



MDRT

MDRT DAY
MEXICO

2019
MEXICO CITY
OCT - 24



Las mejores prácticas para convertirse en un agente de clase mundial

ESCUCHAR CON EL CORAZÓN, LA DIFERENCIA ENTRE UN ASESOR BUENO Y UNO EXCELENTE: **Regina Bedoya** / DISEÑA UN PROCESO Y ENFÓCATE EN ÉL: **Sandro Forte** / CONVICCIÓN Y DISCIPLINA TRANSFORMAN A UN AGENTE ORDINARIO EN UNO EXTRAORDINARIO: **Tony Gordon** / CONTAR HISTORIAS: TÉCNICA QUE ROMPE EL HIELO, REFUTA OBJECIONES Y CIERRA VENTAS: **Manuel Bulnes** / HACER DE LA INCERTIDUMBRE UNA OPORTUNIDAD: **Gabriela Warkentin** / EL PODER DE LA IMAGEN PERSONAL PARA VENDER MÁS: **Andrea Alcalá** / DOS CONSEJOS QUE TRANSFORMARON UNA VIDA: **David Fitz** / APRENDER PARA TRASCENDER: **Xóchitl Padilla** / SEAN FELICES Y CONTAGIEN AL MUNDO: **Fernanda Calva** / ACOPIO DE DATOS, ORO MOLIDO PARA EL AGENTE: **Jesús Cohegrus** / TIPS PARA TRIUNFAR Y SALVAR VIDAS: **Rodrigo Rivera** / SIMPLICIDAD Y CONFIANZA, BÁSICOS PARA LOGRAR UN CIERRE DE VENTAS PERFECTO: **Álvaro Aldrete** / CREAR UNA MARCA, LA MEJOR ESTRATEGIA DE VENTA: **Laura Cervantes**

COLUMNISTAS



Agencia para gestionar riesgos públicos

Genuario Rojas

pág. 26



Preparándome para morir

Mariana Hernández

pág. 27

SECCIONES

EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
Mundo del Asegurador	1
SE DICE...	24
LOS NÚMEROS CUENTAN	28
REFLEXIONES	29
AMASFAC	30

www.elasegurador.com.mx



/elasegurador.periodico



ELASEGURADORmx



@ElAsegurador



El Asegurador

#Seguros



A PROFUNDIDAD

El seguro en el mundo hacia el cuarto trimestre, según estudio de Mapfre

Un estudio elaborado por Fundación Mapfre denominado *Panorama económico y sectorial 2019: Perspectivas hacia el cuarto trimestre* refiere que hay factores internacionales, como la guerra comercial y otras crisis, que están ejerciendo una presión inconveniente sobre las economías de todo el orbe y que podrían inclinar la balanza hacia la recesión, aunque esta situación no está aún en el escenario que presenta dicho informe.

No obstante, los indicadores de la inminencia de una recesión mundial son mixtos, y tal condición económica no puede descartarse. Si se diera el caso, la capacidad de revertir una desaceleración mediante las palancas monetarias y fiscales habituales podría resultar insuficiente. Se trata de una situación de vulnerabilidad global en la que, pese a que tal aletargamiento económico no constituye el escenario central, la posibilidad de una recesión es cada vez mayor, sus consecuencias sociales y económicas son aún inciertas y los instrumentos para afrontarla son limitados.

La ralentización del crecimiento económico junto con la aplicación generalizada de políticas monetarias acomodaticias terminarán trasladándose al crecimiento de las primas de seguros mundiales. Los mensajes de los principales bancos centrales, que apuntan a bajadas de tipos de interés adicionales, pueden llegar a constituir un estímulo para el negocio de Vida Ahorro y Rentas Vitalicias en el corto plazo (solo en aquellas economías que tienen todavía niveles de tipos de interés relativamente altos), aunque terminarán por lastrar también este tipo de negocio.

Otras economías emergentes se enfrentan a la posible lentificación en el crecimiento de su negocio asegurador. En Argentina, por ejemplo, el panorama se complica al profundizarse el estado recesivo en el que se encuentra la economía. En Brasil y México de momento la debilidad de su crecimiento económico se trasladará a sus respectivos mercados aseguradores, pero las perspectivas para el próximo año mejoran.

Si desea conocer A Profundidad el contenido de este documento, entre a www.anuarioseguros.lat y encuéntralo en la categoría llamada *Reportes*.

EDITORIAL

EVOLUCIONAR CONSIDERANDO LO ESENCIAL

El ambiente que se crea alrededor de un evento como el MDRT Day Mexico 2019 es simple y llanamente contagioso, inspirador y altamente reflexivo, pues el núcleo de una reunión de esta naturaleza es el debate sobre el papel del intermediario en los tiempos modernos.

Más allá de lo que la tecnología pueda aportar hoy o en el futuro a la intermediación, convendría reconocer que el seguro es y seguirá siendo una actividad esencialmente humana en la que los talentos propios de la persona, más la adecuación de su actividad mediante la adopción de una visión empresarial, se traducen en la dupla perfecta para que el agente catapulte su actividad hacia un éxito sin límites en esta industria. Ayudado, cómo no, por la tecnología y sus infinitas posibilidades.

No es casualidad que los mejores de la industria, reunidos en el MDRT Day Mexico 2019, hicieran hincapié en privilegiar el mejoramiento de las capacidades humanas, imagen y valores de quien abraza esta profesión, por encima de establecer o siquiera atreverse a sugerir que la tecnología podría llegar a convertirse en el nuevo vendedor de seguros que prescindirá del factor humano.

En tal caso, la evolución del agente de seguros pasa por refinar su papel con base en el mejoramiento de las capacidades anteriormente señaladas, pero también mediante el establecimiento de procesos y estrategias de desarrollo y acercamiento al consumidor que le faciliten generar experiencias de consumo positivas para sus clientes. Se trata, en suma, de adoptar una función social eminentemente benéfica, pero con enfoque y visión empresarial.

En diferentes escenarios de la industria se ha coincidido justamente en que el canal de distribución constituido por los agentes de seguros está destinado a permanecer en el mercado, dado que existen coberturas en cuyo contenido el valor de la asesoría del agente de seguros es simplemente irremplazable.

Por otro lado, el reemplazo generacional en la actividad de intermediación es

una tarea de la más alta prioridad ante la cual el sector asegurador tiene el doble desafío de reclutar a los elementos que se califiquen como los más aptos para desempeñar la actividad y propiciar su permanencia mediante la creación de esquemas atractivos de desarrollo profesional.

También es necesario agregar la tarea de infundirle a este revolucionado universo de jóvenes emprendedores, habituados a resolver casi todo mediante la tecnología, los principios y valores que por generaciones han hecho que el seguro conserve su paso firme hacia el desarrollo.

Se dice que para construir alto hay que cimentar profundo, y son justamente los cimientos, los básicos de la actividad aseguradora, los que no hay que dejar de incluir en ningún modelo de negocio, por innovador y tecnológico que éste pretenda ser.

Lo anterior porque, muy probablemente, principios y valores esenciales, como cuidar la imagen personal, fomentar la confianza en el cliente, escuchar con el corazón, construir historias para romper el hielo, desarrollar la capacidad de ser feliz para contagiar al mundo o prestar oídos a los agentes experimentados para facilitar el desarrollo, podrían lucir como empujadas piezas de museo para las nuevas generaciones, en lugar de que se tomen como esencia de la actividad. Esta indiferencia contemporánea hacia los principios fundacionales del quehacer asegurador podría causar un sesgo tan arriesgado y absurdo como renunciar por completo a usar la tecnología y aspirar a mejorar la profesión utilizando herramientas del siglo antepasado.

En la presente edición, estimado lector, hemos elaborado un reporte exhaustivo de lo expuesto durante el MDRT Day Mexico 2019. Al concluir su lectura, se dará cuenta de que los secretos de su éxito como agentes se encuentran en la simpleza de las prácticas y en la inquebrantable perseverancia de estos héroes de nuestro tiempo, los mejores productores de seguro de Vida en el mundo.

#Editorial

DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

Editado y distribuido por:
PEA COMUNICACIÓN,
S. DE R.L. DE C.V.
Av. Insurgentes Sur 933, Int. 203
Col. Nápoles, Benito Juárez
03810, CDMX, México.
Tels.: 55 3626 0495, 55 3626 0498,
55 5440 7830 y 5440 7831 / Lada sin costo:
800 821 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

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: INKO IMPRESORES S.A. DE C.V. Breñaña 134, Col. Zacahuitzco, Iztapalapa 09440, CDMX. Tel. 5555709454

Año XXXV No. 842

Miembro activo de



Visítanos en:

www.elasegurador.com.mx


MDRT DAY MEXICO

2019 MEXICO CITY OCT - 24

Una ocasión histórica para aprender de los mejores

#MDRT #Ventas

El Hotel Camino Real Polanco, ubicado en Ciudad de México, recibió a más de 800 profesionales de la intermediación de seguros de Vida, la mayoría mexicanos y muchos procedentes de Sudamérica y Centroamérica, quienes fueron testigos del MDRT Day Mexico 2019, evento organizado por la Million Dollar Round Table (MDRT) en conjunto con el periódico *El Asegurador* y que se convirtió en la primera experiencia que esta asociación internacional de profesionales de seguros y servicios financieros realiza en su historia en nuestro país.

La llegada de la asociación a nuestro país era algo que por lógica ya debía suceder (en Latinoamérica, sólo Brasil y Panamá habían sido sedes de este magno encuentro), y aquí la MDRT presentó un evento de alto nivel para que los agentes de seguros logren alcanzar su máximo rendimiento y trasciendan en el negocio mediante el esfuerzo y la dedicación.

La MDRT junto con *El Asegurador* lograron ensambalar un programa atractivo. La experiencia de esta reunión, que desde donde se aprecie es un punto de inflexión en el sector asegurador mexicano, fue una muestra a menor escala de lo que representa asistir a la Reunión Anual de esta asociación.

Por lo anterior, la jornada se organizó dividiéndola en dos bloques: Conferencias Magistrales y México Speaks, formatos que dieron muestra de una experiencia similar

a la que puede vivirse en la Reunión Anual de MDRT. La jornada arrancó con la intervención de Gabriela Warkentin, quien describió con hechos contundentes la forma en que el panorama social, político y económico de México y América Latina está cambiando y se dirige hacia una era nueva.

Posteriormente se tuvo la oportunidad de escuchar las mejores prácticas del negocio en voz de Regina Bedoya, hoy presidenta de la asociación a escala global; Sandro Forte, protagonista de una de las carreras más impresionantes dentro del sector asegurador en el mundo; y Tony Gordon, una de las figuras legendarias más admirables y sobresalientes en la venta de seguros en todo el orbe.

Por la tarde, el Comité Organizador eligió a ocho agentes de seguros mexicanos, todos miembros activos de la MDRT, para que ofrecieran aportaciones de gran valor. Estos intermediarios demostraron con ejemplos prácticos la ruta que han seguido para dejar huella en el oficio. En esta serie de discursos, Álvaro Aldrete, Rodrigo Rivera, Fernanda Calva, Manuel Bulnes, Andrea Alcalá, Laura Cervantes, Xóchitl Padilla y David Fitz tuvieron cada uno 15 minutos en el escenario para exponer su visión sobre el negocio y develar las claves que les han permitido prosperar de manera notable en esta actividad.

El cierre del evento estuvo a cargo de Jesús Coche-gras, quien describió la radical forma en que la tecnología

está modificando el comportamiento del consumidor. El expositor, ingeniero en sistemas de amplia trayectoria en la industria del videojuego, finalizó su intervención con una reflexión muy emotiva acerca de cómo nuestro diario devenir puede generar una influencia positiva en otros seres humanos.

La extensa jornada de este MDRT Day Mexico 2019, que fue realmente histórico, constituyó el marco más oportuno para que Diego de la Mora, quien fungió durante los últimos dos años como Country Chair de MDRT en México, cediera formalmente la estafeta a Andrea Alcalá, quien a partir de septiembre de este año tomó las riendas de la representatividad de MDRT en el país. De la Mora fue pieza fundamental y actor clave para la cristalización del evento en nuestras tierras.

El Asegurador—medio de comunicación que durante 14 años ininterrumpidos ha asistido y cubierto desde el lugar de los hechos la reunión anual de la MDRT— fue protagonista y coautor junto con la MDRT de la primera edición del MDRT Day Mexico, un evento diseñado para los mejores que no solo confirmó la trascendencia y alcance que tienen los seguros para edificar una sociedad más y mejor protegida, sino que también sirvió como un espacio didáctico para que se difundieran prácticas, historias y enseñanzas útiles a cualquier persona que pretenda trascender en su profesión y en su vida.

APLICACIONES TECNOLÓGICAS

PRESENTAMOS EJECUTIVO INTELIGENTE, EL CHATBOT EXPERTO EN SEGUROS.

Soluciones tecnológicas para los sectores

FINANCIERO

ASEGURADOR

AUTOMOTRIZ



EJECUTIVO INTELIGENTE

- Consulta directa al sistema de pólizas.
- Disminución de recursos humanos.
- Sensación cálida y humana.

SAE BUSINESS & IT SOLUTIONS

www.saosistemas.com

Escuchar con el corazón, la diferencia entre un asesor bueno y uno excelente

#MDRT #Ventas



Regina Bedoya

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

El concepto de *mediocridad* no forma parte de la cotidianidad de Regina Bedoya. La actual presidenta de la Million Dollar Round Table (MDRT) se ha planteado sueños y metas desde que inició su carrera, hace más de 25 años, y los ha cumplido a cabalidad, como ella misma dice, con el firme compromiso de cambiar la vida de cada cliente.

Bedoya participó con una conferencia en el MDRT Day Mexico 2019, evento histórico organizado por *El Asegurador* y la MDRT que se llevó a cabo en la capital del país. Ahí la presidenta de esta organización ofreció su mayor secreto como asesora financiera, y para sorpresa de muchos su estrategia no está relacionada con las competencias técnicas que debe adquirir todo intermediario cuando comienza a dar sus primeros pasos en este negocio.

La experimentada asesora y también miembro del Comité Ejecutivo de la MDRT fue enfática al afirmar que la diferencia entre un asesor simplemente bueno y uno excelente radica en la forma en que se comunica con sus clientes.

De inmediato Bedoya aclaró que las habilidades personales o competencias suaves son la otra mitad de la "batalla", e indicó que están muy conectadas con la inteligencia emocional. "Todos hablan, pero la pregunta real es ¿quién escucha? Cuando el cliente se siente escuchado y sabe que realmente nos interesa su vida, estamos cumpliendo nuestra misión".

Escuchar con el corazón

Regina Bedoya fue insistente al hablar sobre las destrezas personales como un aspecto fundamental en la labor del intermediario. Recalcó que, como agentes, deben entender las inquietudes del cliente y que es crucial escucharlo con el corazón, y no solo con la mente. "Como asesores tenemos la responsabilidad de mejorar su vida; solo debemos encontrar la forma de hacerlo".

La presidenta de la MDRT, que desempeña sus labores de asesora financiera en Florida, Estados Unidos, reveló que para lograr una conexión profunda con el cliente existe un tipo de comunicación que, como ella misma define, es transformativa y no permite distracciones.

"Estamos escuchando el sentido que anida detrás de las palabras. Estamos totalmente presentes, enfocados en esa persona, y no miramos nada más.

No lo juzgamos; solo lo escuchamos con mente abierta y curiosos de lo que nos está contando. Es como el tipo de comunicación que tenemos con la persona de la que nos enamoramos la primera vez: lo único que nos interesa es esa conexión", amplió Bedoya ante la atenta mirada de los 850 asistentes al primer MDRT Day Mexico.

La expositora recalcó que en la sociedad actual existe una ansia muy grande por ser escuchados; de ahí que la razón de una reunión con el cliente sea descubrir algo que no se sabía antes de esa conexión profunda y que se puede aprovechar para brindar el asesoramiento adecuado a sus necesidades.

¿Quieres tener éxito como agente? Diseña un proceso y enfócate en él

#MDRT #Ventas



Sandro Forte

Pasos de excelencia

Casi al término de su conferencia magistral, Bedoya mencionó los seis pasos que, según su experiencia, considera trascendentales para lograr todas las metas que se proponga cualquier agente no solo en su carrera como productor de seguros sino también en su vida personal.

"La gratitud es el poder más grande que tenemos, y por ello debemos aprovecharlo. Debemos contar con una visión propia del futuro. Otro aspecto tiene que ver con la tarea de replantear el pasado y volver a escribir ese guión como una lección de vida. Es necesario que entremos en acción y que cada día demos un paso hacia la meta que nos hemos planteado. Imposible darnos por vencidos; a pesar de las dificultades, debemos ser persistentes. Finalmente, no debemos hacer las cosas solos; lo ideal es que estemos rodeados de una comunidad de ganadores porque el éxito es adictivo", explicó Bedoya.

Para la curtida asesora financiera, el propósito de estos seis pasos es recordar no solo a los presentes sino a todos los integrantes de la comunidad aseguradora en general que la decisión de ser felices tiene que ver directamente con el significado de esa palabra: es una decisión.

"La felicidad es una decisión que uno toma de antemano. Todos hemos tenido problemas y dificultades, pero esos incidentes solo hay que dejarlos ir y reescribir el pasado, convertir una experiencia negativa en una lección de vida. Debemos enfocarnos en el futuro, en quienes queremos ser y adonde queremos llegar; y que esto sea una decisión autónoma, diseñada por nosotros mismos y no por otros", finalizó Bedoya.

Regina Bedoya fue galardonada con el Premio Irvin Konter, y en un par de oportunidades ha sido nombrada Agente del Año por Prudential en Palm Beach, Florida.

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Independientemente de cuánto tiempo se lleve ejerciendo la profesión de agente de seguros, la fórmula para ser exitoso en el negocio consiste en definir cuáles son los puntos clave, integrarlos en un proceso y enfocarse en cumplirlo a cabalidad. Éste fue el consejo que Sandro Forte, experimentado asesor, les regaló a los 850 asistentes reunidos en el MDRT Day Mexico 2019, evento que por vez primera organizaron en nuestro país la Million Dollar Round Table y el periódico *El Asegurador*.

Forte indicó que, por lo regular, cuando a las personas se les sugiere plegarse a lo que establece un proceso, más de uno se muestra renuente. No les es del todo grato porque los aleja de su zona de confort y de los hábitos a los que están acostumbrados; pero, por el contrario, establecer un proceso y someterse a él constituye el camino más corto para lograr resultados acordes con los objetivos deseados, ya sea en el terreno personal o laboral.

El asesor de seguros expresó que diseñar un proceso, cambiar o adaptarse a una con-

dición preestablecida en la vida jamás ha sido una situación cómoda. Sin embargo, recalcó, para que una persona se abra paso en la vida tiene que ser capaz de vencer esas barreras y descubrir cuáles son sus capacidades natas, y mediante la experiencia en el campo sumarles las capacidades aprendidas (la mayor parte de las cuales se adquieren mediante procesos establecidos de instrucción y entrenamiento). Es la suma de ambas lo que lleva al éxito, indicó.

Forte dijo que la actividad en la venta de seguros de Vida se torna más fácil si el asesor opta por esquematizar un proceso de desarrollo y se somete a cumplirlo a pie juntillas. Resaltó que para ello existen seis ingredientes esenciales que se deben poner en práctica.

1 Posicionamiento. El posicionamiento surge cuando el agente hace un análisis adecuado de las necesidades del cliente. Cuando el agente logra identificar eso, el cliente se siente atendido y cubierto en sus necesidades, y como efecto de ello la marca del asesor se posiciona en la mente del asegurado. Es por ello por lo que no es aconsejable que un agente hable en la primera presentación del tipo de coberturas que ofrece. Antes debe sondear cuál es el perfil y necesidades del prospecto para delinear su aseguramiento. "Hazle saber que esa primera reunión es para conocerse e identificar si es posible o no trabajar con él", dijo Forte, observando que para eso hay una regla: ambos deben tener permiso de abandonar la reunión en el momento en que lo deseen, sin condiciones y sin presión.

Establecer un ambiente equilibrado en el que se llevará a cabo el primer encuentro reduce el estrés y genera confianza. La calidad de la información que nos den determinará la calidad del consejo que les podamos brindar. Si no tenemos todos los hechos, es difícil proporcionar un consejo adecuado y útil.

2 Especialízate en manejar las objeciones. Esto se logra mediante un proceso de tres pasos: primero, da la bienvenida a esta objeción: "Señor, gracias por ser tan honesto". Así desarmas el pensamiento negativo que el prospecto pueda tener de tus servicios. De esa manera lo haces sentir que tiene el control de la reunión. Cada objeción es una señal de compra a la que hay que estar atento. Segundo, crea empatía: "Fíjese que yo en su lugar estaría pensando lo mismo, pero...", y aquí entra el tercer paso: formula una pregunta lógica que lo haga reflexionar sobre si sería capaz de salir adelante ante un siniestro sin el respaldo de una cobertura de seguro. Su respuesta revelará sus necesidades y muchas de las veces echará por tierra sus argumentos para no comprar.

3 Antes de hacer cada llamada para concertar una cita visualiza cuál va a ser el resultado. Los especialistas en ventas por teléfono aseguran que eso te da 11 por ciento de probabilidad de que el prospecto te diga que sí. Pero es

importante cuidar la estructura de la información del mensaje. No es lo mismo decir: "Le llamo para venderle un seguro" que matizar así: "Me especializo en ayudar a que las personas cuiden su patrimonio financieramente".

4 Deja de pedir referidos de la manera tradicional. No funciona. El momento adecuado de hacerlo es cuando se lleva a cabo el análisis de necesidades del cliente. Por ejemplo, cuando se le pregunta: "Si usted llegara a faltar, ¿quién sería el encargado de cuidar a sus hijos o de administrar sus bienes?". Estas son las mejores oportunidades para pedir referidos. Después de poner

sobre la mesa esa interrogante, podemos introducir nuestra petición de la siguiente manera, complementando la argumentación: "Estaría bien que me los presentara, para hacerles saber la importancia de que tengan relación conmigo". Los referidos surgen holísticamente, no debemos olvidarlo.

5 Crea una experiencia para diferenciarte frente al cliente. Propón una plática que ayude a intercambiar opiniones con las personas y que las lleve a conocer un poco más de lo que haces, de tu producto y del mercado. Desarrolla tu personalidad; de lo contrario, vas a batallar bastante en este negocio.

6 Transmite a tus clientes una forma de pensar brillante y positiva. Todos los seres humanos tenemos metas, y el motivo por el cual la mayor parte de las veces no las concretamos es que en el proceso hay interferencias que nos desvían del propósito.

Escribe claramente cuáles son tus metas, pero redáctalas como si ya las hubieras logrado. Refleja en el texto cómo te sentiste al haberlas logrado. Recuerda que la mente subconsciente no conoce la diferencia entre lo que es real y lo imaginario. Léelas durante 30 días, y tu mente modificará inconscientemente tu manera de pensar, actuar y ver la vida.

Porque no todos se atreven a hacer más dinero...

EMISIÓN
FLASH

La primera aplicación del sector para emitir pólizas desde cualquier dispositivo móvil en tu app **Mundo Insignia Life**.

App Mundo Insignia Life disponible en



En pocas palabras...

Insignia Life
El seguro de tu vidaSM

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



Convicción y disciplina transforman a un agente ordinario en uno extraordinario

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

Cuando hace 50 años inició en el negocio de los seguros, Tony Gordon nunca imaginó trascender de la forma en que consiguió hacerlo durante su carrera. Y es que, según el propio Gordon, sus primeros pasos en el oficio, y hasta en la vida, no fueron los mejores, ya que incluso lo expulsaron de la escuela secundaria en sus años como estudiante, por lo que escuchar de profesores y mentores que sería alguien sin futuro se convirtió en algo cotidiano.

Gordon, leyenda de la industria aseguradora a escala global, originario de Reino Unido, participó en el MDRT Day México, evento organizado por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT) acaecido en la capital de la república. Ahí narró cómo luego de muchos fracasos, frustraciones y centenares de cuestionamientos personales logró descifrar que la convicción y la disciplina se conjugan como la fórmula ideal para dejar de ser un agente ordinario y convertirse en un asesor que alcanza resultados extraordinarios.

"En mi primer mes como agente necesitaba visitar hasta a 43 personas para conseguir una venta. En mi segundo mes mejoré los números y logré cerrar seis ventas. A finales del tercer mes, la suerte se hizo esquiva, y todas las citas que tenía concertadas se cancelaron. Luego de sobrevivir a la novatada, conseguí en promedio concretar una venta después de 19 entrevistas. En realidad, durante los siguientes cuatro años no cambiaron mucho mis estadísticas; por esa razón estuve tentado a renunciar al negocio", narró Gordon.

Esa época amarga para Gordon fue determinante y un punto de inflexión en su vida y en su carrera profesional. Reconoce que intentó incursionar en otros terrenos ajenos al seguro, pero ni siquiera le dieron la oportunidad con una oferta laboral. Sin muchas opciones, en lugar de buscar las razones por las que estaba fracasando en el oficio de la intermediación, prefirió seguir el camino de la medición, planificación y perseverancia; por ello, afirmó, aquellos intermediarios que tienen la capacidad de fijarse metas con método y visión de largo plazo necesariamente trascienden como agentes de seguros.

"Si continuamos haciendo lo mismo que hemos hecho siempre, lamentablemente seguiremos estancados en el mismo lugar; por lo tanto, estamos obligados a probar cosas distintas

para determinar aquellos factores que nos permiten conseguir resultados diferentes. Solo por medio de este planteamiento podremos convertirnos en eso que soñamos", abundó Gordon.

El destino se escribe con visión

En opinión de Gordon, para que un agente de seguros pueda trascender en su carrera debe prefigurar el objetivo que desea alcanzar y trazarse metas específicas. Solo así podrá ser un asesor financiero exitoso; no obstante, añadió, de poco servirá ese propósito si no se trabaja en el día a día según una vocación profunda de servicio y disciplina, de manera que cualquier sueño que se tenga, por más grande y arduo que sea, se logre con determinación.

Gordon indicó que en la carrera de agente de seguros, tal como ocurre en la vida, nada sucede sin dar un paso cada día. "Lo que hacemos diariamente con constancia es lo que va a determinar el éxito del futuro. En definitiva, las metas que nos tracemos y la visión con la que trabajemos es lo que marcará nuestro destino en el oficio", sentenció.

Y es que, según el reconocido asesor, un punto importante en su carrera fue cuando se trazó como meta asistir a la reunión anual de la Million Dollar Round Table. Frente a ese desafío,

se dio cuenta de que necesitaba esforzarse mucho más que el resto de sus compañeros asesores en Reino Unido. Una práctica que le permitió alcanzar ese objetivo, contó, fue decidir hacer algo, aunque fuera pequeño, cada día de su vida, puesto que dicha actitud genera sentido de urgencia en el ser humano.

"Aquellos que tienen el valor de establecer metas diarias siempre tendrán más éxito que los que no lo tienen. Recuerden, la única razón para no alcanzar nuestros objetivos en esta carrera y en la vida es la falta de disciplina", afirmó Gordon.

El expositor advirtió que en la profesión de agente de seguros no todas las actividades serán agradables o emocionantes; sin embargo, insistió, la disciplina es el factor que separa a los agentes ordinarios de los profesionales de la intermediación que logran resultados extraordinarios.

Tropezar está permitido

Para conseguir el éxito en su carrera, Gordon tuvo que sortear y tolerar la derrota y el error en innumerables ocasiones mientras mejoraba sus números para ser parte del selecto grupo de agentes que logran la calificación para asistir a la reunión anual de la MDRT. En tal sentido, instó a los agentes a no tenerle miedo al fracaso, pues ésta es una carrera en la que no rendirse en tiempos difíciles es lo que separa a los mejores intermediarios del resto.

"Les puedo asegurar que nos vamos a tropezar muchísimas veces, pero tropezarse no significa fracasar. El fracaso definitivo llega cuando

después de una caída uno no se vuelve a levantar. No lo olviden, nuestra vida no está definida por los éxitos que hemos alcanzado, sino por la capacidad que tenemos para asimilar las derrotas con las que nos topamos en nuestro día a día", reflexionó Gordon.

Ocho años después de emprender su carrera como asesor de seguros, Gordon consiguió clasificarse para ir a su primera reunión MDRT. Luego de ese triunfo profesional, se calificó 42 veces consecutivas para asistir a la reunión anual, 41 de ellas como Top of The Table. Desde su perspectiva, lo que lo ayudó a conseguir semejante hazaña fue simplemente tener el valor y el coraje de realizar su oficio con convicción y determinación.

"En secundaria me colocaron en una categoría especial que era exclusiva para aquellos chicos que jamás tendrían éxito. Cinco décadas más tarde, y con el antecedente de haber sido expulsado de la escuela a los 16 años, mi historia confirma que no debes permitir que otros cuestionen tu potencial personal. Lo que me llevó a ser Top of The Table fue que siempre pensé que era mejor intentar algo y no tener éxito que rendirse sin siquiera haberlo intentado. Así que, si yo pude, tú también puedes", concluyó Gordon.

Tony Gordon se convirtió en 2001 en el primer presidente de la MDRT que no había nacido en Estados Unidos. Además, ocupó la posición de Chairman del Top of The Table, y forma parte de *Las doce historias más sobresalientes en seguros*, texto publicado por la misma asociación.



Tony Gordon

Contar historias: técnica que rompe el hielo, refuta objeciones y cierra ventas



Manuel Bulnes

Recomendable, que los agentes diseñen presentaciones conmovedoras que sensibilicen a los prospectos

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

La libertad financiera y de tiempo son dos factores por los que muchos agentes de seguros ingresan al negocio, pero para lograrla deben labrarse un camino con base en la disciplina, constancia y perseverancia. Manuel Bulnes, es uno de ellos, quien en que con el arte de contar historias logró, como él mismo dice, cuidar la vida de sus clientes.

Bulnes, ingeniero de profesión y con amplia experiencia en el sector bancario, relató durante su presentación en el MDRT Day Mexico 2019, evento organizado por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT) que se llevó a cabo en la capital del país, cómo una historia atrayente contada con pasión crea emociones positivas que inspiran a las personas a entrar en acción.

Para este veterano de la intermediación, las historias ayudan a romper el hielo durante la reunión con el prospecto, permiten elaborar una presentación conmovedora que crea el ambiente emotivo propicio y con un grado alto de sensibilidad y facilitan los cierres de ventas.

"La comunicación es fundamental si queremos transmitir esas emociones positivas en nuestros clientes, lo que sin duda despertará su deseo de proteger tanto a su familia como su patrimonio. Nuestro negocio se basa en cuidar vidas, y qué mejor manera de hacerlo que contando buenas historias que muevan las fibras de los clientes", reiteró Manuel Bulnes ante la mirada expectante de los presentes en el MDRT Day Mexico.

Bulnes, quien también es miembro de la MDRT desde hace seis años, describió los elementos que utiliza en su día a día para crear historias llenas de pasión y emoción, las cuales le han permitido difundir las bondades y beneficios del seguro entre centenares de familias.

"En mi caso particular, diseñé una historia basada en mi familia, en mis propias fantasías y sueños. La característica principal que tienen todas las historias es que debemos contarlas con

pasión y emoción; de lo contrario no lograremos llegar a nuestro cliente, y por consiguiente éste no se sentirá identificado", explicó Bulnes.

Antes de bajar del escenario, aplaudido por la multitud, Bulnes les dejó un último consejo a los asistentes a este histórico evento. Fue enfático al mencionar que las historias tienen que contarse basándose en los gustos personales, que en su caso, como indicó, parten de hechos reales de su familia. "Cuando

amas algo lo vas a transmitir de forma sencilla, y eso conlleva que se perciba de una manera muy emocional".

Manuel Bulnes fue el encargado de ondear la bandera de México en la ceremonia de inauguración de la reunión anual de la MDRT celebrada en Miami, Florida, el pasado mes de junio. Actualmente participa como Chair Company de Mapfre en el Comité de Comunicaciones de la MDRT.

Quálitas
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Los imprevistos pasan en cualquier lugar, un seguro con cobertura nacional es de gran ayuda.



Podrías ser tú
¡Invierte en tu tranquilidad!

800 782 5482 | www.somosqualitas.com

Aseguramos autos, cuidamos personas



Sugiere Gabriela Warkentin hacer de la incertidumbre una oportunidad

#MDRT #Ventas

Vivimos tiempos difíciles, pero también llenos de oportunidades, dice la comunicadora

en donde pasan muchas cosas todos los días; aunque también es cierto que estamos ante una incertidumbre brutal por los temas económicos, financieros y de inseguridad”.

La conductora de W Radio indicó que lo que nos toca a todos es reconocer que hay cambios que no son solo nuestros, ya que el mundo está inventando una narrativa diferente “que todavía no sabemos cuál es”. Al respecto, dijo, tenemos dos opciones: dejarnos arrastrar por la nueva narrativa o tratar de formar parte de ella y de este modo encaminarla hacia donde nosotros queramos. “No se vale que sigamos invisibilizando a los que ya estaban invisibles y que además nos atrincheremos en nuestro enojo, encabronamiento o en nuestra pasión”, recalcó.

Ni México ni ningún otro país pueden funcionar si están fracturados, advirtió, y añadió que “en eso sí no soy nada optimista. Estamos a muy poco de fracturarnos en cuanto al ánimo social, aunque quiero pensar que aún hay esperanza”. Por ello, señaló, tenemos que empezar a reconocer un cambio de la realidad en un México en que ya existen nuevos lenguajes y nuevas reglas del juego.

Aun en lo tenebroso y peligroso, es fascinante el reto que estamos viviendo en cuanto a “cómo vamos a enfrentarnos a estos nuevos lenguajes y retos; a los diferentes códigos que se están imponiendo. No puede pasarnos nada mejor que salir de nuestras certezas para reinventar el mundo en el que nos encontramos. ¿Cómo? Cada uno tendrá que buscar sus recetas. Lo primero será, sin embargo, reconocer los cambios que se registran”, precisó. La periodista concluyó señalando que tenemos que ser mucho más críticos, más directos, y para ello es necesario que entendamos los diferentes códigos a fin de trabajar con ellos, contra ellos y a partir de ellos; todo con el propósito de formar parte activa de este mundo en transformación.

de siempre están agotadas y no están teniendo contacto con lo que se está cocinando y lo ven de otra manera.

La comunicadora insistió en que debemos sentirnos muy orgullosos del país en el que vivimos, pero no de una manera “patriotera”, sino porque México está viviendo lo que gran parte del mundo, es decir, “una incertidumbre brutal y una redefinición de sí mismo como actor político en lo nacional, regional y global; porque tenemos gente que está haciendo muchísimas cosas y se siente desatendida, y no sabe de dónde agarrarse ante este entorno de incertidumbre económica y financiera global”.

Warkentin agregó que México somos todos y todas, y a veces no nos lo decimos. Y puntualizó: “Me parece que ése es el camino por donde veo transitar a las nuevas generaciones y a quienes hoy levantan la voz y quieren estar presentes. Tenemos un país

“complejos, retadores y nos obligan a pensar de una manera diferente cosas que tal vez dábamos por sentadas”. “Para mí, la palabra que hoy está definiendo los tiempos que corren en México y fuera de él es *incertidumbre*, y no es una palabra fácil sobre la cual trabajar o construir. Pero todos debemos aprender a lidiar con ella, a hacer que se convierta en un discurso de certezas para quienes están implicados en ello”, agregó.

Gabriela Warkentin señaló: “No me refiero a *incertidumbre* en un sentido negativo, sino en el que estamos obligados a redefinir cómo estamos y los conceptos que estamos utilizando, porque se está construyendo un mundo frente a nosotros totalmente diferente día tras día”. Añadió que, por ejemplo, la gente tiene proyectos que demandan apoyo vía financiamiento, aseguramiento, trabajo, para que surjan nuevas voces, porque las

Es un periodo que obliga a pensar diferente las cosas que dábamos por sentadas, afirma

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

“Nuestro país está lleno de incertidumbre, pero también es fascinante. En él podemos reinventar el mundo que enfrentamos. México somos todos y todas. Somos un país lleno de oportunidades en el que todos debemos participar y aprovechar lo que nos ofrece”. Así se pronunció Gabriela Warkentin, periodista y conductora de W Radio, en la conferencia de apertura del MDRT Day Mexico 2019, organizado por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT), evento que reunió a 850 agentes de seguro de Vida.

En un mensaje lleno de optimismo y esperanza que mantuvo a todos los asistentes muy atentos, la conductora refirió que le gustan mucho los tiempos que estamos viviendo porque son



Escanea este código QR e ingresa a la galería de imágenes en la cuenta oficial de El Asegurador en Facebook y disfruta de las mejores fotografías del MDRT Day Mexico 2019

MDRT DAY MEXICO 2019 EN IMÁGENES



Destaca Andrea Alcalá el poder de la imagen personal para vender más

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

En un mercado cuya competencia es cada vez más feroz sería un error subestimar la percepción que de nosotros tiene el consumidor, la cual cambia de forma vertiginosa y guarda una relación directa con las particulares formas de concebir la vida de las actuales generaciones; por ese motivo resulta vital que los intermediarios de seguros cuiden todos los detalles asociados a su imagen personal y de marca, una estrategia que no solo les permitirá dar el salto de vendedores a agentes empresarios, sino que además los ayudará a incrementar sus índices de ventas.

Así comenzó su intervención Andrea Alcalá, Country Chair de México para la Million Dollar Round Table (MDRT), al subir al escenario del MDRT Day Mexico 2019, evento organizado por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT) que se celebró en Ciudad de México.

Frente a un público expectante que colmó las instalaciones del auditorio, Alcalá ofreció una plática en la que compartió los pilares que permiten a un agente de seguros generar una impresión muy favorable en el primer contacto con el prospecto, de modo que aquél pueda distribuir su catálogo de coberturas con una imagen apropiada. En tal sentido, señaló que aspectos como la vestimenta y el cuidado personal son vitales para verse como un asesor confiable, profesional y respetable.

En opinión de Alcalá, la imagen personal determina la forma en que nos ven y, por lo tanto, la forma en que nos tratan. "La imagen personal que proyectemos hacia nuestros clientes dice más que mil palabras, ya que produce efectos sorprendentes sobre el prospecto durante la entrevista e influye directamente en la toma de decisiones. En definitiva, la imagen es un código



Andrea Alcalá

de comunicación no verbal", añadió. Alcalá, que desde 2011 es agente de seguros, ha utilizado la imagen personal como piedra angular de su crecimiento. Con esta estrategia consiguió resultados sorprendentes en poco tiempo y se ha consagrado como campeona nacional de Vida en la aseguradora que representa. Parte de su éxito estriba, dijo, en que entendió que un agente de seguros que apunte a convertirse en empresario debe cuidar aspectos fundamentales en su forma de verse y vestir, una postura que permite marcar diferencias notables en el enorme universo de agentes que existen en el sector asegurador mexicano.

"Puedo aseverar que 97 por ciento de una comunicación eficiente depende del lenguaje no verbal. Insisto,

de comunicación no verbal", añadió. Alcalá, que desde 2011 es agente de seguros, ha utilizado la imagen personal como piedra angular de su crecimiento. Con esta estrategia consiguió resultados sorprendentes en poco tiempo y se ha consagrado como campeona nacional de Vida en la aseguradora que representa. Parte de su éxito estriba, dijo, en que entendió que un agente de seguros que apunte a convertirse en empresario debe cuidar aspectos fundamentales en su forma de verse y vestir, una postura que permite marcar diferencias notables en el enorme universo de agentes que existen en el sector asegurador mexicano.

Embajadores de su propia marca

Alcalá destacó que los agentes de seguros deben ser embajadores de su propia marca. Para ello, puntualizó, cualquier asesor que apueste por esta estrategia tendrá que cuidar y dar mantenimiento a su presentación, tal como lo hace con su cartera de clientes. En síntesis, están obligados a prestarle atención a su imagen personal con esmero, detalle y, sobre todo, mucho profesionalismo.

"Es posible que un prospecto tenga frente a sí al mejor vendedor de seguros; no obstante, si durante el primer contacto se causó una impresión desfavorable, lo más probable es que el potencial cliente pierda de vista la capacidad del intermediario de brindarle una asesoría integral, puesto que en la primera entrevista lo visual dictará su comportamiento y sensaciones y marcará el ritmo en el ciclo de venta", amplió Alcalá.

Las habilidades sociales, continuó Alcalá, constituyen otro factor que mejora el número de pólizas colocadas por un agente de seguros. Al respecto, indicó que todo asesor que desee sobresalir en su oficio está obligado a trabajar con mucho carisma, ya que esto es una actitud que sensibiliza y permite que el prospecto esté abierto a escuchar recomendaciones.

La emoción detrás de la compra

Casi al término de su intervención en el MDRT Day Mexico, Alcalá indicó que la satisfacción del consumidor gira alrededor de factores como la confianza, las emociones y los criterios referenciales.

"El consumidor se deja llevar por sus sentimientos antes que por su racionalidad; por eso es indispensable que como asesores tengamos la capacidad de detectar las emociones que mueven al prospecto. De esta forma, aumentará la eficacia de nuestra asesoría y seguramente se avivará la necesidad de aseguramiento en el consumidor", detalló Alcalá.

A manera de resumen final, la expositora apuntó que todo agente de seguros que pretenda trascender en el negocio y aspire a sobresalir en el mercado debe desarrollar una estrategia en la que obligatoriamente tendrá que considerar y cuidar su imagen personal.

"Vistan a la medida y para cada ocasión. Mantengan su esencia y personalidad, pero siempre tiendan a construir una imagen que los proyecte como empresarios", cerró Alcalá.

Andrea Alcalá, joven promesa de la intermediación de seguros en México, alcanzó su éxito en la industria en menos de una década. Sus estrategias de imagen personal la han ayudado a potenciar sus ventas y le permitieron ser en seis ocasiones miembro de MDRT, tres de ellas como Court of the Table. Además fue conferencista en el Focus Session durante la reunión anual de la asociación que se celebró este año en Miami, Florida.

Tips de Andrea Alcalá para construir una imagen personal adecuada y tener éxito en seguros



Use ropa que se adapte a su silueta corporal.



No utilice camisas sin mangas.



Mantenga sus zapatos en buen estado y limpios.



Si es mujer, evite los escotes y las faldas cortas y maquílese de forma sobria y discreta.



Vista ropa color oscuro, ya que esto lo ayudará a proyectar poder, apertura y sofisticación.



Lleve siempre una pluma fina.



Si es hombre y lleva barba, manténgala limpia y delineada.



Por último, no pierda su estilo al vestir, y siempre trate de adaptarlo a la imagen de un emprendedor.

LA MEDIDA PERFECTA QUE CAMBIA HISTORIAS

Seguros Atlas
La empresa a mi medida

Empresa 100% mexicana.

Nuestra solidez financiera y compromiso avalan la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros para proteger su patrimonio y bienestar financiero.

Paseo de los Tamarindos 60 PB. Colonia Bosques de las Lomas, CDMX CP 05120
www.segurosatlas.com.mx @Seguros_Atlas @segurosatlasmx
Descarga la aplicación Atlas Conmigo disponible en Playstore y Appstore.

#MDRT #Ventas

Los dos consejos que le cambiaron la vida a David Fitz



David Fitz

Luis Adrián
Vázquez Moreno
@pea_lavm

Cuando David Fitz tenía 24 años de edad, había egresado de la carrera y se encontraba enviando currículos a las empresas multinacionales para ejercer su profesión. Cierta día, su prima, una vendedora de seguros exitosa, le dijo: "David, yo creo que tienes el perfil adecuado para ser agente de seguros. ¿Por qué no te presento a mi promotor, lo escuchas e intentas hacer lo que yo hago? Creo que te iría bien".

"¿Vendedor de seguros?", pensó David. "¿Cómo me voy a convertir en una persona que se la pasa de puerta en puerta molestando a la sociedad tratando de ofrecer sus coberturas?". Pero, por las cualidades que había destacado en él su prima, le quedó una espinita que picó su curiosidad, y dijo: "Bueno, al final no pierdo nada con escuchar al promotor", además de que se lo había sugerido alguien a quien le estaba yendo bastante bien en el negocio, y decidió pedirle a su prima que le consiguiera la entrevista referida.

"Ese día me cambió la vida", aseguró David Fitz ante los asistentes reunidos en torno al primer MDRT Day Mexico 2019, organizado por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT). Durante la conversación con aquel promotor, agregó, pudo entender la trascendencia social de la profesión. Un agente de seguros no era una de esas personas que hasta ese momento él consideraba, sino aquella que mediante su asesoría podía introducir una diferencia muy grande en la sociedad en materia de protección de las personas y prevención. Así que aceptó probarse en el negocio.

Durante el primer mes literalmente quería comerse el mundo. Había concretado 57 citas seguidas y logrado cero ventas. ¡Vaya! ¡Genial! Al menos había descubierto que era pésimo para vender. Y más corroboraba su afirmación cuando llegó a escuchar que los agentes de desarrollo de la compañía decían: "¿Qué onda con este jovencito? ¡Es malísimo! ¿Por qué no le dan aire? ¿Qué hace aquí?".

Confundido y desanimado, el promotor lo llevó

a su oficina para platicar con él y analizar juntos las razones por las cuales no había podido colocar un solo negocio: "A ver, David, puede ser que lo que te pasó no sea tan malo, porque el trabajo que hiciste de concertación de citas está muy bien logrado: 57 citas iniciales en menos de tres semanas no es un esfuerzo menor. El problema está tal vez en la estructura de tu presentación", le dijo el promotor.

Después de analizar paso a paso qué hacía David para ofrecer el seguro, llegaron a la conclusión de que lo que estaba haciendo muy mal era tratar de promover productos antes de conocer con claridad las necesidades del cliente. De tal suerte que el primer paso era replantear la estrategia atendiendo a lo sugerido, y el segundo era buscar y analizar en aquellos asesores de probado éxito en el negocio cuáles eran sus mejores prácticas de venta.

David volvió al terreno de juego con un enfoque mucho mayor y más conocimiento de lo que debería hacer para evitar desperdiciar su entusiasmo desbordado en citas sin negocio. Reinició su labor de citas, y al primer mes de modificar su técnica de venta pasó de 57 citas fallidas el mes anterior a 20 pólizas vendidas. Con los ajustes sugeridos logró cambiar el resultado.

Pero el hecho de ser joven y ganar buen dinero no siempre resulta ser la mejor combinación. Todo lo que ganaba se lo gastaba. Al segundo mes vendió 16 pólizas, y lo mismo, gastaba indiscriminadamente; al tercero, 11 pólizas, e igual situación; pero al llegar al cuarto mes solo colocó una; y, como ya no le alcanzaba para nada, volvía a aplicarse y remontaba los malos resultados. Pero su hábito de vida hacía que ganara mucho, después poco y luego se recuperara..., y así dentro de un círculo vicioso sin mucho sentido.

Hasta que alguien le hizo ver que, llevado de esa manera, lo que él tenía no era un negocio, sino solo una actividad para ganar dinero y vivir al día.

Fue durante su primer MDRT cuando David tuvo su primera lección: al llegar a una de las conferencias, poco antes de entrar, la edecán cerró la puerta. Ya no había lugar. Decidió quedarse por ahí en lo que se iniciaba la siguiente sesión.

Cuando dio media vuelta, justo a su espalda se encontraba un agente de seguros de esos Top del Top, de unos 70 años aproximadamente, en cuya solapa colgaban los distintivos que acostumbran poner en este evento, pero en tal cantidad que el señor podría haber trapeado el recinto con tanta condecoración. "Se quedó viéndome, sonrió y me felicitó porque en mi gafete decía: 'Asistente por primera vez'".

En una de sus condecoraciones se leía: "50 años como miembro MDRT". ¡Increíble! Lo impresionó. Pero lo que más le sorprendió fue la humildad con la que ese patriarca de la intermediación, aprovechando que no habían entrado a la sesión, le empezó a compartir todo lo que sabía y pensaba acerca del negocio: prácticamente una capacitación en privado, y de primer nivel.

David le platicó cómo estaba realizando su negocio y los problemas de liquidez que con frecuencia tenía por su indisciplina administrativa. El hombre lo escuchó con interés y le dijo: "Te voy a dar un tip: organiza tu negocio, contrata a alguien que se especialice y te ayude en eso; puede ser un tercero, y tú concéntrate en tus ventas".

A su regreso, David contrató a alguien fuera del negocio que le ayudó a estructurar y llevar procesos de manera sistematizada, delimitando qué estaba haciendo bien y qué mal, al grado de lograr configurar todo un proceso de ventas sistematizado al que David llamó "a prueba de tontos".

"En el mercado de agentes de seguros casi nadie presta atención a la importancia de contar con un proceso de ventas sistematizado, cuando en realidad tenerlo le da un valor diferente al negocio. Piensen en esto: ¿saben cuál es la principal razón por la que los inversionistas llegan a pagar millones de pesos por adquirir una franquicia? Muy simple: tienen procesos sistematizados".

"Si no tienes un proceso sistematizado de administración y venta, se corre el riesgo de que con mucha facilidad se esfumen las comisiones en cuanto éstas lleguen, en lugar de administrarlas. Y eso no es tener un negocio; eso es vivir al día. Hay que fijarse un sueldo para que se tenga la capacidad de seguir invirtiendo".

David Fitz indicó que desde aquel consejo ya lleva siete años con el asesor que lo ha ayudado a sistematizar engrane por engrane todos los procesos de su negocio para que éste cada vez sea más eficiente y funcione mejor.

"El siguiente paso consiste en adquirir la tecnología correcta. Un CRM, por ejemplo, es una herramienta poderosa para administrar,

pero hay que tener dinero para invertir en ella; y, si te gastas todo lo que ingresa en tus arcas, jamás podrás hacerlo. Necesitas procesos sistematizados y disciplina para llevar el negocio adecuadamente".

Finalmente, David Fitz reiteró que esa primera cita fue lo mejor que le pudo haber pasado en su vida profesional. Conforme ha evolucionado, confirma aún más que está en el lugar correcto y en la profesión correcta, porque este negocio exige ser una persona mejor cada día. Y sabe que está en el momento correcto porque hoy existe un potencial enorme de gente que necesita el seguro. Y no duda de que está en el país correcto: México hoy más que nunca necesita a los agentes.

Si no tienes un proceso sistematizado de administración y venta, se corre el riesgo de que con mucha facilidad se esfumen las comisiones

La aseguradora
más admirada.
-FORTUNE

La aseguradora de vida
más grande de EU.
-AM Best

La cuarta aseguradora
más grande del mundo.
-ADV Ratings



Prudential



Existimos para
resolver los retos
financieros de las
personas en un mundo
de constantes cambios.

prudentialseguros.com.mx

55 1103 7000

agentes.mx@prudential.com

Xóchitl Padilla llama a **aprender para trascender** en ventas de seguros



Xóchitl Padilla

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

Se piensa que, si un asesor se dedica solo a vender, podrá alcanzar la cima como profesional de la intermediación. Al menos así lo creía Xóchitl Padilla; sin embargo, cuando decidió convertirse en agente empresaria, se topó con un sinnúmero de inconvenientes administrativos en su despacho que no solo pusieron en jaque la rentabilidad de su negocio, sino que incluso la hicieron enfrentar problemas legales.

Al tomar la palabra durante su participación en el MDRT Day Mexico 2019, evento organizado por El Asegurador y la Million Dollar Round Table (MDRT) que se celebró en Ciudad de México, Padilla afirmó que todo agente de seguros que pretenda trascender debe aprender de actividades como la gestión empresarial, sin perder de vista el servicio que les ofrecen a sus clientes. Dijo asimismo que la expansión en esta carrera viene acompañada de lo que calificó como

Rodearse de un equipo capaz es vital para expandir cualquier negocio, pero más determinante aún es retener y motivar a esos colaboradores, señala

“locuras de crecimiento”, que si no se sortean con pericia pueden afectar al emprendimiento del asesor.

“Un error que se comete constantemente en este negocio estriba en preocuparnos solo por las ventas. En cierto punto eso funciona, pero luego te enfrentas con problemas administrativos que traspasan las fronteras de tu compañía. Evidentemente que estas prioridades las entendí y posteriormente contraté personal para delegar tareas, de manera que lo administrativo recayera en otras manos. La mala noticia es que elegí a personas que no tenían las aptitudes necesarias y no desarrollé planes de carrera de largo plazo, por lo que el problema no se solucionó”, explicó Padilla.

Esos primeros baches en su carrera como emprendedora hicieron entender a Padilla que, si quería evolucionar como agente y convertirse en empresaria, requería colaboradores capaces; pero más determinante aún fue que descubrió que debía aprender a instrumentar programas de desarrollo y metodologías corporativas que le permitieran retenerlos y mantenerlos entusiasmados.

Pero las cosas no pararon allí, continuó Padilla. Una vez que seleccionó a colaboradores más capacitados, se enfrentó a problemas inimaginables: demandas laborales sin sustento legal y hasta inconvenientes contables.

La situación, que parecía salirse de las manos, desafió a Padilla, quien veía cómo parte de su tiempo, que en un pasado era exclusivamente para vender, ahora debía consumirse en resolver imprevistos administrativos. Ante esta realidad, se vio orillada a entender que, si quería sobrevivir como empresaria, tendría que desarrollar una estrategia que incluyera la gestión empresarial, de modo que se crearan índices de desempeño en su organización y pudiera medir la aportación y responsabilidad de cada uno de sus colaboradores.

Lo anterior, dijo Padilla, la ayudó a proteger la piedra angular de todo emprendimiento: la *utilidad*; sin embargo, señaló que esta metodología de poco sirve si no se desarrolla un plan organizacional que permita ensamblar un equipo de trabajo competente, leal y comprometido.

“Es muy importante que el capital humano que se elija desempeñe la

función para la cual se contrató. En mi afán por delegar lo administrativo y no descuidar las ventas, me tropecé con que se gastaba más dinero del que ingresaba en la compañía; por lo tanto, insisto, es indispensable que en los despachos existan reportes, reuniones y métricas de seguimiento. Además, deben rodearse de personal de confianza capacitado al cual le puedan ofrecer un plan de desarrollo con el que progresen al ritmo de la organización y exista total armonía”, amplió Padilla.

Corregir, continuar, aprender y mejorar, el maratón del emprendedor

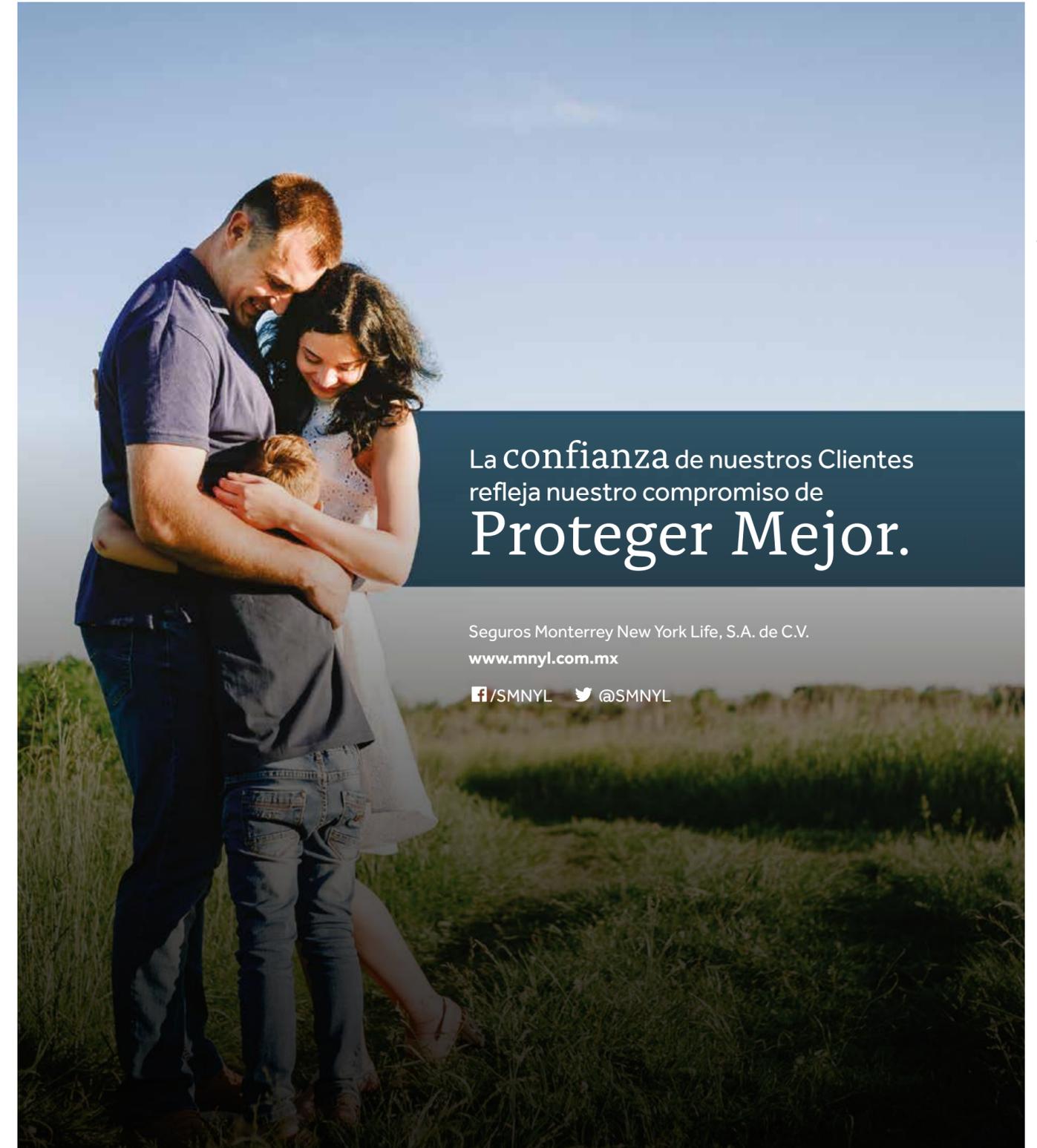
Cansada de apagar incendios organizacionales y cumplir con los indicadores a corto plazo, Padilla se detuvo a priorizar lo que realmente era importante: conjugar las ventas con la administración y el servicio, tres ingredientes que, según destacó, son indispensables para aumentar los índices de rentabilidad y edificar una organización que alcance metas estratégicas.

La agente empresaria apuntó que por medio de este método consiguió equilibrar sus labores en el despacho y confirmó que uno de los caminos para evolucionar de agente a empresario consiste en dedicarles 70 por ciento de su tiempo a las ventas, 10 por ciento a tareas administrativas y 20 por ciento al servicio y mantenimiento de la cartera.

Gracias a esta metodología, Padilla finalmente pudo consolidarse en el negocio. Además, consiguió mejorar sus índices de retención y logró articular un equipo de trabajo que le permitió aumentar su rentabilidad. En toda esta historia, añadió, lo más satisfactorio es que día a día ayuda a más mexicanos a conocer la importancia, uso y beneficios de los seguros, pero más significativo todavía es que consiguió que su despacho se convirtiera en una empresa en la que cada colaborador se siente orgulloso de portar los colores de la organización.

“Si ponen en práctica esta regla, estoy segura de que no solo conseguirán que su empresa sea mucho más solvente y eficaz, sino además crecerán como profesionales y estarán transitando por el camino adecuado para convertirse en agentes empresarios”, finalizó Padilla.

Xóchitl Padilla tiene 21 años como agente de seguros y es fundadora y directora general de XP Previsión Financiera. En 2012 fue galardonada como la empresaria del año en el estado de Aguascalientes.



La confianza de nuestros Clientes refleja nuestro compromiso de **Proteger Mejor.**

Seguros Monterrey New York Life, S.A. de C.V.

www.mnyl.com.mx

f /SMNYL @SMNYL

NEW YORK LIFE SEGUROS MONTERREY

Sucríbete a nuestro canal tv

El Asegurador

La mejor información de seguros, reaseguros y administración de riesgos

ELASEGURADORmx

Sean felices y contagien al mundo, el mensaje de Fernanda Calva a los agentes

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

Fernanda Calva subió al foro del MDRT Day Mexico 2019 porque, confiesa, era algo que ya había visualizado: ya se había visto en ese escenario hablando de lo que más le apasiona en la vida ante un público numeroso, con esa seguridad que solo se da cuando se ha hecho todo lo necesario para cumplir un sueño, una meta. En esa experiencia subyace el primer secreto para escalar en esta profesión.

En el evento, organizado por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT), efectuado en Ciudad de México, Fernanda Calva, destacada agente de seguros, ofreció la charla titulada "Importancia del pensamiento positivo para la realización de mis metas", en la cual "enganchó" al público al comentar que "a lo largo de mi vida he aprendido, en particular en esta carrera, que la actitud representa 90 por ciento del éxito".

"La actitud es mucho más importante que los hechos, que el pasado, los fracasos, la educación, el dinero, las apariencias. Por ello debemos ser extremadamente cuidadosos con lo que pensamos. No podemos tener ni una duda; debemos tener la confianza de que el universo nos va a dar lo que estamos pidiendo", precisó, ahora como conferencista.

Con apenas tres años en la industria del seguro, Calva refirió lo gratificante que resulta hacer lo que más le apasiona, que es ayudar a la gente a descubrir esa necesidad que tiene de proteger a los que más aman y establecerse compromisos para cumplir sus sueños.

Pero ¿cómo hacemos para que el estrés no nos gane, para mantener la actitud positiva y cumplir nuestras metas?, preguntó. "Tengo cinco recomendaciones que me han ayudado a mantener mi inteligencia emocional y la actitud positiva necesaria para lograr mis objetivos", dijo.

Y enumeró esos consejos de la siguiente manera:

1 **Gobierna tu día.** Tenemos más de 60 000 pensamientos al día, y desgraciadamente la mayoría son negativos. Debemos tener la costumbre de identificarlos y convertirlos en el triple de pensamientos positivos. Todo pensamiento tiene una energía que te fortalecerá o te debilitará. Todo se contagia en esta vida. Así que pongan mucha atención en todo aquello con lo que alimentan su mente día con día. Debemos recordar que aquello en lo que ponemos nuestro foco de atención se expande. Eso en lo que ponemos nuestra atención crece. Así funciona el universo. La vida constantemente nos va a mandar a personas, ideas o acontecimientos que van en línea con la frecuencia



Fernanda Calva

El 90 % del éxito de un agente de seguros depende de su actitud ante la vida, dice al hablar en el MDRT Day Mexico 2019

que estamos emitiendo. Así es que hay que poner mucha atención en cuál es nuestro paradigma y qué creencias tenemos y tratar de canalizarlas en el pensamiento positivo.

2 **Hazte responsable de tu felicidad.** Buenas o malas noticias, cada uno decide cómo las toma. Ustedes son los únicos responsables de su felicidad, que es un deber y una obligación; no depende absolutamente de nadie. Es personal y es una decisión. Pero, si en lugar de poner la felicidad hasta el final la ponemos al principio, entonces todo cambia.

Si yo decido ser feliz, sucede que me siento bien conmigo misma y hago cosas para cumplir mis objetivos, logrando mis metas porque me siento feliz en el proceso. La gente feliz es 31 por ciento más productiva que las demás personas. Y estoy segura de que no hay nada más importante que puedas hacer por tus amigos, familia o clientes que sintonizar en la frecuencia de la felicidad. Vivimos en un mundo de energías. Todo se contagia. Si yo estoy feliz, contagio felicidad. Y la gente prefiere un agente de seguros que es feliz y que transmite buena vibra.



Jesús Cohegrus

Identificar claramente cuáles son aquellos aspectos que el cliente más valora de nuestro producto o servicio puede ser tan importante como definir por qué medio es adecuado hacerle llegar la propuesta de venta. Cuanta más información obtengamos del cliente, más cerca estaremos de confeccionar un verdadero traje a la medida con el que se sienta a gusto y, por consiguiente, para garantizar su satisfacción total con el bien adquirido. Este fue uno de los señalamientos de Jesús Cohegrus durante su participación en el MDRT Day Mexico 2019, evento en el que el ingeniero en sistemas hizo asimismo una invitación a reflexionar: ¿en qué debería convertirse el cliente, o qué cambios debería tener por haber comprado nuestro producto? Ahí encontraremos más elementos motivadores que lo alienten al consumo.

#MDRT #Agentes

3 **Confía en ti mismo y en el universo.** La diferencia entre una persona optimista y una persona positiva es que la primera espera que todo salga bien, pero la positiva hace que las cosas salgan bien. Una persona positiva pone todo su esfuerzo, trabajo, dedicación, disciplina y pensamiento para que las cosas salgan de la mejor manera. Antes de salir de la cama, proclamen: "Hoy será un día espectacular". Crean a diario en que les va a suceder lo mejor. Confíen en ustedes, en sus capacidades. En lugar de pensar en que todo lo que pueda salir mal saldrá mal, mejor apliquen esta regla: todo lo que pueda salir bien saldrá bien.

4 **Visualízate cumpliendo tus metas.** Interioriza ese sentimiento de ya haber conseguido lo que quieres. Emociónate como si ya hubieras llegado a la cima. Vete en ese espacio que imaginaste. Vete al final del plazo entregándole un cheque a ese cliente. Actúa como si lo que quisieras ya estuviera aquí. Y ten certeza de que tus deseos se cumplirán.

5 **La importancia del agradecimiento.** Todos los días nos pasan cosas muy positivas, y no nos damos el tiempo de agradecer. Y la gratitud tiene una fuerza mental impresionante. Noten que cuando agradecen les pasa siempre algo positivo. Hay que agradecer absolutamente todo. Todo tiene un bien encubierto. Si viéramos la vida como realmente es, todo el tiempo estaríamos agradeciendo.

"Hay que darnos cuenta de que ya ganamos la lotería. La gente feliz no tiene lo mejor del mundo. La gente feliz hace lo mejor de todo. Sean felices y contagien al mundo", finalizó Fernanda Calva.

Inaugura THONA SEGUROS su nueva oficina

Con 6 años de operación y enfocados en el servicio, creatividad e innovación, THONA SEGUROS consolida su presencia con la inauguración de su nueva oficina, ubicada en Insurgentes Sur No. 1228 en la Colonia Tlacoquemécatl Del Valle, CDMX, proporcionando un espacio adecuado para su operación y crecimiento.

El 24 de octubre durante el marco de una agradable recepción, Ángel Legarreta, Director General de la firma, encabezó este importante evento y agradeció la presencia de todos los invitados por acompañarlos: a los accionistas por su confianza en el proyecto, a colaboradores y proveedores, pero principalmente a la Fuerza de Ventas quienes son un pilar fundamental en la empresa.



THONA SEGUROS
| LOS ÚNICOS AL ALCANCE DE TODOS |

En esta nueva ubicación, THONA SEGUROS pretende expandir horizontes a través de estrategias desarrolladas para transformarse e incursionar en el corto plazo al mercado privado. Por este motivo, la firma ha creado una plataforma digital con el uso de inteligencia artificial permitiendo incorporar algoritmos que ayuden a optimizar la selección y suscripción de sus productos, representando un cambio fundamental respecto a la forma tradicional de la venta, sin descuidar la participación en el sector público.

"Estamos aumentando nuestra oferta de Seguros Individuales con planes dotales y de ahorro, con el slogan "Los únicos al alcance de todos", la aseguradora incrementa su oferta a fin de alcanzar nuevos mercados y brindar protección al grueso de la población. Acabamos de recibir la autorización del ramo de Gastos Médicos, vamos a hacer una alianza estratégica que nos permitirá aumentar nuestro portafolio de una forma innovadora y atractiva que les presentaremos próximamente", enfatizó Legarreta.

En esta nueva etapa, THONA SEGUROS da grandes pasos para transformarse en una empresa innovadora. "Los invito a seguir la nueva senda que hemos emprendido, a trabajar con corazón, esfuerzo, dedicación y en equipo para ser los únicos al alcance de todos".

Para concluir la celebración, se realizó el corte de listón y los invitados recorrieron las innovadoras instalaciones.



Ángel Legarreta, Director General de THONA SEGUROS





Danielle Dithurbide, Alfonso Vargas y Arturo Martínez

6° Chubb Forum México: Retos y oportunidades para los seguros en el país

Chubb en México celebró la sexta edición del Chubb Forum, en Ciudad de México y Monterrey, el encuentro con agentes, brokers y socios comerciales más importante del año para la compañía. Más de 1,200 asistentes, se dieron cita para disfrutar de un interesante ciclo de conferencias, además de la oportunidad de fortalecer lazos profesionales y personales entre los participantes más importantes de la industria.

Alfonso Vargas, recientemente nombrado Presidente Ejecutivo de Chubb en México, junto con el Vicepresidente Arturo Martínez y la maestra de ceremonias Danielle Dithurbide, abrieron el evento y ofrecieron una breve charla sobre el momento en que se encuentra Chubb, el sector asegurador y lo que se acerca en el futuro inmediato para la compañía.

El Chubb Forum es un espacio de interacción para agentes, brokers y aliados comerciales, es parte del esfuerzo constante de la compañía por estrechar lazos y ofrecer información actual y relevante que permita una mejor toma de decisiones y planeación de estrategias enfocadas en el cliente y el mercado en constante cambio.

En la agenda de esta sexta edición hubo conferencias de todo tipo, desde el análisis de datos e innovaciones tecnológicas, hasta charlas que alimentan el aspecto emocional, el cual nunca debe dejarse de lado, sin importar la industria o profesión.

Entre los invitados estuvo el Doctor Carlos Elizondo, investigador de la Escuela de Gobierno del Tec de Monterrey, quien analizó en qué contexto y circunstancias económicas se encuentra México.

Asimismo Elda Conde, Katy Vera e Irahram Saldaña, del equipo digital de Chubb en México, dieron a conocer el trabajo del equipo para ofrecer soluciones digitales sencillas y enfocadas en las necesidades y estilo de vida de los clientes actuales, tales como: el nuevo portal de ABA Productos (ABA.Chubb.com), diseñado y desarrollado completamente por la compañía.

El cierre, por otro lado, fue un tema más dirigido a lo personal y emocional, con un conferencista cuya historia cautivó la atención e interés de los asistentes. El ponente Fritz Thompson ofreció una extraordinaria charla que, más que una conferencia, fue una lección de vida: a los 33 años sufrió un accidente y, contra todo pronóstico médico, logró recuperarse con gran tenacidad y voluntad. Experiencia que lo motivó a querer compartir con otros que ¡siempre se puede!

Con esta iniciativa, celebrada durante 6 años ininterrumpidos, Chubb refuerza su compromiso con sus socios comerciales y de negocio, en un evento exclusivo para dar a conocer de primera mano los avances e innovaciones al interior y exterior de la compañía como: la nueva plataforma de clientes, la digitalización y la responsabilidad social empresarial, que es parte esencial del ADN de la compañía.

El objetivo principal no sólo se cumplió, sino que, como en cada ocasión, se rebasó: se fortalecieron los lazos que permiten a Chubb, a sus socios y a sus clientes trabajar de la mano por la tranquilidad y protección de todos.



Jesús García, Elda Conde, Fernando de la Garza, Jorge Vargas, Javier Andrés García y Rolando Espronceda

- 6a edición ininterrumpida del Chubb Forum México
- Más de 1,200 asistentes
- Dos ciudades: Ciudad de México y Monterrey
- Hubo conferencias de todo tipo, desde el análisis de datos e innovaciones tecnológicas, hasta charlas que alimentan el aspecto emocional
- Entre los invitados estuvo el Doctor Carlos Elizondo
- Se presentó el nuevo portal de ABA Productos

Acerca de Chubb

Chubb es la compañía de seguros de propiedad y responsabilidad civil más grande del mundo que cotiza en bolsa. Con operaciones en 54 países y territorios, Chubb asegura propiedad y responsabilidad civil comercial y personal, seguros de accidentes personales y salud complementario, reaseguros y seguros de vida a un diverso grupo de clientes. Como una compañía de suscripción, asesoramos, asumimos y gestionamos los riesgos con visión y disciplina. Proveemos servicio y pagamos nuestros siniestros equitativa y rápidamente. La compañía también se define por su extensa oferta de productos y servicios, amplias capacidades de distribución, excepcional fortaleza financiera y operaciones locales a nivel mundial. La compañía matriz Chubb Limited cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE:CB) y es integrante del índice de S&P 500. Chubb tiene oficinas ejecutivas en Zurich, Nueva York, Londres, París y otras ubicaciones, y emplea a aproximadamente 30,000 personas alrededor del mundo.

Conoce más en chubb.com/mx



Danielle Dithurbide



Irahram Saldaña

Contacto de prensa

Leslie López
Tel. 4122 7644
leslie.lopez2@chubb.com
Chubb México

Carlos López
Tel. 5540 6031 Ext. 4907
carlos.lopez@fleishman.com
FleishmanHillard

@chubbglobal Chubb @Chubb_Seguros

Munich Re vuelve a celebrar su tradicional OKTOBERFEST



Después de un año sabático por la remodelación de sus oficinas, Munich Re celebra su tradicional Oktoberfest el pasado 24 de octubre.

Acompañados de socios y amigos, compartieron la típica gastronomía alemana, actividades recreativas y la tradicional cerveza alemana.

Junto con Doris Höpke, Member of the Board of Management del Grupo para Europa, América Latina y Recursos Humanos y altos ejecutivos de su casa matriz en Múnich, Maximilian Kückemanns, Director General en México, dio la bienvenida a los asistentes y aprovechó la oportunidad para agradecer a todo el equipo que conforma Munich Re por su entrega y compromiso.

“Una vez terminada la remodelación de las oficinas, podemos disfrutar nuevamente este año del Oktoberfest. Queremos celebrar en compañía de nuestros clientes y amigos un año más de éxito, gracias a todos por su confianza”



“Con esta remodelación de nuestras instalaciones, queremos transmitir al mismo tiempo, solidez e innovación con una mirada al futuro a largo plazo.”

Doris Höpke, quien llegó de Alemania para sumarse a este festejo, también reconoció la confianza e interés por colaborar con la reaseguradora alemana, lo que sin duda los impulsa a seguir invirtiendo en el mercado mexicano como en toda la región.

El Oktoberfest original de Munich tiene su origen en el año 1810, con el casamiento entre el Príncipe Luis I. de Baviera y Teresa de Sajonia y Hildburghausen.



No nos preocupan los precios a nivel nacional, nosotros vamos por el muro

El único Seguro de Grandes Sumas a precios de E.U.A.

En pocas palabras...



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



Comparte Rodrigo Rivera tips para triunfar y salvar vidas en seguros

Luis Adrián
Vázquez Moreno
@pea_lavm

Cuando un agente de seguros está frente a un prospecto, lo primero que requiere entender es que la trascendencia y el valor de su producto está en la mente del prospecto, y no en la del asesor. Comprender eso permite que el intermediario realice las preguntas de poder adecuadas para ir poco a poco descubriendo de qué manera necesita el producto el cliente, señaló Rodrigo Rivera durante su exposición en los trabajos del MDRT Day Mexico 2019, organizado por vez primera en este país por la Million Dollar Round Table (MDRT) y el periódico *El Asegurador*.

Rodrigo Rivera agregó que en el quehacer cotidiano hay actividades que un asesor profesional de seguros necesita preparar cuidadosamente para obtener los mejores resultados, y una de ellas es tener una fuente inagotable de prospectos. Esa es la materia prima para poder trabajar. El expositor aclaró su comentario mediante la analogía siguiente:

Todos tenemos en mente nuestro peso ideal, aunque algunas personas acostumbran monitorearlo permanentemente; de igual manera, también tenemos otra medida, que es el límite máximo de peso; si llegara a alcanzarse dicho extremo, en automático se detona una alarma que indica que es urgente tomar medidas para revertir la situación.

En la base de datos de prospectos ocurre algo similar. El límite mínimo recomendable en esa lista son 100 personas a quienes podemos buscar para ofrecerles el servicio. Cuando observamos que la cantidad se aproxima al límite inferior es momento de enfocar parte de las actividades en buscar prospectos. Eso genera mucha tranquilidad y visión hacia el futuro.



Rodrigo Rivera

Un segundo tip que el expositor compartió fue referente al momento en que se contacta al prospecto vía telefónica. Al respecto, agregó que se necesitan dos cosas: el nombre de la persona y una base nutrida de datos de contacto.

"La mejor forma de que el prospecto contactado no te cuelgue el teléfono es decirle que hablas porque su amigo Fulano te lo recomendó, ya que considero que tus servicios le serían útiles. Eso genera algunas conclusiones en la persona que está al otro lado del teléfono; por ejemplo, puede decir: 'Si mi amigo lo recomendó, es por algo', y se mostrará con más apertura a escuchar y con más atención", explicó Rivera.

Peró hay algo más importante aún: "No busquen vender en la cita inicial. La finalidad de ésta es obtener la mayor cantidad posible de información

sobre la persona para conocer sus hábitos de vida, pero sobre todo cómo piensa. Recordemos que con las preguntas adecuadas el prospecto revelará siempre cuáles son sus apreciaciones y argumentos respecto al valor de nuestro servicio".

Es un error pensar que la persona que tenemos enfrente va a comprar un plan educacional por nuestras razones y argumentos; lo compra por los de él. Por eso es fundamental plantear las preguntas precisas con inteligencia y escuchar atenta y empáticamente.

Finalmente, el expositor señaló que en la aproximación con el prospecto también son muy importantes las señales que mandamos con el cuerpo, ya que este lenguaje sin palabras puede revelar autoestima, seguridad, confianza, optimismo, etcétera, o todo lo contrario. Por eso sugirió a los pre-

sentes tomarse unos minutos antes de entrar con el prospecto para programar la imagen que desean dar.

"Simplemente poner las manos en la cintura, erguirse y revisar la vestimenta puede hacer la diferencia en la percepción que el cliente tendrá del agente. Con un minuto que se destine a cuidar ese detalle, el cuerpo asume una postura y una actitud diferentes", subrayó Rivera.

"Tenemos la oportunidad, por medio de esta actividad, de salvar vidas y ser recordados por ello, y eso es un privilegio que ningún agente de seguros se debe perder. Una llamada más al día para muchos puede dar lo mismo; para quienes tienen conciencia de lo que ello implica representa la diferencia de evitar que la siguiente tragedia sin protección sea la del cliente al que decidimos no llamar", finalizó el ponente.

Conversando con **El Asegurador**




Escanea este código QR e ingresa al podcast

Conversando con El Asegurador en  Spotify

Un punto de encuentro con César Rojas y personajes del seguro en México y América Latina



El podcast que seguro nadie escuchará

Seguros Atlas

Seguros Atlas reconoce a sus agentes de Vida Individual previo al MDRT DAY MEXICO 2019

Más de 80 intermediarios de Seguros Atlas acudieron al evento MDRT DAY MEXICO, que reúne a los mejores agentes de Vida en el mundo



más de 80 intermediarios de Seguro de Vida Individual para el evento que reúne a los mejores agentes del mundo.

"Para Seguros Atlas esto es un reflejo de que tenemos una fuerza de ventas entusiasta, con la cual queremos comenzar a destacar en el mercado, así que tengan la seguridad de que vamos a seguir por este mismo camino. Vamos a demostrar que en Seguros Atlas somos un equipo unido y fuerte", aseguró Vergara Macip.

Asimismo, expresó su agradecimiento por la gran respuesta que tuvieron los agentes con el concurso para participar en el MDRT DAY MEXICO 2019.

Seguros Atlas sembró una semilla y se planteó un sueño que elevó los estándares de sus asesores al desarrollar proyectos para que su fuerza de ventas forme parte de este gran evento.

La participación de los agentes de Vida Individual de Seguros Atlas en el histórico MDRT DAY MEXICO es el reflejo de la encomiable labor que día a día llevan a cabo para lograr tener una sociedad más y mejor protegida.



El pasado 23 de octubre Seguros Atlas llevó a cabo un cóctel en el Hotel Camino Real Polanco, con el propósito de reconocer la labor de los agentes de Vida Individual que se ganaron el derecho de formar parte del primer MDRT DAY MEXICO 2019.

El evento encabezado por Jorge Vergara Macip, Director de Seguros de Personas, Jerry O'Hea, Director de Sucesales Foráneas y José María García, Director Comercial Agentes, sirvió de escenario para reconocer la labor de los



Simplicidad y confianza, básicos para lograr un cierre de ventas perfecto

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

Una póliza de seguros es un regalo para sus beneficiarios. Desde esa perspectiva entiende Álvaro Aldrete el negocio de la intermediación, lo que le ha permitido desde hace 13 años asesorar de forma exitosa a centenares de familias y empresas en la planeación de sus proyectos financieros.

¿Cuál ha sido el secreto? El propio Aldrete asegura que no existen secretos, pero sí dejó muy claro a los 850 asistentes al MDRT Day Mexico 2019, organizado en la capital de la república por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT), que existen tres conceptos básicos que deben tomarse en cuenta a la hora de realizar una segunda entrevista con cliente y que, de aplicarse de forma correcta, redundarán en un cierre de venta fructífero.

"Cuando estamos en una cita de cierre recomiendo mantener las cosas sumamente simples, tratar de evitar la complejidad de conceptos y solo tocar esos temas en caso de que surja alguna pregunta por parte del cliente. Debemos tener en cuenta que, si el cliente confía en ti, va a comprar, porque el cliente no entiende de seguros; pero, si tiene la confianza puesta en ti como su asesor, va a comprar lo que le presentemos. Por último, si vemos señales de compra, debemos ayudarlo a que dé ese paso. Tenemos que ir preparados y tener debajo de la propuesta la solicitud para que el cliente entienda que ése es el proceso a seguir", explicó Aldrete.

El conferencista y autor de los libros *Vender sin vender*, *El secreto de las ventas* y *Vender con ideas no perdió la oportunidad para externar a los presen-*

tes otros tips valiosos que deben ponerse en práctica durante el complejo proceso de venta, como los conceptos que él menciona a sus prospectos durante la presentación de una propuesta.

"Tomando en cuenta la complejidad de una cotización, sugiero durante la exposición hablar de cuatro conceptos básicos y de fácil comprensión para el cliente: la suma asegurada, el monto de cada aportación, el plazo de la póliza y la recuperación que habrá; esto último solo en caso de que exista", detalló Aldrete.

En el transcurso de su plática en el MDRT Day Mexico 2019, el también ingeniero de profesión tocó uno de los temas más comunes a los que se enfrentan los asesores en su labor diaria: las objeciones de los clientes al momento de la negociación de una póliza.

Para Aldrete, en estos casos lo idóneo es hacer entender a cada cliente que la póliza de seguros es un regalo para sus beneficiarios; en gran medida debemos llevarlo a reflexionar sobre qué haría su familia en caso de un evento inoportuno, como la muerte. "Los seguros fungen como la oportunidad para crear dinero de forma inmediata en la etapa más vulnerable de la vida".

A modo de corolario, el socio fundador y director general del despacho Aldrete & Asociados compartió sus dos estrategias para obtener referidos de los clientes. El primer momento es cuando el prospecto está firmando la solicitud; el segundo, cuando hace entrega de la póliza de seguros, ya que allí les incluye una encuesta breve en la cual los invita a proporcionar datos de personas de confianza que puedan beneficiarse de sus servicios.

Álvaro Aldrete es miembro de Million Dollar Round Table desde 2007. Ha sido reconocido en cinco ocasiones como Court of the Table y en siete como Top of the Table. Desde 2012 comparte sus secretos en el mundo de las ventas por medio de conferencias y libros.

#MDRT #Ventas



Álvaro Aldrete



Proteja la
tranquilidad
de sus clientes

Con Pan-American, una empresa de tradición centenaria en seguros personales en las Américas, especializada en el diseño de soluciones a la medida de sus necesidades.

Seguros de
Vida | Accidentes | GMM

Consulte con uno de nuestros
asesores de servicio.

Twitter LinkedIn Facebook | palig.com

PAN
AMERICAN

MÉXICO 2020
Convención Regional LATAM Norte & Sur
Riviera Maya

¿ESTÁS LISTO PARA VIVIR UNA
EXPERIENCIA INCREÍBLE?
¡No te la pierdas!

MAPFRE

Crear una marca es la mejor estrategia de venta: Laura Cervantes

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

Hace seis años que Laura Cervantes se convirtió en agente de seguros. Antes de eso, nada sabía del tema. Sin embargo, asegura que su relación con la actividad fue amor a primera vista, pues en cada cita se iba enriqueciendo con un caudal muy generoso de información.

Cervantes dijo que este acervo de datos le sirvió para perfeccionar su estrategia de ventas. Ella colaboró con una plática en el MDRT Day Mexico 2019, evento realizado por *El Asegurador* y la Million Dollar Round Table (MDRT) en esta ciudad que reunió a 850 agentes de seguros especializados en el ramo de Vida.

“Cierta vez alguien me dijo que para ser agente de seguros lo más importante es preguntar y escuchar, quedarse callada. Era difícil porque yo ya sabía muchas cosas y las quería platicar y compartir. Pero tenía que escuchar y callar. Fue cuando pensé que tenía que cambiar mi método de comunicación, y de ahí salió mi marca, una marca registrada que ha sido la mejor forma de hablar de mí misma y de mi trabajo”, asegura Cervantes.

Así surgió la marca *Arquitecto de tu Destino*, en la que Laura Cervantes



Laura Cervantes

pone todo su corazón en desarrollar estrategias de aprovechamiento inteligente de recursos para proteger todo aquello que hace brillar la mirada de sus clientes.

Esta agente brinda además una asesoría integral con el objetivo de preservar el capital de sus clientes y fomentar su crecimiento, ayudándolos a cumplir sus sueños y crear un mundo de posibilidades infinitas, según indica.

La asesora relata que promociona su marca en redes sociales, pues “ahí puedo platicar que soy una mujer apasionada, positiva, que me encanta ver las cosas más bonitas en todo y ver a la gente en medio de la abundancia cumpliendo sus sueños, lo cual no puedo llegar a decir en cada cita”.

Cervantes prosiguió su discurso comentando que “por medio de mi marca y lo que posteo en las redes puedo lograr que la gente con la cual me entrevisto sepa un poco de mí. De este modo puedo llegar a la cita y escuchar a mi cliente, detectar qué es lo que necesita y ayudarlo a solucionar su problema”.

También comentó que no tiene un Facebook personal, lo cual considera una medida muy prudente y acertada porque “cuando se procede de esa forma en redes sociales, lo único que se consigue es levantar murallas gigantes entre el asesor y todos aquellos que lo conocen, porque te conviertes en aquel que llega a las fiestas y quiere platicar quién es y qué hace”, explicó.

“En cambio, cuando tú creas un espacio que está dedicado especialmente a hablar de tu profesión y carrera, es otra cosa. Es una invitación para que, cuando quieras, vengas y participes de estas cosas maravillosas en las que yo trabajo y de todas las posibilidades que te puedo dar a ti y a tu familia. Este es el espacio donde creas un discurso muy poderoso”, afirmó Laura Cervantes.

En relación con la forma en que

crea su discurso, Cervantes invitó a cada uno a preguntarse lo siguiente: ¿cuál es mi motivo? ¿Qué es lo que realmente me hace pararme todos los días y atender pólizas? ¿Qué es lo que realmente vendo? ¿Estás seguro de que vendes seguros? ¿Cuál sería la forma en que tú podrías cambiar la vida a las personas?

“Todas estas preguntas me las hago todos los días. Y un proceso parecido inicio cuando me acerco a los expertos y ellos me empiezan a cuestionar, a generar muchas ideas. Y por medio de ellos les puedo dar estructura y llevarlas a otro nivel”, destacó la asesora financiera.

Por otro lado, la creadora de *Arquitecto de tu Destino* detalló que es muy importante acercarse a las personas que saben hacer esto; “pero lo verdaderamente decisivo es generar nuestro propio contenido, crear un discurso poderoso y externar eso que le quieres contar a todo el mundo. Y, más o menos como yo, estructurar todas las publicaciones en redes sociales. Sí, es como mi espacio creativo, es donde yo me paso pensando qué les quiero decir, cómo me preparo para ellos y lo orgullosa que me siento de ellos cuando les entrego una póliza. Esto completa el círculo y hace que sea toda una experiencia”.

Por último, Cervantes exhortó a los asistentes al MDRT Day Mexico 2019 a crear conciencia y pensar en su retiro. “Deseo ser un poco la inspiración para otros; me encanta la magia y cumplir los sueños, crear mi futuro. El tener un mensaje poderoso, que hable y comunique en la forma adecuada, va a impactar en el ciclo de venta. Todo será más natural y fluido. Desde la llamada, la persona va a saber con quién se va a reunir”, concluyó.

Detectar amenazas, vía para aumentar la resiliencia ante desastres naturales

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

Es indispensable que en México empresas, Gobierno y sociedad entiendan cuáles son las amenazas naturales a las que están expuestos, de manera que finalmente puedan reducir su vulnerabilidad mediante la edificación de una administración de riesgos adecuada. Solo así el país podrá mejorar su nivel de resiliencia y logrará pasar de la reacción a la prevención ante estos trágicos eventos.

Esto afirmó Enrique Guevara Ortíz, director general del Centro Nacional de Prevención de Desastres (Cenapred), durante su participación en el Foro Regional Arise. *Resiliencia para todos: la importancia de comprender el riesgo*, quien agregó ahí el funcionario dijo que la resiliencia va más allá de solo recuperarse después de un desastre; la resiliencia más bien impide que se sufra dicha eventualidad.

“La resiliencia no es otra cosa que la reducción de los riesgos a los que estamos expuestos. Una vez que consigamos reducirlos, lograremos recuperarnos de un imprevisto; pero lo importante es que ya hicimos todo lo que estaba a nuestro alcance para evitar que la desgracia sucediera”, recalco Guevara Ortíz.

Para el funcionario, el primer factor que se debe tomar en cuenta para la reducción de la vulnerabilidad es tener una percepción apropiada de lo que significa el riesgo. Además, sostuvo, es importante entender cómo se generaron esas debilidades para así poder minimizarlas.

Implica un proceso de adaptación para afrontar adversidades y a su vez funge como una forma de transformación cultural, señala

“Debemos comprender el riesgo desde las causas que lo generan para poder enfocarnos en la manera de reducir éstas. El riesgo es una condición latente, algo que todavía no sucede; y es por ello por lo que, si aún no ocurre, podemos intervenir sobre las causas para evitar que se materialice el desastre”, amplió Guevara Ortíz.

El director del Cenapred reiteró que esperar a que ocurra la catástrofe impedirá actuar sobre las causas que la provocaron y solo servirá para atender las consecuencias. “Una vez que conozco el riesgo, puedo efectuar una serie de acciones para gestionarlo de forma eficiente. Si esto no ocurre, en lugar de diseñar una estrategia que prevenga estos riesgos, se estará incurriendo en el error



Enrique Guevara Ortíz

La resiliencia va más allá de la simple recuperación después de una catástrofe, asegura Enrique Guevara Ortíz

de aumentar las amenazas a las que estamos expuestos”, advirtió.

Por último, Guevara Ortíz, señaló que la resiliencia implica un proceso de adaptación para afrontar adversidades pero que a su vez funge como una forma de transformación cultural que debe permearse todos los estratos sociales y jerárquicos de un país, esto es, Gobierno, empresas y ciudadanos. “Ése es el valor que tiene la resiliencia si se gestionan los riesgos de forma integral”, remató.

Si no sabes es porque no quieres

I Learn

Plataforma educativa virtual de agentes para agentes.

¿Ya tienes acceso?

En pocas palabras...

Insignia Life
El seguro de tu vida®

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



PROCESOS MULTIPLATAFORMA CRÍTICOS

Completados de manera correcta el **99.9%** de las ocasiones.

asg technologies®

Reingtec
Partner autorizado

REINGTEC.COM
+52 55 5998 9298
INFO@REINGTEC.COM

SE DICE...

Genuario Rojas M.
@GenuarioRojas

César Rojas
@pea_crojas

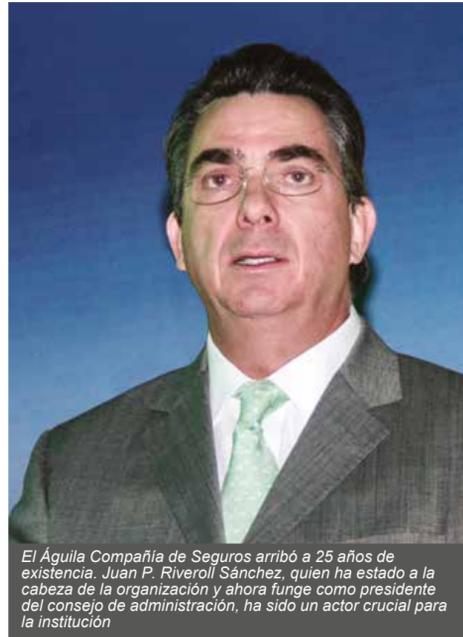
Cumple El Águila Compañía de Seguros 25 años de existencia y operación en el mercado mexicano, y se apresta a celebrarlo durante un desayuno que ofrecerá en Ciudad de México a consejeros, autoridades, colaboradores, reaseguradores y asesores cercanos a la firma. Estará presente Gary Gruber, CEO de Great American Insurance Group. ¡Enhorabuena para Juan P. Riveroll Sánchez!, quien ha estado a la cabeza de la organización, ahora como presidente del consejo de administración. Ydhelio Espinosa es director de Daños de Great American Insurance Group.

En el Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A. C. (Imesfac), hay cambios. Nos lo comunica Roberto Shoji Luna Nakachi, director general, quien da a conocer la salida, después de 24 años de colaborar para dicha entidad, de Josefina Magaña Miranda, quien era subdirectora de Atención a Clientes. En

esta área quedan Claudia Murcia Morales y Sandra Sánchez Castillo. Luz María Lefort Botello funge como subdirectora de Innovación y Didáctica; y Aurora Romero, como subdirectora de Administración y Finanzas.

Afore XXI Banorte anuncia su cumplimiento con el Código de Administrador de Activos de CFA Institute (Chartered Financial Analyst Institute), y es uno de los primeros fondos de pensiones en México en adoptar el código, uniéndose a más de 1,000 instituciones en todo el mundo que ya lo han hecho. El Código de Administrador de Activos describe claramente las responsabilidades éticas y profesionales de las empresas que administran activos en nombre de los clientes. El Código requiere que los gerentes se comprometan a actuar de manera profesional y ética en todo momento; en beneficio del cliente; con independencia y objetividad; con destreza, competencia y diligencia. Exige también que se comuniquen con los clientes de manera oportuna y precisa y que respeten las normas que rigen los mercados de capitales. Bonito desafío...

A. M. Best confirmó la calificación de fortaleza financiera A- (Excelente),



El Águila Compañía de Seguros arribó a 25 años de existencia. Juan P. Riveroll Sánchez, quien ha estado a la cabeza de la organización y ahora funge como presidente del consejo de administración, ha sido un actor crucial para la institución

el largo plazo calificación de emisor de crédito de "A-" y la Escala de Evaluación Nacional de México (NSR) de "aaa.MX" de General de Salud Compañía de Se-

guros, S. A. (Gsalud) (Ciudad de México, México). Las perspectivas de estas puntuaciones de crédito (notas) son estables. Las calificaciones reflejan la fuerza de Gsalud balance, que A. M. Best categoriza como muy fuerte, así como su desempeño operativo adecuado, perfil empresarial limitado y adecuada gestión del riesgo empresarial (MTC).

A. M. Best confirmó también la calificación de fortaleza financiera A- (Excelente), el emisor de largo plazo calificación crediticia de "A-" y la calificación en escala nacional México (NSR) de "aaa.MX" de General de Seguros, SAB (Genseg) (Ciudad de México, México). Las perspectivas de estas puntuaciones de

crédito (notas) son estables. Las calificaciones reflejan la fuerza de Genseg balance, que A.M. Best clasifica como más

Prevem seguros es una compañía mexicana especialista en gastos médicos mayores y accidentes personales con un modelo diferente de suma asegurada, deducible y coaseguro anual y las coberturas incluidas más amplias del mercado.

- Indemnización diaria por hospitalización.
- Asistencia en viajes.
- Emergencia en el extranjero.
- Cobertura dental.
- Asistencias Prevem con médico a domicilio, ambulancia, referencias médicas y asesoría legal para asuntos personales.

Queremos hacer equipo con agentes profesionales de seguros como tú

Llama ahora y conoce Prevem
91782689
018002 77 38 36
www.prevemseguros.com.mx

Prevem
seguros



La Asociación de Seleccionadores de Riesgos en el Seguro de Personas, A. C. (Aserp), que actualmente dirige Carlos Collín Moreno, celebrará asamblea de elecciones para nombrar a su consejo directivo

fuerte, así como su desempeño operativo marginal, perfil de negocios neutral y gestión adecuada del riesgo empresarial (MTC).

A. M. Best confirmó la calificación de fortaleza financiera de A (Excelente), la calificación a largo plazo del emisor de crédito (a largo plazo ICR) de "a" y la calificación en escala nacional de México "aaa.MX" de Reaseguradora Patria, S. A. (Patria Re) (México). A. M. Best también ha afirmado la ICR a largo plazo de "BBB" de la matriz última de Patria Re, Peña Verde, SAB (Peña Verde) (México). Las perspectivas de estas puntuaciones de crédito (notas) son estables. Por procedimiento de criterios de A. M. Best detalla que la calificación a largo plazo ICR de Peña Verde refleja una muestra

estándar de Largo Plazo ICR de Patria Re y está en línea con las empresas de un mismo nivel de clasificación. Las calificaciones reflejan la fortaleza de Patria Re balance, que A. M. Best clasifica como más fuerte, así como su desempeño operativo adecuado, perfil de negocios neutral y gestión adecuada del riesgo empresarial (MTC).

Al cierre de este número, la Asociación de Seleccionadores de Riesgos en el Seguro de Personas, A. C. (Aserp), celebraba asamblea de elecciones de consejo directivo, en una sesión realizada en el auditorio de General de Seguros. En esta reunión también se incluyó la conferencia que dictó Juan Alberto Vélez, quien impulsa un proyecto de promotora que tiene como base el mundo digital. Su experiencia como actuario y director general de empresas de seguros indudablemente generará ideas e inquietudes entre los profesionales de la selección.

La Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) instaló ya el jurado del Premio de Periodismo de Seguros, que reconocerá a los ganadores de las distintas categorías durante la convención que en 2020 celebrará esta institución, los días 5 y 6 de mayo. Más que loable es el esfuerzo que esta entidad, presidida por Manuel Escobedo Conover y dirigida por Recaredo Arias Jiménez, hace para que los periodistas y caricaturistas se vean atraídos por un tema que todavía no es tan sexy como quisiéramos. En este organismo, la res-



La Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), que preside Manuel Escobedo Conover, instaló ya el jurado del Premio de Periodismo de Seguros, que reconocerá a los ganadores de las distintas categorías durante la convención que el organismo celebrará en 2020, los días 5 y 6 de mayo

ponsable de Comunicación es María Luisa Ríos.

La Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), presidida por Elisabeth Vogt López, celebró el 4 de noviembre su Torneo de Golf anual en el Club de Golf Bellavista, donde se dieron cita profesionales de la

actividad que convivieron una vez más y así estrecharon lazos de amistad y de negocios. La cita próxima para este evento es el primer lunes de noviembre de 2020. Por lo pronto, el último evento de dicho organismo para este año será el 19 de noviembre: se trata de un seminario de Autos.

AUSA **rent**

Se complace en felicitar a

EL AGUILA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

por su **25**
Aniversario

Trayectoria en la que su labor profesional, ha protegido el patrimonio de las familias mexicanas con soluciones confiables y un trato personalizado.

Deseamos la continuidad de su éxito.

¡Muchas felicidades!



La Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), liderada por Elisabeth Vogt López, celebró el 4 de noviembre su Torneo de Golf anual en el Club de Golf Bellavista

Crear la Agencia Federal de Gestión Financiera de Riesgos Públicos es una propuesta en la que, por medio de la Unidad de Seguros, Pensiones y Seguridad Social, trabaja la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Encabezada por Carlos Noriega Curtis, la Unidad tiene el propósito de "darles orden a las cosas", después de haber detectado serias irregularidades en el manejo del aseguramiento en terrenos del Estado.

Acerca del tema habló José Sergio Martínez Santana, director general adjunto de Seguros y Fianzas de la mencionada unidad hacendaria, durante la trigésima cuarta convención de la Asociación de Funcionarios del Sector Asegurador, A. C. (FUSA) —que preside Agustín Rosales Tapia—, efectuada en Puerto Morelos, Quintana Roo, el municipio más joven de la entidad, del 31 de octubre al 3 de noviembre de 2019.

Aunque los diversos temas presentados por los conferencistas y los debatidos por especialistas en paneles permitieron adentrarse en problemáticas en las que los financieros tienen mucho que hacer, el de la creación de la citada agencia llama la atención, en el entendido de que, como señaló Martínez Santana, "todos la han visto con buenos ojos" porque cumple objetivos favorables para el Gobierno.

La agencia estaría configurada por tres unidades: la de análisis, la de gestión operativa y la de cumplimiento, cada una de ellas con propósitos puntuales para lograr una transferencia de riesgos adecuada, resueltos los problemas identificados en el manejo. Todo esto llevaría a la consecuencia de ampliar la participación a más empresas en los programas federales, ya que en la actualidad 80 por ciento del primaje lo controlan solo cinco aseguradoras.

No obstante, el funcionario dijo que para llevar una gestión de riesgos adecuada se requiere la conformación de un equipo multidisciplinario que permita monitorear el uso de los recursos del erario destinados a la protección de los bienes públicos, poniendo como ejemplos:

- La conformación y mantenimiento de bases de datos de cada componente, así como la investigación constante de modelos para la estimación de pérdidas potenciales.

- El monitoreo y seguimiento de los recursos destinados a la atención de desastres naturales (Fonden) para evitar sobrestimaciones. Supervisión de recursos destinados a la adquisición de coberturas (primas de seguro, subsidio, esquemas estatales de protección) para maximizar la dispersión de ries-



VIVIR SEGUROS®
con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

La Agencia Federal de Gestión Financiera de Riesgos Públicos



gos y evitar la compra de esquemas insuficientes o técnicamente inadecuados.

- Diseño y supervisión operativa de los esquemas federales y asesoría a las entidades federativas para la determinación de sus esquemas de aseguramiento que permitan disminuir los costos de transferencia al conformar mecanismos consolidados.

Martínez Santana explicó ante los convencionalistas que lo que la autoridad quiere es atraer riesgos no solo provocados por fenómenos naturales, sino también de salud (como epidemias) o los que afectan al campo, todo lo cual hasta ahora se encuentra desvinculado. Pero, si bien hay avances en las definiciones de la propuesta, el conferencista dijo que la visión de la SHCP plantea que se necesita al sector asegurador para ejecutar las estrategias.

La idea de la SHCP es incentivar la participación de más compañías para que, abundó Martínez Santana, "cada

una ocupe su capacidad de retención y no solo ceda al reaseguro"; para ello se tendrían que fijar porcentajes acordes a su solvencia.

La participación podría ser mediante un pool, como en el seguro del Fonden; aunque en este caso históricamente se han contratado seguros con Agroasemex porque la iniciativa privada no ha mostrado interés.

Son diversos, todavía, los aspectos que deberán revisarse y definirse, aunque la estrategia integral de riesgos busca que los gobiernos de los estados tengan conciencia de que, evidentemente, están expuestos a los riesgos, proceso para el cual el Gobierno Federal apoya hasta con 70 por ciento del costo de las coberturas. Hay beneficios para las entidades que tengan un esquema de transferencia de riesgos.

#Opinión

Infundir ese interés entre los gobiernos estatales es relevante porque hasta la fecha éstos buscan apoyo solo cuando ya les ha ocurrido algo; y, al hacerlo, evidencian el desconocimiento que padecen respecto a las reglas de operación de dichos mecanismos protectores. Siendo que asegurarse es obligatorio, hoy hay estados de la república que no tienen contratado ni siquiera un seguro.

Martínez Santana dijo que la Unidad de Seguros, Pensiones y Seguridad Social de la SHCP y el Gobierno Federal promoverán un levantamiento concienzudo de riesgos, cosa que no ven fácil porque, nada más para poner un ejemplo, solo la Secretaría de Educación Pública controla miles de centros educativos en todo el país; y ya no hablemos del sector carretero, que implica miles de kilómetros de vías. Ese registro podría encargarse al Banco Mundial, a la Universidad Nacional Autónoma de México o a Agroasemex.

En relación con el aseguramiento de las dependencias federales (existen 237 pólizas en este ámbito), hay algunas "que pagan mucho por sus esquemas de aseguramiento". Únicamente Pemex paga 12,000 millones de pesos de primas cada dos años. Por cierto, Pemex no entra en los terrenos de la propuesta porque dicha empresa gestiona todo su esquema de aseguramiento aparte, señaló el actuario Martínez Santana.

De acuerdo con lo señalado en la conferencia, se busca un aseguramiento conjunto, viable en la medida en que todas estas dependencias tienen la obligación de contratar un seguro. La idea es que se adhieran a una póliza unificada, que por ahora no existe, con lo cual cada dependencia puede optar por asegurarse conforme a su determinación. Si tal póliza existiera, dijo Martínez Santana, en caso de que los estados no quisieran adherirse, tendrían que justificar las razones de su negativa.

La unidad tiene el propósito de "darles orden a las cosas" en el manejo del aseguramiento en terrenos del Estado

"Por ello, la idea es seguir el esquema del Fonden con todas las pólizas de las entidades federales. Queremos hacer esto en un esquema compartido, ya sea por un pool o coaseguro, dejando que Agroasemex coordine las labores e invitando a las compañías a participar. Una vez colocado el programa en reaseguro por medio de corredores, la idea es tener una sola figura de ajustador, en aras de la transparencia y de una rendición de cuentas adecuada", sostuvo finalmente el funcionario gubernamental.



ESPEJITO, ESPEJITO

Mariana Hernández Navarro

@marianahernandez@iconlead.com.mx

De entre las muchas tradiciones y celebraciones de nuestro país, la del Día de Muertos se vive con especial interés y participación: colocamos altares, adornamos la casa con flores y artículos que representan los gustos de nuestros seres queridos que han fallecido; brindamos, cantamos y comemos en su honor.

No existe otro país que tenga la capacidad de mezclar el júbilo con la muerte y que acepte de una manera tan original esta realidad, que es la única que tenemos segura en la vida y de la que al mismo tiempo nos cuesta trabajo hablar. La muerte está tan segura de sí misma que nos da toda una vida de ventaja, dicen por ahí.

Pero ¿qué relación podría tener el Día de Muertos con el liderazgo?

Cuenta la leyenda que en la antigua Roma los generales que habían resultado victoriosos en la batalla ordenaban a un esclavo que lo siguiera mientras desfilaban por las calles; la misión de este esclavo era recordarles al oído: "Memento mori" ("Recuerda que también morirás"). La intención era moderar la vanagloria de la conquista y tener presente lo efímero de ésta y de su recuerdo.

Si llevo ese *memento mori* a la organización, ¿qué pasaría?

Abraham Maslow nos enseñó con su famosa pirámide de necesidades que lo más alto de esa escala consiste en aprovechar las oportunidades para desarrollar el talento y potencial al máximo.

Para Maslow, la autorrealización es un ideal al que todo ser humano debería llegar, pues implica tener un crecimiento personal y un desarrollo profundo de habilidades. La autorrealización nos permite estar en condiciones de obtener logros personales y diferenciarnos de manera positiva del resto.

Podemos citar una serie de ejemplos de autorrealización: cuando se logran promociones o se obtienen metas y objetivos establecidos, cuando se desarrolla algún tipo de habilidad ejecutiva, etcétera.

Sin embargo, Viktor Frankl hace mención especial sobre el planteamiento de

Preparándome para morir



Maslow y critica que el punto máximo sea la autorrealización. A ésta contraponen la autorrealización, la cual tiene su significación en la posibilidad de salir hacia el otro y dejar un legado. ¿A qué se refiere con esto? A que en cualquier circunstancia de nuestra vida (laboral, personal...) nuestro máximo desarrollo consistirá en salir de nosotros mismos, en dejar de concentrarnos solo en nuestro interior, en nuestras necesidades y carencias y voltear a ver al otro.

Algunas preguntas que podemos formularnos si seguimos una línea de autorrealización son: ¿qué quiero lograr en la organización? ¿Cuáles son mis principales talentos? ¿Cuál es mi plan de carrera?, etcétera.

Estas preguntas solo tienen inmerso el yo; preocupación solo por los propios objetivos y metas, por los satisfactores, etcétera. Subrayo: no quiere decir que las preguntas de autorrealización sean incorrectas. Mi exhortación radica en que las complementen con preguntas de autorrealización, porque entonces tu labor dentro de la organización no solo tendrá satisfactores, sino que se le añada un sentido y, por lo tanto, construyes una herencia.

Hace unos años conocí a la directora responsable de un área cuyo objetivo implicaba combate y disputa con diversos departamentos y comités para llevar a la compañía a un nivel de mayor modernidad y renovación. Esta directora tuvo que enfrentarse a diversas negativas y obstáculos para lograr convencer a diferentes actores y responsables de la toma de decisiones de la necesidad de evolucionar y mejorar. Fueron varios años de trabajo, esfuerzo y dedicación; y, finalmente, la organización decidió desvincularla.

Cuando tuve oportunidad de platicar

fecha de saber que mi trabajo y mi ejemplo trascendieron".

Me gustó escuchar que, aun cuando ella ya no pertenecía a la empresa, sabía que su trabajo había brindado frutos, que incluso estaba orgullosa de haber dejado huella junto con el equipo y que claramente su necesidad no radicaba en recibir reconocimiento personal. Lo importante era la contribución y la evolución que había provocado dentro de aquella institución.

Si nos olvidáramos un poco de nosotros mismos y viéramos la trascendencia de lo que hacemos, nuestro concepto de felicidad cambiaría. Me gustaría dejarte una reflexión con base en preguntas de autorrealización: ¿cuál es tu proyecto de "inmortalidad organizacional"? ¿Cuál es tu legado? ¿Qué huella habrás dejado? ¿Qué influencia habrás ejercido en los otros? ¿Qué dirán de ti cuando ya no estés?

Empecé hablando de nuestro país, y me gustaría cerrar de la misma forma: México tiene una actitud única ante la muerte; sin esa reflexión constante sobre la muerte, la vida sería insípida. Somos capaces de recordar a nuestros muertos; pero, en la misma línea de autorrealización, podríamos preguntarnos también: y los que ya no están... ¿cómo nos recordarán?

MUCHAS GRACIAS A TODOS NUESTROS SOCIOS PROMOTORES POR PARTICIPAR EN EL CONGRESO LAMP MÉXICO 2019

"DESARROLLANDO A LOS PROMOTORES DEL FUTURO"

NOS VEMOS EN LAMP 2020



PROPORCIONANDO SOLUCIONES A LA MEDIDA

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

Médica Vial 24 hrs 365
ESPECIALISTAS EN ATENCIÓN DE ACCIDENTES

LOS NÚMEROS CUENTAN

Antonio Contreras

gar2001@hotmail.com

La quinta transformación

Alguien soltó nuevamente el run run de la aprobación de una propuesta para despojar a los casatenientes de la plusvalía acumulada por su departamento o vivienda de sus sueños.

El argumento de la Cuarta Transformación —argumento que ya habíamos escuchado en voz del paladín del PRD capitalino, Miguel Ángel Mancera— es que, si compras una casa en un millón de pesos y 10 años después la vendes en dos millones, la diferencia es una ganancia que el generoso gobierno de la ciudad produjo prácticamente solo y sin otro propósito que buscar tu bienestar, con un alumbrado público renovado, la ampliación del pequeño parque de la colonia o una brigada nueva de policías.

No conozco con detalle la propuesta, que todavía está en veremos (afortunadamente), pero me atrevo a pensar que se calculará el valor de la propiedad a precios del año de adquisición: si compramos la casa hace 10 años, hay que descontar 63 por ciento de la inflación acumulada. El millón de pesos de 2009, convertido a precios de hoy, equivaldría a 1,630,000 pesos.

De tal manera que la famosa plusvalía generada —según esto, por un Gobierno que no deja de pensar en elevar la calidad de vida de los habitantes de la ciudad mexicana de que se trate— es entonces de 370,000 pesos, los cuales habrá que entregar a la administración local al momento de la venta. Según nuestras autoridades, no perdimos nada: simplemente devolvemos el valor excedente generado por nuestros beneficiarios para que ellos lo hagan llegar a esa multitud desconocida de beneficiarios o a los de siempre, esos de identidad harto repetida.

Pero esto no es tema de un gobierno populista de izquierda. La clase media mexicana ha recorrido todo el espectro de las ideologías con el mismo resultado: siempre le pasan la factura de los destrozos, ya sea por las carreteras y los bancos de los empresarios ineficaces, protegidos al grito de “hubiera podido ser peor”, o por las consecuencias económicas de la cancelación de un aeropuerto “fifi”, al grito de “hágase la voluntad de Dios en los bueyes de mi compadre”, entendiéndose aquí que los bueyes son los espectadores clasemedios, que desvían la mirada un momento del sendero donde labran el futuro de todos para escuchar la nueva resolución que traerá, a largo plazo por supuesto, el anhelado bienestar colectivo.

Los números cuentan una historia diferente: la ilusión monetaria nos dice inicialmente que “duplicamos” el valor de nuestra casa. Al aterrizarlo a pesos reales, nos damos cuenta de que ganamos únicamente el 23 por ciento, que equivale a una tasa anual de 2 por ciento. ¿Qué decepción! Si en lugar de comprar una casa hubiéramos puesto el millón de pesos en el banco, el rendimiento habría sido un poco mayor...

Por otro lado, disfrutamos de la casa y no pagamos renta. ¿De qué nos quejamos? Los números cuentan que este consolador razonamiento tampoco es real. La tasa de interés del banco es de 11 por ciento anual, sin contar seguros, gas-

tos de escrituración ni, claro, impuestos.

Imaginemos a Luis, ascendido después de 20 años de trabajar en la aseguradora. Ahora es subdirector, y su sueldo mensual asciende a 75,000 pesos. “Al fin llegaron los buenos tiempos!”, le comenta a su esposa, Susana: podrán solicitar un crédito hipotecario para comprar la casa que han rentado durante la última década y podrán mandar a Luisito, su primogénito de 17 años, a alguna universidad privada; el imberbe quiere estudiar actuaría, y ya decidió que el ITAM es la humilde opción que más le gusta.

Luis sonríe confiado y se enfrenta con decisión a la hoja blanca, armado con su pluma BIC, la que no falla nunca. Va a hacer cuentas, sabedor de que nada está fuera de su alcance ahora que ha accedido a la esfera directiva de la próspera empresa donde trabaja.

“Vamos a ver, vamos a ver”, sonríe Luis a Susana, sentados a la mesa del restaurante seleccionado para festejar las buenas noticias.

Después de dos horas, el entusiasmo de la pareja se ha evaporado. Luis tendrá que trabajar muy duro, tal vez más de las 12 horas diarias que ya componen su rutina, para poder acceder a los bienes y los servicios que anhela.

De los 75,000 pesos de sueldo nominal, casi 19,000 se los quedará el Gobierno por concepto de Impuesto sobre la Renta. ¿Quién le manda a Luis ganar tanto? La colegiatura mensual del ITAM es de 15,000 pesos; el predial de la casa que quieren comprar es de 1,000 pesos bimestrales, y el gasto por servicios de gas, agua, luz, internet y los cuatro teléfonos celulares de la familia asciende a 2,200 pesos.

Afortunadamente, la aseguradora tiene como prestación el seguro de Gastos Médicos Mayores y el de Vida. De no ser así, el monto que habría que pagar sería de 6,000 pesos mensuales. Luis ha pensado establecerse por su cuenta, pero Susana siempre lo detiene: las prestaciones de la empresa son su seguridad, y no

están para arriesgarse.

Lo que terminó de arruinar la cena fue el cálculo de la hipoteca: necesitan un crédito de 1,800,000 pesos para sumarlo a sus ahorros y así poder comprar la casa, que, si bien antigua y con varios arreglos por hacer, es un lugar que han aprendido a querer. Además, el precio es bueno. Lo malo es que la hipoteca implica 22,000 pesos mensuales: la tasa de interés de 11 por ciento anual, más las primas de los seguros obligatorios de Vida y Daños los orillarán a empeñar el trabajo de varios años para beneficio de un sistema bancario que impone tasas muy altas.

La perspectiva de vivir con 10,000 pesos mensuales es sombría. Con el IVA de 16 por ciento y la subida de precios, apenas alcanzará para comida, ropa no muy seguida y algunas diversiones. Austeridad, trabajo duro y sacrificio. ¿Ahorrar? La hipoteca y su casa propia dentro de 15 años será el mejor ahorro posible, tratan de convencerse. Menos mal que hay aguiñado, fondo de ahorro y vacaciones pagadas. Ni pensar en un trabajo extra independientemente de menos horas y más dinero, pero con riesgo y resultados a mediano plazo.

¿Y llevar a Juanito, su hijo menor, a una escuela pública? La educación que recibirá será de calidad insuficiente, con salones abarrotados y maestros condenados al “pase automático”, el escrutinio de padres y autoridades y la presión de una horda de alumnos consentidos que exhiben su poca educación y rebeldía a la menor oportunidad. “Mejor pagamos un colegio particular, sin que ello garantice una calidad superior, pero la ilusión nadie nos la quita”, resuelven, cabizbajos.

Y hablamos de una familia privilegiada, ubicada en la cuarta parte de la po-

blación con ingresos más altos...

Si pensamos la situación en términos de vida, la cosa es más clara.

De los cinco días hábiles de la semana, el lunes y un poco más son para el Gobierno. Apenas el martes a las 11:00 de la mañana empezamos a pensar en ganar algo para nosotros, hasta que el banco, de traje oscuro y gran sonrisa de vendedor de autos de segunda mano nos manda hasta las 16:00 horas del miércoles. Cuando pensamos que ya vamos a empezar a trabajar para nosotros, la universidad privada estira su educada mano y nos da un empujón hasta la tarde del jueves. Y nos convence porque Luisito va a estudiar en una universidad buena y podrá pagar sus impuestos, una hipoteca y una universidad decente para nuestro nieto, que esperamos que también se llame Luisito...

¿Déja-vu? Más bien chorizo toluqueño, con esta historia que se repite. Y regresamos a la plusvalía que el Gobierno quiere crear que es suya.

Todo lo anterior, claro, si no llega el Gobierno con ganas de quedarse con la mitad del quinto día, el viernes, con aquello de la plusvalía fantasma. Ya no sé si es el quinto elemento, el quinto que no puede ser malo, la quinta transformación... o la quintaesencia de la devergüenza.

Se soltó el run run para despojar a los casatenientes de la plusvalía acumulada en su departamento o vivienda

#Opinión #Seguros

#DesarrolloHumano

El robo más grande



REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen

www.carlos-molinar.com

Es común que los padres causemos daño a los hijos cuando, por amor, tratamos de resolverles la vida, con lo cual les impedimos crecer como personas.

Como individuos deberíamos entender que existe la *ley de individualidad*, lo que significa que esta vida es individual y que nuestro trabajo como padres en relación con los hijos es guiarlos y proporcionarles las herramientas y el conocimiento de vida necesario para que ellos paulatinamente logren su libertad en todos los sentidos.

Libertad de acción, desde lo más insignificante hasta lo más trascendente. Para entonces conquistar quizá la mayor de las libertades, la libertad en el sentido más amplio: el libre albedrío.

Cualquier cosa que elijamos para nosotros (una profesión, una pareja, los amigos) debe ser una elección personal, y ésta no debe ser coartada por nadie en lo más mínimo.

Me parece que un padre o una madre pueden decir que han triunfado en



la vida en relación con su natural función de tutoría cuando han logrado que su hijo sea una persona independiente, libre, bienintencionada y feliz.

Muchos padres sobreprotegen a sus hijos por tratar de evitarles sufrimiento. Y, al tratar de evitar ese sufrimiento, no les permiten desarrollarse en todo su potencial porque, sin quererlo, les roban posibilidades.

Al decidir por ellos les roban esa libertad.

La responsabilidad de un padre es enorme, y muchos no alcanzamos a comprender la profundidad de ello. Tenemos que ser muy conscientes de que somos guías, somos tutores, no *propie-*

tarios.

Me parece que las principales responsabilidades que tenemos como padres respecto a los hijos son amarlos y acompañarlos en su desarrollo, sin estorbarles, porque esto los hará independientes

y con ello lograrán ser libres.

No les cortemos las alas pensando que están más seguros en tierra y a nuestro lado. Enseñémoslos a volar y animémoslos a alcanzar más altura de la que nosotros hemos logrado.

Cuidemos de no dañar su autoestima y tratemos de transmitirles que la inteligencia se expande con el esfuerzo.

Si nosotros les quitamos esa posibilidad, les estamos robando algo. Se oye fuerte, pero es eso: un robo.

Eso no sólo sucede entre padres e hijos; sucede también entre el Estado y los ciudadanos en una sociedad humana.

Enseñar conlleva una responsabilidad enorme, porque la verdadera enseñanza debe ser objetiva y desinteresada. Desafortunadamente, en muchas ocasiones aquel que enseña (quien además por lo general tiene el conocimiento) puede caer en la tentación de *adiestrar*, en lugar de *enseñar*.

Y, en ese sentido, es importante apoyar con inteligencia y buena voluntad.

Tratar de *evangelizar* a otra persona en cualquier sentido —en el más amplio— es una falta de respeto.

Quizá el robo más grande que se le pueda hacer a un individuo sea quitarle desde niño su voluntad y su libertad de pensamiento.

Médica Vial.

Felicita a EL AGUILA COMPAÑÍA DE SEGUROS

El Aguila, Compañía de Seguros, S.A. de C.V.

con motivo de su

25 Aniversario

manteniendo un alto reconocimiento por su especialización y profesionalismo en el mercado mexicano.

¡Feliz Aniversario!

#DesarrolloHumano

El séptimo día

Nissim Mansur T. mansurnissim@gmail.com

Fueron, pues, acabados los cielos y la tierra, y todo el ejército de ellos. Y acabó Dios en el día séptimo la obra que hizo; y reposó el día séptimo de toda la obra que hizo. Y Dios bendijo al día séptimo, y lo santificó, porque en él reposó de toda la obra que había hecho en la creación. Génesis 2:1-3 (versión Reina-Valera, 1960) Nací y me crié bajo los cánones de la religión judía. Hoy no soy religioso (lo digo con respeto). Pero en el otoño de mi vida, ignorando por qué causas, he

pensado que el descanso sabático del día séptimo de la semana es una necesidad de vida. Me he propuesto el séptimo día, el sábado de cada semana, descansar de todos mis deberes, obligaciones, problemas... Que el séptimo día sea para mí de reflexión, serenidad, análisis... Trato así de tener una perspectiva mejor para mi vida y de hacer un alto en el camino para reponer energías. Lo que me propongo hacer ya está ordenado en el cuarto mandamiento, en el que yo no reparé por correr tras el viento desgastando inútilmente mi ser.

AMASFAC

El Agente de Seguros y Fianzas Pieza clave para evolucionar en favor del sector



"Que todos SEAMOS UNO"

El agente de seguros y fianzas sigue siendo el más importante dentro de la cadena de distribución del sector, existen otros canales alternos, la principal diferencia con ellos es que el agente le confiere un trato humano a una interacción en donde los asegurados son y han sido su principal razón de ser.

Es evidente que la tecnología ha influido en la manera de interactuar entre los seres humanos y ha impactado en la manera en que realizamos las cosas, al decir de algunos directivos de aseguradoras, esta debe jugar a favor de la relación entre los agentes, las aseguradoras y los asegurados.

Se facilita y agiliza la comunicación entre las partes, se lleva un mejor registro estadístico de comportamientos que influyen en la evaluación del riesgo y se logra con ello información más completa para evaluar y tarifcar riesgos, desarrollando esquemas de protección novedosos que se adecuan a las características de cada asegurado. Se eleva de manera significativa la eficiencia de los procesos operativos.

En este entorno, el agente de seguros está comprometido a influir constructivamente, su conocimiento de primera mano de las necesidades de los clientes lo convierten en un elemento valioso para aportar creatividad a las nuevas maneras de atender los riesgos, debe también abandonar su rol tradicional y entender que las cosas evolucionan día con día y ello lo obliga a actualizarse de los cambios que se presentan en el mercado e identificar el impacto que estos tienen en sus clientes y en sus propias formas de operar.

No todos los productos se pueden comercializar de la misma forma, de ahí la necesidad de asumir la omnicanalidad como algo inherente a estos tiempos en donde la tecnología podrá apoyarnos en procesos repetitivos y previsibles, habrá otros sin embargo que requerirán de la preparación y conocimientos de un experto que brinde asesoría en la toma de decisiones.

Ante este entorno, es una muy buena noticia concluir que la tarea del

profesional de seguros y fianzas presenta grandes retos y oportunidades, y como casi todo en esta vida, los que tengan mayor preparación y protagonismo serán los líderes que construyan el cambio que habremos de vivir en el futuro. AMASFAC será un foro ideal para estimular intercambios que apoyen el desarrollo de nuestro sector, para escuchar y hacer escuchar las voces de nuestros líderes para marcar un rumbo que nos fortalezca y beneficie nuestro crecimiento.

Claudio Castañeda
Director Ejecutivo AMASFAC

Aporte del Agente de Seguros y Fianzas al sector

- Fuente de retroalimentación por el contacto directo con asegurados y aseguradoras.
- Apoya la evolución ante los cambios en las necesidades de protección y en los riesgos a los que estamos expuestos.
- Posición imparcial en la evaluación de un siniestro.
- Experto en asesoría para casos complejos.
- Conocimiento del mercado y de sus productos.
- Facilita enlace e interacción aseguradora/asegurado.
- Trato humano y personalizado.

Aporte de la tecnología

- Eleva la eficiencia operativa en procesos programables y repetitivos.
- Facilita y agiliza la interacción aseguradora, asegurado y agente.
- Mejora la medición estadística de los asegurados y de los riesgos cubiertos.
- Facilita el acceso a manuales y guías de acción
- Mejora el estilo de vida y fomenta una mejor calidad de vida.



Aumenta número de empresas con planes privados de pensiones

La Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar) informó por medio de su reporte anual 2019 que en el último año creció 3.7 por ciento el número de empresas que ofrecen planes privados de pensiones a sus colaboradores.

En el informe, la Consar indica que el año pasado se registraron 1,911 compañías que otorgan este tipo de prestaciones a sus empleados, mientras que para el presente ciclo aumentaron a 1,982, con un total de 2,198 planes contratados.

El reporte señala asimismo que los planes registrados cubren a 1,506,345 afiliados activos, lo que equivale a 6.7 por ciento más respecto a 2018. De igual forma, se indica que 81,625 son pensionados (6.7 por ciento más) y 30,818 son extrabajadores con derechos adquiridos (1.3 por ciento más).

La Consar también informó que, si se toma como referencia a los 25 millones de trabajadores que cotizaron durante 2017 al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), uno de cada cuatro trabajadores con retribuciones superiores a 20 salarios mínimos se encuentra afiliado a algún plan ocupacional.

En tal sentido, el organismo asegura que este nivel de cobertura es 10 veces superior al que experimentan los trabajadores con remuneraciones equivalentes a cinco salarios mínimos o menos.

"Los planes privados de pensión pueden ser un incentivo excelente tanto para las empresas como para los empleados que se benefician de ellos; sin embargo,

es necesario continuar fortaleciendo esta industria y avanzar en temas relevantes que deben discutirse y regularse adecuadamente, como la supervisión de la salud financiera de los planes (nivel de fondeo), las buenas prácticas de administración (afiliación, valuación actuarial) y

de inversión de los recursos (régimen de inversión). Todo ello pensando en proteger los intereses de los participantes y en construir un tercer pilar más robusto y mejor interconectado con el sistema nacional de pensiones", apuntó la Consar.

El organismo publica este reporte desde 2006 para estimular un debate más amplio sobre las fortalezas y debilidades de los distintos componentes de la arquitectura pensionaria con la que cuenta México, a fin de enfrentar el reto del envejecimiento poblacional.

Informa
Consar que
la cifra creció
3.7 % en el
último año



¿Qué es un plan privado de pensión?

Constituye un esquema voluntario establecido por el patrón o derivado de contratación colectiva.

Su fin es otorgar una jubilación a las personas que hayan laborado por varios años en la entidad que financia dicho plan.

Debe cumplir con los requisitos establecidos por la Consar.

Fuente: Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar).



El pasado 29 de octubre de 2019, AARCO ofreció un cóctel de inauguración de la cursal del Valle. Contando con invitados especiales, familiares, clientes, y las principales Aseguradoras que forman parte de esta gran empresa. Durante la celebración, Ricardo Martínez Socio Director de Del Valle agradeció a cada una de las áreas de la institución las cuáles fueron piezas clave para este momento.



El Lic. Francisco Alatorre, Presidente de Consejo de AARCO ofreció un discurso junto al Lic. Rodrigo Avendaño CEO de AARCO, donde resaltaron el compromiso de la empresa y su deseo para continuar creciendo en el sector, además de expresar su apoyo y ánimo, dando la bienvenida a una nuevo integrante en esta gran familia.



Felicitamos a AARCO Del Valle por esta gran apertura y que sea el comienzo de una carrera llena de logros.



TU PUERTA DE ENTRADA AL SECTOR ASEGURADOR



DIRECTORIO

Encuentra a las compañías e instituciones que componen al mercado asegurador de cada país.



ESTADÍSTICAS

Conoce los principales indicadores emitidos por instituciones oficiales y asociaciones.



INFORMES

Documentos de análisis y estudio desarrollados por empresas y organismos locales y regionales.



PRESENTACIONES

Slides compartidos por conferencistas en diversos eventos del sector.



EVENTOS

Calendario de las principales actividades que se desarrollan en los mercados de la región.



ANÚNCIATE

info@elasegurador.com.mx

Tels. 55 3626 0495

55 3626 0498

55 5440 7830

800 821 9393

