuales para continuar formando a la fuerza de ventas sobre cada uno de los productos de la



Edgardo Schoepf, Encargado Comercial



Diego Montañez, Jefe de Suscripción de Riesgos Diversos



Claudio Moar, Encargado de Riesgos Varios



Fernando Quintana, Encargado Sursursal Punta del Este y Javier Medero, Jefe de Suscripción.



Andrés Larrosa, Sabrina y Leticia Llaguna, Laura Melgar, Marta Barrabino, Valentino Rodríguez, Fernando Quintana y Edgardo Schoepf.



Fernando Quintana, Melany Aldacor Fleitas, Gimena Serna, Francisco Collares y Edgardo Schoepf

Herramientas esenciales

Sancor Seguros informó que "todas estas instancias de capacitación son herramientas esenciales para el crecimiento de nuestra fuerza de ventas en todo el país, con la cual desde hace más de 16 años generamos estrechos vínculos que se profundizan día a día".



CONTRATAR UN SEGURO CON UN CORREDOR PROFESIONAL, ES MÁS SEGURO

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

compañía. En las mismas, Diego Montañez, Jefe de Suscripción de Riesgos Diversos, expuso sobre los ramos bajo su cargo: Casco, Transporte, Embarcaciones de Placer, Caucción y Garantía de Alquiler. Participaron de ambas instancias un importante número de corredores y colaboradores, generándose un intercambio conceptual muy enriquecedor.

Comercio Protegido Plus

A fines de junio tuvo lugar una capacitación virtual para la fuerza de ventas sobre el producto Comercio Protegido Plus. En la

misma, Claudio Moar, Encargado de Riesgos Varios, repasó los aspectos generales del producto, así como costos y condiciones. A su vez, se presentó el producto tradicional de Comercio. Leonardo Aguerreberre, Gerente Comercial de la compañía, destacó las campañas comerciales vigentes de ambos productos. Participaron de la instancia 60 corredores de seguros.

Campaña Comercial

El equipo Comercial, en conjunto con el equipo de Suscripción, realizó un lanzamiento comercial

en los departamentos de Lavalleja y Treinta y Tres. En ambas instancias, que tuvieron lugar a fines de junio, participaron destacados corredores de las zonas. El lanzamiento de campaña estuvo a cargo de Edgardo Schoepf, Encargado Comercial, Fernando Quintana, Encargado Comercial de Punta del Este, quien tiene a cargo la zona, y Javier Medero, Jefe de Suscripción. En ambas instancias los disertantes expusieron la campaña a realizarse a partir del 1o. de julio y evacuaron las dudas de los corredores participantes.