


noticias surco es una publicación de la Compañía de Seguros SURCO para la difusión de las funciones sociales y económicas del seguro.



Responsabilidad Social Empresaria en SURCO

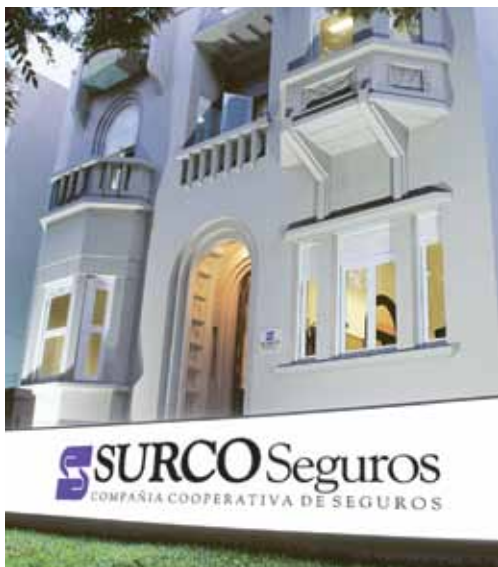
Págs. 2 y 3

Seguros SURCO UNIVERSAL: la opción financiera más rentable del pasado año

Págs. 4 y 5

La marca cooperativa: una oportunidad inmensamente emocional

Págs. 6 y 7



SUMARIO

- **Responsabilidad Social Empresaria en SURCO** (págs. 2 y 3)
- Homenaje al Actuario Argentino Rossani (pág. 3)
- Expoactiva 2010 (pág. 3)
- **Seguros SURCO UNIVERSAL: la opción financiera más rentable del pasado año** (págs. 4 y 5)
- **La marca cooperativa: una oportunidad inmensamente emocional** (págs. 6 y 7)
- Conociendo a las personas que hacen SURCO: Pablo Scapín (pág. 8)

Comité Editorial

Cr. Sergio Fuentes Banacore
Rafael Renau Broqua
Cnel. Jose Scaffo Gomez
Ec. Andres Eliola Curuchaga

Secretaría / Corrección

Sra. María Valdivia Castro

COMPañía COOPERATIVA DE SEGUROS "SURCO"

Bvar. Artigas 1388 (ex 1320)
Montevideo - URUGUAY
Tel. 00598 (02) 709 00 89
Fax 00598 (02) 707 73 13

José Dodera 841
Maldonado - URUGUAY
Telefax: (042) 236369

Leandro Gómez 1010
Paysandú - URUGUAY
Telefax: (072) 34599

LÍNEA GRATUITA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

0800-1320

www.surco.com.uy

E-mail: noticias@surco.com.uy

Compañía autorizada a operar en Seguros en el territorio nacional según resolución del Poder Ejecutivo del 10 de enero de 1995.

Líneas de seguros:

Seguros de Vida
Seguros de Retiro
Seguros de Accidentes
Seguros Previsionales
Seguros de Robo-Incendio
Seguros de Incendio
Responsabilidad Civil
Seguros Agrícolas
Seguros de Automotores

Diseño: Complot

Responsabilidad Social Empresaria en SURCO

En junio de 2009 se incorpora como función de Gestión Humana el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) en la organización. Adherimos a la definición de RSE como una visión que incorpora a la gestión de la organización el respeto por los valores y principios éticos, las personas, la comunidad y el medioambiente. Comprende las siguientes áreas de trabajo: 1) Valores y Principios Éticos. 2) Calidad de Vida Laboral. 3) Apoyo a la Comunidad. 4) Marketing Responsable. 5) Protección del Medio Ambiente.

Se conformó un Equipo de RSE (integrantes provenientes de distintos sectores) para apoyar el diseño de propuestas y la implementación de acciones en esta materia, junto a Gestión Humana.

Compartimos con Uds. algunos de los primeros pasos que dimos en el año 2009 en éste sentido.

1. **La participación de SURCO en el IRSE** (Índice de Responsabilidad Social Empresaria) séptima edición, como mecanismo de autodiagnóstico y orientación de acciones.
2. **Nos incorporamos al Proyecto REPAPEL**, iniciando el reciclaje de papel en la Casa SURCO. Instruimos al personal en la clasificación del papel y nuevos hábitos de reciclado en la actividad cotidiana.
3. **II Jornada de Integración Familiar SURCO**. Instancia anual recreativa a la que concurren directivos, funcionarios, corredores y sus familias. El lema del 2009 fue "Crear, construir... descubriendo el artista que hay en vos". Disfrutamos de la actuación de conjuntos musicales, bailarines, gimnastas, exposiciones de fotografía artística, karate, fútbol, concursos de cometas, entre otras. Los más pequeños realizaron pinturas infantiles coordinados por una artista plástica, las que se destinaron a la decoración del Comedor de la Compañía. Formaron parte también de la Jornada, a través de sus productos artesanales (mermeladas "6 sabores" y "alfajorcitos de maicena") los jóvenes integrantes de dos Instituciones externas (CEI: Centro de Educación Individualizada y CNC: Centro Nuestro Camino), contribuyendo al propósito de integración social.
4. **Participamos por 2do año consecutivo en la Campaña de apoyo a Peluffo Giggens**, junto al Mc Día Feliz.
5. **Donación al CEI** (Centro de Educación Individualizada) de equipamiento informático, para la conformación de su Sala de Informática.
6. **Donación al Taller Timbó** (Apoyo pedagógico especializado) de equipamiento informático para la conformación de su Sala de Informática.
7. **Participamos del Teletón 2009**, instrumentando una alcancía colectiva.
8. Apoyamos con **donaciones colectivas a los damnificados por las inundaciones** en el norte de nuestro país.



II Jornada de Integración Familiar SURCO



Participación de SURCO en el IRSE (Índice de Responsabilidad Social Empresaria)



Donación al CEI (Centro de Educación Individualizada)

Homenaje al Actuario Argentino Rossani

El 18 de diciembre de 2009, COMPAÑÍA COOPERATIVA DE SEGUROS SURCO tuvo la oportunidad y el honor de realizar un Acto de Reconocimiento al Actuario Argentino Rossani. Por su extensa labor en la industria del seguro, por los aportes que ha realizado históricamente a ésta cooperativa y por la amabilidad y generosidad con la que siempre se ha caracterizado para compartir todo su conocimiento y experiencia en el tema.



Pablo Zambra, Argentino Rossani, Martín Rossani y Sergio Fuentes



Sergio Fuentes, Argentino Rossani y Andrés Elola

Expoactiva 2010



Carlos Rivera, Andrés Elola, Hebert Mayans, Enrique Alzugaray, Marcos Arambarri y Pablo Scapín

Nuevamente SURCO se hizo presente en la 15ª Edición de la Expoactiva nacional, organizada por la Asociación Rural de Soriano. Es la exposición agroindustrial y activa más grande del Uruguay, que se realiza año a año en Ruta 2, km 255, departamento de Soriano. Del 17 al 20 de marzo se realizaron nuevamente conferencias, lanzamientos, exposiciones de maquinaria agrícola y de forestación, camiones, automotores, estructuras metálicas y galpones, entre otros. Podemos afirmar que, como ya es tradición, tuvimos un espacio donde estrechar vínculos y compartir gratos momentos junto a clientes y amigos.

Seguros SURCO UNIVERSAL: la opción financiera más rentable del pasado año / por Cr. Daniel Dopazo Henderson - Jefe de Administración y Finanzas



Los seguros que combinan un capital asegurado con un componente financiero de retiro, se destacan por asegurar rentabilidades mínimas y no necesariamente las más altas del mercado.

En el caso de SURCO UNIVERSAL, la tasa mínima garantizada es 4% anual en dólares.

En este producto, SURCO garantiza una tasa mínima y comparte con el asegurado una proporción del exceso de rentabilidad obtenida por encima de este mínimo. A su vez el ente regulador determina cuáles son las opciones financieras en las que la aseguradora puede invertir.

En este contexto las aseguradoras suelen tomar posiciones financieras conservadoras que permitan cumplir sus compromisos de tasas mínimas garantizadas y a la vez lograr una razonable rentabilidad para compartir con el tomador del seguro, siempre en un total cumplimiento de la normativa regulatoria vigente.

Las características coyunturales del mercado de capitales internacional y doméstico han convertido a este producto en la opción financiera con más rentabilidad del último año.

Cuando comparamos los intereses que ofrecen las alternativas al alcance del público, observamos que el Seguro de Vida y Retiro se mantiene como líder en rentabilidad.

Analicemos en un gráfico las distintas opciones financieras donde podremos observar las rentabilidades en dólares en un horizonte de cinco años de: Plazos Fijos Bancarios, Títulos Públicos Uruguayos y Títulos de Tesoro de Estados Unidos.*

Estas opciones fueron elegidas por ser comparables entre sí y por mantener un similar nivel de perfil de riesgo.

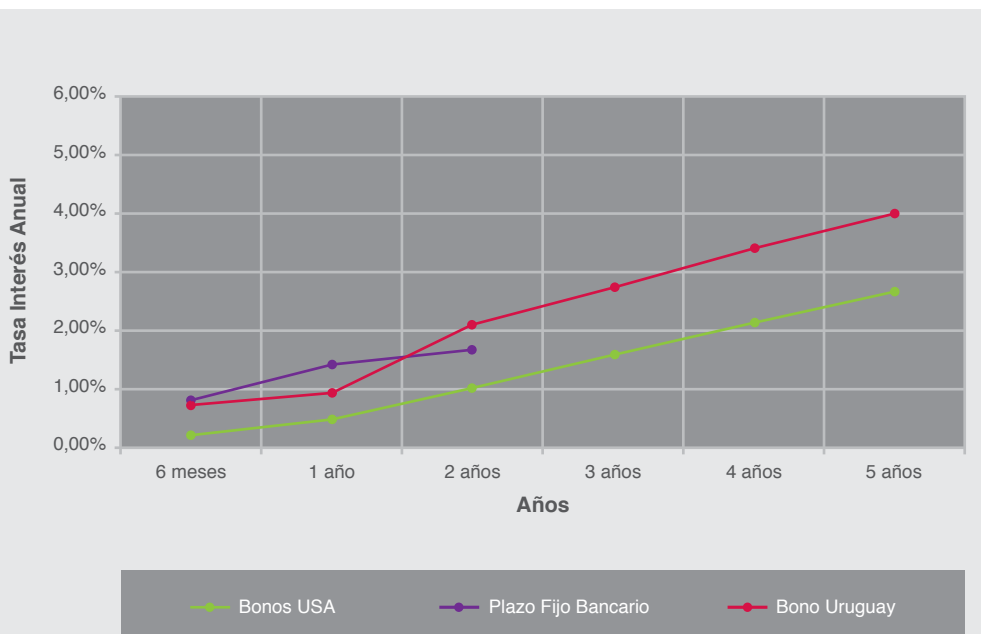
En el gráfico mostramos la tasa de interés que se obtiene actualmente en el mercado por cada uno de estos instrumentos, según los distintos plazos de vencimiento de la inversión.

Por ejemplo observamos que un Bono de USA con vencimiento a 2 años paga una tasa de interés de aproximadamente 1% anual.

En el año 2009 la tasa de interés correspondiente a los seguros de Vida y Retiro fue inferior a la mínima garantizada por tanto los asegurados de SURCO UNIVERSAL recibieron 4% de tasa de interés anual, la cual se aplicó a los saldos de sus cuentas retiro.

En el gráfico se percibe claramente que ninguna opción logra acercarse al 4% anual en dólares en un plazo menor a cinco años.

En adición a la mejor rentabilidad, el producto de SURCO UNIVERSAL ofrece otras ventajas con respecto a estas opciones financieras:



	Plazo Fijo	Bono USA / Bono Uruguay	SURCO UNIVERSAL
¿Qué pasa cuando necesitamos los fondos antes del vencimiento de la inversión?	No es posible cobrar. Debe esperar al vencimiento.	Puede vender el Bono pero no fraccionarlo libremente.	Puede retirar el valor por el monto que desee en el momento que lo necesita.
¿Qué le sucede a mi inversión si sube la tasa de interés del mercado?	Sin impacto. Al vencimiento y en caso de renovar se obtendrá una mayor tasa de interés.	Si mantiene la inversión hasta su vencimiento: sin impacto. Si la vende antes del vencimiento perderá parte del capital invertido.	SURCO reconocerá, al final del año en que se produce el aumento de tasa, una mayor rentabilidad para el asegurado.
¿Qué le sucede a mi inversión si baja la tasa de interés del mercado?	Sin impacto. Al vencimiento y en caso de renovar se obtendrá una menor tasa de interés. Sin tasa mínima garantizada.	Si mantiene la inversión hasta su vencimiento: Sin Impacto. Si la vende antes del vencimiento logrará una ganancia por parte del capital invertido.	SURCO reconocerá, al final del año en que se produce la baja de tasa, una menor rentabilidad para el asegurado, con un mínimo de 4%.
Si tengo un monto adicional de ahorro, cómo lo puedo volcar a mi inversión?	Debe esperar al vencimiento para volcarlo al monto del plazo fijo.	Por montos pequeños no se puede invertir en estas opciones.	Puede ingresarlo en su cuenta en cualquier momento sin importar mínimos.

En suma, los seguros SURCO UNIVERSAL ofrecen una combinación de flexibilidad, seguridad y rentabilidad que los posicionan como una atractiva alternativa de ahorro para las familias. Los contratantes de SURCO

UNIVERSAL han logrado obtener mayores rentabilidades por sus cuentas en dólares que las otras opciones a su alcance con similar perfil de riesgo.

* Fuente: La tasa de Bonos de USA y de Bonos de Uruguay surgen de la Bolsa Electrónica de Valores: "Curva CUD-UST" de fecha 13/04/2010. La referencia de tasa bancaria son las ofrecidas por el BROU al 12/04/2010.

La trayectoria y el respaldo se unen para brindar más tranquilidad a todos los afiliados a Comepa.



Ahora podrá contar con el mejor seguro de vida y el servicio fúnebre del Complejo de Salas Velatorias más moderno del país, con planes y precios muy convenientes.

- El mejor servicio.
- Con la más completa y amplia cobertura.
- En las mejores condiciones:
 - Sin requisitos de asegurabilidad (aplican carencias)
 - Cobertura Vitalicia
 - Prima estable independiente de la edad (desde los 21 años)
 - Valores reajustables por IPC
- Todo con el mejor respaldo en Paysandú.



Nuevo Complejo de Salas Velatorias con fecha de finalización de obra Diciembre 2010

Por informes y consultas:
 Oficina Comercial Surco Paysandú: Leandro Gómez 1010. Tel: 34599 o 099 431312.
 Horario de atención: De 14 a 18 hs.



La marca cooperativa: una oportunidad inmensamente emocional / por María de los Angeles Valdivia - Encargada de Comunicación Institucional



traduce o qué aporta el branding (construcción de marca) a las cooperativas?

Branding es innovación, creatividad, trabajo en equipo, óptimos resultados, tecnología de punta, vocación de servicio y pasión por la calidad. La creatividad e innovación es aplicada en todos los aspectos y áreas del negocio, desde la atención telefónica hasta el desarrollo de las piezas de comunicación. Estos conceptos son claves a la hora de desarrollar cualquier tipo de empresa: a la hora de desarrollar una marca cooperativa, éstos conceptos se vuelven motores imparables y piezas de encastre que deben ajustarse a la perfección para que esto llegue con total fidelidad a nuestros clientes.

En el libro “El meollo del branding”, Tom Peters dice que lo que constituye la diferenciación parte precisamente de los intangibles de una empresa: el valor, credibilidad y singularidad de una marca. Peters nos demuestra que la marca es lo que nos define y que ésta es mucho más que el marketing o los logotipos. Tiene que ver con la pasión, con la historia que queramos contar, con la causa que motiva nuestra empresa. Esto

apoya lo dicho por Jensen, de quien incluimos una cita más adelante en éste artículo, en cuanto a que “...las historias y experiencias serán más importantes en el futuro que los productos, porque la capacidad de transmitir emoción es lo más importante en un mundo controlado por la tecnología”.

En una coyuntura donde las estructuras comerciales tradicionales colapsan y los sistemas financieros de las principales potencias mundiales caen haciendo mucho ruido, el mundo se ha vuelto a mirar a las organizaciones cooperativas y a sus modelos de gestión. Volver a las raíces, tomando las mejores prácticas de las organizaciones cooperativas donde históricamente e intrínsecamente han prevalecido la responsabilidad y transparencia en la gestión y los valores que ya hemos mencionado.

Hoy más que nunca el modelo cooperativo es posible, viable y una elección responsable. Una marca cooperativa potente debe ser la cara visible de la estrategia de negocios, del comportamiento de funcionarios y directivos, lo que la lleve a cumplir con su misión y a alcanzar su visión estratégica.

*Inspirados en la presentación **EL FUTURO ES COOPERATIVO**, realizada por Shaun Tarbuck, Jefe Ejecutivo de ICMIF (International Cooperative and Mutual Insurance Federation) en ocasión del 40º Aniversario de aseguradora colombiana LA EQUIDAD, donde presentó su visión de lo que será el futuro del cooperativismo y la mutualidad, nos hemos puesto a reflexionar acerca del significado de poseer una marca cooperativa.*

Durante el siglo XIX las cooperativas se dedicaban a construir comunidades para compartir la carga de las grandes responsabilidades: alimentación, salud, préstamos, alojamiento, seguros y educación, entre otras.

Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, sus miembros creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás (Alianza Cooperativa Internacional - ACI).

Ahora bien, teniendo en cuenta que las entidades cooperativas se nutren de esos valores para realizar su gestión, ¿cómo se



Shaun Tarbuck nos plantea que para crear una cooperativa dinámica y motivada por valores, se debe reconocer a sus participantes integrándolos e influenciándolos, se deben aplicar estrategias innovadoras de negocios, reflexionar acerca de nuestros valores, enfocar éstos valores cooperativos hacia el centro de nuestra estrategia comercial, ser perceptivos y responsables ante el cliente.

Comenzar por la excelencia organizativa (mutual/cooperativa), la lealtad de clientes y miembros, el entendimiento del cliente (público), crear sinergia en nuestras comunicaciones (medios de difusión) e influir en el ambiente comercial (gobierno/regulador); parecen ser los pasos lógicos a seguir.

Cada día es más difícil diferenciarse y el poder que tenga nuestra marca en cuanto a generar empatía con el público es un elemento definitivo. En una "... sociedad basada en datos, a medida que la información y la inteligencia se caracterizan por el dominio de la informática, la sociedad

pondrá más valor en la única habilidad humana que no puede automatizarse: la emoción. **La imaginación, el mito, el ritual – el lenguaje de la emoción – lo afectará todo, desde las decisiones de compra hasta a cómo nos sentimos trabajando con otros.** Las Compañías prosperarán sobre la base de sus relatos y mitos. Las Compañías deberán comprender que sus productos son menos importantes que sus historias.” (Rolf Jensen, Copenhagen Institute for Future Studies).

Las marcas influyen en la vida de los consumidores y son determinantes para influir en la decisión de compra. El sólo hecho de que los consumidores la perciban como poseedora de una serie de valores que los atraigan, significa que rechazarán o al menos tenderán a rechazar aquellos nombres que no presenten esos valores. Las cooperativas poseemos esos valores.

Hoy existen muchas herramientas que colaboran con las organizaciones en éste

proceso, que sin duda es de largo plazo, medios tradicionales y no tradicionales, acciones de marketing específicas, la potencialidad de internet (que se presenta como una herramienta clave a investigar, manejar y desarrollar), entre otros, son sólo algunos de los que pueden ayudarnos en esta construcción “abriendo los brazos al futuro pero sin renunciar a nuestros valores”.

‘Ahora es el momento de dar significancia al mensaje mutual para la próxima generación de clientes, donde la concientización de los asuntos éticos, el debate ambiental y la responsabilidad social de marcas tiende a ser más fuerte, y dónde deberían tener más influencia que la competencia’. Informe de Wolff Olins, ‘Brand Mutual’, Agosto de 2009.

Peters, Tomas (Tom), consultor y autor norteamericano con infinita de libros en su haber, algunos de ellos best sellers, como "In search of Excellence"(En búsqueda de la excelencia, 1982), y muchos otros sobre temas relativos al marketing, el talento, el liderazgo y las tendencias en las organizaciones.

SURCO - VIGILIA

SURCO pone a su disposición una **PROMOCIÓN ESPECIAL de SERVICIOS DE COMPAÑÍA "VIGILIA" para GRUPOS FAMILIARES.**

(Beneficio **EXCLUSIVO** para **PERSONAS ASEGURADAS** en SURCO).

Infórmese por el **Tel. (02) 481 57 55.**



Ahora los clientes de SURCO cuentan con beneficios exclusivos en VIGILIA.
Por informes: 481 57 55

MÁS SEGURO CON TARJETA D

Ahora con Tarjeta D le das más tranquilidad a tu familia.

CREDITOS DIRECTOS S.A. te ofrece un seguro de vida con SURCO. Este Seguro te permite "HOY", darle tranquilidad económica a tu familia MANANA.
Por una cuota mensual por débito de \$95 accedes a un plan con una cobertura de \$150.000. Este beneficio es exclusivo para clientes de Tarjeta D.

Por otras opciones informate llamando al:
18918 int.2
o en cualquiera de nuestras sucursales.

Válido para clientes desde 18 a 70 años de edad.
Seguro aplicable exclusivamente a clientes titulares de cuenta.

Credito Directo actúa exclusivamente en calidad de intermediario de seguros.
Las tarifas y condiciones del producto contratado, que figuran en la póliza, son determinadas por SURCO Compañía Cooperativa de Seguros. Dichos seguros serán contratados en forma anticipada por los clientes con SURCO.

SURCO Seguros
TARJETA D
La Tarjeta D todos

Conociendo a las personas que hacen SURCO

Pablo Scapín - Administración, Unidad de Seguros Agrícolas



Pablo Scapín Domínguez es soltero, vive en Malvín, le gusta el fútbol, juega asiduamente en la Liga Universitaria y disfruta mucho las salidas con amigos.

1) ¿Desde cuándo está vinculado a SURCO? Quisiéramos nos describiera cuál ha sido su experiencia en la empresa y cómo ha incidido en su desarrollo dentro de la Empresa.

Ingresé a SURCO hace 10 años y comencé a realizar tareas en el Departamento Comercial de Seguros de Vida. En ese momento era el único rubro que SURCO desarrollaba.

Al ingresar no tenía ningún conocimiento sobre seguros, pero con las capacitaciones que la empresa brinda a sus funcionarios cuando ingresan, y con la experiencia diaria del trabajo, fui adquiriendo ese conocimiento y comprendiendo el funcionamiento de los seguros de vida.

Luego de 5 años de mi ingreso a la Compañía se creó la Unidad de Seguros Agrícolas y fui asignado para realizar las tareas de administración y gestión en la misma.

En ese momento mi desafío era poder incorporarme rápidamente a la Unidad y entender el funcionamiento del seguro agrícola en un lapso corto de tiempo, ya que el producto estaba desarrollado y funcionando. Lo que me ayudó

mucho fueron los conocimientos brindados por el Ing. Agr. Carlos Rivera, quien tiene un amplio conocimiento sobre los temas agrícolas y perfil docente, lo cual hizo mucho más fácil la comprensión de temas sobre los cuales yo no tenía ninguna experiencia.

2) Hablamos de soluciones integrales a los problemas de los clientes. ¿Cuál es el servicio que brinda la Empresa desde el área de Seguros Agrícolas? ¿Cuál es el valor agregado para el cliente?

En SURCO brindamos un muy buen servicio a nuestros clientes con productos confiables y de calidad. Creo que la Unidad de Seguros Agrícolas ha tenido un crecimiento importante desde que se creó hasta la fecha, justamente por la vocación que tiene la compañía por el buen servicio, lo cual ha hecho que a la fecha seamos líderes en el mercado de seguros agrícolas. Por ejemplo: una demostración de transparencia, es la creación de un Manual de Peritaje que es entregado al cliente cuando contrata un seguro; y es la única Aseguradora que lo hace en nuestro país. De ésta manera el cliente siente y sabe que el producto que le está ofreciendo SURCO es confiable.

La tecnología, desde el punto de vista informático, también ha sido un servicio de calidad brindado a los administrativos de nuestros clientes/agentes y a nuestros corredores. Hace más de 3 años que SURCO desarrolló un software para poder realizar las solicitudes a través de una página web, lo cual hace mucho más ágil y seguro el ingreso de las mismas, y permite un mejor control de las solicitudes ingresadas en cada zafra.

En la Unidad también se han desarrollado coberturas que no existían en el Uruguay, coberturas que eran demandadas por los productores; y las mismas se crearon para satisfacer esas demandas. Para ello se dio mucha participación a los clientes, escuchando cuáles eran sus necesidades, y creo que esto ha sido percibido por ellos luego de haber contratado estas nuevas coberturas y comprobado que funcionan cuando son necesarias. Estas líneas de trabajo -transparencia, innovación, profesionalismo- han permitido el desarrollo del seguro agrícola, en el marco de un aumento de la agricultura nacional.

3) ¿Cómo se vinculan éstos servicios con el resto de los servicios que brinda la Empresa?

SURCO aspira a ofrecer a sus asegurados un servicio integral en todas las áreas del seguro. En tal sentido la Unidad Agrícola colabora con las otras Unidades de la empresa, así como recibe el apoyo de las mismas.

4) ¿Cuáles son los aspectos más destacables de su experiencia en SURCO? ¿Tiene alguna experiencia que le gustaría compartir con los lectores?

Luego de 10 años trabajando en SURCO destaco el crecimiento en lo humano y en lo laboral, ya que trabajar en una Compañía con principios cooperativos hace que uno pueda estar tranquilo y confiado de que está ofreciendo un buen producto a los clientes y está respaldado por la Empresa. También destaco el grupo humano, las personas que hacen SURCO, compañeros y amigos que siempre han tenido la "camiseta puesta". En estos últimos años fuimos sometidos a un gran stress laboral a causa del crecimiento, pero lo hemos podido sobrellevar gracias a un gran trabajo de equipo -lo cual genera motivación para ir solucionando los problemas- y a un excelente clima laboral.

DÉBITO DIRECTO CON TARJETA DE CRÉDITO

DÉBITO BANCARIO

DÉBITO DE SUELDO

