

Matías Llosas



Janna Remes



Ignacio Belauzarán



Riesgos emergentes

Reto de innovación para la industria

• Gestionarlos como los tradicionales sería una costosa equivocación, advierten en Convención de Aseguradores 2019

• Exhortan a las compañías a identificarlos y entenderlos **pág. 18**



Asegurados a la espera de un trato comercial similar al de las big tech

pág. 4

Agilidad directiva, la nueva divisa para hacer negocios

pág. 16



Victor Esquivel

Oferta del seguro lejana de lo que el cliente quiere y necesita

pág. 17



Pablo Márquez

COLUMNISTAS



¿Regulación diferenciada?

Genuario Rojas

pág. 8



¿Somos realmente responsables?

Mariana Hernández

pág. 27



Guadalajara quita primer lugar a Ecatepec en robo de autos asegurados

pág. 26

SECCIONES

EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
SE DICE...	6
HDI UNA DÉCADA	9
A RIESGO PROPIO	20
DESDE EL IMESFAC	21
AMASFAC	22
NEUROCIENCIAS	24
REFLEXIONES	27



/elasegurador.periodico



@ElAsegurador



ELASEGURADORmx



ElAsegurador

MAPFRE lleva a cabo Convención Regional 2019 en la Ciudad de Chicago

El pasado mayo, se llevó a cabo la Convención Regional 2019 de MAPFRE LATAM Norte, evento que tuvo sede en la Ciudad de Chicago del 11 al 14 de mayo y donde se contó con la participación de Agentes, brokers, Corredores, Funcionarios y CEO's de diferentes países de MAPFRE a nivel Latinoamérica.

La convención albergó a más de 600 convencionistas de los 8 países que conforman la región como Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y República Dominicana, dentro de los cuales se contó con la presencia de Jesús Martínez Castellanos, CEO de MAPFRE México y LATAM Norte, que en compañía de los ganadores disfrutaron de 4 días llenos de actividades y sorpresas que MAPFRE preparó para consentir a sus invitados.

La convención inició el sábado 11 de mayo con el arribo de los invitados al Hotel Hilton Chicago a lo largo del día.

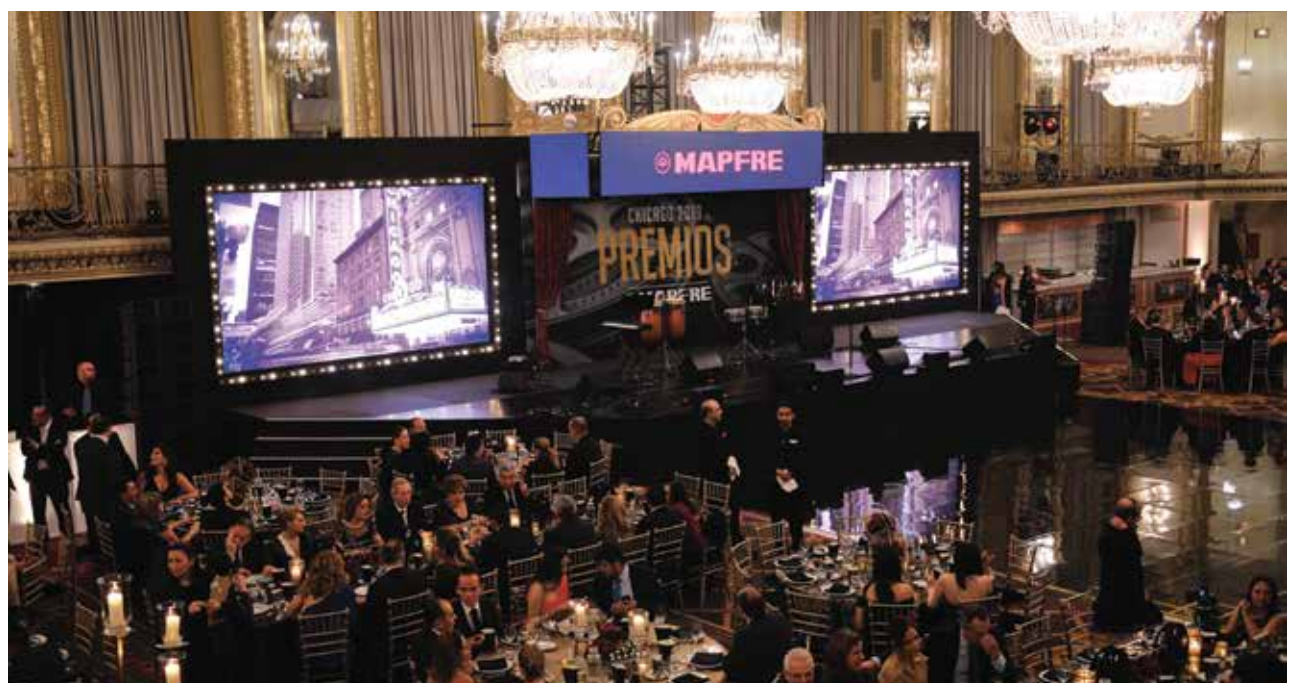
El domingo 12 de mayo, los convencionistas iniciaron el día muy temprano para dividirse en dos grupos y poder disfrutar de la Ciudad de Chicago. El primer grupo comenzó el día con un tour al Double Decker para posteriormente disfrutar de una riquísima comida en el famoso y tradicional restaurante Giordano's, mientras que el grupo dos, realizó un tour por los recintos más importantes de la Ciudad y concluyeron con una comida en River Roast, un restaurante emblemático de la misma ciudad.

Como parte de la agenda, la noche del domingo



12 de mayo, MAPFRE dio inicio con la Ceremonia de Premiación donde se ofreció un Coctél en el Normandie Lounge para posteriormente dar paso la cena de gala en el lujoso Grand Ballroom dentro del mismo Hotel, donde los agentes disfrutaron de una extraordinaria noche al estilo del glamour de Chicago de los años 20's. La velada comenzó con

un show del musical Chicago y posteriormente se llevó a cabo la premiación, donde se reconocieron a los mejores agentes por su trabajo, trayectoria y dedicación de cada uno de los países; dicho reconocimiento fue entregado por Jesús Martínez Castellanos CEO de MAPFRE México y LATAM Norte y el CEO de cada país.



Fundación MAPFRE premia a emprendedores de México y Colombia por sus propuestas de Innovación Social

El objetivo de estos galardones es apoyar e impulsar soluciones innovadoras con gran potencial de impacto social



Ciudad de México a 07 de junio de 2019. Fundación MAPFRE, ha dado continuidad en su estrategia de apoyar a los innovadores sociales y a sus ideas, poniendo en marcha la 2ª edición de los Premios Fundación MAPFRE a la Innovación Social, iniciativa con la que busca apoyar propuestas con gran potencial de impacto social, en línea con el compromiso de disrupción tecnológica y que necesiten un impulso. Esta edición de los premios mantiene el formato inicial de competencia. La convocatoria, que comenzó en diciembre de 2018 en torno a tres regiones geográficas, recibió más de 230 registros de proyectos creados por científicos, investigadores, emprendedores y estudiantes de universidades y escuelas de negocio de México, junto con otros países de América Latina y Europa. De estas postulaciones se seleccionaron a los 26 semifinalistas que participaron en las eliminatorias regionales.

"Hoy todo el entorno está en movimiento y el intercambio de conocimiento nos enriquece. A través de esta iniciativa de Fundación MAPFRE buscamos combinar la voz de jóvenes innovadores con expertos en el

sector, para llevar al siguiente nivel sus ideas que habrán de aportar importantes soluciones a la sociedad" afirma Itzel Contreras, responsable de la Fundación MAPFRE en México. Los ocho semifinalistas de América

Latina presentaron sus proyectos ante el jurado, demostrando la capacidad de llevar a cabo su proyecto y el carácter innovador del mismo. Representando a México participaron 2 propuestas; la primera en la categoría Mejora de la Salud y Tecnología Digital (e-Health), consistente en un guante que permite a un profesional médico conocer rápidamente el estado del corazón de una persona y reducir considerablemente el tiempo crítico de atención. La segunda fue en la categoría Movilidad Sostenible y Seguridad



México participó en la semi-final con proyectos de tecnología para la mejora de la salud, con movilidad sostenible y seguridad vial

Vial, consistente en una plataforma web que ofrece información georeferenciada sobre el grado de peligro en entornos escolares gracias a la participación ciudadana. El jurado de 6 miembros, con relevancia profesional y experiencia en proyectos transformadores, estuvo

conformado por Jesús Martínez Castellanos, CEO Regional de LATAM NORTE en MAPFRE; Mario Romero, Managing Director de Impact HUB Ciudad de México; Brenda Villegas, Líder de la iniciativa de Niñez y Juventud para Ashoka México, Centroamérica y el Caribe; Carolina Franco, Líder de Estrategia en TOUSHKA CAPITAL; Gustavo Fernández, Project Lead/Engagement Director de IE's Social Innovation Center y Veronique Billia, Strategic Alliances Director de Endeavor México.

Daniel Aragón, mexicano que presentó "Ecglove", un guante que permite a un profesional médico conocer rápidamente el estado del corazón de una persona y reducir considerablemente el tiempo crítico de atención; Sergio Andrade, mexicano que presentó "Caminito de la Escuela", una plataforma web que ofrece información georeferenciada sobre el grado de peligrosidad de los entornos escolares gracias a la participación ciudadana; y Maribel Torcat, colombiana que presentó "MIBKCLUB", una solución que busca estimular a las familias a re-direccionar el presupuesto para formar ahorros y adquirir seguros, fueron los tres proyectos finalistas de la región.

Los ganadores se sumarán a los otros 6 de Brasil y Europa para participar en la gran final, donde recibirán sesiones presenciales de coaching y la membresía para formar parte de la RED INNOVA. Al final, el objetivo será hacerse acreedor de uno de los tres premios por 30,000 euros para financiar e impulsar su innovadora propuesta.

MAPFRE presenta los principales retos del sector salud en su 6^{to}. CONGRESO DE SALUD



Ciudad de México, del 23 al 26 de mayo.- En el marco del 6to Congreso de Salud de MAPFRE, llevado a cabo en Puerto Vallarta, Jalisco, se presentaron los principales retos en materia de salud que existen en México, con el objetivo de crear sinergia para el aprovechamiento de la tecnología médica con un servicio de calidad que reestablezca y mejore la salud de los pacientes en el país.

El sistema de salud mexicano se divide en privado y público. La primera rama la componen los servicios de pago de bolsillo y las aseguradoras

privadas, mientras que la segunda está compuesta por todas las instituciones dependientes de la Secretaría de Salud y el Seguro Popular, así como el IMSS, ISSSTE, PEMEX, SEDENA y SEMAR. Una estructura fragmentada como esta limita la distribución del 6.2% del PIB que se destina al gasto público, cifra que se queda corta si se compara con el promedio de 9.3% de la OCDE.

Por esta razón MAPFRE creó el programa Gestor Salud, una herramienta de asistencia digital disponible en todo momento, con una base de conocimientos extensa que permite a los pacientes consultar dudas sobre su enfermedad o tratamiento en cualquier momento y, si requieren atención más personalizada, ponerlos en contacto con el



médico adecuado en el menor tiempo posible.

"Hoy, más que nunca, necesitamos de todos los eslabones de la cadena que componen la salud en México, de la experiencia de quienes llevan años atendiendo pacientes, de la innovación de quienes apenas comienzan este camino, de la compasión que nos lleva a de-

dicarnos a este campo tan romantizado a lo largo de los años, para que así podamos contribuir al fortalecimiento de nuestro sistema". Comentó Denris Ordoñez, Director Ejecutivo de Operaciones en MAPFRE México.

Dentro de los compromisos que tiene la empresa, es promover el empoderamiento de distintos sectores del sistema, la mejora continua de los servicios, servir a poblaciones vulnerables a través de la Fundación MAPFRE y la continua actualización y capacitación de los médicos del país quienes son, el eje fundamental para que el sistema de salud funcione.

Es así como, la compañía refuerza su compromiso de ofrecer la mejor calidad de atención en salud posible, forjando una red de alianzas hospitalarias con instalaciones certificadas que permiten ofrecer mejores opciones de tratamiento. Como resultado de este trabajo conjunto, se creó el Código MAPFRE, que tiene como único objetivo salvar vidas, un sistema de atención rápida del infarto única en la industria. Asimismo, el éxito de este proyecto ayudará a marcar la pauta para desarrollar otros similares a través de relaciones de sinergia con equipos de todo el campo de la salud.





La velada concluyó con una cena a tres tiempos y posteriormente un grupo de música latina que amenizó la noche y la cerró con broche de oro.

El lunes 13 de mayo, cada grupo concluyó los tours restantes y por la noche asistieron a la fiesta de clausura en el icónico House of Blues, donde la música y el baile y pos supuesto el blues, no pudieron faltar para cerrar esta maravillosa experiencia.

Los invitados de MAPFRE regresaron felices y con mucha expectativa para formar parte de la Convención Regional 2020 que se llevará a cabo en México con motivo del 30° aniversario de la Aseguradora en el País.



Los ganadores Fueron:

Costa Rica

Correduría Coopeservidores

El Salvador

C Y R CONSULTORES, S.A.

Guatemala

Aprofisa

Honduras

Unity Interbroker

México

Daniel Vega

Nicaragua

Lissandra Zeledón

Panamá

Platinum Insurance

República Dominicana

Ros y Asociados S.R.L.





Riesgos emergentes

Reto de innovación para la industria

• Gestionarlos como los tradicionales sería una costosa equivocación, advierten en Convención de Aseguradores 2019

• Exhortan a las compañías a identificarlos y entenderlos **pág. 18**



Asegurados a la espera de un trato comercial similar al de las big tech

pág. 4

Agilidad directiva, la nueva divisa para hacer negocios

pág. 16



Oferta del seguro lejana de lo que el cliente quiere y necesita

pág. 17



COLUMNISTAS



¿Regulación diferenciada?

Genuario Rojas

pág. 8



¿Somos realmente responsables?

Mariana Hernández

pág. 27



SECCIONES

EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
SE DICE...	6
HDI UNA DÉCADA	9
A RIESGO PROPIO	20
DESDE EL IMESFAC	21
AMASFAC	22
NEUROCIENCIAS	24
REFLEXIONES	27



/elasegurador.periodico



@ElAsegurador



ELASEGURADORmx



ElAsegurador

#Innovación #Riesgos



A PROFUNDIDAD

Prioridades de Consejos de Administración 2019

El mundo está atravesando el umbral de una nueva época, la era de la disrupción, la innovación, las nuevas tecnologías, los consumidores proactivos. Escenarios de este tipo constituyen todo un desafío para la transformación de las organizaciones. Ante ello, el Consejo de Administración de las empresas está llamado a desempeñar un papel mucho más activo en la supervisión de la estrategia corporativa y la administración de sus riesgos.

Así lo advierte el documento titulado *Principales prioridades de los Consejos de Administración 2019*, editado por EY. En este análisis, la consultora afirma que factores como las tecnologías digitales emergentes, la convergencia de la industria, la transformación de la fuerza de trabajo, las nuevas actitudes y necesidades de los consumidores, el incremento del riesgo climático, la menor confianza en las organizaciones, la polarización política, la creciente desigualdad de ingresos y muchas otras megatendencias están redefiniendo el entorno actual de negocios.

En México, la función de las personas que integran los consejos de administración también se ha transformado. Hoy su labor de consejería ya tiene voz y voto, pero también responsabilidad legal, por las decisiones que dentro del órgano esbochen.

Como resultado de ello, la agenda del Consejo de Administración está sobrecargada, y las responsabilidades de los consejeros son cada vez mayores. Para ayudar a este órgano rector de las organizaciones empresariales a superar los desafíos futuros, EY, por medio del Center for Board Matters, presenta las cinco prioridades de todo Consejo de Administración para 2019.

1. Entender el enfoque dual de la estrategia.
2. Transformar el gobierno de la administración de riesgos.
3. Acelerar la agenda de talento y activar la cultura como un activo estratégico.
4. Fortalecer la comunicación y el compromiso con las partes interesadas.
5. Continuar mejorando el desempeño del Consejo de Administración.

Si desea conocer A Profundidad cada una de estas prioridades, ingrese a www.anuarioseguros.lat y ubique el documento en la categoría titulada Reportes.

EDITORIAL

SEGUROS Y LOS NUEVOS RIESGOS

En el pasado quizá fue impensable la posibilidad de que llegara el día en que una industria tan antigua y tradicional como la aseguradora se viera en la necesidad de examinar riesgos derivados del veloz avance de la ciencia y la tecnología. Estos riesgos (que hemos convenido en llamar *emergentes*) plantean ya una serie de retos para el sector, para las compañías y, sobre todo, para las profesiones que diseñan los productos y se encargan de gestionarlos, pues tal labor se debe desempeñar con la certeza de que todo está técnicamente fundamentado.

Tales riesgos, que por el hecho de proceder de cualquier parte y aparecer en todo momento podemos calificar como *ubícuos*, bosquejan para la industria aseguradora un futuro de ardua tarea y creatividad sin parangón para identificar la naturaleza del peligro que encierran, entender su alcance y proponer soluciones eficientes de cobertura para las áreas ecológica, económica, política, sanitaria, cibernética, entre otras.

Dichos riesgos podrían llegar a ocasionar, en un solo evento, consecuencias de una dimensión incalculable por la celeridad con que ocurren, y obligan a los aseguradores a crear coberturas inéditas y eficientes que al mismo tiempo salvaguarden la solvencia de las instituciones e impulsen su crecimiento.

Se afirma que de poco serviría tratar este tipo de amenazas empleando prácticas y metodologías antiguas y usando fuentes de información incompatibles con la espontaneidad y velocidad de los riesgos emergentes. Y, puesto que es evidente que ello será así, se hace necesario integrar al acopio de información fuentes de mayor frescura e inmediatez. En este campo, la gestión tradicional de los datos es definitivamente obsoleta.

Lo anterior significa que debe operarse siempre con información actualizada para ponderar su peligrosidad y, mediante la técnica adecuada, llegar a un costo de aseguramiento de los riesgos emergentes que favorezca a las partes, lo cual plantea un reto no solo para las compañías y los especialistas, sino también para las autoridades. Aquí la regulación jugará un papel esencial.

La generación de estadísticas confiables ha sido un reto tradicional del sistema asegurador mexicano, al grado de poder decir que se trata del verdadero talón de Aquiles de la industria local; aunque, cabe decir, la experiencia mundial traída por filiales, reaseguradoras, corredores de reaseguro y firmas

consultoras ha ayudado a sortear las dificultades, si bien muchas veces con todos los costos a cargo de los asegurados.

Hoy las cosas lucen diferentes, y se acepta que los riesgos emergentes no son un reto particular del sector asegurador de un país, puesto que la globalización ha provocado desde hace tiempo efectos sistémicos, sobre todo cuando la que se equivoca es una entidad de presencia multinacional.

Estudiosos del daño que pueden causar los riesgos emergentes sugieren



cambiar el paradigma respecto del acopio de información y consultar fuentes generadoras de datos frescos, como las redes sociales, que reflejan los gustos de los usuarios y las tendencias de las amenazas que se generan diariamente. Con una lectura minuciosa y una clasificación adecuada, estos medios de interacción pueden ser materia prima de gran valor para ponderar el efecto de la nueva clasificación de peligros.

En este contexto, la capacidad de entender los riesgos del nuevo entorno es otra de las tareas vitales del sector, porque no solo cambian las contingencias, su repercusión y su origen, sino también los consumidores que las padecen. Una desactualización en este renglón podría ampliar la brecha de aseguramiento, en lugar de reducirla.

No cabe duda de que el seguro vive hoy el desafío de transformar su naturaleza para poder cubrir a cabalidad los riesgos tradicionales y los emergentes a partir de la obligación de investigar, conocer y comprender los riesgos. Esto es lo que se llama un *manejo efectivo de la administración integral de riesgos*.

¿Amenaza? ¿Oportunidad? Como quiera que sea, plantar cara a este conjunto de amenazas inaugurales para atenuarlas y restarles eficacia es el cometido de la industria aseguradora, y dentro de semejante empresa no se puede permitir descuido alguno. Sí, se trata de todo un reto a la innovación y a la definición empresarial.

#Editorial

DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

Editado y distribuido por:
PEA COMUNICACIÓN,
S. DE R.L. DE C.V.
Insurgentes Sur 933, 2º Piso, Desp. 201 y 202,
Col. Nápoles, 03810 CDMX, México.
Tels.: 3626 0495, 3626 0498, 5440 7830 y
5440 7831 / Lada sin costo: 01800 821 9393.
www.elasegurador.com.mx

FUNDADOR

Genuario Rojas Mendoza
genuario@elasegurador.com.mx

CONSEJO EDITORIAL

Claudia Elena Aragón
Verónica Alcántara
Luis Barros y Villa
Hugo Butrón
Ethel García
Jozabeth Hernández Barrón
José Abraham Sánchez

DIRECTOR GENERAL

César Rojas Rojas
crojas@elasegurador.com.mx

EDITOR EN JEFE

Luis Adrián Vázquez Moreno
lavazquez@elasegurador.com.mx

REDACCIÓN

Marcos Medina Durán
mmedina@elasegurador.com.mx
Alma Gabriela Yáñez Villanueva
a.yanez@elasegurador.com.mx
Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

FOTOGRAFÍA

Reymundo Martínez Merino
rmartinez@elasegurador.com.mx

DISEÑO

Claudia Araceli Rojas Rojas
Mitzi S. Hernández Jiménez
produccion@elasegurador.com.mx

COORDINADORA DE PUBLICIDAD

Paola Mendoza Medina
paola.mendoza@elasegurador.com.mx

PUBLICIDAD

Patricia Álvarez Rivera
Xanath Sánchez Ceballos
Aneken Zaldivar Jaramillo

ADMINISTRACIÓN

Briza Islas Yáñez
administracion@elasegurador.com.mx

SUSCRIPCIONES

Mayra Solís Tenorio
suscripciones@elasegurador.com.mx

ASESORÍA JURÍDICA

Lic. Gerardo Trigueros Gaisman

EL ASEGURADOR, periódico quincenal con circulación entre profesionales y empresas de los sectores asegurador, afianzador y ejecutivos de la industria, el comercio y los servicios de la República Mexicana y de seguros y fianzas en el extranjero. Número de reserva al título en Reservas de Derechos de Autor 58-85; núm. de Certificado de Licitud de Título 2500 y núm. de Licitud de Contenido 1601. Registro postal Núm. PP09-1528. Autorizado por Sepomex. Impreso en: IMPRENTA DE MEDIOS S.A. de C.V. Av. Cuicuilhuac 3353, Col. Ampliación Cosmopolita, Delegación Azcapotzalco, C.P. 02670, Ciudad de México. Tels. 5355 7794 y 5355 6702.

Año XXXV No. 832

Miembro activo de



Visítanos en:

www.elasegurador.com.mx


#ConvenciónAMIS #Innovación

Liderazgo disruptivo, requisito para satisfacer las necesidades del consumidor actual

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

La aplicación de métodos innovadores otorga originalidad y dinamismo a las empresas. Para lograr este carácter innovador en sus procesos, es imperativo que las organizaciones se adapten y pongan en marcha un estilo de liderazgo disruptivo con el que podrán dar respuesta a las necesidades del consumidor final, aseguró Marcela Flores, CEO de Lockton México.

Flores presentó sus reflexiones en una charla denominada "Liderazgo ante las nuevas generaciones y las profesiones del futuro", que se llevó a cabo como parte de los trabajos de la 29ª Convención de Aseguradores, organizada por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

La especialista en capital humano precisó que las organizaciones deben usar procesos de innovación centrados en el usuario. Además aseveró que deben observar, realizar pruebas y prototipar la forma en que llegarán a los consumidores finales; por ello, las empresas tienen que adaptarse y cambiar constantemente sus procesos de gestión y operación. Todo esto las acercará a cumplir con su cometido.

"Dentro de las empresas requerimos un liderazgo disruptivo que necesaria-



Marcela Flores

Las instituciones de seguros deben aplicar procesos innovadores centrados en los gustos del usuario

mente debe contar con nuevas habilidades y perfiles. La innovación es importante para llegar a nuestro consumidor, pero el proceso también debe dirigirse hacia lo interno de la organización para así poder diseñar e instrumentar de la manera correcta y dirigirlo íntegramente hacia lo que requiere el usuario final", explicó Flores durante su ponencia.

La CEO de Lockton México señaló que frente a este cambio de paradigma los colaboradores ya no se adaptan al estilo del líder, sino que es el propio líder quien debe adecuarse a las características de cada uno de los integrantes de su equipo para que de esa manera puedan analizar y evaluar las necesidades personalizadas de sus consumidores.

"Nosotros creemos que parte de este proceso de cambio consiste en que los

líderes de las organizaciones tenemos la gran responsabilidad de implementar metodologías adecuadas para comprender lo que quiere nuestro usuario final. Para ello debemos voltear a pensar y utilizar las mismas tecnologías en nuestros colaboradores, porque ellos serían nuestro primer usuario final; pero, dentro de la organización y a partir de ahí, debemos llegar a nuestro consumidor final, cuyas necesidades queremos cubrir", detalló Flores.

Por su parte, Hugo Lara, líder de Prácticas Industriales y Consultoría de Korn Ferry, indicó que para lograr una evolución verdadera dentro de las organizaciones los líderes deben actuar de manera diferente respecto a la tradicional. Lo que se desea es que todos los procesos y procedimientos estén adaptados a esta

nueva forma de hacer negocios.

"La respuesta es poner a la gente que sabe innovar. Aunque aclaro que, si no asumimos el proceso de adaptación, de nada servirá que tengas a la persona más innovadora. Es decir, y comparto un ejemplo, puedes traer al mejor jugador del mundo y ponerlo en un equipo; pero, si él no está en las condiciones adecuadas dentro de ese equipo y si no tiene las características y los motivadores apropiados, es improbable que su talento y destrezas funcionen", recaló Lara.

Para finalizar, el ejecutivo de Korn Ferry recomendó a las empresas entender la forma en que actúan las personas para que de esa manera puedan concebir que hoy en día existen consumidores más exigentes que cuentan con mucho más opciones en el mercado para elegir.

"Las organizaciones deben comprender que el ciclo de vida de los productos es más rápido que en épocas anteriores, y aquí es fundamental contar con procesos transformadores que permitan atender y cubrir a ese nuevo usuario final. Eso es lo que llamamos *la tasa de adopción y el ciclo de innovación de los productos*. Insisto: los productos se están innovando a una velocidad nunca antes vista, y eso nos obliga a trabajar con mayor rapidez para lograr los objetivos que nos planteamos como compañía", cerró Hugo Lara.

SAO Sistemas somos un grupo de expertos

dedicados a proveer soluciones tecnológicas para los sectores:

FINANCIERO

ASEGURADOR

AUTOMOTRIZ

You know what,
We know how

www.saosistemas.com
+52 (55) 1107 6319 / +52 (55) 6550 1836

Amazon, Facebook y Google transforman su oferta de consumo, y el cliente de seguros espera lo mismo

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Con tan variadas las formas de obtener información de valor de los consumidores que constituye un desperdicio utilizar ésta solo para determinar el tipo de seguro que se ofrecerá o para calcular su riesgo. Es necesario que la riqueza del acopio de tantos datos disponibles en el mercado digital se oriente a diseñar esquemas de servicio y consumo que adviertan y cambien radicalmente las expectativas del cliente en toda la cadena de valor. Uber, Facebook y Amazon ya lo hacen, y los clientes están a la espera de una respuesta semejante por parte de las compañías de seguros.

Esto dijo Stephen Goldstein, vicepresidente líder de

Experiencia del Cliente en RGA, al hablar de "Innovación en toda la cadena de valor del seguro de Vida y Salud. Aprovechamiento de datos y tecnología" durante la 29.ª Convención de Aseguradores, de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

Stephen Goldstein agregó que una de las encomiendas centrales en las que deben ocupar el tiempo las aseguradoras es descubrir cuáles son tales expectativas, qué coberturas están buscando en realidad los consumidores (en lugar de intuirlos), cómo quieren verlas y adquirirlas y, además, lo que será toda una tendencia, cómo personalizarlas.



Stephen Goldstein

Lo anterior es todo un desafío, aseguró Goldstein, porque en realidad los seguros no han cambiado tanto a lo largo del tiempo como lo han hecho los consumidores. Por un lado, existe el universo de los millennials, que buscan y exigen formas innovadoras y diferenciadas de vivir su experiencia de consumo; pero también hay otro nicho de mercado: los que se están jubilando, que requieren tratamientos de largo plazo, seguros médicos, preventivos, etcétera.

El cambio en las expectativas del cliente debe palpase en toda la cadena de valor

De tal forma que la industria aseguradora tiene que analizar la mejor forma de utilizar los datos para atender a estos segmentos de mercado; porque, si bien es importante idear nuevas formas de acercarse a las generaciones contemporáneas, también lo es cuidar y visualizar las nuevas necesidades de la generación ya existente para adaptarlas, por medio de plataformas de comercialización adecuadas, a la forma de pensar y de ser de este mercado, apuntó Goldstein.

"Para un universo importante de personas, el uso de la tecnología tiene un significado de cambio y transformación. Y para la industria aseguradora la principal razón de cambiar haciendo uso de lo que la tecnología ofrece obedece a que en realidad no hemos podido emi-

tir pólizas de forma rápida ni tampoco darles servicio a los agentes con la dinámica que exigen los nuevos tiempos.

El mundo está cambiando muy rápidamente; y, si no lo hacemos ya, en el futuro inmediato la desaparición de muchas empresas será segura", indicó el directivo de RGA.

Y el uso de la tecnología y de los datos que se pueden recabar por medio de ella cobra un valor mayor cuando se piensa en que a futuro el diseño de las coberturas se aplicará en gran medida en aquellos seguros que sean personalizados (en lugar de generales) y, además, sumamente flexibles, de modo que el cliente reconozca un cambio en la forma de adquirirlos por el aporte en la experiencia y características personalizadas, y no solo porque la aseguradora le agregó un párrafo al clausulado de la póliza o porque mejoró la carátula del producto, explicó Stephen Goldstein.

La tecnología brinda ahora interesantes aportes a la recopilación de datos a partir del uso de dispositivos que invitan al usuario a cuantificarse a sí mismo, estrategia que facilita el conocimiento del cliente y que echa por tierra la obsoleta práctica de pedirle a una persona que conteste 100 preguntas de un cuestiona-

rio, señaló el expositor.

Stephen Goldstein añadió que, por otro lado, con la información obtenida mediante las plataformas tecnológicas las compañías de seguros pueden elaborar análisis mucho más rápidos de las coberturas que se requieren en el mercado, e incluso pueden crear modelos predictivos que esbozen cuál es la probabilidad y tipo de riesgo para una persona, en lugar de asegurarlo con esquemas de selección que generalmente omiten registros reales de la actividad cotidiana del solicitante.

Para el responsable de Experiencia del Cliente en RGA, la influencia de la tecnología en la situación actual de la industria del seguro constituye una "tormenta perfecta" para un sector que vende miles de millones de dólares en primas pero que recibe constantes llamadas de atención por parte de los usuarios por el nivel tan bajo de satisfacción que ofrece en comparación con el que brindan otros sectores empresariales.

La información obtenida revelará necesidades, pero también inconformidades, y ello representa la oportunidad

para darse a la tarea de construir organizaciones de seguros con valores agregados en cada una de las etapas de la cadena que le permitan al consumidor obtener las bondades y beneficios que ha estado buscando, explicó el conferenciante.

Y, en esta carrera por el mejoramiento, las startups están cumpliendo un papel muy interesante en el objetivo de que las compañías de seguros perfeccionen su servicio y distribución.

Finalmente, el directivo de RGA hizo una invitación a reflexionar en dónde está parada la industria hoy para que los desafíos en los rubros señalados se conviertan en oportunidades. En resumen, subrayó, es importante que todos vean qué está haciendo hoy el sector y digan cuál es el área más importante y con los mayores desafíos para el cliente. "Enfóquense en resolver eso, y la siguiente tarea será decidir qué quiero construir partiendo de los hallazgos".

Como nunca antes, las variantes para obtener información del cliente están disponibles

Suscríbete a nuestro canal 



La mejor información de seguros, reaseguros y administración de riesgos

 ELASEGURADORmx

Más de 70 % de los proyectos de transformación digital no cumple sus objetivos y tampoco son exitosos

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

Rodrigo Aburto Escandón fue tajante: más de 70 por ciento de los proyectos de transformación digital no cumple sus objetivos. Con esta frase, el socio de Asesoría y Servicios Financieros en México y Latinoamérica de EY inició su participación en la 29.ª Convención de Aseguradores, encuentro que auspició la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

En su exposición, titulada *Enfrentando los riesgos de la transformación digital*, Aburto Escandón detalló, de forma muy clara, las lecciones más importantes para revertir los peligros asociados al cambio tecnológico que hoy experimentan todas las industrias y lograr que un proyecto de transformación digital sea exitoso.



Rodrigo Aburto

que tiene que llegar desde la dirección general y contar con su patrocinio: "Si en la alta dirección no están comprometidos con la transformación digital, va a ser muy difícil".

Inquirido sobre qué es lo primero que nos pasa y qué vemos en los proyectos de transformación digital, el expositor respondió que "hay una falta de entendimiento en la organización sobre este concepto, que es un producto que en algún momento alguien muy inteligente

inventó, hizo algunos libros y que se ha masificado".

Aburto Escandón también hizo hincapié en la estrecha relación que existe entre la transformación digital y la gestión de riesgos.

Esto tiene gran relevancia porque la estrategia general debe incorporar un proceso para establecer metodologías de alto nivel y traducirlas en objetivos detallados a corto plazo en el plan de negocio. La identificación efectiva del riesgo

operativo también debe considerar los avances tecnológicos que podrían dañar la operación.

Por otro lado, la definición de los recursos (tanto tangibles como intangibles) necesarios para llevar a cabo las estrategias empresariales debe incluir los canales de comunicación, sistemas operativos y canales de distribución.

Se deben evaluar asimismo los efectos derivados de los cambios en el entorno tecnológico y competitivo.



Ayúdalo a vivir un viaje de ensueño

Con Rutas y Destinos recorrer el mundo de manera segura y sin preocupaciones es posible.

 Insignia LifeSM
El seguro de tu vida[®]

    www.insignialife.com (55) 3088 3663 01 800 00 55555

- Falta de entendimiento, patrocinio, acuerdo y enfoque común de la transformación digital en la organización.** Se debe entender que todas las partes de la organización convergen en el objetivo de la transformación digital: todos estamos en el mismo canal.
 - Visión limitada, con poca ambición ante la transformación.** La visión debe ser ambiciosa: si queremos transformarnos. Sean sinceros con ustedes mismos; nuestro proyecto es de mejora, nuestro proyecto es de eficiencia, nuestro proyecto es de mantenimiento; porque, si no, comprometerse con un proyecto de transformación digital, cuando éste no es tal, les genera mucho estrés a ustedes y a la organización.
 - Considerar el empoderamiento y diversidad de los clientes.** Poner al cliente siempre en el centro. Definan al cliente y pónganlo siempre alrededor de todos los procesos; y, si un proceso no agrega valor, evalúenlo.
 - Abordar la transformación solo desde el eje tecnológico.** Se deben considerar todos los ejes de la transformación digital, y no solo la parte tecnológica.
 - Equipos de trabajo sin las herramientas adecuadas y sin la cultura necesaria para afrontar la transformación digital.** La gente y los equipos de trabajo: si la gente no está preparada para concretar un proyecto de transformación digital, créanlo, no se va a lograr.
- El analista prosiguió comentando que se trata de un proceso continuo, estricto,

SE DICE...

Genuario Rojas M.
@GenuarioRojas

César Rojas
@pea_crojas

► MDRT Annual Meeting

MIAMI, FL.- El Miami Beach Convention Center fue la sede del MDRT Annual Meeting, acto que reunió a más de 11,000 de los mejores agentes de seguro de Vida del mundo. Se realizaron cuatro jornadas de aprendizaje y desarrollo personal y profesional. Quizá un poco más desahogado que el del año pasado en Los Angeles, el ambiente que se vivió esta vez retomó mucho de la esencia de la MDRT de años anteriores. *El Asegurador* es el único medio de habla hispana que ha cubierto este evento desde 2006 sin interrupción; y durante ese tiempo, como todo, la organización del encuentro ha tenido sus altas y sus bajas. Lo que sí es patente es la inclinación actual por la tecnología, preferencia manifiesta no solo en la nula utilización de papel a través de la app, sino también en el rastreo GPS de cada uno de los asistentes para constatar su presencia dentro del recinto.

Además de los temas de primer nivel expuestos en la plataforma principal del evento, en esta ocasión la participación de Diego de la Mora, Samir Chamán y Andrea Alcalá en el panel de Productores Top demostró que los agentes mexicanos y latinoamericanos en general nada tienen que pedir en cuanto a calidad y buenas prácticas a ningún país del mundo. Fue para nosotros un gusto muy grande conversar en privado con Regina Bedoya, quien a partir de septiembre se convierte en la primera persona de origen latino que preside esta importante organización. Según nos cuenta, esto ha cambiado la naturaleza del Comité Ejecutivo, hoy conformado por agentes de diversas nacionalidades.

Se trata, nos cuenta Bedoya, de una organización con gran fortaleza finan-



Se llevó a cabo en Miami, Florida, la MDRT Annual Meeting, encuentro que reunió a más de 11,000 de los mejores agentes de seguro de Vida del mundo



Socios de la Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones (FIAP), presidida por Guillermo Arthur, se reunieron en un seminario en Santiago de Chile y expresaron su profunda preocupación por la vigencia de la Ley de Retiro en Perú

ciera que piensa constantemente en la manera de satisfacer mejor y agregar valor a su membresía. Por ello, este año realizaron la reunión EDGE, destinada a sus miembros de Estados Unidos y Canadá; mantuvieron la reunión anual que acaba de celebrarse y realizarán la Global Conference en septiembre de este año en Sidney, Australia. La intención es que más agentes vayan a más eventos, y el propósito se está consiguiendo.

Más de 800 agentes mexicanos se dieron cita en esta reunión anual de la MDRT. Provenían de todos los rincones del país y de cada vez más compañías. Da gusto saber y constatar que más empresas están tomando el estándar de calificación de la MDRT como base de desarrollo de su fuerza de ventas. Sin duda, el trabajo de Angélica Pedrero, como responsable de membresía, así como de Diego de la Mora, Country Chair, ha sido fundamental en el sólido crecimiento de esta organización.

Nos encontramos en un ambiente más relajado con algunos miembros del Comité Ejecutivo de MDRT, quienes nos desearon la mejor de las suertes para el primer MDRT Day, que se celebrará en México el próximo 24 de octubre. La misma Regina Bedoya, quien fungirá ya como presidenta de MDRT para encabezar el evento en nuestro país, se mostró muy entusiasmada con la confirmación de más de 500 agentes inscritos al evento. Por ahí pudimos saludar a David Fitz, Álvaro Aldrete, Xóchitl Padilla, Rodrigo Rivera y Andrea Alcalá, listos para aprender más y poder entregar ponencias de nivel MDRT en la cita que tienen en México.

► Pensiones: preocupación

Socios de la Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones (FIAP) acaban de reunirse en Santiago de Chile, en un seminario que

dio lugar a la Declaración FIAP, firmada el 16 de mayo. Esa declaración expresa su profunda preocupación por la vigencia de la Ley de Retiro en Perú, que permite el retiro de una sola vez de 95.5 por ciento de los saldos ahorrados en las cuentas individuales de los trabajadores cuando éstos cumplan las edades legales para acogerse a los programas de pensión o los requisitos para obtener una pensión anticipada. Sostiene la citada federación que esa norma contraviene la razón de ser de los sistemas pensionales, que es postergar el consumo presente para asegurar los ingresos futuros durante la vejez; y recuerda que los sistemas de pensiones se establecen de manera obligatoria, incluso con incentivos tributarios, de manera que es un contrasentido que en el momento en que se inicie el pago de las pensiones se permita el retiro completo del capital ahorrado. Los socios de FIAP manifiestan su preocupación acerca de la forma en que las autoridades peruanas responderán a los pensionados cuando éstos hayan agotado sus ahorros; aunque, probablemente, los congresistas y demás funcionarios que aprobaron esta ley ya no estarán en ese futuro cercano para hacerse responsables ante la situación de quienes no tendrán medios para subsistir en la vejez. Cabe hacer notar, dice literalmente la declaración, que hasta esta fecha, 220,000 personas han retirado un total de 5,134 millones de dólares; de ahí que la FIAP haga notar que esta situación no solo afecta a los trabajadores peruanos, sino que el daño se extiende a los demás países de la Alianza del Pacífico. En efecto, se explica en el documento, frente al incremento de los movimientos migratorios, los países miembros de la mencionada alianza habían avanzado en un acuerdo para la portabilidad de los fondos, a fin de permitir que los trabajadores pudieran traspasarlos a los países que constituyeran su nuevo hogar de residencia. El texto de la declaración concluye señalando que la discusión de este acuerdo se ha visto paralizada por el riesgo de que, por medio de los fondos de pensiones de Perú, los ahorros previ-



Mapfre, encabezada por Antonio Huertas, realizó el Mapfre Global Risks, un evento que congregó a más de 400 administradores de riesgos de todo el mundo

sionales de los trabajadores de los demás países puedan gastarse en propósitos no previsionales. Firmaron la declaración miembros del consejo directivo de la federación, presidida por Guillermo Arthur, entre ellos, José Bernardo González Rosa, vicepresidente del organismo y presidente de la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro (Amafore).

► Tecnología obliga a anticiparse

Mientras tanto, a principios de junio se realizó la vigésimo sexta edición de las Jornadas Internacionales de Mapfre Global Risks, un evento que congregó a más de 400 administradores de riesgos de todo el mundo. La entidad organizadora aprovechó la ocasión para premiar a Riu Hotels & Resorts "por sus políticas



La Asociación Mexicana de Actuarios, A. C. (AMA), que encabeza Crisóforo Suárez, llevará a cabo su Congreso Nacional para tratar temas relacionados con esta disciplina. La cita es en Puerto Vallarta, Jalisco, del 18 al 22 de septiembre del año en curso

NOTITAS EN BREVE

Funcionarios del Sector Asegurador, A. C. (FUSA), llevará a cabo un taller las tardes de los días 10 y 11 de julio en las instalaciones de la firma consultora PwC. El tema que se tratará es Impuestos Diferidos (NIF D-4), Impuestos a la Utilidad. Se examinarán aspectos generales y áreas de enfoque en una institución de seguros; y, luego de trabajar en un caso práctico, se llegará a las conclusiones generales del taller. El desarrollo del programa estará a cargo del contador Leobardo Rodríguez Vidales, director corporativo de Auditoría en Grupo Peña Verde, quien además fue socio de Auditoría de EY y es miembro del Grupo de Trabajo de Gobierno Corporativo de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS). Los interesados deben comunicarse con Sandra Hernán-

dez al correo sandrafusac@prodigy.net.mx

Al cierre de esta edición, el Colegio Nacional de Actuarios, A. C. (Conac), que preside Luciano Devars Dubernard, celebraba elecciones de Consejo Directivo. Todo indicaba que la nueva mesa tendrá como presidenta a Ana María Ramírez. Se prevé que el evento para la toma de posesión se realizará el 19 de junio.

El 20 de junio se lanzará una aseguradora nueva a la arena del mercado mexicano. Su denominación: SPP Institución de Seguros, S. A. de C. V. Ya les contaremos detalles de este logro, que demandó muchos meses de trabajo. Ésta es la ventaja de las empresas que se instalan en países con una visión de largo plazo.

El Congreso Nacional que organiza la Asociación Mexicana de Actuarios, A. C. (AMA), que ventilará temas concretos de esta disciplina, se llevará a cabo

en Puerto Vallarta, Jalisco, del 18 al 22 de septiembre, con una temática centrada en dos ideas: "De los resultados actuariales a la toma de decisiones" y "¿Aportas a la toma de decisiones o eres tú quien las toma?". Presidida por Crisóforo Suárez, la AMA hace hincapié en la importancia que tiene la toma de decisiones de negocio para alcanzar metas de crecimiento, rentabilidad, solvencia y eficiencia operativa, lo cual obliga a prepararse y a comunicarse más y mejor con los funcionarios que se involucran en el concepto.

El Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A. C. (Imesfac), promueve su calendario de actividades para el periodo junio-agosto del año en curso, que incluye diplomados, programas, cursos y talleres que responden a necesidades de personal de compañías y de agentes de seguros y de fianzas. Puede explorarlo entrando a www.imesfac.com.mx

y cultura para la gestión y prevención de los riesgos y la protección frente a ellos", lo cual ocurrió en la clausura, que estuvo a cargo del presidente de Mapfre, Antonio Huertas.

Al concluir el encuentro se dio a conocer que, de manera literal, la tecnología está cambiando la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Aspectos como la ciberseguridad, por ejemplo, están hoy presentes en cualquier compañía, y mucho más en las grandes empresas. En ese contexto, se destacó, debe recalarse que esta realidad, que avanza a pasos agigantados, obliga a la industria aseguradora no sólo a adaptarse a esos cambios, sino a anticiparse y aprovechar las oportunidades que éstos representan para poder ofrecer una propuesta de valor excelente para sus clientes.

"La velocidad del cambio no puede ser un freno para el desarrollo económico y social. El seguro tiene que mitigar los riesgos de todo tipo que se están generando, para que las empresas puedan seguir creando empleo y valor para la sociedad", manifestó Antonio Huertas, quien acto seguido añadió que "el compromiso de Mapfre es estar siempre a la vanguardia de las necesidades del cliente; tener una respuesta aseguradora personalizada para cada cliente, sea cual sea su actividad, que le ayude a gestionar el mundo de cambios constantes en el que nos estamos desarrollando".

A juicio de Huertas, "en el carácter innovador del seguro, algo que ha sido inherente a este sector desde hace décadas, se atisba desde ya que somos una industria que se reinventa constantemente para ofrecer soluciones innovadoras que se ajusten a las nuevas necesidades del mercado".

Huertas expresó con énfasis que la innovación es consustancial al seguro, por lo menos en empresas como Mapfre. De hecho, declaró, "en el nuevo plan estratégico, cuyo lema es 'Transformándonos para crecer y mejorar la rentabilidad', la innovación nos ayuda a ser una empresa más ágil, más avanzada, más eficiente, manteniendo el foco de nuestra atención en los dos principales motores de la actividad: el cliente y la rentabilidad del negocio".

En este foro, que reunió a 400 gestores de grandes riesgos de 25 países, Antonio Huertas destacó la profesionalidad de los equipos de la Unidad de Riesgos Globales para ofrecer el mejor servicio y la mejor propuesta de valor para sus clientes.



¿Tu cliente necesita adaptar su vehículo para mejorar su funcionamiento?

Con la **Cobertura Adaptaciones y Conversiones**, **Quálitas** protege su vehículo, incluyendo todas las adecuaciones que le haya realizado.

Para mayor información, contacta a tu ejecutivo de cuenta **Quálitas**.

Quálitas
COMPAÑÍA DE SEGUROS

25
AÑOS

Aseguramos autos cuidados personas

qualitas.com.mx
ASISTENCIA OPERATIVA QUALITAS
01 800 800 2021



VIVIR SEGUROS®

con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

¿Regulación diferenciada?



Un tema común en toda clase de eventos y reuniones relacionados con el sector asegurador es la necesidad de aumentar la presencia del seguro privado en los diferentes estratos de la sociedad; pero todo indica que no son pocos los obstáculos que deberán sortearse para lograr ese propósito, pues para avanzar es preciso conciliar no solo saberes, sino sobre todo voluntades.

Ya Swiss Re apuntaba un reto mayor en la decimonovena edición de *Sigma* (número 1/2019) dedicada a examinar las tendencias de los mercados emergentes (trabajo que se inició en 1982 y que, dadas las circunstancias, exigió una periodicidad más frecuente a partir del año 2000), cuando plantea: "Para incrementar la penetración del seguro es fundamental establecer una regulación que favorezca el crecimiento".

No es que se desconozcan otros desafíos que deberán ser salvados. De hecho, la reaseguradora en dicha publicación citada los aborda, aunque hace hincapié en la regulación al examinar las repercusiones que el entorno puede arrojar sobre el seguro y al abundar sobre los impulsores específicos del crecimiento de este servicio financiero.

En México, el presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez, ha dicho: "El crecimiento del sector mantiene una vinculación importante con el comportamiento de

mercado y controversias.

Volvamos a los apuntes de Swiss Re. Al entrar en el tema, la firma advierte que, en la búsqueda de menor dependencia del sector público, mayor resiliencia económica de los hogares y desarrollo de determinadas industrias, los gobiernos pueden adoptar políticas que fomenten la contratación de seguros obligatorios, subsidios que hagan ciertos productos más asequibles...

Nadie cuestiona la importancia de estándares elevados de solvencia. Swiss Re tampoco lo hace. Señala que éstos han sido una herramienta importante para garantizar un crecimiento sostenible de los mercados de seguros. Cuando una aseguradora fracasa, indica, todo el sector del seguro lo sufre debido a la pérdida de confianza. Esos estándares sirven para proteger a los tomadores.

En el reporte, la reaseguradora suiza recalca que los requisitos de capital basado en riesgo, por ejemplo, en México son importantes pasos para garantizar la sostenibilidad a largo plazo; aunque reconoce que, en ocasiones, la regulación puede imponer una carga excesiva sobre las compañías, en particular sobre las pequeñas.

Pero la convocatoria de la empresa por medio de *Sigma* es clara: se debe entender que el cumplimiento de esos requisitos garantiza la calidad de crecimiento para el sector y permite a las aseguradoras diferenciarse entre ellas.

Sobre la cosa legal hay mucho que decir. Por lo pronto, habrá que comprar la idea de Swiss Re en cuanto a que, literalmente, los reguladores pueden desempeñar un papel muy importante a la hora de facilitar la innovación en el seguro y mejorar la accesibilidad a esta herramienta mediante la creación de una alternativa que alivie la carga a las compañías en desarrollo.

Es obvio que ninguna legislación es un producto acabado, y más y mejor puede comprenderse esta idea si la supervisión de las operaciones se hace sin distinciones, lo que ya supone serios retos, como practicar una supervisión de alta calidad técnica y moral detectando desviaciones que luego puedan traducirse en propuestas encaminadas a una mejora regulatoria.

Es en este propósito en el que cabe la observación de que será necesario poner en juego no solo saberes (que los hay, y muchos), sino también voluntades, todo lo cual demanda que esas expresiones de apertura al diálogo entre las entidades del Gobierno Federal y los sectores de seguros y de

fianzas se transformen en una práctica común en beneficio de todos. ¿Qué tanto ha escuchado o leído usted acerca del concepto *regulación diferenciada*? Quizá sea hoy el momento de comenzar a ponerle atención; más aún si existe un clima de diálogo productivo y efectivo.

#Opinión

Una década trabajando Para ti

HDI SEGUROS

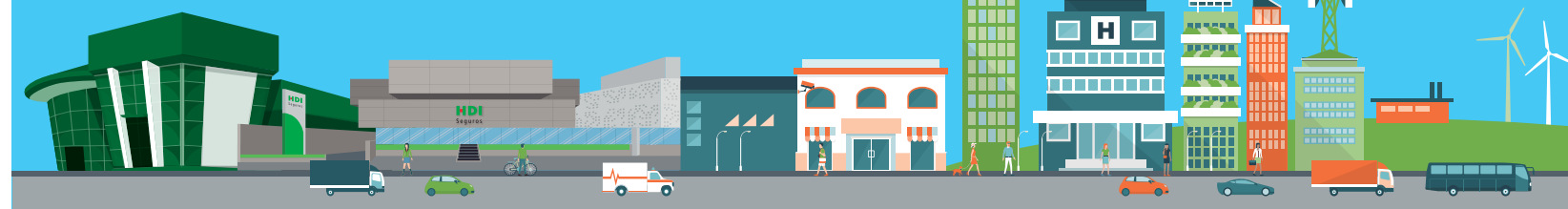
Llegamos a este país en 2009, apostando por el mercado mexicano, que representa una oportunidad de crecimiento para nuestros socios comerciales.

Desde el 2009 hasta 2019
hemos crecido gracias a ti:

Hoy ya aseguramos los autos,
casas y empresas de más de
650 mil clientes.

Con más de **88 oficinas**

y centros de servicio en las principales ciudades del país.



Alcanzamos el **top 5** en autos, asegurando
más de un **millón de vehículos.**

Además, protegemos más de **230 mil casas**
y **125 mil empresas.**



Hoy en día más de

7,400 agentes
crecen junto a nosotros.

Por quinto año consecutivo hemos sido reconocidos por **Standard & Poor's** con la más alta calificación del sector: **mxAAA**; lo que nos reafirma como una empresa mexicana con solidez financiera; por eso, nuestros agentes y clientes pueden confiar en que estaremos con ellos para hacer más fáciles sus momentos difíciles.

Si aún no te unes, conócenos; tenemos grandes planes Para ti.

Hablando De Innovación... somos seguros.

seragente.hdi.com.mx

hdi.com.mx

GSI PROMOTORES PROFESIONALES
GRUPO SEGURIDAD INTERNACIONAL



Felicita a



Desde 1906

La Latino
Seguros

Por estos **113** años de Éxito

Reconociendo el esfuerzo de todo el equipo directivo, en especial al Ing. Rodrigo Amerlinck Assereto y al Lic. Miguel Amerlinck Corsi

la economía". Pero ha matizado que "para lograr la expansión del seguro se requiere un compromiso absoluto de autoridades y aseguradoras y la participación protagónica del consumidor".

Mal no suena eso que sostuvo el funcionario en entrevista para *Revista Mexicana de Seguros y Fianzas* (número 776, de mayo de 2019), y menos cuando afirmó que para alcanzar mayores niveles de penetración "tendríamos que idear un plan muy completo para lograr que el seguro permee sectores de nuestra estructura social que al día de hoy no han sido considerados".

Y en ese punto Ochoa Rodríguez menciona que, como sector, es necesario identificar los instrumentos apropiados para llegar a los nichos poblacionales más vulnerables y evaluar cómo la regulación puede facilitar este proceso. Desde la perspectiva del funcionario, existe el potencial para lograr que el dinamismo de la industria aseguradora sea todavía mayor.

En el mismo número de la revista mencionada aparece una entrevista con Recaredo Arias Jiménez, director general de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), quien señala que Gobierno Federal e industria aseguradora deben hacer coincidir sus agendas e intereses, y llama al sector a unir esfuerzos para evitar distorsiones de

Los reguladores pueden desempeñar un papel muy importante a la hora de facilitar la innovación en el seguro

CONGRESO DE AGENTES OAXACA 2019

5 SEPTIEMBRE
Hotel Misión
Oaxaca

CONGRESO DE AGENTES OAXACA 2019

Por ElAsegurador®

Tu entorno, tu negocio, tu pasión



Desde 2008, El Asegurador se ha comprometido con el desarrollo de eventos de calidad para el sector asegurador en México. Con este espíritu es que diseñamos contenido que ayude a nuestro público a tener un mejor entendimiento del entorno, a obtener ideas que le permitan mejorar en su negocio y que renueven su pasión por realizar el trabajo cada día. Estamos convencidos de que ayudar a informar e inspirar a los asistentes a nuestros eventos, aporta en el cumplimiento de nuestra misión: contribuir al crecimiento del sector asegurador.

A lo largo de los años hemos estado en León, Monterrey, Guadalajara, Tijuana, Mérida y Veracruz, con la asistencia acumulada de miles de agentes de seguros y fianzas que buscan su crecimiento y desarrollo. Hemos tenido la oportunidad de conocer y convivir con personas extraordinarias en el camino. Este año iremos por primera vez a la bella ciudad de Oaxaca, a la cual hemos asistido anteriormente únicamente para reportar los eventos que se realizan ahí.

En esta ocasión, contaremos con la participación de Horst Agata, director general de Gen Re, quien además tiene un perfecto entendimiento de la dinámica del sector asegurador, su proyección a futuro y la importancia que los agentes de seguros tienen como generadores de la mayor parte de los recursos que de alguna manera administra esta industria. También estará en el escenario César Solares, director general de Dale Carnegie México, experto en temas de desarrollo humano, empresarial y de ventas. Quienes han tenido la oportunidad de escucharlo saben que las ideas que presenta son tan profundas como prácticas y pueden transformar la manera en la que vemos las ventas.

Desde ya queremos agradecer a los más de 250 asistentes ya confirmados para el evento, e invitar a quienes quieran pasar unos días agradables en Oaxaca a que nos acompañen. **Inscríbanse ahora mismo, pues el cupo es limitado.**

Contaremos asimismo con Alejandro Candela quien ha desarrollado equipos de ventas como director comercial de empresas de retail, para después convertirse en un coach de ventas con su empresa Help First. Sus ideas son de aplicación inmediata, y tienen como crédito el éxito que han alcanzado en varias industrias. En esta ocasión, nos hemos tomado una licencia para nuestros amigos de Oaxaca y tanto Genuario Rojas, como César Rojas, fundador y director general de El Asegurador, darán una conferencia conjunta donde se abordarán temas de comunicación, innovación y, además, describirán el caso de transición de una empresa familiar, lo cual podría ayudar a entender estos procesos dentro de los despachos de seguros, como los de sus clientes. Finalmente, Andrés Aguilar será el responsable de cerrar la jornada con su experiencia personal, plasmada en su "Teoría del zape". La vocación es algo que no hay que dejar de escuchar y que se manifiesta de distintas y, a veces, divertidas maneras.

Hemos diseñado este programa para que cada asistente pueda llevarse algo de valor, en un ambiente neutral, entre colegas, de quienes normalmente también se aprende mucho durante los recesos de las sesiones.

Nuestros conferencistas



**HORST
AGATA**



**ALEX
CANDELA**

Además

- GENUARIO ROJAS
- CÉSAR ROJAS
- ANDRÉS AGUILAR
- CÉSAR SOLARES

Inscripciones

	FASE 1 Hasta el 20 de junio	FASE 2 Del 21 de junio al 31 de julio	FASE 3 Del 1º de agosto al 5 de septiembre
Individual	\$2,390	\$2,690 mxn	\$3,490 mxn
Grupal	\$10,315 mxn	\$24,210 mxn	\$31,410 mxn
	10 personas/ 5% descuento desde 4 pax		Precios más IVA

Contacto

- Inscripciones: msolis@elasegurador.com.mx
- Patrocinios: paola.mendoza@elasegurador.com.mx

www.elasegurador.com.mx

#Agentes #Ventas #Inspiración #Tecnología #CongresoElAsegurador

Llámanos a los teléfonos:

☎ 5440 7830 / 5440 7831 / 01800 821 9393

o compra OnLine en nuestra página:

www.elasegurador.com.mx/libreria

PATROCINADORES:



CENTRO DE EVALUACIÓN
PARA INTERMEDIARIOS
SEGUROS Y FIANZAS



Resguardo de información, factor clave en la operación de las aseguradoras

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

La información es un activo vital para las instituciones de seguros; por ello se deben poner en práctica estrategias de seguridad y privacidad que realmente permitan salvaguardar su valor. El objetivo de todo ello es evitar sanciones o litigios, pues esto afectará considerablemente a la opera-

tividad y rentabilidad de una organización, precisó Fernando Román, socio de Ciberseguridad en PwC México.

Román dictó una ponencia titulada "Riesgo legal cibernético" como parte del programa de conferencias de la 29.ª Convención de Aseguradores, organizada por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS). Ahí señaló que, si las organizaciones no cumplen con el resguardo de la información, se

arriesgan a recibir demandas por parte de clientes, empleados, proveedores, aliados de negocio e instituciones financieras.

El experto en ciberseguridad explicó que, además de los litigios y disputas a las que se enfrenta una empresa por una vulneración a su información, también se debe considerar el incremento de los riesgos reputacionales y financieros, que sin lugar a dudas pueden perjudicar gra-

vemente su estabilidad económica y su imagen.

"La protección de la información es un punto clave para todas las organizaciones. Debemos estar preparados para enfrentarnos a multas o sanciones por incumplimiento regulatorio, ya que todos estamos expuestos; y, si no aplicamos o instrumentamos estrategias de seguridad y privacidad que blinden nuestra información, podríamos incurrir en varios tropiezos legales", afirmó Román.

El colaborador de PwC México aprovechó su intervención para recomendar programas de seguridad, privacidad y de gestión de riesgos que les permitirán a las organizaciones proteger la información y así evitar sanciones o multas por incumplimiento normativo.

"Las organizaciones deben establecer programas de seguridad de la información y exigir lo mismo a terceros para tener mayor protección. Además, deben implementar programas de privacidad que monitoreen el cumplimiento de los artículos que marca la ley y el reglamento", aseveró el especialista en ciberseguridad de PwC México.

Otras recomendaciones, siguió Román, son "establecer programas para la gestión de riesgos y vigilar el cumplimiento de diversas leyes y regulaciones. También se debe incluir un programa de atención y respuesta a incidentes en el cual se han de anexar procedimientos para el manejo de riesgos legales; esto con el fin de avisar a la autoridad de lo que está sucediendo y cómo se está atendiendo dicha vulneración".

Por su parte, Rafael Contreras Monroy, socio y director comercial de Alyssa Consultores, subrayó durante esta sesión que las empresas deben proteger el dato, que se define como "información concreta sobre hechos o elementos que se puede almacenar en papel o en una computadora con el objetivo de estudiarlos, analizarlos o conocerlos".

"El dato es lo que nos debe mantener preocupados. Sobre todo en el sector asegurador tenemos que ser muy cuidadosos, ya que la forma en que el dato es diseñado, recopilado y almacenado no ha cambiado en los últimos 30 años; así que esto es un reto grande, y debemos enfrentarlo", recaló Contreras Monroy.

Por último, el colaborador de Alyssa Consultores sostuvo que la clave para asegurar la sustentabilidad de una empresa en el futuro radica en conformar un gobierno de datos para obtener de ellos una gestión adecuada y eficiente. Además, afirmó que esta estrategia es un requisito fundamental para cumplir con los objetivos trazados por la empresa.

"El gobierno de datos es la clave para asegurar la sustentabilidad de la empresa en el futuro y así evitar problemas con el manejo de la información. Esto permitirá una gestión correcta y los blindará ante cualquier evento al que se vea expuesta la organización", cerró Contreras Monroy.

#ConvenciónAMIS #Riesgo

NO DEJES PASAR MÁS TIEMPO...

01/02 JUL 19

HOTEL PRESIDENTE INTERCONTINENTAL POLANCO

Regístrate en línea y disfruta de este evento único en México
www.seminarioretiroyasalud.mx

EVENTO ORGANIZADO POR:



AGRO Future Lab 2019:

Creando perspectivas para nuestros clientes

■ Horacio Pérez y Sandra Santiago, Munich RE



El estado de Querétaro, en México, fue la sede de la segunda edición del AGRO Future Lab de Munich Re, evento al que asistieron los líderes de seguro agropecuario de América Latina para presentar a clientes regionales compañías de última tecnología y startups en el sector agropecuario para discutir y desarrollar ideas sobre temas de innovación en las áreas de AgTech e InsurTech.

En esta edición tuvimos el honor de recibir visitantes de Alemania, Brasil, Argentina, Colombia, República Dominicana y México.

El equipo agropecuario de Munich Re que atiende Latinoamérica dejó en claro que la empresa es el socio ideal para desarrollar e implementar soluciones innovadoras en las operaciones agropecuarias de las aseguradoras. El programa, que corrió a cargo de Munich Re México, echó mano de la más reciente tecnología para conferencias vía on-line y de esta forma se tuvieron expositores de diferentes empresas AgTech ubicadas en países como Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, Estados Unidos e Israel, los cuales fueron seleccionados con el apoyo de los centros de innovación de Munich Re ubicados en diferentes partes del mundo como San Francisco, California en Estados Unidos y Tel Aviv en Israel. Las compañías de AgTech no solo tuvieron la oportunidad de presentarse ante una elite de potenciales clientes para ellos, sino que

también recibieron una amplia respuesta a través de votaciones en vivo en tiempo real y encuestas individuales y estructuradas, ambas entregadas a través de la aplicación para eventos de Munich Re.

Adicionalmente especialistas de Munich Re como el Dr. Lambert Muhr, el Dr. Joachim Herbold, la Ing. Brigitte Engelhard y el Ing. Florian Mayr, compartieron información sobre las tendencias de mercado de los modelos innovadores de negocios de AgTech, incluyendo los desarrollos en la producción bajo invernaderos y el uso de plataformas web orientadas a los seguros agropecuarios como el caso de India. Se aprovechó para visitar y conocer el innovador modelo educativo de la Universidad CEICKOR, donde se forman actualmente los agrónomos del futuro.

El evento también albergó un tiempo para la parte productiva, donde los asistentes fueron desafiados a crear soluciones innovadoras con vista al futuro del seguro agropecuario, los resultados se presentaron en forma corta y se eligió un proyecto ganador.

Los participantes tuvieron la oportunidad de evaluar el evento y la retroalimentación que dieron fue satisfactoriamente positiva, por lo que ya empezó a desarrollar la tercer edición del evento, el cual promete ser aún más relevante y disruptivo.



**MDRT
DAY
MEXICO**

2019
MEXICO CITY
OCT - 24



Un evento de:



Hotel Camino Real Polanco, México CDMX

◆ MÉXICO SPEAKS ◆

AGENTES MEXICANOS MDRT COMPARTEN SU EXPERIENCIA



**FERNANDA
CALVA**



**ÁLVARO
ALDRETE**



**DAVID
FITZ**



**ANDREA
ALCALÁ**



**LAURA
CERVANTES**



**MANUEL
BULNES**



**RODRIGO
RIVERA**



**XÓCHITL
PADILLA**

UNA EXPERIENCIA DISEÑADA PARA LOS MEJORES

**4
CONFERENCIAS
MAGISTRALES**



**TONY
GORDON**



**REGINA
BEDOYA**



**SANDRO
FORTE**



**GABRIELA
WARKENTIN**

Sponsors



No es requisito ser miembro MDRT

PRECIO REGULAR
330 USD

FASE 2
Del 16 de Abril al 31 de Julio **270 USD**

◆ Precios expresados en dólares americanos.
◆ Tipo de cambio Banco de México al cierre del día anterior.
◆ Los precios son más Impuesto al Valor Agregado.

◆ En compras electrónicas podrían aplicar cargos.
◆ Los miembros de MDRT y socios AMASFAC deberán proporcionar sus acreditaciones correspondientes.

INSCRÍBETE HOY

Precio especial si eres miembro de MDRT y de AMASFAC*

Adquiere tus boletos en:
www.elasegurador.com.mx/eventos/mdrtday/

infomdrtd@elasegurador.com.mx
Tels.: 5440 7830, 01800 821 9393

Agilidad directiva, la nueva moneda para el desarrollo de los negocios: KPMG

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_javm

Los terceros partes de los CEO del mundo consideran la agilidad directiva como la nueva moneda para impulsar el desarrollo de los negocios; aquellas organizaciones que carezcan de esta característica, así como de la capacidad para adaptarse a un mundo en constante transformación, observarán que en poco tiempo sus empresas serán irrelevantes y quedarán en el olvido. En síntesis: ser ágil o irrelevante dependerá de la capacidad de liderazgo y de reacción de cada directivo.

Esta es la conclusión que sintetiza el resultado de la encuesta *Global CEO Outlook 2019*, presentada por KPMG, en la que dirigentes empresariales de México y América Latina externaron sus opiniones sobre las características que debe poseer el nuevo CEO para procurar la resiliencia de las organizaciones en un mundo de cambios constantes.



Victor Esquivel

Victor Esquivel, socio director de KPMG en México y Centroamérica (y responsable de compartir tales resultados), agregó que la afirmación a la que llegaron los directivos encuestados obedece a que hasta hace poco tiempo los cambios en las organizaciones se llevaban a cabo de forma gradual; pero, a medida que la tecnología ha incursionado en la operación, éstos ocurren de forma cada vez más rápida, a gran velocidad, razón por la que tener un líder ágil y con capacidad de reacción es fundamental en el esquema directivo de la empresa moderna.

Es por ello por lo que, de acuerdo con las apreciaciones de los CEO encuestados, redefinir el concepto de *resiliencia* es una de las tareas prioritarias, toda vez que el entorno ofrece riesgos relacionados con el medio ambiente, la tecnología emergente o disruptiva y los procesos operativos y de territorialidad, que esbozan un futuro incierto que se debe entender y atender a fin de que de manera dinámica se implante el mejor esquema para cada organización.

El entorno para los negocios es cada día más desafiante y disruptor. Adaptarse con rapidez al cambio es la llave maestra de nuestro tiempo. "La era de las compañías que permanecían para siempre terminó". Ya no hay esquemas que aseguren la inmortalidad de una organización. Lo que sí constituye un hecho es que en la actualidad ser un negocio demasiado lento es la mejor manera de asegurar la banarrota, subrayó Víctor Esquivel.

Frente a una época de cambio sin precedentes, los líderes de negocios buscan que sus organizaciones crezcan teniendo la agilidad necesaria para ser disruptivas en cuanto a los modelos de negocio existentes, desafiando las tendencias del mercado que se han implantado de tiempo atrás.

Victor Esquivel subrayó, contrario

lo que pudiera suponerse, que hoy la tendencia de las grandes organizaciones es fortalecer lo que denominan *talento 4.0*, que consiste en apoyar el talento nuevo y relanzar el ya existente, y tal práctica se coloca por encima de la inversión tecnológica. Es una apuesta por la revolución de las habilidades de las personas, que deja en segundo plano la necesidad de allegarse de tecnología para hacer más ágil el trabajo. No funciona a la inversa.

De ahí que la encuesta haya revelado que ocho de cada 10 CEO buscan cambiar la composición de sus equipos de liderazgo para ser más resilientes y capaces de evolucionar constantemente y adaptarse a los acelerados cambios. "Esto implica que los CEO reaccionen con destreza para atender las necesidades de los clientes y centrar el esfuerzo donde éste tenga el efecto más significativo", añadió Víctor Esquivel.

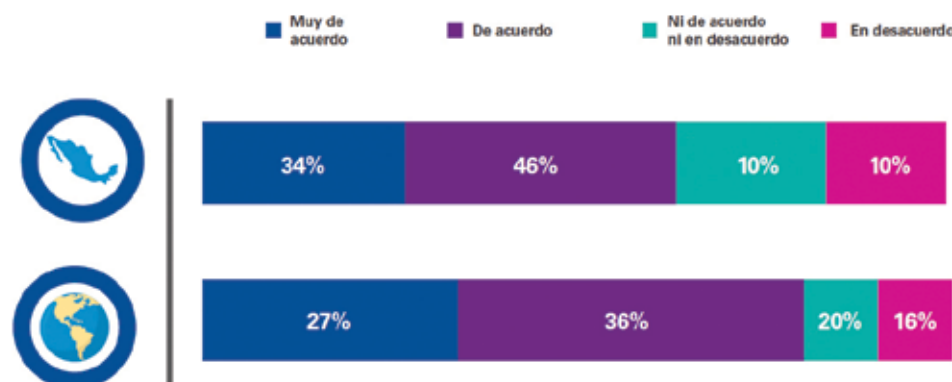
En este continente, por ejemplo, la inteligencia artificial (IA) está en la mente de los CEO de todos los rubros industriales; sin embargo, solo 12 por ciento de ellos en América Latina (22 por ciento en México) ha implementado programas de IA y automatización. De igual forma, explicó Víctor Esquivel, siete de cada 10 CEO consideran que la inclusión de IA y tecnologías robóticas creará más empleos de los que eliminará.

El socio director de KPMG resaltó que los CEO están inyectando un sentido de urgencia nuevo en la evolución de sus organizaciones, y lo hacen desafiando las prácticas aceptadas y las tendencias desactualizadas, siempre en favor del

Una nueva era competitiva

Ocho de cada diez CEOs en México (80%) afirman que, antes de ser superada por la disrupción de la competencia, su organización está siendo disruptiva activamente en su sector.

En lugar de esperar la disrupción de los competidores, mi organización está siendo activamente disruptiva en el sector donde opera.



implantar disrupciones dentro de sus modelos de negocio y al forjar nuevas alianzas estratégicas; y por ello consideran medidas alternativas de fusiones y adquisiciones y tratan de aumentar las habilidades de sus colaboradores", expresó Esquivel.

Por primera vez en cinco años, el cambio climático es la principal preocupación de los CEO en todo el mundo, en comparación con los temas tecnológicos, geopolíticos, cibernéticos y operativos; así lo declara 21 por ciento de los interrogados en la encuesta *Global CEO Outlook 2019*; sin embargo, se vislumbra un panorama de riesgos complejo y cambiante en función de que, respecto al resto de amenazas, existe solo un margen pequeño de diferencia en la priorización que hacen los dirigentes empresariales.

En lo que concierne a la ciberseguridad, en esta pesquisa se observa que 68 por ciento de los CEO considera que una estrategia sólida de seguridad cibernética es fundamental para generar confianza entre sus grupos de interés (61 por ciento en América Latina, 52 por ciento en México); y la mayoría (71 por ciento) ve la seguridad de la información como una función estratégica y una fuente potencial de ventajas competitivas (64 por ciento en América Latina, 56 por ciento en México).

Finalmente, Víctor Esquivel indicó que las empresas están entrando en una era nueva de liderazgo ante la cual la agilidad proviene de equilibrar el instinto de los CEO con la confianza en lo que los datos afirman. En este sentido, para tomar decisiones estratégicas se requiere información que haya eliminado el sesgo. Ya no es suficiente buscar en grandes volúmenes de datos; en lugar de eso, los CEO deben usar la tecnología para descubrir contenidos informáticos de calidad. Solo por medio de esto crearán la resiliencia organizacional necesaria para impulsar el crecimiento.

Para el socio director de KPMG, "los CEO deben de sentirse cómodos al

Aseguradoras, lejos de ofrecer lo que el cliente quiere y necesita

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

En caso de que las aseguradoras continúen siendo apreciadas solo como pagadores de siniestros y no se conviertan en socios y aliados previsores del consumidor, será muy complicado que los servicios de administración de riesgos ganen terreno en México. En realidad, estas instituciones siguen muy lejos de ofrecer, en materia de coberturas, lo que los clientes quieren y necesitan, afirmó Pablo Márquez, vicepresidente y director de Servicios Financieros de Capgemini, firma especializada en consultoría tecnológica.

Márquez ofreció sus consideraciones en el marco de la presentación del estudio *World Insurance Report 2019*, elaborado por la casa consultora que representa.

El responsable de Servicios Financieros de esta empresa señaló que las aseguradoras siguen sin comprender que la población en la actualidad solo desea coberturas ágiles y personalizadas. Además, apuntó que será muy difícil que el seguro mejore su penetración en países como México si no se ofrecen pólizas que brinden un valor diferente del convencional.

El directivo de Capgemini indicó que actualmente los asegurados albergan profundas preocupaciones respecto a los alcances y beneficios que ofrecen las pólizas contratadas, debido a que piensan que la cobertura es insuficiente ante la vertiginosa evolución que experimentan riesgos emergentes, como la ciberseguridad, el cambio climático, el riesgo político y las guerras comerciales.

Las compañías siguen sin comprender que la población solo desea coberturas ágiles y personalizadas, alerta reporte de Capgemini

"La percepción que tiene la población es que las aseguradoras siguen ancladas a su modelo tradicional de negocios; es decir, continúan atendiendo los riesgos de forma convencional y operan los ramos como históricamente lo han hecho, sin evolución alguna. En definitiva, las aseguradoras están menos preparadas para el cambio que experimenta el planeta y la sociedad; ya no hablemos de sus clientes, quienes en su mayoría desean coberturas más comprensibles y dinámicas", explicó Márquez.

Reacción muy lenta

Con base en los hallazgos del *World Insurance Report 2019*, investigación que realizó Capgemini en colaboración con la European Financial Management Association (EFMA, por sus siglas en inglés) mediante la cual consultó la

opinión de 140,000 ejecutivos de aseguradoras y 8,000 clientes pertenecientes a 28 mercados, Márquez puntualizó que los patrones ambientales disruptivos, avances tecnológicos, tendencias sociales y demográficas en evolución, nuevas inquietudes médicas y cambios en el entorno empresarial se perfilan como las principales macrotendencias que están creando riesgos emergentes para los clientes de seguros y sus negocios.

El directivo de Capgemini precisó que, pese a lo anterior, la mayoría de las aseguradoras han sido muy lentas en responder a este entorno, por lo que dichas empresas no cuentan con un abanico de soluciones que les permitan convertirse en socios más proactivos.

El estudio de la consultora de origen francés reveló que 25 por ciento de los clientes empresariales y menos de 15 por ciento de los consumidores sienten que tienen suficiente cobertura para hacer frente a riesgos emergentes.

La investigación de Capgemini remarca que la lenta respuesta del sector asegurador ante las amenazas emergentes ha creado brechas significativas de cobertura para los clientes expuestos a estos riesgos. Al respecto, Márquez detalló que 83 por ciento de los consumidores de seguros personales tiene una exposición media o alta a realidades adversas cuestionables, como los ataques cibernéticos o vivir más tiempo que sus ahorros; sin embargo, añadió, solo 3 por ciento de los clientes afectados por el primer riesgo y 5 por ciento de los amenazados por el segundo se sienten cubiertos contra esas eventualidades.



Pablo Márquez

El *World Insurance Report 2019*, que se dio a conocer hace unos días en Ciudad de México, revela que 75 por ciento de los consultados afirmó sentirse amenazado por el aumento en frecuencia y severidad de las catástrofes naturales; sin embargo, solo 22 por ciento considera que está cubierto de manera efectiva. Peor aún, añade la investigación, 80.8 por ciento de los asegurados afirma que no cuenta con pólizas que los protejan de riesgos geopolíticos.

Se niegan a evolucionar

En otro punto de su presentación, Márquez especificó que, a diferencia de la postura conservadora de las aseguradoras, 55 por ciento de los consumidores consultados reconoció estar listo para explorar nuevos modelos de seguros; no obstante, solamente 26 por ciento de las instituciones está invirtiendo recursos para avivar la innovación.

Las preferencias de los clientes, dijo

Márquez, también han cambiado drásticamente en los últimos tiempos. Detalló que, como consecuencia de la adopción de dispositivos móviles inteligentes que tienen la capacidad de rastrear comportamientos, 37 por ciento de los encuestados afirmó que está dispuesto a compartir datos adicionales a cambio de mejores servicios de control y prevención de riesgos; no obstante, alertó, 27 por ciento de las aseguradoras tiene la capacidad de acceder a datos en tiempo real para mejorar sus procesos de modelización de productos.

El cambio valdrá la pena

Márquez subrayó que es vital que las aseguradoras respondan con velocidad a las crecientes amenazas emergentes y a las cambiantes expectativas de los clientes, por lo que exhortó a los competidores a adoptar nuevas tecnologías y a estar abiertos para llevar a cabo alianzas con las insurtech.

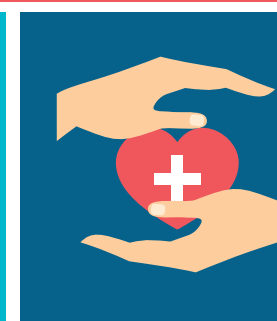
De acuerdo con el ejecutivo de Capgemini, la evolución digital y organizacional de las aseguradoras debe venir acompañada de un drástico cambio en su actitud; por ese motivo, sentenció, es imperativo que trabajen más de cerca con los clientes; que los escuchen y ofrezcan coberturas y servicios que en muchos casos tendrán que ser bajo la modalidad *on-demand*.

Márquez recalcó que la oportunidad de que el seguro crezca en México es real; sin embargo, finalizó, los consumidores solamente se interesarán por las coberturas disponibles si la oferta de servicios es de respuesta rápida, está orientada a la demanda que han externado y viene tasada en un precio justo.

Aseguradoras y asegurados: percepciones muy diferentes



Menos de 15 por ciento de los consumidores afirma que cuenta con una póliza para enfrentar riesgos emergentes



Uno de cada 10 clientes individuales reconoce que su seguro le permitirá sortear complicaciones de salud



El 18 por ciento de los clientes comerciales señala que su cobertura de seguros lo protege ante amenazas cibernéticas



Solo 40 por ciento de las aseguradoras de Vida y Salud reconoce que ha centrado esfuerzos en construir una gama de nuevas coberturas que se adaptan a riesgos emergentes

Fuente: *World Insurance Report 2019*, elaborado por Capgemini

Obliga evolución digital al sector seguros a entender nuevos desafíos

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

La incorporación de la tecnología en la dinámica social y empresarial de los países se ha producido de manera tan acelerada que sectores con un perfil operativo tradicional, como el de seguros, han tenido que apretar el paso para entender el embate de los nuevos desafíos, representados hoy por los riesgos emergentes, cuya identificación y medición forman el meollo de todo esfuerzo.

Durante el panel denominado "Las perspectivas de aseguramiento de los riesgos emergentes", que se presentó en la 29.ª Convención de Aseguradores, de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), Patricio Belaunzarán, socio líder actuarial y de riesgos de EY; Jaana Remes, economista y socia de McKinsey Global Institute; Matías Gonzalo Llosas, gestor de equipos de entrega de BPO y BTO; y Fernando Solís Soberón, director general de Ahorro y Previsión de Grupo Financiero Banorte, quien moderó la mesa, ofrecieron sus consideraciones en torno a este tema, que causa mucha incertidumbre entre los profesionales del aseguramiento.



Patricio Belaunzarán, Fernando Solís Soberón, Jaana Remes y Matías Gonzalo Llosas

Los panelistas coincidieron en señalar que para que el sector asegurador pueda contribuir a gestionar los riesgos emergentes de manera adecuada es necesario emprender acciones diferentes para identificarlos y entenderlos, toda vez que, por su acelerada aparición y mutación, pretender suscribirlos a la manera de los riesgos tradicionales causará en el proceso la generación de huecos de información que complicarán el ofrecimiento de soluciones eficaces de aseguramiento.

Por esta razón, los participantes dijeron que, ante el nuevo reto de encarar y entender los riesgos emergentes, las aseguradoras necesitan indagar en otras fuentes de información mucho más inmediatas, como las redes sociales, y sustraer de ahí aquellos datos que puedan nutrir el panorama de los factores de riesgo que existen en la cotidianidad. Ya no es posible trabajar solamente con datos estadísticos, cuyas referencias llegan a tener una antigüedad de entre dos o más años. Eso solo pasaba con los riesgos tradicionales.

Riesgos sociales y geopolíticos

Para Matías Gonzalo Llosas, algo que está ocurriendo con el aseguramiento de los riesgos emergentes es que, al haber una escasez grave de datos frescos y de entendimiento sobre el tema, la ponderación de tales amenazas termina siendo demasiado precaria tanto para la aseguradora como para el asegurado. Solo basta observar cómo en los procesos de producción de algunas organizaciones la nanotecnología ha hecho que el trabajo sea diferente y más flexible, pero también podrá desencadenar riesgos nuevos, y actualmente se tienen pocos parámetros para su medición.

De tal manera que los riesgos que tienen que ver con el trabajo, con lo social, con el clima, con las enfermedades nuevas, con las pandemias que ya se ciernen,

etcétera, demandan el acopio de información mucho más actualizada que facilite el trabajo de hacer proyecciones y estimaciones mucho más precisas.

Gestionar los riesgos emergentes igual que los tradicionales sería un error, concluyen en evento de la AMIS

Por tal motivo, Gonzalo Llosas hizo la recomendación de utilizar más los datos provenientes de fuentes como las ya señaladas, estandarizarlos y habilitarlos en un sistema que pueda medirlos de alguna manera para saber qué está pasando en el entorno y advertir cuáles son los riesgos a los que se exponen los consumidores de seguros.

Riesgos climáticos y tecnológicos

Para Jaana Remes, hace 10 años, el hecho de hablar de cambio inducido por la tecnología equivalía a imaginar un escenario de transición lenta; hoy las transformaciones de esa naturaleza ocurren de la noche a la mañana, y desde todas las direcciones. Ante tales mutaciones, las aseguradoras necesitan estar alertas para identificar cuáles de todas ellas van a incidir en el rumbo de este negocio o en el de sus clientes.

"Con esto quiero decir que tenemos que mantener los ojos bien abiertos para afrontar las sorpresas de, por ejemplo, el efecto del clima, que, al igual que el riesgo tecnológico, es inesperado, y sin duda puede llegar a ser sistémico", expresó. Desde su experiencia

en tecnología, Jaana Remes considera que es muy claro que hasta 50 por ciento de las actividades manuales que hoy hacemos serán automatizadas con tecnología. ¿Eso quiere decir que 50 por ciento de los trabajos van a desaparecer o cambiar? No necesariamente, más bien quiere decir que hay ciertos trabajos que serán automatizados, sobre todo aquellos que son físico-repetibles: En esos será en lo que habrá robots. "Los trabajos que son muy difíciles para automatizar son aquellos que requieren de el juicio y tacto humano".

Los riesgos emergentes están por todos lados, y hay que aprender a identificarlos y entenderlos

Administración de los riesgos emergentes

Finalmente, Patricio Belaunzarán invitó a los presentes a reflexionar sobre la forma en que se están administrando los riesgos emergentes: si se gestionan como tradicionalmente se atienden los riesgos comunes o si se los trata como riesgos de naturaleza desconocida y de implicaciones aún inciertas.

Una segunda reflexión, agregó Belaunzarán, es entender si los riesgos que hoy se están gestionando en realidad son de tal índole que podrían afectar a cualquiera de los clientes. "Si no se han respondido eso, tal vez están tomando a la ligera los riesgos emergentes, que pueden afectar a sus usuarios".

Para dar mayor respaldo a su argumentación, el expositor señaló que ya existe una metodología para la identificación de riesgos denominada Pestel, que analiza y clasifica las familias de riesgos emergentes y divide a éstos según su ámbito de influencia: política, economía, sociedad, tecnología, regulación y entorno.

Sin embargo, Patricio Belaunzarán indicó que para la correcta aplicación de la metodología es imprescindible reflexionar ampliamente sobre la manera en que podría afectar, por ejemplo, el cambio de gobierno o el tipo de cambio a las familias: cada acontecimiento sucede en el entorno e implica riesgos muchas veces no advertidos.

Lo expuesto por el panelista fue una invitación a que las aseguradoras incluyan dentro de sus marcos de referencia de administración de riesgos encuestas de sensibilización y cuestionarios con los que se puedan identificar los riesgos más sensibles a los que se enfrenta el asegurado, lo que ofrece un panorama diferente de respuestas para mitigarlos.

#DesarrolloHumano

Salva vidas

Yo educo a los seres humanos. También hiero, lastimo, hago sangrar. Mi visita nunca es placentera. Soy un aviso previo a males mayores. Nunca soy bienvenido.

Nissim Mansur T.

mansurnissim@gmail.com

Finalmente, alargó la vida de los seres humanos. Por ahí alguien pregunta: —¿Quién es? —No te oí bien. —Que de quién se trata. Se trata del DOLOR.

Seguros Bx+

Seguro de Gastos Médicos Mayores Bx+

La tranquilidad que necesitas ante un imprevisto médico.

Estar protegido te permite **disfrutar de lo que más valor tiene:** tu salud y tu familia.

Cuídalas **24/7** con el seguro que se adapta a tus necesidades.

Da pasos seguros, Ve por Más

01 800 8376 7627

vepormas.com

▶ Ve por Más
f /BancoVeporMas
🐦 @VeporMasBanco

Estos productos financieros son operados por Seguros Ve por Más S.A., Grupo Financiero Ve por Más (Bx+). Prohibida su reproducción total o parcial | © Copyright 2016. Seguros Ve por Más S.A., Grupo Financiero Ve por Más, Paseo de la Reforma 243 Piso 16, Col. Cuauhtémoc, Ciudad de México, C.P. 06500.



A RIESGO PROPIO

Bernardo Olvera Bolio

LA CONVENCION ANUAL DE ASEGURADORES puso en la mesa el tema de la administración de riesgos. Se le dio una importancia vertebral en el desarrollo del seguro. Y la tiene. Cuanto más integral sea dicha administración, mayor será el entendimiento del seguro como una pieza que forma parte de un todo y, en consecuencia, será también más probable que una persona se incline por la contratación de las coberturas que requiere en función de su entorno.

RESULTÓ INTERESANTE QUE EL Gobierno esté apuntando precisamente hacia esa disciplina, la administración de riesgos, para manejar los diferentes riesgos que enfrenta en sus múltiples caras: los riesgos del capital humano, los riesgos de automóviles y otros medios de transporte para diversos usos, los que amenazan a los edificios de oficinas (que pueden ser desde simples construcciones arquitectónicas e ingenieriles hasta monumentos históricos, por su antigüedad y estilo), así como los riesgos de las obras de arte que los decoran en sus murales y fachadas; y otros, relativos a la tecnología, como los satélites o algunas generadoras de energía, que son todos bienes propiedad de la nación y al servicio de ésta.

BAJO ESA VISIÓN, EL GOBIERNO cuenta sin duda con los recursos materiales —y podrá conseguir los humanos— para establecer una unidad solvente en conocimientos y capacidad para definir y desarrollar planes y proyectos integrales al respecto. Obtendrá una canalización adecuada de recursos económicos para, con el tiempo, lograr ahorros en la preservación, conservación, reconstrucción y, en su caso, sustitución de bienes; así como programas de prevención a largo plazo. En efecto, así sucederá si todo se realiza de la forma adecuada y con la intervención de expertos cuya integración no dependa de su filiación política.

DE SER ASÍ, LAS ASEGURADORAS competirán de manera más objetiva por ofrecer coberturas detalladas cuyo alcance y amplitud se ajuste a la medida exacta de las necesidades determinadas por el área referida. Hablamos de una competencia que se esperaría sana a partir de licitaciones fundamentadas en los estudios y análisis ahí desarrollados.

LA CUESTION ENTONCES SE PLANTEA en relación con el sector privado. Esto es, se sabe que una cantidad

Administración de riesgos y profesionalización

grande de empresas, comercios e industrias se encuentran en esquemas de bajoseguro; cuentan con coberturas insuficientes que caerían en proporcionalidad; y, eventualmente, acusan falta de coberturas para algunos riesgos que por diferentes motivos son desdenados.

ESTA ÚLTIMA SITUACION PUEDE deberse a diferentes causas. Puede ser por falta de recursos económicos (con la misma visión y razonamiento de las personas físicas que no se aseguran "porque no hay dinero"), porque no acaban de comprender la utilidad del seguro bajo el supuesto de "a mí no me va a pasar", o porque no cuentan con la correcta y amplia asesoría de "su" agente de seguros, si es que tienen alguno.

Y ES QUE SUCEDER QUE, cuanta más experiencia y estructura tenga un agente, más probable será que pueda brindar una asesoría de 360 grados respecto de los riesgos que amenazan a muchas empresas. El tema aquí es: ¿cuántos agentes tendrán los conocimientos necesarios para brindar una visión amplia como la que supone la administración de riesgos?



LA INTUICION HACE SOSPECHAR que no muchos agentes cuentan con esa visión y preparación. Lamentablemente, los sistemas de reclutamiento y selección de agentes que practica la mayoría de las aseguradoras que recluta "sangre nueva" (las otras sólo piratean) se fundamentan en perfiles poco exigentes (buena actitud, prepa terminada, orientación al logro, ambición y dinamismo, por mencionar los requisitos más frecuentemente encontrados en las convocatorias públicas). Y todo porque siguen buscando vendedores de Vida Individual y, cuando mucho, Autos. Ya después se integrarán a Gastos Médicos, seguros de Hogar y demás. De cédula B ni hablar; en cuanto a la C, ésta virtualmente no

existe en la bolsa de inversiones de las aseguradoras.

POR LA MISMA RUTA SE OBSERVA que la inversión en capacitación obedece cada vez más a posturas mezquinas, ahorros malentendidos y una interpretación pobre de la figura del intermediario como un profesional que tiene la libertad de correr sus ofertas ante más de una aseguradora a la vez. Entonces le invierten sólo hasta el nivel de cédula A, pues, si se le invierte más, "se lo van a llevar a la competencia, y sin que les cueste". Ésa es la visión.

Y LUEGO VIENEN LOS DISCURSOS de que hay que profesionalizar al agente de seguros. Pues sí, pero no dicen cómo; o tal vez no saben cómo. Profesionalizar a los agentes tiene que ver con conocimiento, preparación y visión am-

sustituya la preparación documentada con cantos y juegos, la profesionalización de los agentes seguirá siendo un padecimiento. Y no es del todo culpa de ellos... Tiene que ver con el principio de *la mínima inversión posible*.

LOS AGENTES O ASPIRANTES A ELLO deben mostrar la capacidad de aprender sobre una cantidad amplia de temas que, de origen, no dominan. Por ejemplo: bases de ingeniería, de medicina, de leyes, de administración de empresas y de la operación de diversos giros de empresa; con ello serán capaces de comprender y detectar los múltiples riesgos que amenazan a una empresa de tal o cual sector o giro. Es precisamente en eso en lo que deberían ser capacitados, o bien esos temas podrían incluirse en los perfiles y procesos de selección. Esto va mucho más allá de simplemente pre-

Cuanta más experiencia y estructura tenga un agente, más probable será que pueda brindar una asesoría de 360 grados

#Seguros

DESDE EL



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la industria aseguradora

#Capacitación Innovación y Didáctica



Luz María Lefort Botello

El cambio climático es uno de los mayores desafíos de nuestro tiempo. Los trastornos en los patrones meteorológicos amenazan la producción de alimentos; el aumento del nivel del mar incrementa el riesgo de inundaciones catastróficas; los efectos del cambio climático son de alcance mundial y de una escala sin precedentes.

La falta de conciencia social no nos permite evaluar el efecto económico que tienen los seguros en el orden global. ¿Cómo influye el sector asegurador en las decisiones y necesidades del mundo entero, y no solamente en los riesgos y con productos aislados?

Si bien la resolución de los conflictos y el mantenimiento de la paz siguen siendo los esfuerzos más visibles de la ONU, los organismos internacionales junto con sus comités especializados también participan en una gama muy amplia de actividades para mejorar la vida de las personas en todo el mundo, como el socorro en casos de desastres, la educación, el adelanto de la mujer y el uso pacífico de la energía atómica, entre otras.

En 2012, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, nacieron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuyo propósito es solventar un conjunto de problemas mundiales relacionados con los desafíos ambientales, políticos y económicos que enfrentan las sociedades avanzadas y emergentes.

Dichos objetivos (17 en total) son producto de la problemática social, política, económica y ambiental que todo el planeta sufre (ya que no podemos decir que tal o cual problema sólo afecta a una región, si bien algunos sí se agudizan en ciertas partes del planeta).

Los ODS conllevan un espíritu de colaboración para elegir las mejores opciones que mejoren de manera sostenible la vida para las generaciones futuras.

Tanto los gobiernos de los países miembros de la ONU como las diferentes industrias y sectores (como el financiero) se han sumado a la iniciativa de trabajar en dichos objetivos. En el pasado mes de mayo, la AMIS, por medio de su presidente, Manuel Escobedo Conover, firmó el acuerdo en virtud del cual las instituciones de seguros aglutinadas en este órgano se adhieron al compromiso de apoyar el logro de dichos objetivos mediante la creación de nuevos productos y el reforzamiento de los ya existentes.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible

- 1) Fin de la pobreza
- 2) Hambre cero
- 3) Salud y bienestar
- 4) Educación de calidad
- 5) Igualdad de género
- 6) Agua limpia y saneamiento
- 7) Energía asequible y no contaminante
- 8) Trabajo decente y crecimiento económico
- 9) Industria, innovación e infraestructura
- 10) Reducción de las desigualdades
- 11) Ciudades y comunidades sostenibles
- 12) Producción y consumo responsables
- 13) Acción por el clima
- 14) Vida submarina
- 15) Vida de ecosistemas terrestres
- 16) Paz, justicia e instituciones sólidas
- 17) Alianzas para lograr los objetivos

¿Cómo contribuye el sector asegurador?

La AMIS busca impulsar acciones para fortalecer el seguro y así lograr que cada vez más personas, más familias y más empresas tengan el respaldo económico que genera el hecho de poseer un seguro.

Pero ¿cómo repercute la actividad aseguradora en los ODS?

► **Fin de la pobreza.** Los seguros en todas sus formas apoyan el fin de la pobreza:

- a) Dando seguridad a aquellos que los usan, los seguros evitan que las familias caigan en la pobreza después de experimentar una pérdida económica por el fallecimiento del jefe de familia, la pérdida de un negocio por cierta catástrofe natural, etcétera.
- b) El seguro proporciona un mecanismo de protección económica para todos.
- c) El seguro sostiene otros esfuerzos de desarrollo, como los microseguros asociados a las microfinancieras, los seguros masivos, las coberturas estándar, entre otros.

► **Hambre cero.** Los seguros ayudan a acabar con el hambre logrando la seguridad alimentaria, mejorando la nutrición y promoviendo una agricultura sostenible.

- a) El seguro fomenta la alimentación local y sustentable al abrir oportunidades económicas donde antes no existían y al fomentar la inversión en prácticas agrícolas importantes. El seguro mejora la seguridad alimentaria de los hogares al estabilizar la situación financiera del núcleo familiar después de un siniestro.
- b) El seguro ayuda a las personas a responder y adaptarse a catástrofes naturales que, de lo contrario, podrían sumirlas en una pobreza mayor.

► **Salud y bienestar.** El seguro ayuda a garantizar la salud y promover el bienestar para todas las edades.

- a) La industria aseguradora, por medio de los seguros de Salud y Gastos Médicos, complementa la protección social que ofrece el Estado para cubrir los costos de la atención médica.
- b) El seguro fomenta la mejora de la atención médica mediante la contratación de redes hospitalarias y médicas, con lo cual aligera la carga económica que tiene el Estado respecto a la salud.

► **Igualdad de género.** El seguro ayuda a lograr la igualdad de género y em-

podera a todas las mujeres y niñas.

- a) Existen diferencias en los riesgos que enfrentan mujeres y hombres. Estos riesgos son considerados en su especificidad cuando se conciben formas de protección por fallecimiento y durante el desarrollo innovador de productos para la mujer que la protejan de padecimientos propios de nuestro género.
- b) El seguro ofrece protección a los hombres y mujeres que trabajan en el sector informal o a profesionistas independientes sin protección social.
- c) El seguro protege a las mujeres contra los devastadores efectos de los riesgos de salud reproductiva relacionados con su género. El seguro protege a las mujeres de la adversidad pecuniaria que significa perder miembros de la familia ayudándolas a conservar su hogar, mantener su negocio, continuar con la educación de sus hijos y garantizar la estabilidad económica de su casa.

► **Trabajo decente y crecimiento económico.** Los seguros ayudan a promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

- a) El seguro protege los activos de pequeñas y medianas empresas contra los riesgos relacionados con desastres naturales catastróficos. El objetivo es dar certeza a su continuidad.
- b) El seguro ayuda a evitar el trabajo infantil, ya que, en caso de que los niños mejoren la seguridad alimentaria de los hogares al estabilizar la situación financiera del núcleo familiar después de un siniestro.

► **Acción por el clima.** El seguro ayuda a tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático.

- a) El seguro mitiga los efectos de los fenómenos meteorológicos extremos, lo que fortalece la resistencia al cambio climático.
- b) El seguro complementa y fortalece otros esfuerzos de cooperación contra el cambio climático mediante estudios de los efectos de catástrofes pasadas y su evolución en los últimos años, como en el caso de los huracanes.
- c) Los seguros contra riesgos catastróficos protegen a particulares, empresas e infraestructura estatal.

Sin lugar a dudas, en ocasiones tenemos que ser humildes y olvidamos que pertenecemos a un mundo globalizado cuyo conocimiento, conductas y tecnología nos influye a todos.

AMASFAC

AMASFAC en voz de sus Líderes

Segunda parte

De 1990 a 2020



"EN AMASFAC estamos muy interesados en compartir y aprender de nuestras y de otras experiencias"

Lic. Joaquín Brockmann Lozano
1990-1992



"Tuve el honor de colaborar con Anita Blum para crear e institucionalizar la "Semana de la previsión", con la noble misión de sembrar en la niñez una cultura de la protección y del ahorro."

Sr. Guillermo Gómez Monroy +
2000-2002



"AMASFAC es una misión, un objetivo, que nos convierte de competidores a colegas unidos por el bien común."

Ing. Francisco X. Casanueva Pérez
2010-2012



"Gracias a nuestra asociación la voz del agente ha sido escuchada en la conformación de leyes y reglamentos que nos atañen, nos hemos sorprendido de la excelente disposición a escucharnos por parte de aseguradoras, afianzadoras y autoridades."

Sr. Eusebio Blasco Ruiz
1992-1994



"EN AMASFAC analizamos, estudiamos y mejoramos nuestra imagen como agentes de seguros y fianzas."

Ing. Jacobo Viskin Jinich
2002-2004



"La principal cualidad del agente de seguros y fianzas es su disposición al servicio, ser aliado incondicional de sus clientes"

Lic. Ramiro Rodríguez Magaña
2012-2014



"Ética, honestidad y profesionalismo, con esas tres cualidades, el agente tendrá éxito y va a cumplir con la enorme misión que representa el tener la oportunidad de proveer seguros y fianzas a la población."

Lic. Víctor Manuel Alonso Guzmán
1994-1996



"Lo que AMASFAC hará por Ti, no lo podrá hacer sin Ti"

Ing. Daniel Peña García
2004-2006



"AMASFAC es todo un concepto de integración y un campo de profesionalización. El agente deja de ser solitario para unirse a un grupo para enseñar y aprender"

Dr. Carlos Olascoaga Villanueva
2014-2016



"Me siento muy orgullosa de ser la primera mujer en lograr la presidencia nacional de AMASFAC, invito a otras mujeres a sumarse a esta noble profesión, a continuar con el legado de darnos mayor representatividad."

Sra. Ana Emma Blum González +
1996-1998



"Nuestros estatutos y reglamentos han marcado la pauta para otras asociaciones de agentes en el mundo"

Lic. Antonio Pozzi y Pardo
2006-2008



"AMASFAC es un espacio de encuentro entre amigos, colegas, donde tenemos la oportunidad de intercambiar experiencias, y compartir con personas que tienen el interés de mejorar profesionalmente como agentes de seguros y fianzas."

Lic. Carlos Latorre López
2016-2018



"La labor social y de ayuda a la comunidad que se ofrece a través de AMASFAC me enorgullece y me ha permitido lograr grandes satisfacciones que vivirán en mi por siempre"

Lic. Fernando Rodríguez Chapa
1998-2000



"El sector de seguros es como un ferrocarril de vapor en donde las vías son las normas que marcan las autoridades, la máquina es toda la infraestructura y soporte que proporcionan las aseguradoras y el agente es la energía que activa y da vida a todo el proceso"

Act. Rafael Morfin Maciel
2008-2010



"Es para mí un honor ser presidenta de AMASFAC, me ha dado la oportunidad de convivir con gente muy talentosa y con un gran compromiso por contribuir al desarrollo de nuestro sector y de incorporar cada día a más jóvenes y mujeres"

C.P. Elisabeth Vogt López
2018-2020

www. www.amasfac.org

f AMASFAC_CDN

@amasfac_cdn

01 (800) 890 95 63

La Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C. tiene representación a nivel nacional, fundada en 1958 cuenta con 60 años de operaciones en nuestro país y es miembro de la Confederación Panamericana de Productores de Seguros y de la Federación Mundial de Intermediarios en Seguros lo que le confiere representación a nivel mundial. Para mayores informes sobre nuestra asociación visitar nuestra página web www.amasfac.org

#Ahorro #Retiro

De poco servirá el T-MEC si no mejoran beneficios laborales de mexicanos

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

El tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) ayudaría a que los enormes niveles de informalidad laboral en el país decrezcan; por ese motivo, es fundamental que los esfuerzos de los empleadores se enfoquen en una mejora sustancial de los sueldos, salarios y prestaciones para que los mexicanos logren una capacidad de ahorro mayor que les permita encarar con solvencia el retiro y la vejez, señaló Rodrigo Corominas Etchegaray, vicepresidente de la Asociación Mexicana de Actuarios Consultores (AMAC).

En entrevista para *El Asegurador*, Corominas Etchegaray apuntó que, ante la puesta en marcha del T-MEC, las organizaciones con operación en México están obligadas a diseñar programas privados de ahorro que complementen el paquete de prestaciones básicas (aguinaldos, prima vacacional y utilidades).

"Desde el punto de vista laboral, el T-MEC debe verse como un convenio que ayudará a que los trabajadores tengan un poder adquisitivo mayor. En tal sentido, las organizaciones tendrán que analizar con mucho detenimiento el paquete de prestaciones que les otorgarán a sus colaboradores; por ello, deben considerar los aspectos que les permitan diseñar prestaciones que cubran de forma holgada la canasta básica, con lo que los trabajadores no solo mejorarán su entorno, sino también el de su familia", explicó Corominas Etchegaray.

De acuerdo con el vicepresidente de la AMAC, ante la ratificación del convenio que incluye a las tres naciones de Norteamérica los empleadores deberán ir más allá de los aspectos salariales; por esa razón, añadió, tendrán que crear planes de beneficio enfocados en la planificación financiera.

Corominas Etchegaray dijo que para lograr que México se convierta en un país realmente competitivo los diversos sectores productivos tendrán que trabajar de forma cohesionada y según una agenda en común que les permita mitigar los enormes niveles de economía informal existentes, un flagelo que, afirmó, frena el crecimiento del país y ocasiona que millones de ciudadanos lleguen a la etapa de retiro a la deriva.

Durante la conversación, el actuario especialista en pensiones hizo hincapié en la función que debe desempeñar el empresariado en materia de ahorro y retiro. Al respecto, subrayó que el sector



Empleadores tendrán que crear planes de beneficio enfocados en el estilo de vida saludable y la planificación financiera, señala el vicepresidente de la AMAC

Rodrigo Corominas Etchegaray

privado tiene que asumir un papel mucho más protagónico, lo que implica que sus colaboradores conozcan de primera mano el paquete de prestaciones bajo una perspectiva holística que forzosamente tendría que ser a largo plazo.

Por último, Corominas Etchegaray destacó que es cada vez más común encontrar organizaciones que brindan compensaciones adicionales a sus colaboradores por los años trabajados. Sostuvo que este tipo de iniciativas son muy frecuentes en el ámbito formal; sin embargo, reconoció que estas prácticas deben incluirse en la Ley Federal del Trabajo para que todas las organizaciones otorguen dichos beneficios.

"Este tipo de compensaciones representan aproximadamente hasta 20 por ciento del último salario que devengó el trabajador, una cifra que, sumada al rendimiento que otorga la afore, se convierte en un pilar complementario. Eso sí, para lograr que estas iniciativas sean cada vez más comunes y

sólidas, es imperativo que las empresas tengan un estímulo fiscal y financiero. En la medida en que se promuevan estos programas, las organizaciones pueden marcar una diferencia enorme en el ahorro y retiro de los trabajadores", concluyó Corominas Etchegaray.



Afianzando tu conocimiento, aseguramos tu futuro...

Taller de Grafoscopia (CDMX)
PRESENCIAL | Fecha de Inicio: 5 de Julio

Curso Control Interno (CDMX)
PRESENCIAL | Fecha de Inicio: 10 de Julio

Curso Construcción de Modelos RSC (CDMX)
PRESENCIAL | Fecha de Inicio: 8 de Julio

Imagen Profesional para Damas (CDMX)
PRESENCIAL | Fecha de Inicio: 3 de Agosto

Panorama Digital y Redes Sociales (CDMX)
PRESENCIAL | Fecha de Inicio: 12 de Agosto

Elaboración de Manuales de Políticas y Procedimientos (CDMX)
PRESENCIAL | Fecha de Inicio: 10 de Septiembre

Síguenos en: [f](https://www.facebook.com/imesfac) [i](https://www.instagram.com/imesfac) [in](https://www.linkedin.com/company/imesfac) [e](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A.C.
Vicente Guerrero No. 140, Col. Del Carmen Coyoacán, México 04100, D.F.
Tels. 5659-2245, 5659-6513, 5659-0783

E-mail: josefina.magana@imesfac.com.mx
claudia.murcia@imesfac.com.mx
sandra.sanchez@imesfac.com.mx

www.imesfac.com.mx

algarabía

PALABRAS OLOSAS

por Rodrigo Velázquez Moreno

Así como existen palabras afectuosas, cariñosas y amorosas, también las hay injuriosas, ociosas y espantosas. En esta ocasión nos referiremos a las palabras olorosas, las perfumadas¹, ésas que dejan un tufillo de historia añeja ³/₄ que no es lo mismo que decir que huelen a rancio.

oler

En latín *olere* refería a «las cosas que echan olor»; para la acción de percibir olor usaban el verbo *olfacere*, ‘olfatear’, del cual deriva *olfato*. *Oler* como verbo comenzó a usarse a finales del siglo xv; ya Antonio de Nebrija —ca. 1495— lo usó para referirse a «oler recibiendo olor». De la raíz indoeuropea *od-* también surge *odorante*, del cual nace *desodorante*, que aparece primero en inglés como *deodorant* en 1848, y en los diccionarios de nuestra lengua en 1914.

peste

Del latín *pestis*, ‘ruina, destrucción, azote, epidemia’. En la Edad Media, una de las epidemias más devastadoras fue la peste negra. Terreros y Pando registra en 1788: «Se toma por hedor, porquería». Para variar, la Academia —RAE— no registra esta nueva acepción, que ya era de uso cotidiano, sino hasta 1837. Pese a que el uso de peste como olor desagradable sea más utilizado que el de epidemia, hoy en día el DRAE insiste en dejar la descripción de «mal olor» como tercera acepción.

hedor

Del latín *foetere*, ‘heder’. Es curiosa la forma en la que aparece en el diccionario de Nebrija: «hedionda cola», «hediondez de boca» y «de sobaquina», lo que nos hace pensar que el hedor es propio del cuerpo, y no así de otras cosas, pues sólo habla del «hedor de azufre». En una última entrada se menciona «hedor de narices», que, como revisamos en la palabra *oler*, se refiere, no a que las narices emanen tufo alguno, sino a que lo perciben.

fragancia

Del latín *fragrantis*, participio activo de *fragrare*, ‘echar olor’, de raíz indoeuropea *bhrag-*, ‘oler’. Esta palabra sufrió una aféresis —transformación al perder una letra—, pues antes se decía *fragancia*, y eso era lo culto. Apareció en el diccionario en 1732: «Olor suave y delicioso que recrea el fétido».

Jean Rodrigo-Baptiste Velázquez sabe que el rey apesta como un animal carnívoro y la reina como una cabra vieja, así como todos sus súbditos, nobles y campesinos.

FUENTES

- *Online Etymology Dictionary* de Douglas Harper
- *Diccionario castellano con las voces de ciencias y artes y sus correspondientes en las tres lenguas francesa latina e italiana*, Esteban Terreros y Pando, 1788
- *Universal vocabulario en latín y en romance o Universale compendium vocabularum cum vulgari expositione*. Alonso Palencia, 1490
- Miguel Covarrubias: *Nuevo tesoro de la lengua castellana o española*. 1611
- *Diccionario manual e ilustrado de la lengua española*
- DRAE 1780, 1992,
- Academia autoridades 1726, 1770
- Nebrija 1495, 1516

¹ A perfume le dedicamos un artículo completo en este mismo número. v. Causas y azares: «El perfume»; pp. xx-xx.



NEUROCIENCIAS EN LOS NEGOCIOS

Fernando Ralero

@fernandoralero.com @fernandoralero

El enemigo que nos está robando vida

Hace unos 100,000 años, cuando vivíamos en cuevas, nos acechaban varios depredadores, principalmente el leopardo. En momentos de tensión, de peligro, nuestro cuerpo se preparaba para luchar, huir o esconderse, y de esa forma mantenerse vivo. Así de simple era la vida. Ésa es la razón de ser del estrés: preparar a nuestro cuerpo físicamente, mediante diversas hormonas, para enfrentarnos a depredadores y mantenernos a salvo, durante un momento específico. Es decir, esa carga inusual de hormonas se recibe en determinado momento cuando se requiere un uso extraordinario de energía, durante minutos, o incluso unas pocas horas.

No sé si lo has notado, pero hace mucho tiempo que a la inmensa mayoría de nosotros *no* nos persiguen leopardos ni otros depredadores que pongan en peligro nuestra vida. Sin embargo, nuestro cerebro inconscientemente se sigue preparando con estrés cuando recibe la amenaza de un peligro. El problema es que muchas veces nuestra “causa” para estar estresados es algo que nos puede mantener tensos, alertas y expectantes durante horas, e incluso días.

#DesarrolloHumano

Y para nuestro cerebro una “amenaza” puede ser un cliente molesto, un pleito con tu pareja, un conductor agresivo que intenta ganarte el paso mientras conduces, un email de tu jefe llamándote la atención o cualquier detalle que para ti sea motivo de ponerte en alerta. Y digo *para ti* porque en realidad los eventos son neutros; o sea que dependen de la interpretación que cada uno les dé. Entre los factores que desencadenan una respuesta de estrés, un mismo evento puede no tener importancia para una persona y para otra ser un motivo de alerta máxima.

El cerebro no distingue entre fantasía y realidad, ni entre pasado, presente o futuro. Pero nuestro problema es que a veces nos estresamos por cosas que no han pasado, o que es posible que pasen pero respecto a las cuales hay una posibilidad grande de que *no* ocurran. De todos modos, para nosotros son motivo de alerta constante.

Y, como no tenemos un desahogo físico real para toda esa energía proporcionada por nuestras hormonas, esto empieza a obrar en contra nuestra, y de ahí vienen diversas enfermedades y padecimientos serios: es cuando el estrés nos genera problemas de salud.

¿Qué hacer?

1. Toma conciencia de la forma en que funciona tu cerebro con lo que acabas de leer.
2. Genera hábitos saludables en todas las áreas de la vida: comida, ejercicio, descanso. Elimina el consumo de sustancias dañinas (tabaco, alcohol, etcétera).
3. Agradece todos los días lo que tienes al despertar.
4. Practica ejercicios de relajación y de mindfulness.
5. Ocasionalmente rompe tus rutinas y haz algo diferente. No te tomes la vida tan en serio.

¿Quieres aprender a entender tu mente, a tus colaboradores y a tus clientes? ¿Quieres que tu cerebro trabaje como tu aliado y no te sabotee? Búscame.



TBS empresa líder en Intermediación de Reaseguro celebra sus 10 años en el mercado



La empresa líder en Intermediación de Reaseguro en México TBS The Brokers Services celebró con motivo de su 10 aniversario un torneo de golf “TBS Invitational 10” el cual se llevó a cabo en el club Bosque Real el día 29 de mayo de este año.

El evento se realizó rodeado de amigos, socios y clientes de la empresa de diferentes sectores y nacionalidades, desde Ecuador hasta Londres, todos los asistentes disfrutaron de varias horas de juego, risas y anécdotas, al finalizar Alejandro Serrano Director General dirigió unas palabras a los asistentes agradeciendo su presencia, “...espero la hayan pasado muy bien, yo la pase de maravilla, este es nuestro segundo “TBS Invitational” porque creemos que el golf da un muy buen motivo para acercarnos y convivir”

Posteriormente Jorge Jockens y Luis Angel Mendoza, dirigieron la entrega de premios y reconocimientos a los jugadores, los cuales se sintieron muy consentidos y apreciados. Para finalizar llevaron a cabo una lujosa rifa.

Esperamos que TBS siga creciendo y compartiendo sus éxitos con clientes, proveedores y amigos.



10 AÑOS ANIVERSARIO tbs THEBROKERSERVICES INTERMEDIACIÓN DE REASEGURO SA DE CV

¡Enhorabuena!



Desplaza Guadalajara a Ecatepec del primer lugar en robo de autos asegurados

Durante el periodo que va de mayo de 2018 a abril de 2019, Guadalajara se posicionó en el lugar puntero de robo de autos asegurados, con 6 446 unidades siniestradas, lo que representó un incremento de 1.1 por ciento; con ello, esta entidad arrebató a Ecatepec de Morelos el nada honroso primer lugar que el municipio mexicano había ostentado por muchos años.

Debajo de las entidades señaladas aparecen Tlalnepantla de Baz, Puebla, Culiacán y Zapopan, lo que en total conforma un grupo de seis zonas geográficas en las que se perpetró uno de cada cuatro robos de vehículos asegurados, informó la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), organismo que además precisó que durante el periodo de referencia se robaron 250 vehículos diariamente.

La base estadística de la AMIS refiere que el índice de robos y su incremento o reducción respecto del año anterior se comportó de la manera siguiente: en Guadalajara ocurrieron 6 446 robos (+1.1 por ciento en relación con 2018); Ecatepec de Morelos, 6 263 (-15.2 por ciento); Tlalnepantla de Baz, 2 685 (-19.2 por ciento); Puebla, 2 602 (+16.1 por ciento); Culiacán, 2 367 (-7.5 por ciento); y Zapopan, 2 314 (-6.9 por ciento).

El informe agrega que tales municipios también ocuparon los primeros lugares en cuanto al número de robos con violencia y que durante el periodo examinado el total de unidades aseguradas robadas en el país fue de 91 542, cantidad que exhibió un decremento de 1.3 por ciento en comparación con el año previo.

LOS 15 MUNICIPIOS / ALCALDÍAS CON MAYOR NÚMERO DE VEHÍCULOS ASEGURADOS ROBADOS CON VIOLENCIA, MAYO-ABRIL DE CADA AÑO

Entidad	Municipio/delegación	Vehículos Asegurados Robados					Variación	% CON VIOLENCIA	
		15-16	16-17	17-18	18-19	Δ17-18		17-18	18-19
Nacional		34,761	44,796	58,479	56,214	-4.0%	63.1%	61.4%	
1 Méx	ECATEPEC DE MORELOS	4,849	5,041	6,248	5,314	-17.6%	86.6%	84.8%	
Jal	GUADALAJARA	1,305	2,186	3,431	3,536	3.0%	53.8%	54.9%	
2 Méx	TLALNEPANTLA DE BAZ	1,322	1,656	2,550	2,016	-26.5%	79.7%	75.1%	
3 Sin	CULIACAN	1,238	1,530	2,047	1,903	-7.6%	80.5%	80.4%	
4 Pue	PUEBLA	622	820	1,404	1,698	17.3%	64.3%	65.3%	
6 Mex	NAUCALPAN DE JUÁREZ	1,094	1,603	1,979	1,449	-36.6%	78.0%	74.5%	
7 Gto	CELAYA	165	281	592	1,213	51.2%	71.9%	74.5%	
8 Jal	ZAPOPAN	576	1,003	1,234	1,122	-10.0%	49.9%	48.5%	
9 CDMX	IZTAPALAPA	773	924	1,053	987	-6.7%	61.9%	58.7%	
10 CDMX	GUSTAVO A. MADERO	671	912	1,045	961	-8.7%	63.5%	64.3%	
11 Tab	CENTRO	518	792	999	921	-8.5%	58.6%	61.9%	
12 Méx	NEZAHUALCOYOTL	1,133	1,165	1,061	909	-16.7%	70.5%	71.3%	
13 Méx	TECAMAC	380	558	946	799	-18.4%	82.7%	77.7%	
14 Méx	CUAUTITLAN	438	456	640	686	6.7%	75.8%	65.5%	
15 Méx	TULITITLAN	548	560	723	677	-6.8%	72.9%	67.8%	
Resto		19,129	25,309	32,527	23,023	-1.6%			

LOS 15 MUNICIPIOS / ALCALDÍAS CON MAYOR NÚMERO DE VEHÍCULOS ASEGURADOS ROBADOS, MAYO-ABRIL DE CADA AÑO

Entidad	Municipio/delegación	Vehículos Asegurados Robados					Variación	% CON VIOLENCIA	
		15-16	16-17	17-18	18-19	Δ17-18		17-18	18-19
Nacional		62,203	76,559	92,739	91,542	-1.3%	63.1%	61.4%	
1 Jal	GUADALAJARA	3,740	5,117	6,376	6,446	1.1%	53.8%	54.9%	
2 Méx	ECATEPEC DE MORELOS	5,765	5,982	7,212	6,263	-15.2%	86.6%	84.8%	
3 Méx	TLALNEPANTLA DE BAZ	2,049	2,342	3,200	2,685	-19.2%	79.7%	75.1%	
4 Pue	PUEBLA	1,035	1,403	2,182	2,602	16.1%	64.3%	65.3%	
5 Sin	CULIACAN	1,514	2,041	2,544	2,367	-7.5%	80.5%	80.4%	
6 Jal	ZAPOPAN	1,554	2,319	2,473	2,314	-6.9%	49.9%	48.5%	
7 Méx	NAUCALPAN DE JUÁREZ	1,565	2,128	2,537	1,946	-30.4%	78.0%	74.5%	
8 CDMX	IZTAPALAPA	1,398	1,518	1,701	1,681	-1.2%	61.9%	58.7%	
9 Gto	CELAYA	300	458	823	1,628	49.4%	71.9%	74.5%	
10 CDMX	GUSTAVO A. MADERO	1,223	1,502	1,645	1,495	-10.0%	63.5%	64.3%	
11 Tab	CENTRO	952	1,285	1,704	1,487	-14.6%	58.6%	61.9%	
12 Méx	NEZAHUALCOYOTL	1,580	1,629	1,505	1,275	-18.0%	70.5%	71.3%	
13 BC	TIJUANA	478	922	1,270	1,247	-1.8%	45.4%	46.6%	
14 Méx	CUAUTITLAN IZCALLI	997	1,079	1,159	1,223	5.2%	71.9%	54.9%	
15 Qro	QUERÉTARO	594	794	1,024	1,128	9.2%	30.0%	38.1%	
Resto		37,459	46,040	55,384	55,755	0.66%			

Por lo que atañe a la recuperación vehicular, la AMIS indica que 36 201 unidades aseguradas robadas retornaron a manos de sus propietarios; es decir, cuatro de cada 10, e informó que ya está generando nuevas propuestas orientadas a la prevención de este delito mediante el fortalecimiento de políticas públicas y apoyando la reacción ciudadana por me-

do del uso de nuevas tecnologías, siempre en conjunto con las autoridades.

Por otra parte, el reporte de la industria aseguradora destaca un incremento cercano al 30 por ciento en el robo de vehículos en los estados de Puebla y Guanajuato, entidades en las que también creció el hurto de combustible que posteriormente se vende de manera informal, y que es conocido como *huachicol*.

También este par de estados tuvo asimilado la mayor afectación en el rubro de robo a transporte de carga, tanto ligera (pick-up) como de equipo pesado. Del total de ilícitos de esta índole registrados en esos dos estados, 60 por ciento ocurrió en Puebla y 45 por ciento en Guanajuato.

El comunicado informa también que 61.4 por ciento de los despojos de vehículos a escala nacional ocurre con el uso de violencia, práctica que ha aumentado a tal grado que ya

se clasifica como situación alarmante, pues 10 entidades superan la media nacional: Guerrero, con 79 por ciento de robos perpetrados con el uso de violencia; Sinaloa, con 77.5 por ciento; Estado de México, con 72.5 por ciento; Puebla, con 72.3 por ciento; Tlaxcala, con 71 por ciento; Zacatecas, con 70.7 por ciento; Tabasco, con 66.2 por ciento; Michoacán, con 66.1 por ciento; Guanajuato, con 64.7 por ciento; y Tamaulipas, con 64.2 por ciento.

Por lo que respecta a las submarcas de vehículos con mayor número de reportes de robo en el último año, éstas son: NP300/Pick up (Nissan), con 5 799 unidades robadas; Tsuru (Nissan), con 5 515; Versa (Nissan), con 3 863; Aveo (General Motors), con 2 828; y los camiones de Kenworth, con 2 718 casos.

En la modalidad de vehículos de equipo pesado, el top cinco está conformado por: tractocamiión de la marca Kenworth; tractocamiión de la marca Freightliner; caja seca de semirremolques; tractocamiión de la marca International; y Dolly de semirremolque.

Se concentra en seis entidades del país uno de cada cuatro robos de autos asegurados

¿Somos realmente responsables?

Ejemplos:

- "Yo soy mujeriego porque así somos los López".
- "Heredé el mal genio de la abuela".

Psicológica: esta trampa consiste en defender nuestra esencia a toda costa, creyendo que, al hacerlo, formaremos un escudo impenetrable y que de esta manera nadie podrá influir en nosotros para cambiar. Incluso podemos considerar la educación de nuestros padres como factor que forjó dicha naturaleza.

Ejemplos:

- "Yo soy así...".
- "A mí no me pidas que sea más expresivo; sabes que no puedo; así me lo enseñaron mis padres".
- "Bien dice el dicho: genio y figura, hasta la sepultura".

Este tipo de respuestas solo denota una falta total de flexibilidad y la nula intención de buscar una mejora o un acuerdo con la persona con quien estamos interactuando.

Es cierto que la educación influye, pero no determina. ¿Por qué hay personas que a los 50 años siguen diciendo que ésa es la forma en que las educaron sus papás? ¿Acaso el hombre no ha to-

mado decisiones sobre esa educación? ¿Sigue siendo "el niño" educado por los papás? No. Simplemente es una manera cómoda de continuar en la búsqueda de responsables.

Ambiental: esta trampa es maravillosa porque no tenemos que excusarnos en los genes o en nuestra esencia. Aquí es más fácil señalar al ambiente, lo que nos convierte entonces en títeres emocionales:

Y encontramos oraciones como éstas:

- "Estos días me deprimen".
- "Yo no era chismoso, pero desde que entré en esta área me volví así...".

¿Te suenan familiares estas excusas? ¿Cuántas veces hemos dicho este tipo de frases? Lo peor de todo es que, al no ser conscientes de ellas, podemos caer en el hábito de mencionarnos y después creer realmente que muchas de las situaciones que nos ocurren dependen de algo o de alguien más y que estamos totalmente inhabilitados para resolverlas.

Piénsalo así: ¿qué pasaría si, a partir de hoy, te observas y comienzas a modificar este tipo de frases? Creemos que nosotros controlamos el lenguaje, pero lo cierto es que el lenguaje nos acaba

controlando a nosotros.

Si quieres desarrollar la verdadera responsabilidad, simplemente empieza por pensar lo siguiente ante cada situación adversa que se te presente: "¿Hay algo más que yo pueda hacer?", "¿Puedo intentar algo diferente que no he hecho hasta ahora?".

Un gerente me comentaba que se sentía muy desanimado porque a seis meses de estar en un área nueva su jefe directo no le había dado "retroalimentación" sobre sus resultados y no sabía realmente qué se esperaba de él.

¿Qué pasaba con este gerente? Estaba esperando a que alguien más tomara la iniciativa para buscarlo... ¿Qué pasaría si lo hiciera al revés, es decir, si justamente él tomara la responsabilidad, se empoderara y buscara a su jefe? Hay un método infalible para este tipo de situaciones: ¡preguntar! ¿Para qué adivinar si se puede preguntar?

Hay muchos momentos en la vida en los que creemos que lo que nos pasa depende de alguien más. A partir de hoy aprende a *decidir* y a *asumir*, y descarta de tu vida participar crónicamente en "el juego de la víctima".

El color del cristal con que se mira

tuvo un accidente de automóvil y estuvo hospitalizado con el yeso durante varios días. La destrucción del coche fue otra pérdida.

Al final escribió: ¡Fue un año tan malo! Cuando la esposa del escritor entró en la habitación, lo encontró triste en sus pensamientos. Desde atrás leyó lo que estaba escrito en el papel.

Salió de la habitación en silencio y volvió con otro papel. Lo colocó al lado del de su marido.

Cuando el escritor vio el papel, se encontró con esto escrito en él:

El año pasado finalmente me deshice de mi vesícula biliar, después de pasar años con el dolor.

Cumplí 60 años con buena salud y me retiré de mi trabajo. Ahora puedo utilizar mi tiempo para escribir con mayor paz y tranquilidad.

El mismo año mi padre, a la edad de 95, sin depender de nadie y sin ninguna condición crítica, conoció a su Creador.

El mismo año, Dios bendijo a mi hijo con una oportunidad nueva de vida.

Mi coche fue destruido, pero mi hijo se mantuvo con vida sin ninguna discapacidad.

Al final, ella escribió: ¡Ese año fue una bendición inmensa de Dios!

Eran los mismos hechos, pero con diferentes puntos de vista.

Creo que esto podría ser un color de cristal muy bueno para mirar la vida, por lo que reflexionando en ello pensé:

Hace unas cuantas semanas me sometí a una intervención quirúrgica importante: me reemplazaron la rodilla izquierda por completo y me pusieron una prótesis.

Esa situación fue difícil de aceptar, pero es una de esas cosas que, cuando te llegan, debes tomar como vienen y no lamentarte de nada.

Por el contrario, estoy agradecido por haber tenido los medios para hacerme una cirugía de tal magnitud, y que además ésta haya sido un éxito.

La perspectiva de una rehabilitación larga, lenta y dolorosa es algo que no debo lamentar, sino ver como algo que me da la oportunidad de volverme más resiliente y fuerte para luchar por volver a estar bien.

Estoy confiado en que llegaré al punto de tener una vida mejor de la que tenía antes de la cirugía.

¡Seguramente será un año de dolor físico, pero de mucha reflexión, agradecimiento y preparación para gozar más la vida!

Agradezco muchísimo las muestras de cariño de la gente que se enteró de la intervención; también agradezco una que otra visita, como las que me hicieron mis hermanos, en las que jugamos dominó y nos divertimos de lo lindo.

No reímos muchísimo, pero no sólo agradezco el rato tan agradable que pasamos, sino el contar con ese innegable cariño que siempre me han dispensado.

Esta experiencia me ha permitido valorar aún más el gran amor y cuidados de mi esposa e hijos, y todo ello me hace reflexionar en que:

"No es la felicidad lo que nos hace agradecidos, sino el agradecimiento lo que nos hace felices".

Cada quien escoge el color del cristal con el que mira la vida, y me parece que el mejor color que podríamos elegir es el del agradecimiento.



ESPEJITO, ESPEJITO

Mariana Hernández Navarro

@marianahernandez@iconlead.com.mx

En varias ocasiones me he preguntado si realmente todos conocemos y entendemos el concepto de *responsabilidad*. Para mí, es sorprendente descubrir que, aun cuando no dominamos por completo el significado de dicha noción, nos jactamos de poseerla como cualidad.

He observado en diferentes ocasiones que nos calificamos como "personas responsables y enfocadas en resultados". Pero, al mismo tiempo, me llama la atención que, cuando existe algún tipo de cuestionamiento por no haber alcanzado ciertos objetivos, se tiende a responder que alguien más estuvo involucrado en este fracaso. Difícilmente se acepta la culpabilidad, cuando deberíamos percatarnos de que el binomio es así: si se es responsable, también es posible que uno sea culpable.

Se suelen escuchar diferentes tipos de respuesta, como: "Nadie me avisó", "No me lo explicaron bien", "Él no cumplió con su parte", "Es imposible trabajar con esa persona", "Me puso de malas...".

En el trabajo se nos ha contratado para lograr resultados y cumplir determinados objetivos y metas. No obstante, al no lograrlo, observamos a nuestro alrededor para excusarnos y defendernos. Y esta actitud exculpatoria no solo se refleja en el ambiente laboral, sino también en la familia, en la comunidad, etcétera.

Entonces surge la duda de si realmente podemos considerarnos como *personas responsables*, personas con capacidad para dar respuesta y, sobre todo, para hacerlo a pesar de las adversidades y, lo más importante, asumiendo que nosotros somos los que debemos "tomar las riendas" de la situación.

Stephen Covey describe que las personas somos capaces de elegir la respuesta; que no podemos justificarnos en aspectos externos por no haber logrado ciertos objetivos.

Y describe tres trampas en las que podemos caer. Te pido que observes si has caído en ellas.

Genética: esta trampa me encanta porque escudándonos en ella podemos echar la culpa a nuestros genes, a nuestros padres, etcétera. Nada depende de nosotros. El fracaso, el vicio, las debilidades en general son culpa total de la herencia...



REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen

www.carlos-molinar.com

Existe un refrán mexicano que dice: Nada es verdad ni es mentira; todo depende del cristal con que se mira.

Siempre he estado convencido de la gran sabiduría que encierran los dichos y refranes, y éste no es la excepción: cualquier cosa que observemos la podemos ver de diferentes maneras.

Una amiga me envió esto y me encantó; y por ello se lo comparto:

"Un escritor famoso estaba en su sala de estudio. Tomó la pluma y comenzó a escribir:

El año pasado tuve una operación y me quitaron la vesícula biliar. Tuve que quedarme en cama por un tiempo largo.

El mismo año llegué a la edad de 60; tuve que renunciar a mi trabajo favorito. Permanecí tres décadas de mi vida en esa editorial.

El mismo año experimenté el dolor por la muerte de mi padre, y mi hijo fracasó en su examen médico porque

PROPORCIONANDO SOLUCIONES
A LA MEDIDA

Administración de **gastos médicos**
para el sector asegurador

Médica Vial 
ESPECIALISTAS EN ATENCIÓN DE ACCIDENTES

Global Business Corporation reconoce a Grupo KC Agente de Seguros a nivel internacional



El pasado 24 de mayo del presente año en el Hotel Hyatt Regency se llevó a cabo la entrega del premio BUSINESS MANAGEMENT AWARDS, reconocimiento que otorga Global Business Corporation, a diferentes y prestigias empresas en México entre ellas Grupo KC Agente de Seguros.

Este Galardón se entrega anualmente y este año destaco Grupo KC Agente de Seguros por contar con una gestión integral, que les permite alcanzar una alta competitividad y confiabilidad en sus productos y servicios. Este reconocimiento sin duda simboliza el com-

promiso que tiene Grupo KC Agente de Seguros con ellos mismos y la sociedad.

El tenerlo representa excelencia empresarial. Sin duda Grupo KC muestra su fortaleza Corporativa recibiendo este tipo de reconocimientos y muestra que puede ser el referente de crecimiento y desarrollo de las empresas mexicanas a nivel internacional fomentando el intercambio comercial e impulsando así la economía global de los países.

El reconocimiento fue entregado al Lic. Daniel Guzmán, Presidente del Consejo de Grupo KC.



COMUNICADO

El pasado 16 de mayo de 2019 recibimos de la **Comisión Nacional de Seguros y Fianzas**, el dictamen favorable con la **autorización** para operar como **Institución de Seguros** en el ramo de **caución** así como para operar fianzas en todos sus ramos y sub ramos.

Por lo que cambia nuestra denominación social de Fianzas, Dorama, S. A. por:

DORAMA, INSTITUCIÓN DE GARANTÍAS, S. A.

Esta transformación representa un compromiso para fortalecer nuestra sólida presencia en el mercado y continuar con el servicio de excelencia y calidad que siempre hemos brindado.

Visítanos
www.dorama.mx