



IN MOTION  INSURTECH

coverme

Diagnóstico - Suscripción - Siniestros

Contáctenos:
coverme@grupoinmotion.com

**DATOS CORRECTOS.
MEJORES DECISIONES.
EN TODO MOMENTO.**

IMPULSANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA GESTIÓN DE SINIESTROS, INTRODUCIENDO TECNOLOGÍAS QUE CAMBIARÁN NO SOLO EL FLUJO DE TRABAJO ACTUAL, SINO TAMBIÉN EL DEL FUTURO.

Audatex.com.mx
Sotera | Audatex



SECCIONES

EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
SE DICE...	6
REFLEXIONES	16
AMASFAC	18
MÁS VALE PREVENIR	19
ESPEJITO, ESPEJITO	20
LOS NÚMEROS CUENTAN	22

www.
elasegurador
.com.mx



Vital, anclar la suscripción a las regulaciones y tendencias del mercado: RGA

pág. 4

Aseguradoras, obligadas a privilegiar la prevención para reinventarse

▪ Es el llamado de Santiago Fernández Suárez, vicepresidente de Autos, Daños y Salud de AXA Seguros México

▪ Alerta que el nuevo panorama de riesgos pone a prueba la adaptación del sector al cambio

pág. 12



COLUMNISTAS



Volver a las andadas
Genuario Rojas
pág. 8



¡Lo sabíamos!
Hugo Silva
pág. 14



pág. 15

La experiencia del cliente es el único diferenciador real para las empresas

#Ahorro #Retiro



A PROFUNDIDAD

Panorama económico y sectorial 2021, un estudio de Mapfre

• La institución comparte un análisis de las condiciones hacia el tercer trimestre

Mientras que la atenuación de la pandemia de COVID-19 en el ámbito mundial continúa siendo la condición principal para la reactivación económica, en el entorno asegurador se aprecia mejora en las expectativas a escala global, con lo cual la incertidumbre se ha moderado, a pesar de los problemas que generan las nuevas variantes del virus.

Esta es la interpretación que el Centro de Estudios Económicos de Fundación Mapfre le da a la situación actual del seguro y de la economía en el documento *Panorama económico y sectorial 2021: perspectivas hacia el tercer trimestre*, en el que precisa que las predicciones de crecimiento 2021-2022 siguen estando condicionadas a la evolución de la pandemia.

El documento agrega que debido al aumento de los contagios el crecimiento de los mercados emergentes se verá ralentizado, aunque con previsión de mejora en el segundo semestre.

En el ámbito de los seguros específicamente, el negocio de Vida ha sido el que más ha sufrido de forma prácticamente generalizada a consecuencia de la pandemia, junto con algunos segmentos importantes del negocio de No Vida, como Autos, lo que se ha visto compensado parcialmente con el buen comportamiento de otras áreas del negocio, principalmente seguros de Salud. Ya empieza a ser claro para muchos que el sector presenta evidentes síntomas de recuperación.

El reporte apunta que las perspectivas de reanudación del crecimiento económico están ayudando a la recuperación de los mercados aseguradores y que la subida de tipos de interés que se ha producido en algunos mercados emergentes ha creado un entorno favorable para la comercialización de productos de Vida, Ahorro y Rentas Vitalicias.

Si desea conocer A Profundidad este reporte, ingrese a www.anuarioseguros.lat y busque la información en la categoría llamada *Informes*.

EDITORIAL



LA VACUNA PARA GASTOS MÉDICOS

Como consecuencia del embate del coronavirus y el descalabro en el sector salud causado por la enfermedad que la cepa produce, la prevención se ha posicionado como una práctica fundamental que se debe impulsar y fomentar para reducir tanto como sea posible el agravamiento de la COVID-19 y el número de muertes que ésta produce.

Examinando esta situación, bien podríamos hacer un símil con lo que ocurre en el seguro de Gastos Médicos Mayores (GMM), ramo que lleva décadas tratando de encontrar la fórmula para mejorar su rentabilidad y contener sus costos. La operación de GMM ha demorado mucho tiempo para reconocer que abrir un espacio a los esquemas de prevención (antes desestimados por la industria) es ahora un requisito indiscutible para mejorar las condiciones del ramo y, más aún, para aspirar a su reinvención.

Si bien es claro que el seguro tiene por misión indemnizar las pérdidas materiales (económicas) que sufren los asegurados por un siniestro, en el caso de la cobertura Salud la nueva realidad sanitaria y los desafíos que entraña le han dado a la industria el claro mensaje de que la pura indemnización de siniestros no es la vía única ni la solución final ni la más aconsejable.

Es momento de impulsar, en el terreno de los hechos, la participación de la sociedad en el cuidado de su salud y de emprender acciones educativas que impulsen eliminar la errada idea de que una póliza lo cubre todo, pues pensar así conlleva afectaciones a la mutualidad.

Si bien en 2020 la COVID-19 despertó entre la población la conciencia acerca de la importancia de cuidar la salud y la vida, para 2021, según un especialista entrevistado para esta edición, tal inte-

rés se ha debilitado. Tal parece, a decir de este analista, que la conciencia de riesgos de los mexicanos es muy efímera, pues la colocación de primas ha retornado a los niveles previos a la pandemia después de un breve lapso de auge.

Dejar ir la oportunidad de sumar a la cartera nuevos asegurados no se justifica de ningún modo en estos tiempos; y menos aún con el trasfondo de un tercer brote de contagios. Eso sería simplemente imperdonable. El seguro no debería permanecer pasivo y a la espera de que las vicisitudes de la naturaleza hagan el trabajo que le corresponde al sector.

La prevención en materia de salud debe posicionarse como un nuevo valor distintivo, complementado con acciones de información, cultura de seguros, diseño de coberturas, modelos de negocio, canales de distribución y experiencias de consumo que no den cabida a las vacilaciones a la hora de adquirir la protección de un seguro.

Solo con un número mayor de asegurados nuevos, sanos y acompañados de planes de prevención y monitoreo de la salud es posible soñar con una realidad diferente para este ramo. Los siniestros de cola larga, los catastróficos —y ahora los que se acumulan semana tras semana a causa de la COVID-19—, hacen evidente hoy más que nunca que incluso desde antes de la pandemia la vacuna para conjurar los males del seguro de GMM es la prevención.

La capacidad de adaptación del seguro de GMM se pone hoy a prueba ante un panorama altamente incierto y complejo, como el provocado por la crisis sanitaria; y, aunque son enormes las oportunidades y muchas las tareas por atender, es razonablemente seguro que el estilo de vida saludable marcará la evolución del ramo en la nueva era. Todo parece indicar que éste es el camino.

#Editorial

DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

Editado y distribuido por:
PEA COMUNICACIÓN,
S. DE R.L. DE C.V.
Av. Insurgentes No. 682, Int. 703 B
Col. del Valle, Benito Juárez
03103, CDMX, México.
Tels.: 55 5440 7830 y 55 5440 7831.
Lada sin costo: 800 821 9393.
WhatsApp: 55 6880 3931.
www.elasegurador.com.mx

FUNDADOR Y EDITOR RESPONSABLE
Genuario Rojas Mendoza
genuario@elasegurador.com.mx

CONSEJO EDITORIAL
Claudia Elena Aragón
Verónica Alcántara
Luis Barros y Villa
Hugo Butrón
Ethel García
Jozzabeth 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

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 04-2011-121613243100-101; núm. de Certificado de Licitud de Título y Contenido número 17401.
Registro postal Núm. PP09-1528.
Autorizado por Sepomex.
Impreso en: Multigráfica Publicitaria S.A. de C.V. Democracias 116, Col. San Miguel Amantla, Alcaldía Azcapotzalco, C.P. 02700, Ciudad de México, México. Tel. 55 54451590.

Año XXXVII No. 884

Miembro activo de



Visítanos en:

WWW.ELASEGURADOR.COM.MX



AFIRME Seguros | Estamos aquí.

Estamos aquí con tu



Para que viajes tranquilo.

Porque **vemos el mundo que ves.**

Coberturas básicas

- Daños Materiales
- RC EUA y Canadá
- Asistencia en Viaje y Vial
- Responsabilidad Civil
- Robo Total
- Asistencia Jurídica
- RC en exceso por muerte
- Gastos Médicos Ocupantes

Coberturas adicionales

- Auto Sigue Afirme
- Llanta Segura
- Equipo Especial
- Accidentes Automovilísticos al Conductor
- Robo Parcial
- Protección Máxima Afirme
- Adaptaciones y Conversiones
- Exención de Deducible por Daños Materiales
- Auto Agencia
- Extensión de Responsabilidad Civil
- Exención de Deducible por Robo Total

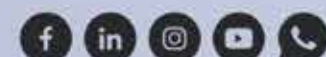
Ahora tus pólizas de Auto incluyen la cobertura COVID-19

Aprovecha la promoción de pagar tus recibos y deducibles a MSI con tarjetas participantes.



Llama a tu Agente de Seguros.

Vemos el mundo que ves.



afirmeseguros.com

Llama especialista a sujetar la suscripción a las regulaciones y tendencias del mercado

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

La suscripción de riesgos de personas ha sufrido muchos cambios en los últimos años. Hay un claro aumento en la importancia de temas como la diversidad, equidad, inclusión y protección de datos. "De ahí que nuestras normas de suscripción deban estar sujetas a las regulaciones y tendencias del mercado impuestas por estos temas de gran repercusión social y cultural; y esto debe ser así si se quiere estar vigente y ser competitivo", expresó en entrevista con *El Asegurador* Alma Vera Calzada, médica especialista en Medicina de Seguros y Suscripción de Vida

Individual de RGA Reinsurance Company.

Durante la conversación, Vera Calzada compartió conceptos relacionados con la necesidad de adaptar las prácticas empresariales en la industria de seguros debido a los fuertes cambios en los temas de inclusión y diversidad que nuestra sociedad está viviendo. Este rubro en particular, entre muchos otros, resalta hoy por la apertura a mercados que reclaman el entendimiento de sectores sociales que por mucho tiempo han estado olvidados por diversas razones.

Vera Calzada se refirió también a la relevancia que tendrán las nuevas prácticas que regularán la suscripción de seguros de personas, lo que demuestra que la industria de seguros caminará de forma paralela con los cambios sociales y culturales.

"Estas modificaciones se basan no solamente en regulaciones políticas amparadas por la ley, sino además en el acelerado cambio de conciencia en la sociedad impulsado por las nuevas generaciones, lo que implica un replanteamiento de perspectiva para distintos sectores laborales, entre ellos el nuestro. Esta perspectiva debe considerar la amplia gama de comunidades en la sociedad y a los individuos que las conforman. Ve-

mos una creciente protección a la identidad de las personas; y bajo esos estatutos nuestras prácticas deben reformularse", señaló Vera Calzada.

Al hablar sobre las características que deben adoptar los seguros de personas para convertirse en coberturas más incluyentes, la especialista de RGA Reinsurance Company detalló que principalmente se debe perder el miedo a abordar las preocupaciones de las diversas comunidades y buscar soluciones que se adapten a sus necesidades específicas. "Con información y sin prejuicios, siendo objetivos y de mente abierta, las coberturas de seguros de Vida podrán llegar a más personas y ofrecer un trato mucho más justo e incluyente", indicó.

La entrevistada remarcó que el diseño de productos deberá considerar a todos los componentes de la sociedad de igual manera y que las coberturas deberán pensarse para satisfacer los requerimientos de una variedad más amplia de personas. Sobre todo es preciso abandonar aquellas viejas prácticas discriminatorias según las cuales ser miembro de la comunidad LGBTTTIQA, tener una discapacidad, padecer VIH o una enfermedad mental, etcétera, era suficiente para excluir a una persona de los servicios de las compañías aseguradoras. "Es necesario mantenernos en constante actualización para evitar caer en prácticas cuya vigencia ha quedado muy atrás, puesto que las implicaciones de estos errores pueden producir un efecto perjudicial muy grave".

Vera Calzada explicó que nuevos cambios implican nuevos desafíos. La resistencia al cambio, muy común en todas las organizaciones y las industrias, sólo provoca que los retos sean más complejos de solucionar. Por ello se refirió a los desafíos que enfrenta el sector asegurador ante la profunda transformación que hoy registra la sociedad. El ejemplo más contundente de estos cambios radicales es la activa presencia de la comunidad LGBTTTIQA.

"Se deben combatir los prejuicios dentro del sector y capacitar al personal en temas de diversidad e inclusión, ya no solamente como una obligación laboral, sino como un cambio de conciencia necesarísimo. La información y la educación son, para este objetivo, las herramientas esenciales de las que debemos hacer uso si queremos alcanzar dicha meta", explicó la médica.

Al preguntarle sobre la suscripción en seguros de personas y cómo debe ser ésta ante el nuevo cúmulo de riesgos y los nuevos patrones de consumo desatados por la COVID-19, Vera Calzada respondió que estamos viviendo un momento sin precedentes con la pandemia de COVID-19 y que la suscripción en seguros de personas no queda exenta de sufrir cambios. Aún quedan muchas preguntas por resolver en el largo plazo en cuanto a las consecuencias que con-

#Suscripción #SelecciónDeRiesgos



Alma Vera Calzada

lleva esta situación.

La especialista añadió que por el momento es imperativo proceder con cautela, siempre al pendiente de los nuevos descubrimientos médicos, las investigaciones y las tendencias de salud, "que van a permitirnos adaptar nuestros principios de suscripción a esta situación en continuo cambio".

La representante de RGA Reinsurance Company también se refirió a los parámetros que se consideran al momento de suscribir a miembros de la comunidad trans para el seguro de personas. En tal sentido, comentó que todas las personas transexuales y transgénero son elegibles para ser aseguradas. "En cuanto a información médica, se puede solicitar un reporte de su médico personal con detalles de su tratamiento actual, con especial hincapié en algún procedimiento quirúrgico planeado o pendiente. Los detalles de sus cirugías pasadas no son necesarios, a menos que se haya presentado alguna complicación o éstas se hayan realizado recientemente. La evaluación médica que se hace no es distinta del seguimiento que se lleva a cabo con cualquier otro candidato a aseguramiento".

Lo afirma Alma Vera Calzada, especialista en Medicina de Seguros y Suscripción de Vida Individual de RGA

"Es importante recordar que los prejuicios causan daños sin aportar beneficios. En la actualidad, la apertura hacia la inclusión de las diversas comunidades, entre ellas la comunidad trans, ha demostrado una mejoría notable en los ámbitos social y personal. Los servicios financieros deben adaptarse a este cambio de igual manera, puesto que están sujetos enteramente a las metamorfosis sociales, aunque pueda pensarse que no es así. Amparar las necesidades de estas comunidades (que, a pesar de ser cada vez más visibles, continúan siendo muy frágiles) traerá consigo no solamente una mejoría en la oferta de servicios, sino un efecto social profundo y muy positivo", concluyó Vera Calzada.

#AMIS #Seguros

COVID-19, a solo 172 mdd de ser el evento más caro de la historia del seguro en México



El sector ha pagado 2,200 millones de dólares en indemnizaciones de Vida y Gastos Médicos

El costo de las indemnizaciones por muerte y hospitalización de asegurados infectados de COVID-19 está a solo 172 mdd de igualar (y sin duda superar) el siniestro catastrófico más caro de la historia del seguro en México: el huracán *Wilma* (que costó 2,392 millones de dólares). Según las cifras que dio a conocer en conferencia de prensa la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), con corte al 2 de agosto, las erogaciones por ese concepto alcanzaron ya los 2,220 millones de dólares.

Norma Alicia Rosas Rodríguez y Daniella Gurra, directora general y vicepresidenta de la AMIS, respectivamente, encabezaron una reunión virtual con periodistas. Ahí agregaron que el monto acumulado por la cobertura de Gastos Médicos, por indemnizaciones de hospitalización de asegurados de casos de COVID-19, alcanzó los 18,683.6 millones de pesos; y en el caso de los fallecimientos en el seguro de Vida, los 25,726.3 millones de pesos.

Al profundizar sobre la situación del seguro de Gastos Médicos frente a la COVID-19, Gurra indicó que la cifra reportada se debe a la atención médica de 38,307 asegurados infectados, cuyo monto promedio ha sido de 487,735 pesos, y solo un caso de 30,878,760 pesos. En el caso de las personas con seguro de Gastos Médicos que fallecieron, se registran 2,263 defunciones.

La vicepresidenta de AMIS dijo también que, en lo que respecta a la distribución del número de asegurados infectados por coronavirus en el país, seis de cada 10 casos se localizaron en CDMX (11 585 casos), el Estado de México (4281), Nuevo León (4863) y Jalisco (2577).

Gurra dijo que el servicio médico que más requieren los asegurados es el internamiento hospitalario (24 464 casos), seguido de los cuidados intensivos, con 10 por ciento del total de pacientes. El costo promedio del primero es de 545 266 pesos; el costo promedio del segundo es de 1.2 millones de pesos.

Al preguntarle si existe la posibilidad de que el repunte de contagios aunado a la situación agravada por la variante Delta vuelva a saturar la atención hos-

pitalaria, Gurra respondió que sí están viendo incremento en el acceso hospitalario, pero la saturación como tal, por ahora, no existe; aunque precisó que seguirán observando la tendencia en las siguientes semanas.

Por su parte, Rosas Rodríguez indicó que respecto al seguro de Vida, a la fecha la industria aseguradora ha indemnizado 105 447 fallecimientos por COVID-19, por un monto total de 25 726 millones de pesos. El mon-

to promedio fue de 243 975 pesos por asegurado, y solo un asegurado recibió un monto resarcitorio de 68,520,512 pesos.

La directora general de AMIS concluyó diciendo que el incremento de las defunciones fue de 2735 casos en solo dos semanas, lo que significa un aumento de 2.6 por ciento; y que cuatro de cada 10 casos reportados se registran en Ciudad de México, el Estado de México y Jalisco.

Nunca es tarde para ahorrar y estar protegido



Insignia Life Universal

(55) 3088 3663 / 800 00 55555

www.insignialife.com



Insignia Life
El seguro de tu vida*

¡Agente, a ti te estamos buscando!



Sabías que en México más del 15% de los adultos tiene Diabetes Tipo 2 y además 1 de cada 2 personas que ya la tienen, no han sido diagnosticadas aún.

Amae es un seguro que respalda a las personas que ya tienen Diabetes Tipo 2, con varios beneficios que les ayudarán a mantener su Diabetes bajo control.

Contamos con una lista de prospectos de venta para llegar a las personas indicadas y se logren cierres de venta.

Si estás interesado por favor comunícate con nosotros enviándonos un correo a:

comunicaciongs@gseguros.com.mx

SE DICE...

Genuario Rojas M.
@GenuarioRojas

César Rojas
@pea_crojas

La Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) dio a conocer el documento titulado *Desempeño oportuno del sector*, que ofrece cifras de estas dos actividades del ámbito financiero al 30 de junio de 2021. En el reporte se destaca el crecimiento de 6.5 por ciento que las abarca a ambas.

La información contiene, de entrada, varias observaciones:

- Al crecimiento contribuyeron 6.4 por ciento los seguros y 0.1 por ciento las fianzas.
- Después de aplicarse un ajuste por la póliza de Pemex, el crecimiento del sector fue, en realidad, de 3.1 por ciento.
- Daños mostró un crecimiento de 6.5

por ciento, que queda finalmente en 2.6 por ciento luego del ajuste por el programa de seguros de Pemex.

- Automóviles, considerado dentro de Daños, cayó 2.4 por ciento.
- Vida tuvo un crecimiento de 0.9 por ciento.
- Pensiones mostró un crecimiento de 72.98 por ciento, que se explica por el reinicio de trámites y la reducción en las tasas de interés, que aumentan los montos constitutivos.

Observa la dependencia que el crecimiento es acumulado a fin de compararlo con el mismo trimestre del año anterior, y aclara que en junio de 2021 se renovó la póliza integral de seguros de Petróleos Mexicanos, cuya vigencia es de 24 meses.

Con el fin de analizar apropiadamente la dinámica de crecimiento del sector asegurador, se distribuye de

manera uniforme por cada año de vigencia de la prima", advierte el organismo, añadiendo que "de esta manera, el sector asegurador habría presentado un crecimiento real de 3.1 por ciento".

Por sectores y compañías

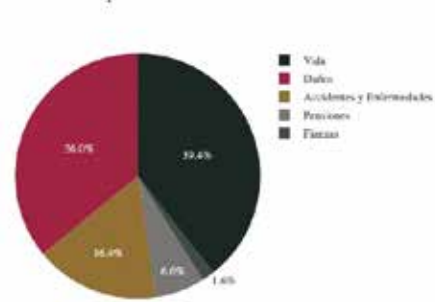
El reporte da un panorama detallado de los sectores asegurador y afianzador; aunque los interesados en examinar lo que ocurre empresa por empresa pueden ingresar a la página de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, que es www.sio.cnsf.gob.mx ya que en ella se

encuentran datos desde distintas perspectivas.

En principio, si el interesado ingresa a la página mencionada, se encontrará con una serie de opciones que le permitirán examinar tanto la compañía como los rubros que desee, al margen del top 10 de las empresas del sector, que encabeza Grupo Nacional Provincial, seguida por MetLife México.

Como el lector podrá observar, en el listado restante de ese grupo aparecen Seguros BBVA Bancomer, AXA Seguros, Mapfre México, Quilitas, Seguros Banorte, Seguros Monterrey New York Life, CitiBanamex Seguros, Seguros Inbursa.

Composición de cartera 2021-06-30



TOP-10 instituciones por Prima Directa*

Nombre	Prima Directa	Prima Ajustada	Siniestralidad
Grupo Nacional Provincial	38,102	75,415	24,271
MetLife México	34,184	58,975	25,000
Seguros BBVA Bancomer	27,409	50,540	14,211
AXA Seguros	24,024	42,834	13,328
Mapfre México	22,158	29,977	5,213
Quilitas	17,121	35,052	9,999
Seguros Banorte	17,063	26,439	8,274
Seguros Monterrey New York Life	16,819	33,943	12,176
CitiBanamex Seguros	12,775	27,137	12,587
Seguros Inbursa	11,791	20,085	5,127

*Cifras en Millones de pesos

COMPORTAMIENTO ANUAL DEL SECTOR



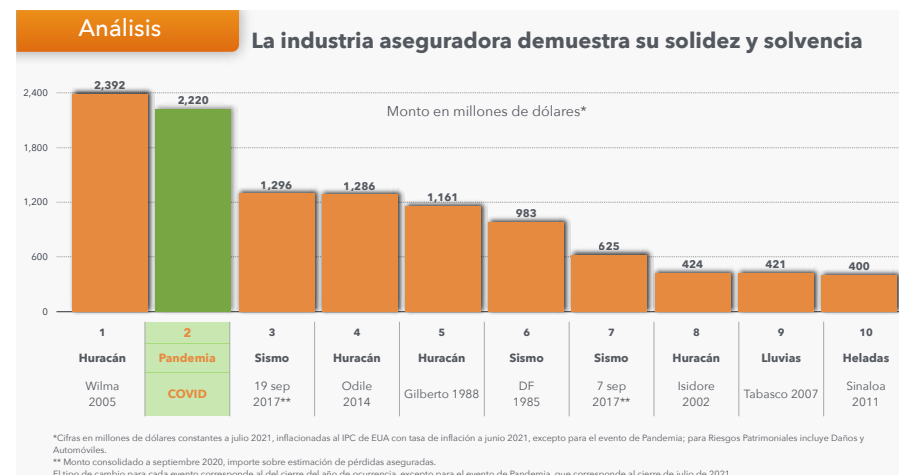
- Crecimiento acumulado respecto al mismo trimestre del año anterior.
- Es importante destacar que en junio de 2021 se renovó la póliza integral de seguros de Petróleos Mexicanos (PEMEX), la cual tiene una vigencia multianual (24 meses). Con el fin de analizar apropiadamente la dinámica de crecimiento del sector asegurador, se distribuye de manera uniforme por cada año de vigencia de la prima, de esta manera el sector asegurador habría presentado un crecimiento real de 3.1%.

- El crecimiento² del Sector en el 2ºT 2021 fue de **6.5%**, donde los seguros aportaron el **6.4%** y las fianzas **0.1%**.
- Al hacer el ajuste por la póliza de PEMEX el Sector creció **3.1%**.
- Daños** mostró un crecimiento de **6.5%**, que, al ajustar por PEMEX, se vuelve una caída de **2.6%**.
- Dentro de daños, **Automóviles** cayó **2.4%**.
- Vida** tuvo un crecimiento de apenas **0.9%**.
- Destaca el crecimiento de **72.9%** en **Pensiones**, debido al reinicio de trámites y a la reducción en las tasas de interés que aumentan los montos constitutivos.

PRIMA DIRECTA (2ºT 2021)

	Monto (millones de pesos)	Composición de Cartera (%)	Crecimiento Real (%)	Crecimiento Real Ajustado (%)	Crecimiento Nominal (%)	Contribución al crecimiento real
Vida	133,879	39.2	0.9	0.9	6.9	0.4%
Pensiones	22,763	6.7	72.9	72.9	83.1	3.0%
Accidentes y Enfermedades	56,560	16.6	3.9	3.9	10.0	0.7%
Daños	123,734	36.2	6.5	-2.6	12.8	2.4%
Daños sin Autos	70,177	20.6	14.5	-2.7	21.3	2.8%
Autos	53,557	15.7	-2.4	-2.4	3.3	-0.4%
Total Seguros	336,935	98.7	6.5	3.1	12.7	6.4%
Fianzas						
Administrativas	2,966	66.0	16.4	16.4	23.2	0.1%
Fianzas de Fidelidad	1,141	25.4	-7.6	-7.6	-2.2	0.0%
Otras Fianzas	384	8.5	100	100	33.8	0.0%
Total Fianzas	4,491	1.3	9.9	9.9	16.3	0.1%
Total Mercado Seguros y Fianzas	341,426	100	6.5	3.1	12.8	6.5%

- El rubro de Daños sin autos incluye responsabilidad civil y riesgos profesionales, marítimo y transporte, incendio, riesgos catastróficos, agrícola y de animales, crédito, crédito a la vivienda, garantía financiera, diversos, reaflanzamiento y caución.



*Cifras en millones de dólares constantes a julio 2021, inflacionadas al IPC de EUA con tasa de inflación a junio 2021, excepto para el evento de Pandemia; para Riesgos Patrimoniales incluye Daños y Accidentes.
**Monto consolidado a septiembre 2020, importe sobre estimación de pérdidas aseguradas.
El tipo de cambio para cada evento corresponde al del cierre del año de ocurrencia, excepto para el evento de Pandemia, que corresponde al cierre de julio de 2021.

nes de seguros al amparo del programa denominado "Alianza por la seguridad vial: por personas usuarias más seguras".

COVID-19 y seguros de Vida y GM

Al comenzar el mes de agosto, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) realizó la videoconferencia que ofrece a representantes de medios de comunicación cada 15 días. En ella se observó que el monto que han pagado a víctimas de la pandemia las compañías que operan Vida y Gastos Médicos no está ya muy lejos de lo que se pagó por el huracán Wilma.

Al margen de las cifras que se mencionaron durante la reunión, lo que sobresale es una preocupación, no siempre entendida por la población, en el sentido de cuidarse de no ser contagiados o de contagiar, sin importar si ya se recibió una o ambas dosis de las vacunas.

Ventilar los lugares donde uno se ubica, usar cubrebocas y evitar aglomeraciones no son recomendaciones que todo el mundo acate. No obstante, habría que hacer conciencia del costo que implica ser atendido en un hospital, pues las cantidades de dinero que debe aportar la familia de un enfermo, más allá de si tiene o no seguro, son cuantiosas.

Y, en otro orden de ideas...

Fernando Álvarez del Río es el nuevo director general de General de Seguros. Durante un tiempo, como vicepresidente de Seguros de Grupo Peña Verde que ha sido y seguirá siendo, Juan Ignacio Gil Antón seguía de cerca las operaciones de la aseguradora... La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) acaba de lanzar la convocatoria para un Diplomado de Seguros. Solo hay que entrar en la página de la dependencia para inscribirse. Participar es gratuito. Al cierre de esta edición, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) ofrecía una conferencia de prensa para dar a conocer cifras relacionadas con robo y recuperación de vehículos. Veremos qué hay de nuevo en este ramo, que tiene una amplia participación en la cartera del sector asegurador en este país... En su papel de Marketing Manager de Gen Re para América Latina, España y Portugal, y desde España, Horst Agata informa que Juan Antonio Suárez se incorpora como nuevo asociado en la región al departamento facultativo. Señala que junto con Andrea Olvera absorberán parte del trabajo que realizaba José Luis Campos, quien deja de colaborar en la firma... Sigue en pie la realización del 28.º Congreso de Aseguradores de Centroamérica, Panamá y El Caribe, en Punta Cana, República Dominicana, del 10 al 13 de octubre. Se tomarán todas las precauciones necesarias relacionadas con la COVID-19. Quien tenga pensa-

No olviden seguirnos en twitter @elasegurador y @pea_crojas

Quálitas: primera aseguradora certificada en valuación

Reducir nuestros tiempos de respuesta y ofrecer un servicio más oportuno a nuestros asegurados es una búsqueda constante en Quálitas.

Un ejemplo más de esta vocación es nuestra reciente **Certificación ISO 9001:2015**, otorgada por Lloyd's Register Quality Assurance, Inc. con la que establecimos un sistema de gestión que nos permite **realizar la valuación remota de un vehículo siniestrado**, ofreciendo así un servicio especializado y de alto nivel para nuestros asegurados.

¡En Quálitas, el servicio es lo que nos distingue!

Quálitas
COMPañía DE SEGUROS,
Aseguramos autos | Cuidamos personas

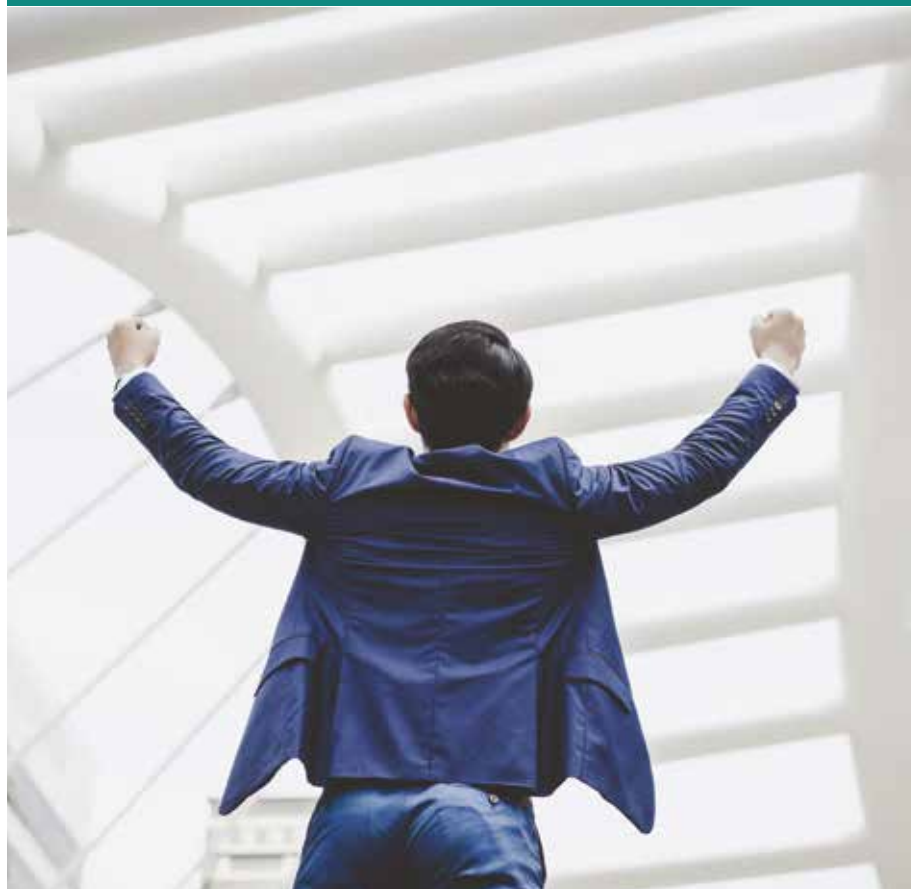


VIVIR SEGUROS®
con Genuario Rojas

@GenuarioRojas

Genuario Rojas Mendoza

Volver a las andadas



Con la idea adquirida de que nuestro estado de conciencia determina las circunstancias y condiciones en las que vivimos y de que cada uno de nosotros puede elegir el estado de conciencia que desea vivir para ser, hacer o tener lo que desee título esta entrega “Volver a las andadas”, aunque también podría haberla llamado “El poder de lo habitual”.

No es raro que las personas retornemos a lo habitual, volvamos a las andadas, bien sea porque nos falló la voluntad de perseverar para permanecer en un nuevo estado de conciencia positivo o porque el estado de conciencia elegido no era lo suficientemente positivo como pensábamos, al olvidar la fuerza que tienen los hábitos para detener y para retener.

Sucede que a veces queremos mejorar, y nada parece salirnos bien. Entonces comenzamos por creer que yéndonos a otro lado las cosas cambiarán casi mágicamente. Un pensador como Neville Goddard advierte en sus obras que uno puede irse al otro extremo del mundo, pero la situación no cambiará si no nos formamos hábitos coherentes.

Por *hábitos coherentes* podríamos entender, por lo pronto, todas aquellas acciones que ejecutemos cuyo requisito es ayudarnos a lograr lo que decimos querer. Decidir qué es lo que queremos se vuelve relativamente sencillo en comparación con el cambio de hábitos que una decisión semejante exige. A veces esta necesidad de cambio nos pasa inadvertida.

¿Acaso no resulta sencillo admirar a alguien por lo que logra, sin pensar en lo que ha tenido que vivir para alcanzar su propósito? Si la admiración a esa persona se profesara desde cerca, conociendo lo que hay detrás de su conquista, sabríamos entonces que su triunfo, por así llamarlo, tiene su dosis de inspiración, pero incluye también el sudor y la perseverancia.

Generalmente no podemos ahorrarnos el sudor, así sea de otros, para conseguir nuestras metas. Y no nos engañemos: el sudor de otros estará acompañado, de una manera u otra, del nuestro. Quizá a ello obedezca tanta quiebra de negocios durante los primeros días, meses. La espera paciente y activa no es común. ¿Todo lo queremos tan rápido actualmente!

Por supuesto que muchos, en gran medida, poseen los conocimientos; pero, como nos recuerda Gibrán Jalil Gibrán, todo conocimiento es vano si no se pone en práctica, a lo que quizás habría que agregar que es vano si no se pone en práctica *de manera habitual*, de manera que la constancia y la persistencia, junto con la disciplina, hagan su trabajo.

A menudo, los grandes cambios se ge-

neran con acciones poco espectaculares. Solo son acciones sencillas, repetitivas, como llegar a tiempo a las citas, como un “te amo” que se dice cotidianamente, como regar una planta con la periodicidad indicada... Casi en todo, lo que determina es la ejecución de tareas muy sencillas pero que exigen compromiso.

Pero a menudo también queremos disfrutar de lo mejor sin hacer la tarea previa. Claro que muchos lo logran, por medio de acciones incorrectas. Pero éstas, advierten los que saben, no duran. Tarde o temprano, se afirma, lo que se realiza fuera de lo recto termina por hacernos tambalear, o incluso caer. Se trata, aunque no se crea, de logros efímeros.

¿Por qué entonces hablar de *volver a las andadas*? Porque con frecuencia nos proponemos metas, propósitos elevados que entrañan acciones que no nos gustan o no sabemos ejecutar o no queremos aprender a realizar. Y, sobre todo,

porque, como se dice comúnmente, la querencia manda, o la cabra siempre tira pal monte, y nos vemos empujados de regreso a lo habitual.

¿Qué hábitos nos está costando trabajo desarrollar? Vuelvo a recordar la pirámide de la productividad de Stephen R. Covey para establecer que el punto de partida, la base, se encuentra en nuestros valores. Más todavía: cuando se nos habla de *estado de conciencia*, se hace alusión a todo aquello que damos por cierto, sea falso o verdadero.

Uno gulea *hábitos* y se encuentra con todo un mundo de ideas, unas claras, otras confusas, sobre la definición de la palabra, sobre los más importantes, sobre todo lo que puede referirse al tema. Hay de todo. Al final parece que todo está en contar con un sistema de valores, que son los que nos impelen a tomar decisiones.

Sin embargo, lo apunta Anthony Robbins, habría que comprender que una

decisión sin acción no es realmente una decisión. Puedo decidir llegar temprano a las citas, puedo decidir levantarme a hacer ejercicio todas las mañanas, puedo decidir hacer mi plan del día... Pero, si no llego temprano a las citas, no me levanto a entrenarme, no ejecuto el plan, no hubo decisión.

Obtener conocimientos se ha vuelto, para muchos, algo obligado, pero en una gran cantidad de casos puede concluirse que tales son conocimientos vanos, por su falta de aplicación, por la falta de acción. A veces quizá hemos tratado de aplicarlos; pero, como no resultan como esperábamos, optamos por olvidar su aplicación y volver a lo habitual.

No es cosa de creer a pie juntillas que el tiempo lo cura, lo resuelve todo, pues hay asuntos que requieren acciones ordinarias y acciones extraordinarias. Me recuerda al golf, deporte en el que hay jugadores que le pegan largo a la bola pero carecen de la finura que se requiere alrededor del green y para embocarla en el hoyo con buen score.

Lo usual, lo común, aunque genera enojos propios y ajenos, es culpar a los demás por los resultados alcanzados cuando éstos son negativos. Culpar a otros es muy sencillo. Se puede hacer hablando, gesticulando. Siempre hay personas a quienes culpar o circunstancias a las que atribuimos nuestro mal desempeño, las fallas que nosotros cometemos, y así sucederá siempre si no hemos asumido la responsabilidad de nuestra vida.

Los hábitos pesan mucho. Por eso vale la pena crear nuevos hábitos con determinación. Así, en lugar de volver a las andadas, sobre lo que nos hace sentir seguros y vivimos con un falso confort, habría que buscar andar y andar ejecutando cada acción positiva y útil hasta que se vuelva habitual. Solo es necesario aclarar qué requiere que hagamos esa meta que deseamos lograr.

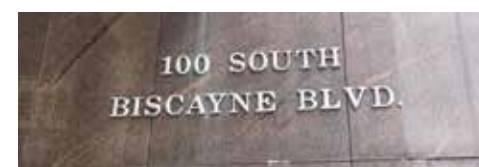
¿Qué hábitos te exige la actividad laboral que desempeñas para sobrevivir, consolidarte, crecer o elevarte al nivel de excelencia? Ten por seguro que todos y cada uno de ellos constituyen finalidades que exigen diferentes tareas, diferente intensidad, diferentes maneras de abordarlos para finalmente convertirse en hábitos.

Volver a las andadas es muy fácil, pero frustra, desencanta, ya que es lo opuesto a aquello que conscientemente quiere uno conquistar.

No volvamos a las andadas tomando una decisión fácil. Volver a las andadas parece justificarse solo cuando descubrimos que eso que anhelábamos no había deslumbrado pero en realidad no nos llena. ¿Están tus hábitos en consonancia con lo que te has propuesto como meta?

De todo corazón espero que así sea.

Light IT celebra su 21 aniversario y anuncia una nueva oficina en Miami



Respetando la sana distancia y con todas las medidas de prevención de la COVID-19, Light IT celebró el pasado 29 de julio su 21 aniversario, con un cóctel en compañía de colaboradores, amigos y aliados comerciales, en el prestigioso salón de eventos Altto San Ángel, ubicado en Ciudad de México.

La celebración fue encabezada por Roberto Pedroza Ordieres, CEO de Light IT, quien agradeció a los presentes por haber sido partícipes en la trayectoria de la compañía en estas más de dos décadas de operación.

“Han sido 21 años de una aventura fascinante, en la que tuvimos subidas y bajadas, pero va caminando muy bien. Estoy agradecido con todos los que me han acompañado todo este tiempo y a mis hijas, quienes han sido un pilar importante en esta aventura”, afirmó Pedroza Ordieres.

El agasajo también sirvió de escenario para anunciar, en voz del propio Pedroza Ordieres, la apertura de la nueva oficina de Light IT Holdings Inc en la ciudad de Miami, Estados Unidos. En esta aventura estará acom-

pañado por Israel Hernández y Gabriela Rosas como socios.

“Me llena de orgullo anunciar que Light IT se expande a Miami con una oficina de representación y que mejor oportunidad que hacerla con Israel y Gaby, quienes son grandes amigos con una nueva visión del negocio”, aseguró.

La gala fue una gran oportunidad para reunir nuevamente al sector asegurador tras un largo período de confinamiento a raíz de la pandemia.

Sin duda, un emotivo momento para estrechar lazos de hermandad, compartir entre amigos y afianzar el compromiso que tiene Light IT con la industria no solo de México sino ahora desde Miami con esta nueva oficina que dará mucho de qué hablar.



PROPORCIONANDO SOLUCIONES
A LA MEDIDA

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

Médica Vial

24 hrs
365

SOMOS ESPECIALISTAS EN CONTENCIÓN DE COSTOS





AMASFAC

La Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C.

Te invita a participar en el XXI CONGRESO INTERNACIONAL que se llevará a cabo en la Ciudad de México del 3 al 5 de Noviembre 2021

Grandes ponencias con Expertos Internacionales:

- Responsabilidad Ambiental
- Fianzas y Seguros como Instrumento de Garantía
- Riesgo CYBER



XXI CONGRESO INTERNACIONAL
3 al 5 de Noviembre 2021
Hotel Camino Real Polanco

CONTACTO INFORMACIÓN DEL CONGRESO Y PAGOS

Ma. Elena Gutierrez +52 5581590728 mail: male.gutierrez@amasfac.org
Citlali Lopez +52 5620524907 mail: Citlali.lopez@amasfac.org

Países Reunidos: Brasil, Argentina, México, Perú, Colombia, Bolivia, Venezuela, Chile, Ecuador, Uruguay, Nicaragua, Honduras, Portugal, Panamá, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, España.

***COVID-FREE:** Para tu tranquilidad a los participantes y realizadores del evento se les aplicará la prueba Covid.

Regístrate en: <https://copaprosemexico2021.org>

#Enfermedades #Salud

Crecerán 15 % los costos de atención médica en México por COVID-19, dice AON

La COVID-19 ha producido evidentes efectos adversos en la operación del sector salud, sin perder de vista que se considera una enfermedad no solo mortal, sino también cara y difícil de tratar. Por ello, se estima que los costos asociados a la atención médica se incrementarán en México 15 por ciento durante 2021, precisa AON, firma especializada en gestión de riesgo, seguros y reaseguros.

El pronóstico de la firma forma parte de su estudio más reciente, titulado *Reporte de tasas de tendencias del costo médico global 2021*. En dicho análisis se apunta que las medidas de bioseguridad y los protocolos adicionales requeridos durante los procedimientos quirúrgicos para mitigar la propagación del virus SARS-CoV-2 en el organismo humano son los factores que propiciarán el incremento en los servicios asociados a la atención médica.

El diagnóstico que publicó AON hace hincapié en que se ha desarrollado una serie de novedosos métodos terapéuticos que tienen como eje medular aliviar el sufrimiento de quienes han contraído la COVID-19, procedimientos que de forma simultánea generan un estrepitoso aumento en los importes por concepto de atención médica. Advierte asimismo que el alza que experimentará la atención hospitalaria durante 2021 superará en 2.1 por ciento la inflación médica estimada para este año.

Aunado a lo anterior, el estudio apunta que en 2021 se prevé un crecimiento sostenido de la comercialización de planes médicos privados debido al envejecimiento de la población, la disminución general de las condiciones de salud, hábitos de vida poco saludables y el aumento de la prevalencia de afecciones crónicas.

Padecimientos cardiovasculares, los más frecuentes

En otro punto del análisis, AON indica que los padecimientos cardiovasculares

se perfilan como la enfermedad que con mayor frecuencia ataca a los empleados a escala global; destaca, además, que cáncer, hipertensión arterial, diabetes, afecciones otorrinolaringológicas y trastornos pulmonares respiratorios también resaltan como los padecimientos que más afectan al capital humano en el planeta.

La investigación puntualiza que las hospitalizaciones (90 por ciento), los exámenes de laboratorio (82 por ciento),

los medicamentos recetados (74 por ciento) y los servicios médicos por maternidad (43 por ciento) constituyen los principales eventos que inciden en el alza de tarifas asociadas a la atención hospitalaria.

En relación con los factores de riesgo que generan un incremento en la siniestralidad que exhiben hoy los seguros de Gastos Médicos corporativos, AON apunta que la presión arterial

alta (81 por ciento), la falta de actividad (54 por ciento), el manejo deficiente del estrés (47 por ciento), la mala nutrición (41 por ciento) y el colesterol alto (40 por ciento) se posicionan como los padecimientos y conductas que definitivamente propician esta tendencia.

Empleadores seguirán sufriendo consecuencias

El diagnóstico difundido por la firma originaria de Reino Unido alerta que los empleadores en el orbe continuarán enfrentando la amenaza de experimentar pasivos organizacionales inesperados y estarán en riesgo de sufrir la pérdida de sus niveles de productividad si no ponen en marcha estrategias que los ayuden a contar con un capital humano más saludable que entienda con claridad los beneficios de la prevención.

Para finalizar, AON considera que en el anhelo de mejorar la resiliencia de la fuerza laboral es crucial que las organizaciones de todos los tamaños y rubros creen un entorno y marco de apoyo en el que el bienestar de los empleados, la planificación financiera, la salud mental, la diversidad, la inclusión y el desarrollo profesional sean piedra angular, previsión que, concluye, también debe tomar en cuenta las transformaciones que experimenta la fuerza laboral, en las que predominan el teletrabajo y las interacciones limitadas debido al confinamiento social con el que se pretende limitar la expansión de la COVID-19.



Plan Seguro
— Mi salud es hoy

¿Ya conoces nuestro Programa de Maternidad?

Un programa completo que está pensado para quienes quieren ser madre y emprender esta etapa de vida tan maravillosa e importante.



Acompañamos a las mujeres en todo momento desde la planeación de la llegada de su bebé y por las diferentes etapas que pasa por su embarazo de principio a fin para que disfrute de la evolución y crecimiento de su bebé.

Ofrecemos distintos servicios, atenciones médicas y descuentos que ayudarán a dar un seguimiento, monitoreo y cuidado de la salud de ambos.



Todos nuestros planes de salud cuentan con este

Programa de Maternidad.

Conoce más en nuestra página
www.planseguro.com.mx

Además, queremos lo mejor una vez que nazca el bebé, por eso ponemos al alcance el **Programa Pediátrico**, para cada etapa de su desarrollo y crecimiento.

Conoce más en nuestra página
www.planseguro.com.mx

¡Cuidamos la salud de todos!

Privilegiar la prevención impulsará al sector a caminar con firmeza hacia la reinversión

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

Para que el abanico de productos y servicios de la industria aseguradora converja con las nuevas necesidades de protección de la sociedad; para que la golpeada asistencia médica privada logre sobreponerse al embate que significó la COVID-19, las instituciones de seguros que brindan servicios de salud deben abrazar la prevención como su nuevo valor distintivo y dejar de indemnizar siniestros como única vía, de modo que caminen con firmeza hacia la reinversión, señaló Santiago Fernández Suárez, vicepresidente de Autos, Daños y Salud de AXA Seguros México.

En entrevista exclusiva con *El Asegurador*, Fernández Suárez advirtió que el nuevo panorama de riesgos producido por la pandemia de COVID-19 pone a prueba el nivel de adaptación de la industria aseguradora a los cambios. En tal sentido, pronosticó que el estilo de vida saludable será el factor decisivo que marcará la evolución de los seguros de Salud y de Gastos Médicos (GM) en esta

nueva era.

"El efecto del virus SARS-CoV-2 fue considerable en México como resultado de los padecimientos crónico-degenerativos tan severos que acusa un porcentaje alto de la población en este país. Por consiguiente, la industria debe analizar con detalle este contexto y centrar esfuerzos en aquellas iniciativas que mejoren la salud de las personas, planteamiento que orilla a las aseguradoras a crear mecanismos novedosos que vayan más allá de simplemente pagar siniestros. Más bien se debe fomentar el estilo de vida saludable entre la cartera de clientes", expresó Fernández Suárez.

A juicio del vicepresidente de Autos, Daños y Salud de AXA Seguros México, la neumonía atípica producida por el nuevo coronavirus exige al sector asegurador replantear sus acciones, de tal suerte que se identifique lo que la industria desea ofrecer en materia de propuesta de valor a gobiernos, empresas y personas. Por eso indicó que es vital que en medio del enrarecido clima de incertidumbre causado por la COVID-19 las instituciones reaccionen con versatilidad y hagan evolucionar procedimientos tan determinantes como la suscripción.

"Es urgente que el sector administre adecuadamente las amenazas catastróficas relacionadas con los accidentes y las



Santiago Fernández Suárez

enfermedades, porque la acumulación de riesgos en ambas áreas es hoy un desafío mayúsculo", advirtió el colaborador de AXA Seguros México.

La comunicación asertiva, continuó el funcionario de AXA Seguros México, también es un factor que la industria aseguradora tendrá que abrazar con dinamismo en la nueva realidad que desató la expansión de la COVID-19. Fernández Suárez reconoció que a raíz de la emergencia epidemiológica salió a la luz que el servicio posventa y la cercanía constituyen los pilares fundamentales que no deben omitirse en la reconfiguración que debe implantarse en los modelos de negocio de estas instituciones.

Fernández Suárez recordó que en el sector asegurador mexicano el costo promedio en materia de atención hospitalaria como consecuencia de la infección del virus SARS-CoV-2 supera los 600,000 pesos. Por ello, y frente a la posibilidad de que sea cada vez más frecuente enfrentar enfermedades infecciosas similares a la COVID-19, subrayó que es urgente que aumente la población asegurada, sin perder de vista que es fundamental crear ecosistemas de servicios virtuosos que mantengan a la cartera de clientes con un perfil adecuado de salud.

El interés se desinfla

En otro pasaje de su intervención, el vicepresidente de Autos, Daños y Salud de AXA Seguros México vaticinó que el estilo de vida saludable marcará la evolución del ramo de GM. Reconoció que, debido al incremento en la conciencia de riesgos producido por la COVID-19, la demanda de seguros en este segmento registró en 2020 un aumento considerable en términos de contratación y se mantuvo el ritmo en lo que se refiere a renovación de primas. No obstante, lamentó que dicha tendencia empezó a desacelerarse este año.

"Desgraciadamente, el acrecentamiento en la conciencia de riesgos de los mexicanos fue un episodio pasajero. Por lo tanto, en lo que va de 2021 la colocación de primas ha retornado a los niveles previos a la pandemia. En concreto, esta fluctuación obedece al estado de emergencia que hoy experimenta el mercado potencial de consumidores, lo que sin duda determinará el dinamismo de las aseguradoras de Salud y GM en el corto plazo", argumentó Fernández Suárez.

La contención de costos también es otro de los grandes desafíos que enfrentarán las instituciones de seguros que otorgan servicios de salud privados en México, apuntó el funcionario de AXA Seguros México. Además especificó que la sofisticación y evolución de los tratamientos médicos disponibles es una buena noticia para la sociedad, puesto que se podrán controlar con mayor eficacia afecciones que en un pasado era muy complejo mitigar.

A pesar de lo descrito, Fernández Suárez exhortó al sector asegurador a no subestimar los nuevos riesgos de salud que desató la COVID-19, como el teletrabajo y el marcado sedentarismo, ocasionado por el confinamiento social que se implementó para frenar el contagio masivo. Este entorno, insistió, obliga a las instituciones a abrazar la agilidad y la adaptación como nuevo estándar operativo.

No se puede quitar el dedo del renglón

El entrevistado detalló que el secreto para que el sector asegurador gane relevancia estriba en la concientización constante y en el fortalecimiento de la educación financiera. Dijo que es imperativo que la industria sea apreciada por la población como un verdadero aliado de negocios, anhelo que exige a las instituciones diseñar campañas informativas en las que se resalte por todos los frentes la importancia de administrar adecuadamente los riesgos.

Por último, el representante de AXA Seguros México expuso que difundir los mecanismos que hoy permiten prevenir enfermedades crónico-degenerativas y divulgar los beneficios que produce la alimentación balanceada y la actividad física sistemática es la mezcla que permitirá al sector asegurador convertirse en un actor social preponderante para las nuevas generaciones de consumo.

"Acelerar la colocación de seguros de Salud y de GM en México es un reto complejo que la industria enfrenta desde hace años debido a los constantes cambios en los patrones de consumo y a la percepción que tiene la sociedad acerca de las aseguradoras. Por ese motivo, incorporar la presencia continua de amenazas como las epidemias y pandemias, por ejemplo, a las convencionales coberturas que se distribuyen e instrumentar esquemas complementarios de atención son opciones que se han de evaluar en el seno de las instituciones", cerró Fernández Suárez.

SEGUROS
EL POTOSÍ
| A mi lado

Premia el esfuerzo de sus Agentes con una camioneta último modelo



Como parte de las acciones que Seguros El Potosí ha implementado dentro de su cuaderno de incentivos para este año, el pasado 5 de agosto llevó a cabo el sorteo de una fabulosa *Camioneta Peugeot 2008 último modelo*, durante una emotiva transmisión en vivo para reconocer el gran esfuerzo de sus Agentes participantes.

Durante la bienvenida, el ingeniero Alejandro Bretzfelder Rivera, Director de Ventas de la aseguradora, agradeció a los Agentes por la confianza que han brindado a la compañía y se mostró gustoso de compartir el cumplimiento de la meta en un 98 por ciento, lo que significa ventas alrededor de 1,109 millones de pesos y un crecimiento del más del 10 por ciento al mes de julio.

Asimismo, los invitó a consultar su cuaderno de incentivos y refrendó los cambios vigentes al nivel de producción, para tener un acceso más fácil a los Bonos y las Vivencias Potosí. Todo esto, con la finalidad de reconocer el esfuerzo y cumplimiento de objetivos de la Fuerza de Ventas.

"También quisiera hacerles de su conocimiento, que en las semanas próximas daremos a conocer las opciones de Vivencias Potosí que tenemos preparadas para nuestros convencionistas 2019 y 2020, que como saben, ha sido un poco complicado el poder dar certeza a este tipo de eventos sobre todo por el entorno mundial que todavía está presente".

Dado que en la filosofía de Seguros El Potosí la innovación está muy presente, el directivo mencionó que llevarán a cabo una mejora significativa en sus sistemas de cotización y emisión para los productos de Vida individual, así como la creación de un nuevo módulo único de consulta, con el que podrán tener información en tiempo real de sus avances y logros.

"Todo este esfuerzo que como compañía estamos desarrollando, es en pro del desarrollo de cada uno de ustedes, a fin de que puedan sentirse cercanos y respaldados por nosotros. En este 2021, hemos apostado a incrementar nuestros niveles de venta y aún nos queda camino por recorrer; así que los invito a cada uno de ustedes, nuestros agentes, nuestros socios comerciales y nuestros amigos, a continuar con ese espíritu ganador de trabajo en equipo que estoy seguro nos llevará a decir una vez más, meta cumplida", concluyó Bretzfelder Rivera.

Finalmente, Alejandro Bretzfelder, acompañado de Georgina Cervantes, Gerente de Ventas, dieron a conocer el boleto premiado de Rosalba Lahud Martínez, ganadora en este emocionante sorteo. Fue el licenciado José Aristeo Cantú Fernández, de la Notaría no. 2 de la ciudad de San Luis Potosí, quien dio fe de la transparencia en la realización del sorteo, además de previamente validar que todos los boletos incluidos en la urna correspondieran a los folios participantes.

Para Seguros El Potosí este premio representa el reflejo de un gran logro que celebrar, por ello, los invita a seguir participando y les recuerda que los folios son acumulables para los siguientes sorteos, incrementando así las oportunidades de ganar.



#SayAgentePotosí



Si eres agente profesional de seguros y estás buscando incrementar tu cartera de gastos médicos, conoce Prevm y se parte de este modelo con visión de futuro.

Somos una compañía mexicana especialista en gastos médicos mayores y accidentes personales que está **Cerca de Ti.**

5591789589
8002773836
cercadeti@prevmsegueros.com.mx
www.prevmseguros.mx

Grupo
Valore
Una empresa de

f @SegurosElPotosiMX

Instagram seguroselpotosi

Twitter @seguroselpotosi

YouTube Seguros El Potosí (Corporativo)

www.elpotosi.com.mx



TE LO ASEGURO

Hugo Silva

@hsilva@globalab.com.mx

Hemos atestiguado la degradación de herramientas e instrumentos de protección financiera dirigidos a entidades y organismos de la Administración Pública, y me refiero no solo a los bienes patrimoniales, sino también a los correspondientes a los programas institucionales para los servidores públicos.

El ahorro mal entendido, la Austeridad Republicana interpretada a conveniencia, los subejercicios matizados de ineptitud han lanzado a la barranca del desprecio el trabajo de más de un cuarto de siglo de muchos y muy avezados ex-

¡Lo sabíamos!

ertos en la materia.

En anteriores participaciones manifesté la inconformidad de un importante grupo de participantes en el mercado respecto al maltrato que la actual Administración ha dado a la figura de asesor; en nuestro caso particular, el asesor externo de seguros, maltrato que lamentablemente ha permeado y acecha ahora a las aseguradoras.

El golpe se venía preparando. El titular del Ejecutivo señaló el 7 de octubre de 2020 que los fideicomisos, incluido el Fonden, desaparecerían "porque hay elementos suficientes para sostener que era una especie de caja chica; bueno, ni tan chica para funcionarios que compraban de todo sin licitar".

Vale la pena recordar que el Fonden operaba de la mano con los esquemas de transferencia de riesgo. Solo por señalar, en el Capítulo I de los Lineamientos de Operación específicos del Fondo de Desastres Naturales, Disposiciones generales, numeral 2.V, se define la Estrategia de Gestión Integral de Riesgos como "proceso de planeación, organización e instrumentación de un esquema de administración de riesgos **incluyendo el diseño de los instrumentos financieros para su transferencia**"; su fin último es la previsión, reducción y control priorizado y permanente del riesgo de desastre en la sociedad".

En este punto reitero que en específico para la Administración Pública el instrumento financiero por excelencia para transferir el riesgo es un Programa de Aseguramiento Integral de Bienes Patrimoniales.

Adicionalmente, el apartado relacionado con el "Procedimiento para atender la infraestructura federal" hace referencia a la coadyuvancia del sector asegurador con el Fonden, por medio de la hipótesis de recuperación derivada de una indemnización por seguro, al señalar: **"En caso de daños a la infraestructura federal que se encuentre asegurada, la Dependencia o Entidad Federal sólo podrá solicitar acceso a los recursos del Fonden por la dife-**

de éstos bajo reglas, desde mi punto de vista y hasta el momento, opacas casi al punto de parecer inexistentes.

Y, si la amenaza pasó del velo a una franca y abierta intimidación, apenas el 20 de julio de 2021, a la par de la intención del presidente consistente en desaparecer un importante número de organismos autónomos y descentralizados, viene la ocurrencia de crear la "nueva aseguradora del Gobierno" para, según la amplia visión de estadista del Ejecutivo Federal, "asegurar todo"; pero no se detuvo ahí. Además señaló: "Vamos a tener un remanente para hacer frente a gastos de contingencia. Con ese remanente, que antes era la utilidad de las aseguradoras, se va a crear el fondo



rencia entre la suma asegurada y el monto total de los daños una vez que la primera haya sido agotada".

Por último, el ya señalado ordenamiento establece claramente no solo la existencia sino la relevancia de las figuras de asesor externo y de aseguradora, en el Capítulo VII "De los Soportes para la Transferencia de Riesgos", al facultar en el numeral 35, segundo párrafo:

"El Comité Técnico podrá autorizar la erogación de recursos para **la contratación de expertos en materia de administración y transferencia de riesgos** que lo apoyen en la realización o revisión de las acciones citadas en las fracciones I a III del numeral siguiente". Es clara la referencia al asesor externo en materia de seguros.

Además, en el numeral 36, III, se habla puntualmente de la transferencia de riesgo: "En un plazo de hasta tres meses contado a partir del cumplimiento a lo establecido en la fracción anterior, **la Entidad Federativa deberá definir un esquema de administración y transferencia de riesgos que sea apropiado para los bienes bajo su responsabilidad**, atendiendo a la identificación de aquellos riesgos susceptibles de ser retenidos y aquellos que pueden ser transferidos".

La desaparición del Fonden orienta a dejar a total arbitrio de "alguien" la determinación de instrumentos relacionados con la administración y transferencia de riesgos o, en su caso, la retención

de contingencia de desastres naturales". (¿Qué no ya lo teníamos?)

Caemos de nuevo en los vicios de la concentración y centralización de los factores financieros, ya que también tenemos en ciernes la propuesta de Raquel Buenrostro con la reforma financiera que tanta tensión ha generado, sobre todo en el sector bancario.

Recordemos que la última aseguradora estatal (Asemex) que colocó Daños tuvo que venderse después de la crisis económica de 1994. El origen de dicha transacción fue el requerimiento mínimo de inyección de capital por 1,000 millones de dólares estadounidenses, de aquel tiempo, para mantenerse a flote (lo que evidenció la gran incapacidad de gestión del Gobierno en negocios denominados "productivos").

Con estos antecedentes, el futuro no pinta halagüeño. El Gobierno históricamente ha sido muy mal administrador. Ejemplifiquemos con Pemex y la degradación de su papel de deuda a nivel "basura". ¿Otro ejemplo? La pésima gestión y resultado de la Comisión Federal de Electricidad, con argumentos inverosímiles para justificar su inoperancia. No esperamos más que un milagro para que la seguramente denominada (y me adjudico la denominación) "Aseguradora Bienestar" opere en niveles que garanticen cobertura, solvencia y certeza al patrimonio de todos, al patrimonio de la nación.

¡Te lo aseguro!

La experiencia del cliente es el único diferenciador real y sostenible para las empresas: Celent

Luis Adrián Vázquez Moreno

@pea_lavm

En la actualidad, la experiencia del cliente es el único diferenciador real y sostenible que le permite a una empresa estar vigente y en las preferencias del público usuario. Para lograr ese cometido, es necesario ganar la confianza del consumidor y escuchar atentamente cuáles son sus requerimientos; a partir de eso, debemos ofrecerle algo que satisfaga sus necesidades, lo cual no es fácil pero sí posible. "Facílitale la vida y resuelve sus problemas, y es muy probable que te compense con su lealtad".

Fabio Sarrico expresó estas ideas al hablar del tema *Comunicaciones, interacciones y puntos de contacto, tendencias de mercado y beneficios SAAS* en un webinar organizado por la empresa Quadient. Él es consultor de Celent. El ponente agregó que el uso de la nube es un recurso esencial por medio del cual en la actualidad 70 por ciento de las aseguradoras sostiene sus operaciones de backend.

El consultor de Celent aseveró que las empresas que se han propuesto utilizar intensivamente la nube para desahogar gran parte de sus operaciones han descubierto que la innovación surge de una manera mucho más natural a partir de la integración de todos los componentes en esta plataforma virtual.

Sarrico compartió asimismo que una encuesta desarrollada por la organización que representa arrojó que ante el aumento de las necesidades que han surgido (y que se incrementarán con los clientes que surjan después de la COVID-19) tanto las aseguradoras como las demás entidades del sector financiero han presupuestado invertir alrededor de 60 por ciento de sus recursos para el desarrollo tecnológico, priorizando como destino de esos dineros la nube.

Según el colaborador de Celent, lo que ha animado a las aseguradoras a trasladar sus procesos a la nube es el hecho de que perciben que afrontarán grandes exigencias respecto a agilidad, facilidad



Fabio Sarrico

de uso de la plataforma y flexibilidad en la operación, entre muchos otros requisitos de servicio al cliente.

En cuanto al panorama de las aseguradoras latinoamericanas que invierten en plataformas de gestión de documentos, Sarrico indicó que 20 por ciento de tales empresas consideran no tener ningún tipo de erogación en este rubro; 15 por ciento de ellas prevé el reemplazo de sus operaciones en curso; otro 15 por ciento indica que comenzarán el reemplazo; 10 por ciento de estas compañías trabaja en mejoras significativas para la plataforma; y 40 por ciento centra su inversión en el mantenimiento de tal recurso.

"Lo cierto es que la oportunidad que tienen las aseguradoras de destacar entre la competencia en un entorno donde la innovación y la digitalización son factor para que eso ocurra es tomando acción, invirtiendo y usando plataformas como la nube", indicó el ejecutivo de Celent.

Tomar la decisión de invertir en la gestión de documentos con este recurso tecnológico, apuntó Sarrico, garantiza que la interacción de las aseguradoras con el cliente sea oportuna; aunque subrayó que para satisfacer a cabalidad la ex-

periencia del cliente no es suficiente centrarse en este punto, ya que hay muchas áreas que desde la perspectiva de las aseguradoras no requieren mejoras,

pero sí desde la mirada del cliente, por lo que conviene escuchar y atender.

"Estamos en una etapa en la que para generar buenas experiencias de consumo las aseguradoras también deben cambiar de tener un enfoque reactivo, en que se trata de resolver un problema cuando éste ya está encima, a operar con uno proactivo, analizando, estudiando y proponiendo alternativas a partir de las fuentes de datos y de los requerimientos del cliente", señaló Sarrico.

Finalmente, el consultor de Celent dijo que hoy se debe llamar a la población a que conozca los seguros. Si la cobertura pudiera expresarse, dijo Sarrico, seguramente diría: "Conózanme y ayúdenme a tomar buenas decisiones para prevenir o recuperar las pérdidas ocasionadas por la ocurrencia de un siniestro, pero también acompañenme a reorganizar mi futuro más allá de la indemnización", y ese abanico de posibilidades puede concretarse mediante un uso inteligente de la tecnología.

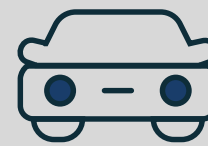
"Flexibilidad tecnológica es lo que necesitan las empresas del sector financiero para mejorar la experiencia del cliente; y, de cara al futuro, las empresas que sobrevivirán no serán las más fuertes o las más antiguas, sino las que más capacidad de adaptación muestren ante la nueva realidad tecnológica", concluyó Sarrico.



Soluciones tecnológicas para el sector asegurador

Conoce **AutoSAO** el comparador de pólizas de seguros de automóvil más flexible y fácil de usar del mercado.

- Cotización
- Emisión
- Impresión
- Pago en línea



www.saoinsurtech.com
info@saoinsurtech.com
55 7617 0437

You know what,
We know how

SAVE THE DATE

RECONOCIENDO A LOS MEJORES

OCTUBRE 2021

Si no recibiste tu carta con reconocimiento ponte en contacto con nosotros,

#ReconociendoalosMejores

evento@asprogama.org.mx GAMA MEXICO @asprogama 5528796861

#DesarrolloHumano

Caminante | Nissim Mansur T.
mansurnissim@gmail.com

Caminante, no hay camino; se hace camino al andar. *
Caminante soy.
Voy por caminos que no conozco.
La soledad es mi compañera.
La experiencia me sigue a medida que avanzo.
Tengo la fortuna de que la salud está en mi ser.
La incertidumbre de los caminos templa mi espíritu.
Con el paso del tiempo he aprendido a no tener prisa, a disfrutar el camino.
Por un camino que todavía no conozco llegaré al final.
Y en ese final encontraré al Ser que siempre me ha acompañado.
*Antonio Machado.

La búsqueda del crecimiento en seguros exige vigilar comportamientos de consumo



Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

La aparición de la COVID-19 trajo consigo diversos cambios en la cotidianidad, como es el caso del comportamiento de los consumidores. Por esa razón, es trascendental que las aseguradoras vigilen de cerca ese factor, que incidirá directamente en el crecimiento de cada uno de los ramos del seguro.

Dicha afirmación pertenece a Karla Medina Díaz, actuario y consultora independiente, quien la expresó en el webinar titulado *COVID-19: implicaciones para los seguros y la gestión de riesgos*, que fue organizado por la Asociación Mexicana de Actuarios (AMA) y se transmitió de manera virtual por la plataforma Zoom Video.

Medina Díaz indicó que los efectos económicos generados por la crisis sanitaria podrían redundar en elevadas tasas de impago, por lo que las compañías deberán tomar decisiones que minimicen dichas amenazas en sus carteras.

“Es vital que se analice el contexto y se tomen decisiones que reduzcan los efectos económicos causados por la pandemia. Además es importante enfocarse en los cambios de comportamiento, porque, si de forma masiva los clientes cancelan o solicitan el valor de rescate, esa acción sin duda alguna traerá consigo implicaciones en los ramos y las reservas”, aseguró la especialista en temas actuariales.

*Así lo afirma la actuario
Karla Medina Díaz,
consultora independiente,
en webinar de la AMA*

De acuerdo con la consultora, existen elementos que ayudarán a las compañías a salir adelante ante esos supuestos. En tal sentido, Medina Díaz mencionó como acción principal crear grupos de trabajo de diversas áreas para que así se creen proyecciones adecuadas en el que respecta a la valuación del capital.

“Otros pasos que se deberán seguir son analizar la velocidad de pago y ajustar la frecuencia, caducidad y estacionalidad. Entonces, a partir de esos posibles parámetros, tendremos que examinar si las cancelaciones se mantendrán en el futuro. En caso de que sí continúen, debemos estudiar sus posibles afectaciones”, explicó la actuario.

Por último, Medina Díaz señaló que



REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen
www.carlos-molinar.com

Los sueños no se hacen realidad

Hace cuatro años escribí una reflexión que titulé “¿Cómo vas con tu sueño?”, y utilicé la siguiente imagen para acompañarla:



Siempre me han gustado los simbolismos, y la palabra *sueño* se utiliza tam-

la temporalidad de dichos ajustes debe considerarse al momento de tomar cada decisión. Dijo que es importante analizar si se desecha toda la información recabada o se aplica nuevamente en caso de que suceda otra crisis como la generada por la COVID-19.

Escenarios posibles para una gestión eficaz de riesgos

- Limitaciones en la suscripción.
- Evaluación de variables de interés.
- Pruebas de estrés.
- Velocidad de las operaciones.
- Incremento en la morbilidad a mediano plazo.

Planes de contingencia ante una crisis

- Incrementar periodos de espera.
- Programas diferidos de pago.
- Velocidad de las operaciones.
- Estudiar comportamiento del consumidor.



#DesarrolloHumano

bién para describir una idea, un deseo, un anhelo que quisiéramos que algún día fuese realidad.

Cuando somos niños, solemos tener sueños, y un buen día nos percatamos de que el tiempo pasó inexorablemente y de que dejamos de hacerlo. Deberíamos mantenernos siendo niños, de alguna manera, para conservar nuestra capacidad de asombro, la simplicidad de ver la vida, de disfrutar de las cosas pequeñas y, sobre todo, la capacidad de soñar.

Los sueños van ligados a una esperanza, a una ilusión de que algún día (no definido con precisión) se conviertan en realidad.

Algo que debemos considerar como personas adultas es que los sueños no se hacen realidad de manera espontánea. Lo cual, por una parte, es triste; pero también, si prestamos atención, descubrimos que sí existe una forma de hacerlos realidad, y está en nosotros que eso ocurra por medio de un proceso bien definido.

Los sueños se vislumbran, se tienen, se disfrutan...; y luego se toma la gran decisión: archivarlos o *trabajar* en ellos para ir convirtiéndolos en realidad, paso a paso, poco a poco.

Después de un tiempo en el que se va repitiendo ese proceso, aparecen las dudas, el temor, la indecisión y muchos otros factores que nos llevan a claudicar y a dejar de hacer esfuerzos. Y de pronto, sin más, el sueño queda archivado.

Si persistimos; si no perdemos la fe; si somos resilientes y no nos dejamos amedrentar por las apariencias y fracasos, podremos, finalmente, hacer nuestro

sueño realidad.

Resistamos, mantengámonos firmes en nuestro deseo; y, seguramente, un día nos encontraremos con que el sueño está ahí, frente a nosotros, materializado, hermoso y real.

Es maravilloso observarlo. Por momentos dudamos de que sea realidad, pero ahí está, tan real como todo lo que nos rodea.

Si miramos hacia atrás, veremos cómo nació, cómo se fue gestando, cómo fuimos avanzando paso a paso en su realización. Posiblemente veremos también, o recordaremos, algunos de los fracasos que tuvimos y cómo los fuimos resolviendo; o cómo, en ocasiones, tuvimos que ajustar las velas para redefinirlos o afinarlos de acuerdo con las circunstancias; pero al final ese anhelo pasó de ser un simple sueño a ser un sueño realizado, un logro.

Es un proceso maravilloso. Tenemos que ser conscientes de que los sueños no se hacen realidad por sí solos: ¡los hacemos realidad nosotros!

Sigue soñando porque soñar es parte de la vida. Crea y elige bien tus sueños. Trabaja fuerte en ellos; decide en cada paso del proceso si los archivas o si aprendes del proceso y los mantienes vivos, luchando día a día por avanzar en su realización para transformarlos en realidad.

¡Tú tienes la batuta! Son tus sueños, es tu vida, y ¡sólo tú decides! Lo que sí te puedo decir, por experiencia propia, es que siempre pueden parecer imposibles antes de lograrlos. ¡Deja que tus sueños sean tus alas!

El nuevo entorno es retador y exige nuevas estrategias para atrapar al cliente



Luis Adrián
Vázquez Moreno
@pea_lavm

La pandemia modificó abruptamente los hábitos de consumo de la sociedad e hizo despertar la conciencia de lo fácil que es perder la vida y la salud. Alrededor de todo ello surgió en los equipos de ventas de las organizaciones un sinfín de preguntas sobre cuál sería la mejor estrategia comercial para adaptarse al momento y conseguir atrapar la atención del cliente en el nuevo entorno.

Carlos Islas Murguía, consultor para Miembros México, Limra y LOMA; Álvaro Márquez, consultor estratégico de Negocios y entrenador Limra; y Juan Elías Cuevas, Partner GPSG, se dieron a la tarea de responder algunas de las interrogantes que preocupan y ocupan al asesor de seguros durante el webinar *Respuestas sobre las estrategias y tácticas comerciales*.

¿Cuáles son los grandes desafíos que están enfrentando los líderes y asesores de ventas en la actualidad?

Carlos Islas Murguía: Primeramente hay que tomar en cuenta que 2020 fue un año atípico en el que se congregaron dos características: el surgimiento de un mercado fértil que despertó a la conciencia de lo fácil que es perder la vida, el patrimonio y la salud; y, segundo, el desafío para una fuerza de ventas que tuvo que acostumbrarse al teletrabajo y a vencer el reto de operar con diversas plataformas y buscar la manera de crear valor entre sus asegurados, además de motivarlos a recomendar su trabajo.

Fue un entorno muy retador en infinidad de aspectos, pero sin duda el desafío principal consistió en que cada asesor lograra aumentar su autodisciplina y se acostumbrara a alcanzar nuevos objetivos que con el paso de los meses tendían a modificarse y adaptarse constantemente.

Juan Elías Cuevas: La COVID-19 fue un catalizador indiscutible para que los cambios que ya se venían dando se aceleraran, y ante ello los líderes de las organizaciones se enfrentan a un merca-

do volátil e incierto que exige desarrollar una visión e interpretación correcta de todo lo que está aconteciendo, asumiendo que muchos de los cambios que se han registrado no son temporales.

Álvaro Márquez: La pandemia del virus SARS-CoV-2 provocó en la sociedad y en las empresas la adopción o involucramiento abrupto de todas las opciones digitales. Las personas cambiaron en muchos de los casos de manera radical su forma de consumir.

¿Cuál es el principal cambio que un agente necesita adoptar en su actividad profesional?

Carlos Islas Murguía: Cuando hay incertidumbre, es importante regresar a la tabla de seguridad; es decir, que hoy hagas lo que te facilita generar las oportunidades para continuar en el negocio y para hacer crecer tu cartera.

Cada actividad requiere ser medible y simple; y, cuando eres capaz de profundizar en lo que se conoce como *economía de puntos*, en la que cada llamada o correo cuenta para el objetivo, poco a poco te haces el hábito de no irte a dormir hasta que hayas cumplido cada una de las tareas que generan un punto de avance en el día a día.

¿Cómo se ve el futuro en el mediano plazo y la conformación de equipos competitivos en sistemas virtuales?

Juan Elías Cuevas: Las personas se resisten al cambio por temor a conseguir algo mejor; y, si a eso se le agrega que en la

actualidad tenemos a tres o cuatro generaciones trabajando en el mismo departamento y al mismo tiempo, eso te habla del reto que como líder te toca asumir para extraer lo mejor de cada generación y conseguir que la rueda gire.

Es muy importante entender que el mundo entero se vio rodeado en pocos meses por cambios, por la muerte y por la pérdida o deterioro de la salud, y debemos aprovechar esa coyuntura a nuestro favor. Las personas están muy sensibles en esos temas y seguirán buscando asesoría profesional con agentes de seguros cuyo enfoque sea empático, preciso y profesional.

¿Cómo se aborda hoy la necesidad de cubrir riesgos?

Álvaro Márquez: Antes prospectar era una tarea retadora, y hoy lo sigue siendo. El hecho de que la COVID-19 se haya convertido en un argumento para vender por “temor” no debe ceñirnos a esa enfermedad como único motivo para adquirir un seguro; y menos ahora, cuando sabemos más del cliente porque todo se realiza en línea y podemos de esa manera detectar estilos de vida que lleven al agente a proponer los productos de manera mucho más personalizada y enfocada, con argumentos de venta más sólidos.

Expresa sus más sinceras felicitaciones a

La empresa a mi medida

Por su

80 aniversario

brindando un alto compromiso en la atención y protección del patrimonio de sus asegurados.

¡Felicidades!

AMASFAC

CREAR VALOR PARA TODOS LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS

UNA DE LAS PRINCIPALES TAREAS DE NUESTRA ASOCIACIÓN ES REPRESENTAR Y DEFENDER LOS INTERESES DE LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS EN MÉXICO. BUSCANDO POR MEDIO DEL DIÁLOGO E INTERCAMBIO, LA CONSTRUCCIÓN DE MEJORES ALTERNATIVAS PARA EL EJERCICIO DE NUESTRA PROFESIÓN. LA PRESENCIA DE AMASFAC A LO LARGO Y ANCHO DE NUESTRO PAÍS NOS PERMITE LOGRAR CERCANÍA PERSONAL CON TODOS NUESTROS ASOCIADOS Y ATENDER MEJOR SUS NECESIDADES, QUE SON DIFERENTES EN CADA REGIÓN. LA TECNOLOGÍA HA DERRIBADO LAS BARRERAS GEOGRÁFICAS Y EN UN MUNDO CADA VEZ MÁS GLOBALIZADO, ES VITAL ENRIQUECER NUESTRA VISIÓN Y ACCEDER A OTRAS PRÁCTICAS QUE NOS APORTEN IDEAS PARA EVOLUCIONAR, ESTO LO LOGRAMOS CON EL INTERCAMBIO QUE ESTABLECEMOS CON COLEGAS DE TODO EL MUNDO A TRAVÉS DE ORGANIZACIONES QUE AGRUPAN A TODAS LAS ASOCIACIONES DE AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS A NIVEL MUNDIAL Y DE LAS CUALES FORMAMOS PARTE ACTIVA.

POYAMOS LA FORMACIÓN Y DESARROLLO DE NUESTROS COLEGAS CON NUESTRAS VIDEOCONFERENCIAS, TALLERES, SEMINARIOS Y CONGRESOS, CONVOCANDO A LOS MÁS TÉCNICOS Y GERENCIALES. EN TRÁMITES ANTE LA CNSF, REALIZAMOS SUS REFRENDOS Y LES COORDINAMOS SUS EXÁMENES ANTE LA CNSF Y EL CEI, ASÍ COMO SU IMESFAC, CON ESTAS DOS ÚLTIMAS INSTITUCIONES CAPACITACIÓN EN EL AGENTE CON GMX Y HDI, EN AMBOS CASOS EN CONDICIONES DE PRECIO PREFERENCIAL. LES OFRECEMOS DOS ALTERNATIVAS PARA SU PÓLIZA DE RC COMITÉS, INTEGRAMOS LA EXPERIENCIA DE UN RECONOCIDO GRUPO EXPERTOS EN LAS DISTINTAS RAMAS DE NUESTRA PROFESIÓN, QUIENES NOS AYUDAN Y GUÍAN PARA EVOLUCIONAR COMO INTERMEDIARIOS Y RESOLVER SITUACIONES COMPLEJAS. NOS HEMOS PROPUESTO ENRIQUECER LOS BENEFICIOS QUE OFRECE NUESTRA ASOCIACIÓN Y ES POR ELLO QUE HEMOS CELEBRADO NUEVOS CONVENIOS CON PROVEEDORES RECONOCIDOS POR SU CALIDAD Y PRESTIGIO, DESTACAN LOS SIGUIENTES: PLATAFORMA TECNOLÓGICA QUE POSICIONA NUESTRA MARCA EN INTERNET, NOS DA ACCESO A TECNOLOGÍA DE PUNTA, PRODUCTOS EXCLUSIVOS Y NOS FACILITA EL ACERCAMIENTO CON NUEVOS PROSPECTOS.

2 DICTÁMENES DE RECLAMACIONES DE GMM AL AÑO CON RECONOCIDOS ESPECIALISTAS EN LA MATERIA.
SERVICIOS TARJETA DE PRESENTACIÓN DIGITAL. DESCUENTOS EN UNIVERSIDADES
DENTALES. DE PRESTIGIO: ITAM Y U. ANÁHUAC. EN DISTINTAS PLAZAS DEL PAÍS.

PRECIO PREFERENCIAL CON SICAS, UNA DE LAS PLATAFORMAS MÁS RECONOCIDAS Y UTILIZADAS EN NUESTRO MERCADO PARA LA ADMINISTRACIÓN DE CARTERAS.

OFRECEMOS ACCESO A LAS PRINCIPALES REVISTAS ESPECIALIZADAS DEL SECTOR, COMO **LA REVISTA AMASFAC, EL PERIÓDICO EL ASEGURADOR, LA REVISTA SINIESTRO, YO AGENTE, TROFEO AMASFAC**

ENTRE OTRAS. ¿QUIÉN MEJOR QUE LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS PARA VALORAR Y RECONOCER LOS ESFUERZOS Y LOGROS DE SUS PROPIOS COLEGAS? A TRAVÉS DE NUESTRO RECONOCEMOS A QUIENES SE DESTACAN POR SUS RESULTADOS EN VENTAS Y CONFERIMOS TAMBIÉN

LA ORDEN AL MÉRITO, MÁXIMO RECONOCIMIENTO QUE OTORGA NUESTRA INSTITUCIÓN, A QUIENES DESTACAN POR SU APOORTE AL DESARROLLO DEL SECTORIADOS. AMASFAC ES LA ÚNICA ASOCIACIÓN QUE REPRESENTA Y DEFIENDE LOS

AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS, DE TODOS LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS.

AGRADECEMOS A QUIENES YA FORMAN PARTE DE NUESTRA ASOCIACIÓN, A QUIENES APORTAN SU TALENTO Y ESFUERZO PARA CREAR VALOR EN FAVOR DE NUESTROS COLEGAS Y EXTENDEMOS UNA CORDIAL INVITACIÓN A QUIENES AÚN NO SE UNEN A NOSOTROS PARA QUE APROVECHEN LOS BENEFICIOS QUE BRINDA NUESTRA MEMBRESÍA Y NOS APOYEN EN LA INTERMINABLE TAREA DE COLABORAR EN FAVOR DE NUESTRO SECTOR. CONTÁCTANOS: CORREO ELECTRÓNICO **UNETE@AMASFAC.ORG** Y/O WHATSAPP **55 8159 0728**. CORDIALMENTE, **LIC. ALEJANDRO SOBERA BIÓTEGUI, PRESIDENTE NACIONAL. AMASFAC**



Decisiones ciudadanas



MÁS VALE PREVENIR

Raúl Carlón Campillo

@tranquilidadyproyeccion@gmail.com
@rcarlón3 f raul.carloncampillo.1

Contundente y firme fue la respuesta ciudadana en los pasados comicios del 6 de junio y en la consulta popular del 1 de agosto. Las interpretaciones políticas, partidarias o ideológicas que han sido analizadas por los expertos se centran en un balance para partidos, candidatos, instituciones, el presidente y los ciudadanos, siendo ilustrativas de las decisiones ciudadanas que quedaron de manifiesto esos días.

A partir de los resultados se aceptaron las derrotas que el Ejecutivo se ha encargado de evidenciar contra todo aquel que le haya negado el voto. "Aspiracionistas, egoístas e hipócritas" son algunos calificativos que nos ganamos quienes sólo ejercimos el derecho a expresarnos civilmente ante las opciones expuestas en las boletas o a abstenernos frente al despropósito de la consulta popular. Esas expresiones son, sin embargo, el inicio de algo mucho más importante que se toca en esta columna dedicada a abordar la cultura de previsión.

La ciudadanía de la clase aludida por el presidente demostró que el poder reside en el voto, no en las ocurrencias y obsesiones de un sujeto con conductas megalómanas, mitómanas, mesiánicas y misóginas. La conducta de un ciudadano que elige algo distinto a las dádivas está, en ese preciso momento, manifestando su aceptación al reto que significa "hacerse responsable de sí mismo", respetando a quienes disientan de esta afirmación. Lo mismo cuando, animado por las evidentes falsedades de un ejercicio ocioso, caro y absurdo, evita acudir y con ello expresa su repudio a semejante despilfarro.

Las disertaciones posteriores de quienes defienden a la clase media y quienes la fustigan parecen coincidir en el mismo punto. Este segmento socioeconómico no acepta coacción ni imposición alguna. Su preparación, visión y expectativas se centran en sus propias capacidades, no en las constantes y exasperantes menciones de partidos políticos que presumen de realizar programas de apoyo a los desprotegidos, que cumplen, en algunos casos, cinco generaciones vi-

viendo en la pobreza.

La causa de semejante fracaso es precisamente la perniciosa dependencia que esas clases desarrollan hacia el patriarca en turno, auspiciado por organizaciones clientelares que exigen veneración y fidelidad a cambio de los apoyos otorgados con dinero público.

La conducta de los clasesmedios no es un descubrimiento; es simplemente la confirmación de una actitud centrada en la meritocracia de quienes nacieron, crecieron, se reprodujeron y murieron ahí, además de quienes han escalado posiciones para alcanzarla y disfrutar de su satisfacción al poder contarse entre los habitantes de dicha clase.

El tema cultural de la clase media es, a su vez, la actitud que me mueve a referirla para preguntar si la decisión de elegir a alguien o abstenerse de siquiera pasar frente a una mesa de consulta puede asemejarse a tomar la decisión de asegurarse u omitir hacerlo. Es decir, elegir una opción entre las alternativas existentes para que se asuma una posición política se parece a esa difícil y controversial decisión de elegir un contrato para garantizar la independencia de la familia o de sí mismo cuando un riesgo se manifiesta y origina pérdidas que deberán enfrentarse de alguna forma.

La clase media "aspiracionista, egoísta e hipócrita" definida por el presidente es también la que, de igual forma que en el tema de la consulta, omite muchas veces atender la previsión, siendo necesario recurrir a técnicas y métodos específicos para que comprenda la importancia de asegurar su patrimonio, su salud y su vida.

Con el ejemplo de lo ocurrido en la vida política de este país es necesario también centrarnos en esa decisión que permita resolver por propia cuenta lo que tendrá que resolverse en algún momento sin necesidad de depender de las fórmulas de explotación de la conciencia que el Gobierno toma para agenciarse votos. La decisión ciudadana de votar o no hacerlo se asienta en un estímulo que, en muchos casos, no hemos logrado activar en la población para que decida asegurarse, ante lo cual miles que han logrado mantenerse o ascender a la clase media están en grave peligro de descender al exponerse a riesgos cada vez más frecuentes y severos.

Debe uno hacerse responsable de las consecuencias de dicha elección, de la misma forma que la decisión de asegurar el auto, la casa, la salud y la vida, o no hacerlo, reside en quienes así lo han practicado.

La experiencia de los beneficiados por un seguro se confronta con la de aquellos que no lo lograron por carecer de un contrato, lo que los instala en el padrón de damnificados, menesterosos, olvidados y víctimas de un evento natural o

humano que debe enfrentarse de alguna forma. A eso agreguemos la desaparición del Fonden, que quedó extinto hace unos meses.

Esa actitud clasesmediera que tanto disgusta al presidente tiene ahora un nuevo reto ante la anulación de dicho fideicomiso, lo que exige aceptar y en-



frentar la responsabilidad de nuestras propias cosas y nuestra propia vida.

La decisión ciudadana de tomar en sus manos el control de sus propias pérdidas eleva sus posibilidades de permanecer en la clase media o aspirar a escalar a la clase alta. Asegurarse es una decisión

ciudadana centrada en una cultura financiera que considera al seguro como una de sus principales adquisiciones, por encima de hedonismos y vanidades que algunos prefieren dejando al seguro en segundo o hasta en tercer plano.

Conforme la población acepta esta realidad, sus preferencias de consumo se modifican, se adecuan y se hacen más dirigidas a la meta de estar en paz, financieramente hablando, en vez de estar en las redes exhibiendo un progreso que, tal vez, forma parte de sus pasivos.

Cuando casi la mitad del territorio está en zona de riesgo catastrófico natural y asediada por la delincuencia organizada; cuando casi la totalidad de la población está expuesta a un virus ineluctablemente, a una estrategia gubernamental desastrosa en la gestión de la pandemia y a un sistema de salud pública desbordado, ineficiente y politizado, asegurarse es una decisión ciudadana que el sector debe propiciar. No hacerlo tiene consecuencias similares a las que se presentan en las elecciones políticas, por lo que me atrevo a preguntar:

¿Qué tal si en lugar de hacer proselitismo asegurador hacemos difusión de la cultura previsora?

En segutrends contamos con diversas soluciones que te ayudarán a incrementar tus ventas desde casa

Multicotizador de Seguros de Auto y Hogar	Podrás cotizar con hasta 14 aseguradoras en cuestión de minutos
Segubot	Un robot que atenderá a tus clientes a través de WhatsApp o en tu portal de Internet
Widget de Seguros	Mini aplicación con la que tus clientes podrán cotizar el seguro en cualquier momento
segupago	Realiza el cobro de las pólizas en cualquier momento
segupoliza	Poderoso administrador de clientes

Desarrolla tu **MarketPlace de Seguros con Segutrends** y convierte a las herramientas digitales en tu mejor aliado.

Contáctanos en:

www.segutrends.com

8118031414



ESPEJITO, ESPEJITO

Mariana Hernández Navarro

@marianahernandez@conlead.com.mx

En el mes de agosto, con las vacaciones de verano en puerta, algunas personas toman en cuenta, como parte de la planeación de su descanso, la selección del libro que leerán en la playa o cabaña, o incluso en el traslado hacia el destino vacacional.

En el diccionario, la palabra *libro* se encuentra justamente después de *libre*, y no es casualidad que la selección de un libro nos permita ampliar nuestros horizontes intelectuales y, por ende, reforzar nuestra libertad de enfoques, liberarnos de la ignorancia y del aburrimiento, etcétera.

¿Quieres saber dónde te encontrarás en los próximos cinco años? La respuesta está en una frase que afirma: “Depende de las relaciones que hoy mantengas y de los libros que estés leyendo”.

En agosto puede ser oportuno hablar de los beneficios que la lectura nos otorga, por el tiempo de asueto que tendremos. Y es bueno recordar que la lectura es a la mente lo que el ejercicio es al cuerpo. Generalmente se observan los resultados al superar metas físicas (mejorar tiempos en trote, incrementar masa muscular, etcétera), pero no se enfatizan de igual manera los beneficios que la lectura nos proporciona, empezando por el aumento de materia gris en el cerebro.

Justamente leyendo *Piense como un genio*, de Michael J. Gelb, encontramos que personajes reconocidos en diferentes campos a lo largo de la historia poseían un común denominador que consistía en destinar un espacio diario a la lectura. Cristóbal Colón tenía un amor muy particular por el aprendizaje; Isabel I comenzaba su rutina con la lectura del Nuevo Testamento; Thomas Jefferson aseguraba: “No puedo vivir sin los libros”; y más cercano a nuestra época, escuché alguna vez a Warret Buffett decir que los CEO más exitosos son aquellos que leen diariamente.

En nuestro país se sabe que el promedio de lectura es de menos de un libro al año. ¿Qué pasaría si definiéramos una meta alcanzable para fortalecer este aspecto que se ha dejado abandonado en un cajón?

Probablemente surjan respuestas como: “Pero leo en facebook o twitter”. Es cierto, las redes pueden ofrecernos

Leer para creer

información valiosa. El cuestionamiento es la forma en que se lee en estos espacios virtuales. Simplemente podemos tener en cuenta la velocidad con que se lee un artículo.

Hay estudios que concluyen que el periodo de atención que hoy prestamos es de sólo 9 segundos.

Todos conocemos las bondades que nos brinda la lectura: enriquecimiento de vocabulario, mejora de ortografía, contribuye a mejorar la capacidad de análisis y comprensión...

Un obstáculo para disfrutar sus beneficios es no tener ejercitada la atención, porque podremos leer el libro varias veces y aun así no percibir las palabras nuevas o el detalle mismo en la ortografía. Irónicamente, la lectura nos concede la oportunidad de disminuir el ritmo y por lo tanto de desarrollar paciencia, es decir, la capacidad de saber esperar.

La lectura nos permite entonces como efecto secundario acrecentar nuestra capacidad de comprender al otro, ya que nos coloca en la mirada de diferentes personajes y nos concede la posibilidad de vivir la vida desde diferentes historias y pensamientos.

Además, la lectura nos regala la facultad de estar en el momento presente, de desarrollar la concentración, la serenidad, la espera para encontrarnos con el desenlace de una historia o con otros mundos.

Me llama la atención que whatsapp nos brinde hoy un beneficio que permite adelantar los mensajes de la persona y que esto se reconozca verdaderamente como una gran idea. ¿Cómo nos estamos relacionando con el tiempo? Y, sobre todo, ¿cómo nos relacionamos con el otro? Afirmamos: “¿Qué buena iniciativa!; ¡así no pierdo tiempo!”. ¿No perdemos el tiempo, o más bien no estamos viviendo el tiempo? El afán de aumentar la velocidad de nuestras actividades cotidianas se entromete con nuestra receptividad, con la falta de respeto hacia el ritmo del otro. Bajo esta premisa, sólo se desea escuchar el contenido, pero no se quiere escuchar verdaderamente al otro. (Y me gustaría enfatizar que ese mensaje puede ser sólo de un minuto.)

Alguna vez escuché una frase que me gustó mucho: “Orar es hablar con Dios, pero leer es escucharlo”. ¿A Él también quisiera adelantarlo en su mensaje? Más que escuchar a Dios, considero que es bueno aprender a escucharnos a nosotros mismos, a reflexionar, a conocernos por medio de lo que los libros tienen para ofrecernos, incluso hasta para redigir la propia existencia. Pero, inmersos como estamos en esta prisa perpetua, perdemos la capacidad de saber estar, como típicamente decimos, “en el aquí y en el ahora”, por preferir estar en “allá y entonces...”

Lev Tolstói afirmaba: “¿Cómo es posible que la gente no quiera leer, teniendo la oportunidad de dialogar con las mentes de todos los mundos y de todas las épocas?”.

Emborracharnos de lectura sólo nos provocará una resaca de cultura. ¿Valdrá la pena vivir la experiencia? No dejéis para mañana lo que podéis leer hoy.



Lev Tolstói afirmaba: “¿Cómo es posible que la gente no quiera leer, teniendo la oportunidad de dialogar con las mentes de todos los mundos y de todas las épocas?”.

Emborracharnos de lectura sólo nos provocará una resaca de cultura. ¿Valdrá la pena vivir la experiencia? No dejéis para mañana lo que podéis leer hoy.

Emborracharnos de lectura sólo nos provocará una resaca de cultura. ¿Valdrá la pena vivir la experiencia? No dejéis para mañana lo que podéis leer hoy.

Magnitud de la tercera ola de COVID-19 dependerá de la eficacia del plan de vacunación

#Salud

Daniel Valero Andrade

dvalero@elasegurador.com.mx

La magnitud de la tercera ola de contagios de COVID-19 está directamente relacionada con la eficacia del plan nacional de vacunación, con la capacidad infecciosa de la variante Delta y con la responsabilidad de la sociedad

tanto de cuidarse como de acatar las medidas de higiene que evitan la propagación del virus, afirmó Francisco Moreno Sánchez, jefe de Medicina Interna del Centro Médico ABC.

El también coordinador del Programa COVID-19 del Centro Médico ABC dijo lo anterior durante un webinar titulado *COVID-19: tercera ola y novedades sobre las vacunas*, que fue organizado por Global Assurance y transmitido por la plataforma Zoom Video.

“Debemos ser responsables y cumplir con nuestra parte. Tenemos que entender que el virus seguirá con nosotros durante un tiempo indeterminado; por lo tanto, tenemos que cuidarnos”, aseveró Moreno

Sánchez.

En opinión del especialista en medicina interna e infectología, en México no existen campañas adecuadas de prevención, y por ello los ciudadanos aún no comprenden la gravedad de la pandemia.

“Lamentablemente estamos en una posición vulnerable, y cualquier cosa puede suceder. Si seguimos sin las medidas de protección, los casos van a seguir aumentando y la tasa de mortalidad será mayor. Así que la idea es que la gente se vacune y continúe usando el cubrebocas para cuidarse y a su vez no contagiar a nadie. Hagámoslo por solidaridad”, resaltó el facultativo.

Tomando en cuenta que la enfermedad es respiratoria, Moreno Sánchez recomendó a la población mantener un mínimo de dos metros de distancia respecto a otras personas, preferir los lugares ventilados y con amplios espacios y no permanecer en áreas abarrotadas.

Por último, el médico internista exhortó a los mexicanos a perder el miedo a las vacunas. Dijo que son seguras y que fueron creadas a partir de años de investigaciones.



Francisco Moreno Sánchez

Así lo considera Francisco Moreno Sánchez, jefe de Medicina Interna del Centro Médico ABC

IMAGEN: Medicina y Salud Pública

Poco factible, transformar seguros sin una propuesta de valor adaptable, cambiante y flexible

Marcos Medina

@MmedinaMarcos

La digitalización y los nuevos hábitos de consumo son dos factores ampliamente explotados por gigantes de la disrupción, como Amazon, y están ocasionando que el cliente asuma comportamientos caracterizados por la impaciencia y la exigencia. Por ello, es improbable que el seguro logre transformarse si no consigue que su propuesta de valor sea adaptable, cambiante y flexible, dijo Richard Calvo, Head of Insurtech de NTT Data Emeal, al realizar la presentación del *Informe Insurtech Global Outlook 2021*.



Richard Calvo

Calvo fue enfático al declarar que es vital que la industria aseguradora ponga en marcha una innovación mucho más cocreativa con apoyo de las insurtech. Dijo asimismo que las instituciones están cada vez más convencidas de la potencialidad y versatilidad de los miembros que componen al ecosistema digital en seguros. Por lo tanto, añadió, atacar nichos desatendidos ya no se concibe como un objetivo inalcanzable.

“Actualmente, la mayoría de las industrias empiezan a desechar modelos antiguos de negocio y se vuelcan hacia la confección de una propuesta de valor en la que el acompañamiento y el seguimiento continuo sean la columna vertebral que sostiene su operación. Por consiguiente, el reto mayúsculo al que se enfrenta el sector asegurador estriba en hacer converger el entretenimiento con la administración de riesgos, planteamiento que ayudará a las instituciones a ensamblar un catálogo de soluciones que armonice eficazmente con los gustos del consumidor y, finalmente, a lograr que los puntos de contacto vayan más allá de la suscripción y la reclamación”, expresó Calvo.

Inmunes a la pandemia

Al encabezar el evento virtual, organizado por NTT Data Emeal (grupo perteneciente a la consultora Everis), Calvo indicó que la industria aseguradora es el principal inversor del sector insurtech a escala global. Informó que el emprendimiento digital en seguros logró captar en 2020 cerca de 7,000 millones de dólares en inversión.

Lo anterior, amplió el funcionario de NTT Data Emeal, evidencia que el segmento insurtech es un eslabón preponderante en la cadena de valor del sector

asegurador. En tal sentido, citó que en 2020 Lemonade y Root, competidores disruptivos con una valoración de 1,000 millones de dólares cada uno, lograron un hito sin precedentes, puesto que ambas compañías debutaron en la bolsa de Estados Unidos, y ello a pesar de la pandemia de COVID-19.

Calvo precisó que las insurtech que desde sus inicios apuntaron a crear modelos de negocio novedosos y concretos que pretendían mejorar áreas críticas en la operación de la industria aseguradora, como la suscripción, la tarificación, la gestión de siniestros, la labor de ajuste y la reclamación, son hoy los competidores sobresalientes en este segmento como consecuencia de su atrevida apuesta.

“Las insurtech que siempre han tenido como norte democratizar y transparentar al seguro hoy registran una ventaja competitiva. En concreto, los jugadores de este rubro fundados hace ocho años hoy obtienen un buen margen de inversión y, de forma simultánea, están ayudando a la industria a brindar una experiencia de consumo más emocionante y por medio de clics”, sostuvo Calvo.

Es momento de desdibujar las líneas de negocio

Calvo destacó que la pandemia de COVID-19 reforzó la urgente necesidad de reconfigurar significativamente la experiencia de consumo que brinda el sector asegurador. Al respecto, alertó que la nueva personalidad de los clientes orilla a las compañías de seguros a brindar una experiencia de consumo “forzosamente digital, transparente, coherente y que congenie con el mundo trastocado que dejó el virus SARS-CoV-2”.

Desde el punto de vista del responsable del área Insurtech de NTT Data Emeal, las señales de que los productos y servicios asociados a la administración de riesgos deben cambiar son muy obvias. Al respecto, advirtió que inevitablemente la industria aseguradora debe transitar un camino en el que tendrá que “desdibujar” sus líneas de negocio, tendencia que ya se ha abrazado en el seno de otras industrias conservadoras, como la automotriz.

“Tal como sucedió en el sector automotriz, segmento en el que las compañías están dejando de ser simples armadoras para convertirse en empresas de movilidad, la industria aseguradora tendrá que dejar atrás su pensamiento comercial convencional, según el cual, por ejemplo, el seguro de Autos se basa en el color y tipo de vehículo. De este modo, el *comportamiento del conductor* se convertirá en el nuevo estándar de la operación de dicho ramo. En resumidas cuentas, las instituciones deben acelerar el cambio y responder con proactividad a las nuevas demandas de la sociedad”, puntualizó Calvo.

Calvo indicó que es vital que las instituciones de seguros implementen una distribución mucho más sofisticada, maniobra en la que indubitadamente deben contar con las herramientas tec-

nocientíficas que les permitan entender los comportamientos del consumidor e identificar con gran detalle su perfil de riesgo; todo ello con el objetivo de que instauren estrategias flexibles y brinden una experiencia de consumo favorable, interesante y atractiva que haga sinergia con cada etapa de vida del asegurado.

Al término de su exposición, el colaborador de NTT Data Emeal instó al sector asegurador a trabajar más de cerca con los miembros del ecosistema insurtech, competidores que han identificado con gran versatilidad el nuevo entorno de riesgos y han demostrado de forma contundente que tienen la capacidad para desarrollar ágilmente un abanico de coberturas muy satisfactorias a bajo costo y de pago por uso.

“En el sector asegurador es crucial que aflore un nuevo carácter. Por consiguiente, las áreas técnicas y comerciales de las compañías deben desempeñar un rol decisivo ante este desafiante objetivo, contexto en el que el análisis de datos y la digitalización marcarán la pauta en la ambiciosa meta de ensamblar un seguro flexible que premie el comportamiento y brinde bienestar al consumidor por medio de la prevención y la recomendación”, concluyó Calvo.

Únete al evento

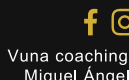


Hablemos de Negocios

S i g u i e n t e N i v e l



Inscríbete en: www.vunaupgrade.com



Vuna coaching financiero Miguel Ángel Arclique

LOS NÚMEROS CUENTAN

Antonio Contreras

@ gar2001@hotmail.com

¿A qué vamos?



Cuando vemos el medallero de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, los números cuentan. En los primeros lugares aparecen las aplanadoras del este y el oeste: China, Estados Unidos, Japón (país anfitrión) y Rusia; los países europeos y los de Oceanía: Reino Unido, Australia, Alemania, Italia, Francia, Países Bajos y Nueva Zelanda. Hasta ahí la teoría de que quien tiene más saliva traga más pinole prevalece: PIB más alto y sistema comunista de producción de medallas mandan.

Después el panorama cambia y hay de todo: tigres asiáticos como Corea, paraísos socialistas pobres como Cuba, países de Europa del Este como Hungría, Polonia y República Checa. De Latinoamérica Brasil es el país mejor posicionado, codo a codo con Cuba y con la sorprendente Jamaica muy cerca.

¿Y México? Nuestro país se ubicó en el lugar 84 de 86, debajo de Brasil, Cuba, Jamaica, Ecuador, Bahamas, Venezuela, Bermudas, Puerto Rico, Colombia, República Dominicana y Argentina. Falta que obtengan alguna presea Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Belice, Guyana, Surinam, Paraguay, Bolivia, Uruguay, Chile y varios países caribeños.

La delegación mexicana obtuvo cuatro medallas de bronce. Ya no me río del chiste de cada cuatro años: "Somos la raza de bronce".

¿A qué vamos? Algunas personas sostienen que el propósito no es ganar sino competir. La incomprensión de la frase del barón de Coubertin no significa que competir se traduzca simplemente en participar. Competir es tener opción de ganar. Existen factores imponderables, como el biorritmo del deportista, el cambio de horario, la alimentación y otros; pero en el agregado, es decir, en los resultados por delegación se compensan las desviaciones positivas con las negativas, y al final el resultado corresponde al esperado. Existen pronósticos sobre el número de medallas que podrá ganar cada uno de los participantes, y son pocas las desviaciones.

Estoy de acuerdo en que no todos los deportistas van a la Olimpiada con la posibilidad de ganar una medalla: algunos van a foguearse para el siguiente ciclo olímpico. No se me ocurre otra razón para asistir al evento. O vas por una medalla o tu participación obedece al mismo objetivo, pero enfocado en el futuro. ¿Entonces a qué van los 163 atletas mexicanos? Sin duda, la mayoría son "turistas olímpicos". Basta escuchar la crónica diaria de su desempeño: "Descalificado", "Superó la primera ronda y lo derrotaron en cerrado duelo en el segundo encuentro" y una sucesión de posiciones de dos dígitos. Los números cuentan una historia de mediocridad. ¿Es injusto calificar así a nuestros deportistas? La explicación exculpatoria resalta el esfuerzo de los atletas pese al limitado apoyo recibido y las difi-

cultades enfrentadas. Caímos, pero lo hicimos heroicamente. La misma historia.

El número de deportistas mexicanos participantes ha ido en aumento: 85 en Pekín, 102 en Londres, 125 en Río de Janeiro y 163 en Tokio. Somos alegres, el "alma de la fiesta", pues además no representamos una amenaza para los deportistas de otros países. Una vez más, los reyes de la simpatía. Pese al mayor número de participantes, el desempeño ha ido a la baja: en Pekín sólo se lograron cuatro medallas, pero dos fueron de oro; en Londres, la selección de fútbol obtuvo una medalla áurea (18, decían los comentaristas, muy perspicaces ellos, al mencionar el número de futbolistas); en Río desapareció el oro, pero se lograron tres de plata y dos de bronce; en Tokio también desapareció la plata y logramos cuatro de bronce. En resumen, menos medallas, de metal menospreciado, pero más deportistas participantes.

¿De qué depende la obtención de medallas? Olvidemos factores raciales o genéticos. Los atletas mexicanos han demostrado su capacidad en varias ocasiones, tanto en deportes clasificados por categoría como en competencias abiertas. ¿Que somos un país pobre? Que les presten a Jamaica, República Dominicana o Ecuador; a Etiopía, Uganda o Kenia... Tampoco va por ahí.

Cuando vemos el medallero de los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, los números cuentan

La ecuación del éxito es sencilla: número de habitantes de un país multiplicado por un factor al que llamaré movilidad deportiva: en el caso mexicano, se parte de los 127 millones de habitantes del país, se clasifica por edad y se elimina a los menores de 20 y a los mayores de 39. Resultado: tenemos 24 millones de deportistas potenciales.

Y muévelos, como reza el eslogan de la campaña para combatir la obesidad, la diabetes y los males cardíacos. Muévelos para tener una población más sana y muévelos para ganar medallas.

¿Qué significa la movilidad deportiva?

Significa ante todo una labor de criba y clasificación. Se seleccionan los deportes en los cuales, por tradición, características físicas o resultados recientes tienes mayores probabilidades de éxito. Está fácil: el mexicano es bueno para el trompo. Entonces boxeo y taekwondo en la lista. Nuestra resistencia es alta. Pues atletismo de media y larga distancia, incluyendo marcha y maratón. La escuela de clavados y los resultados en tiro con arco hacen obligada su selección. Y ya. En boxeo masculino existen seis categorías en peso menor a 67 kilos, y en boxeo femenino cinco categorías en peso menor a 57 kilos. ¿Cuántos boxeadores deben asistir? Seis mexicanos y cinco mexicanas. Para seleccionar a esos 11 competidores olímpicos, recluta a 110 prospectos. Que vaya solo lo mejor. ¿Por qué China gana oro y plata en clavados desde hace varios años? Pues imaginen ustedes el torneo nacional chino. Algo así como el gaokao pero en los deportes: cuestión de triunfo o muerte.

La competencia es feroz, pues el ganador sabe (no conjetura; sabe) que, cuando acuda a las Olimpiadas, el éxito es seguro. ¿Cómo selecciono a 110 prospectos mexicanos? Solicito el apoyo de campeones mexicanos en el retiro: la Chiquita González, el Finito López, Julio César Chávez, Marco Antonio Barrera, el Terrible Morales... Contrato a Ignacio Beristáin para que los supervise y los entrene. Y vámonos. ¿Cuántas medallas crees que cosecharían esos 11 boxeadores? Mínimo una, y esto es un pronóstico muy pesimista. Los boxeadores cubanos ganaron cuatro medallas de oro y una de bronce en Tokio 2020. De que se puede, se puede. Y les voy más a los mexicanos.

Once boxeadores, cinco taekwondistas, cinco especialistas en tiro con arco y cuatro participantes en 10,000 metros, marcha de 50 y 20 kilómetros y maratón; también seis clavadistas. Alrededor de 50 deportistas mexicanos con posibilidades (reales) de obtener medallas. Y no más. 50 competidores selectos. Y adiós al turismo deportivo en masa.

Con 50 vas a gastar lo mismo, pero vas a obtener más medallas. Además, si practicantes de deportes de conjunto con profesionales, como fútbol, basquetbol y beisbol, desean asistir y logran la clasificación, que sus federaciones otorguen el financiamiento. Con dos partidos "molerlos" de la selección mayor en Estados Unidos sale para el viaje. Sin duda. Quedarían pendientes golf y tenis. Los padres o clubes privados pueden encargarse del financiamiento. A esas federaciones mejor no pedirles un dinero que te van a negar.

Y dejar de hacerle al encapuchado, con declaraciones demagógicas como: "Nuestros deportistas cumplieron", "Creo en la capacidad de nuestros atletas" y otras por el estilo. Mejor, una ceremonia discreta en la Magdalena Mixhuca, a cargo del titular de la Conade que sustituya (¡por favor!) a Ana Gabriela Guevara, y ya la hicimos.

Cambiaremos entonces la "cortina de humo" que inevitablemente acompaña a nuestra delegación cuando regresa y haremos una fiesta en grande, con la vitrina de medallas en un lugar especial.

Soy Agente Actualizado y su objetivo social: democratizar la educación en el sector asegurador



La plataforma Soy Agente Actualizado cumplió en el mes de abril de este año su tercer aniversario de vida. Es el único sitio gratuito que ofrece al público herramientas de autoaprendizaje que permiten a cualquier persona convertirse en agente de seguros en México, y hasta en otros lugares del mundo.

A la vez, la plataforma se ha convertido en un portal de consulta para conocer a las instituciones y promotorías que apuestan por ayudar al sector con el modelo de **sponsor**, cuyos miembros además de aportar y permitirnos ofrecer este material de manera gratuita trabajan quincenalmente para darnos contenido de valor y compartir información que a todos los involucrados nos es útil en nuestro día a día.

De acuerdo con comentarios y felicitaciones recibidas, podemos asegurar que hoy los agentes conocen esta plataforma como una herramienta fácil con métodos sencillos que en cuestión de minutos pueden ayudarte a fortalecer tus conocimientos. Todos los colaboradores del equipo de SAA estamos comprometidos con tu preparación y tenemos un gran cambio que hoy ya puedes consultar solamente visitando

www.SoyAgenteActualizado.com El cambio consiste en lo siguiente: podrás encontrar las cédulas separadas por **módulos**. Nos actualizamos con el fin de facilitar tu capacitación y la retención de la información adquirida. Además, próximamente podrás acceder a **webinars exclusivos** de capacitación por parte de instructores y expertos en temas selectos; y, si además de esto quieres sumarte a esta red de apoyo al agente, te invito a que te conviertas en **sponsor individual**. Con tu aportación tendrás el permiso de descargar nuestros manuales en PDF para que los imprimas y para que tu celular (o cualquier dispositivo electrónico) los lea para ti.

Además, a ti, institución, promotoría o proveedor del sector, te tenemos sorpresas y un **modelo especial** para que puedas ofrecer los servicios que facilitan la operación del agente. Ponte en contacto con nosotros. Nos encanta hacer alianzas con todos los que quieren optimizar esta actividad en México y el mundo.

Equipo de Soy Agente Actualizado.

SOY AGENTE
ACTUALIZADO
una marca de **GE**



SAVE THE DATE



CUMBRE

Latinoamericana
de Innovación en Seguros
by  El Asegurador®

2-3 MARZO

2022 | Ciudad
de México

Munich RE 



 MetLife

Click
SEGUROS



Prevem 
seguros **10** años
Cerca de ti

HDI
SEGUROS

 **Quálitas**
COMPAÑÍA DE SEGUROS

