El Asegurador®

Publicación Quincenal

Fundador: Genuario Rojas M. | Director General: César Rojas R. | ISSN-1561-2392 | Número 886 | Año XXXVII | Ciudad de México, 15 de septiembre de 2021

- *Lo afirma en entrevista Francisco Díaz Rosete, Head Insurance en México y Centroamérica de Swiss Re*
- *Porcentaje de mexicanos que adquiere pólizas de Daños es bajo, advierte*

Catástrofes hidrometeorológicas sacuden suscripción y tarificación del seguro

pág. 4

Digitalización de siniestros eficienta la operación de las aseguradoras

pág. 10

Prevén aceleración de innovación en AL gracias a plataformas con baja exigencia de programación

pág. 3

SECCIONES

EDITORIAL 2
A PROFUNDIDAD 2
SE DICE... 6
VIVIR SEGUROS 8
REFLEXIONES 17
AMASFAC 20

www.elaseguradorcom.mx

#Inclusión #Tecnología

A PROFUNDIDAD

Disrupción para la inclusión: tendencias y oportunidades en América Latina

Un tema común para los países latinoamericanos es la necesidad de incrementar la inclusión financiera de la población. Pobreza, economía informal, falta de oportunidades en la educación, diferenciación en las posibilidades de acceso al crédito según el género, falta de infraestructura (en particular en zonas rurales) y educación limitada y deficiente, entre otras, son causas y efectos entrelazados que dificultan una solución directa y que necesitan un conjunto de acciones de política pública, de empresas, inversionistas y sociedad que permitan participar a la población hoy excluida.

Así lo refiere el documento *Disrupción para la inclusión: tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina,* elaborado por la empresa Deloitte, organización que agrega que, si bien la pandemia exacerbó ciertas brechas, por otra parte también volcó recursos hacia la digitalización, disminuyendo de esa manera los costos de transacción y, en consecuencia, la fricción en el ecosistema financiero.

En el estudio se argumenta que la liquidez que generaron los grandes fondos de inversión aunada a los apoyos económicos de Estados Unidos y otras grandes potencias despertaron el apetito de vehículos de inversión para impulsar el sector fintech (y sus derivados) y con ello la creatividad y el desarrollo de soluciones que hasta hace poco tiempo eran inimaginables.

Es por lo anterior por lo que Deloitte considera que la humanidad está en un momento de cambio en el que debe aprovechar las fuerzas externas para resolver los retos que la pandemia ha presentado y otros problemas relacionados con la inclusión para así contribuir a forjar una sociedad futura que sea incluyente y donde la empresa sea consciente y fomente el cuidado del planeta, de la gente e impulse la prosperidad.

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

#Editorial

EDITORIAL

LOS RIESGOS HIDROMETEOROLÓGICOS Y EL SECTOR

El planeta Tierra está pasando factura como consecuencia de la persistente indiferencia que durante décadas mostró la humanidad respecto de la importancia de evitar acciones que destruyan la estabilidad del orbe. Hoy en día, los efectos de tal desatención se ven reflejados en la ocurrencia de eventos hidrometeorológicos cada vez más devastadores y frecuentes.

Incendios forestales que consumen enormes extensiones de bosques; huracanes y tornados cuya fuerza destruye todo a su paso; inundaciones sin precedentes que obligan a evacuar poblaciones enteras; terremotos, entre otros fenómenos naturales, condujeron a los gobiernos de muchos países a reconocer que la cuenta regresiva es real y que urge emprender acciones que ayuden a frenar, si es que aún es posible, las consecuencias del cambio climático.

Ante tal situación, la industria del seguro no tiene una misión sencilla ante sí desde el rol que le corresponde desempeñar. Así como la humanidad actuó durante siglos como si nunca pudiera suceder nada que alterara los frágiles ecosistemas del planeta, el sector asegurador incurrió, en algunos países, en el error de ganar mercado con prácticas de suscripción y tarificación demasiado laxas, haciendo caso omiso de aquellos vaticinios que anunciaban problemas debido al errático comportamiento de la naturaleza producto de la devastación.

Ahora, ante la arremetida del cambio climático, que es cada vez más furiosa, aseguradoras de todo el mundo (y sobre todo en aquellos países en los que el aseguramiento relacionado con este tipo de eventos es marginal) están llamadas a recomponer el camino realizando prácticas de suscripción y tarificación disciplinadas en el campo de los riesgos hidrometeorológicos.

En cuanto a las empresas de seguros, éstas ahora deben abordar el tema con mayor urgencia debido a que los eventos registrados en tiempos recientes son cada vez más frecuentes, destructivos y atípicos (por su localización. Véanse las graves inundaciones en Alemania y Bélgica), lo que implica tener que tomar medidas irremediablemente plegadas a bases técnicas de suscripción y a principios más ortodoxos de colocación de negocios. Esto evitará que los eventos medioambientales futuros desborden la siniestralidad y ésta quede fuera de control.

Aunque la sugerencia de volver a los básicos podría apreciarse como un señalamiento desgastado, en un mundo que ya cambió y en el que la tecnología y la innovación se toman como las cartas fuertes para conquistar a los nuevos consumidores, conviene recuperar toda práctica que le dé mucho mayor certeza a la contratación de seguros.

IMAGEN: EFE

Tal certeza provendrá, sin duda, de la suscripción estricta y de la tarificación disciplinada, dos procesos que forman parte de los cimientos del seguro y que es preciso rescatar, remozar y perfeccionar para hacerle frente a la situación hidrometeorológica actual, que presenta riesgos inéditos.

El mundo en general, y el seguro en particular, están ante el desafío de recuperar y hacer valer los principios básicos para preservar un planeta abocado a su destrucción y una industria enormemente útil a la sociedad por su vocación protectora. Todas las sociedades deben fomentar una convivencia con la naturaleza que ayude a frenar la devastación. El seguro debe generar hábitos esenciales que impulsen la estabilidad por medio del aseguramiento —tal como se está haciendo ya en el ámbito tecnológico, digital y de innovación en esta industria.

Es ahora el momento de observar el cambio climático desde otra perspectiva y de actuar para recuperar los fundamentos que sean útiles a la humanidad. Toca al seguro aportar su granito de arena en la sanación de un planeta que solamente está reaccionando al trato recibido. El papel de esta industria consiste, esencialmente, en resarcir los daños ocasionados por los fenómenos meteorológicos, pero la toma de conciencia, la prevención ecológica y el afán de cuidar la salud del planeta nos corresponden a todos por igual, como individuos, sociedades o industria.

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. 886

Miembro activo de Presse Internationale des Assurances

Visítanos en: WWW.ELASEGURADOR.COM.MX

#Innovación #Tecnología

Prevén especialistas que la tendencia de programar bajo código acelerará la innovación en Latinoamérica

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Se calcula que dentro de solo tres años 65 por ciento de todos los desarrollos tecnológicos en el mundo funcionarán mediante programación low-code (bajo código), y la razón es que ésta facilita poner en manos de cualquier empleado la posibilidad de plasmar sus ideas en una aplicación habilitada con low-code y con ello acelerar la innovación y eliminar la añeja dependencia del departamento de TI. "Entramos en la era en que democratizar la programación es ya una realidad".

Ésta es la información que compartieron Edson Díaz, director general de In Motion México; y Alex Canela, Vice President y Country Manager de Siemens, en entrevista para este medio, al explicar la trascendencia de la alianza recientemente signada entre dichas organizaciones, la cual pretende revolucionar la manera de programar e innovar en América Latina mediante low-code, tecnología que en el mundo ya ha generado inversiones por más de 11 000 millones de dólares.

La plataforma Mendix, que opera con programación de bajo código, le permite a un colaborador de cualquier departamento de la organización plasmar sus ideas y darles vida en un programa de bajo código sin tener que recurrir al especialista en sistemas, lo cual acelera la innovación de manera exponencial sin quitarle al área de TI el control que de manera integral debe conservar en los procesos tecnológicos de la organización.

Simplemente se acorta al máximo el tiempo para posicionar una buena idea en el mercado. "Parece ciencia ficción, pero no lo es. Con este recurso, cualquier colaborador tiene la facultad de resolver los problemas de su área de inmediato y con un nivel de simplicidad a su máxima expresión", señalaron Díaz y Canela.

Los especialistas en tecnología indicaron que es un hecho que la tendencia de generar innovación rápida y a bajo costo en el futuro cercano va de la mano con la tecnología de bajo código; y, aunque los montos de inversión en este tipo de tecnología se han realizado de manera más acelerada en Estados Unidos y Europa, no queda la menor duda de que en América Latina este recurso dará de qué hablar muy pronto.

Low-code permitirá que cualquier persona plasme sus ideas e innove sin que necesite el apoyo del área de TI

Para poder estar a la vanguardia en temas de tecnología es importante darle una lectura acuciosa al mercado para detectar en qué momento conviene bajarse de una ola tecnológica para subirse a otra. Transformación digital no es en sí el tema que indica el cambio; el cambio se determina por la velocidad con que ocurre, indicaron Díaz y Canela.

La tecnología low-code es una especie de panacea que acorta los tiempos de programación, de innovación y de interacción de manera interna y externa en las organizaciones, porque en la actualidad todo aquel proceso o solicitud que no se desahogue ágilmente se traduce en pérdida de tiempo y de oportunidades y en menos clientes.

Díaz y Canela indicaron que los directivos experimentan frustración cuando pasan seis meses de desarrollo de un proyecto de innovación que necesitaban urgentemente y no concluyen. Con la tecnología low-code se echa por tierra el mito de que solo con inversiones millonarias en tecnología se puede hacer innovación rápida y sin reprocesos.

Para la industria de seguros, explican nuestros entrevistados, contar con este avance tecnológico facilitará hacer frente a todo el bombardeo de las insurtech, que son empresas incipientes que en algunos casos agregan valor y en otros son neutras. "Pero hay algunas que pueden llegar a destruir el valor de tu compañía por proponer soluciones o estrategias contrarias a lo que en realidad se necesita".

"Las aseguradoras están buscando respuestas en las insurtech, pero nadie está pensando en crear valor desde dentro de la organización, y las ideas que más favorecen al negocio están dentro; solo hay que plasmarlas en una plataforma que las organice y las acompañe paso a paso para que sean innovadoras. Eso implica un cambio en el paradigma. En 2024, nadie hablará de low-code porque esto ya será un estándar en las empresas", aseveraron los representantes de In Motion y Siemens.

Finalmente, Díaz y Canela externaron esta reflexión: implementar low-code ya no es una decisión opcional, sino de analizar y decidir *cuándo* se incluirá en la organización. De lo contrario, con seguridad quedará uno fuera del mercado.

#Catástrofes #Daños

Intensificación de eventos hidrometeorológicos exige suscripción estricta y tarificación disciplinada

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

El cambio climático constituye la amenaza a largo plazo más relevante y peligrosa que enfrentará el mundo, lo que provocará que la severidad de los eventos hidrometeorológicos se agudice. Por ese motivo, es necesario que el sector asegurador implemente una suscripción estricta y una tarificación cada vez más disciplinada, mecanismos operativos que permitirán a las instituciones afrontar con eficacia y sostenibilidad la paulatina pero irreversible consolidación del clima extremo, señaló Francisco Díaz Rosete, Head Insurance en México y Centroamérica de Swiss Re.

En una entrevista exclusiva concedida a *El Asegurador*, Díaz Rosete reconoció que en plena consolidación del cambio climático es urgente que la industria atraiga a nuevos asegurados, aspiración en la que este sector obligatoriamente tendrá que difundir con mayor ahínco el papel de protección económica que desempeñan los seguros tras los embates que producen eventos destructivos de la naturaleza, como sequías, incendios forestales, heladas, granizadas, lluvias torrenciales e inundaciones.

Desde el punto de vista del gerente del área de Seguros en México y Centroamérica de Swiss Re, es crucial que el sector asegurador centre esfuerzos en la diversificación de su catálogo de soluciones, de manera que el nuevo perfil de consumidor se interese por los productos y servicios que distribuye. Sin embargo, consideró como imperativo que la industria, en colaboración con todos los eslabones de la cadena de valor, envíe mensajes sumamente claros a la sociedad en los que se busque enaltecer las bondades del seguro.

"Si como industria se aspira a cerrar la brecha de protección, es obligatorio que tanto instituciones tradicionales como jugadores disruptivos trabajen en la confección de mensajes que demuestren de forma clara la enorme diferencia que marcan en la economía personal y familiar los productos y servicios asociados a la administración de riesgos cuando se enfrentan catástrofes naturales como los huracanes. Por lo tanto, la gran misión que debe asumir el sector en la actualidad estriba en captar a esa masa de clientes potenciales que aún desconoce las bondades del seguro", abundó Díaz Rosete.

Y es que, según el funcionario de Swiss Re, el porcentaje de mexicanos que adquiere pólizas que mitiguen los daños del clima extremo es preocupantemente bajo. En tal sentido, alertó que México estaría en riesgo de perder hasta 13 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) durante los próximos años en caso de que no instrumente programas que frenen el avance de los eventos provocados por el cambio climático.

Durante la plática, Díaz Rosete reconoció que el complejo panorama de riesgos que se vislumbra para el futuro obliga al sector asegurador, con apoyo del reaseguro, a rediseñar las coberturas

Francisco Díaz Rosete

que se distribuirán. De forma paralela, añadió, es indispensable evaluar con cautela cómo la prima de las pólizas y la suma asegurada se modificarán debido a que la siniestralidad provocada por las catástrofes naturales, que serán cada vez más frecuentes y destructivas, se agudizará.

Menos mediáticos, pero igual de costosos

Lo afirma en entrevista Francisco Díaz Rosete, Head Insurance en México y Centroamérica de Swiss Re

En otro pasaje de la conversación, el representante para México y Centroamérica de Swiss Re reconoció que en 2020 los eventos hidrometeorológicos, como huracanes, inundaciones y lluvias torrenciales, estuvieron lejos del foco de atención mediático como consecuencia de la relevancia de la pandemia de COVID-19. E informó que, sin embargo, el año pasado los daños secundarios derivados de catástrofes naturales se incrementaron, sin perder de vista que las pérdidas aseguradas a raíz de eventos de la naturaleza ascendieron a 80,000 millones de dólares en todo el orbe.

Aunado a lo anterior, Díaz Rosete apuntó que 2020 se posicionó como el sexto año consecutivo en el que la actividad ciclónica en el océano Atlántico y Pacífico estuvo por encima del promedio histórico. Dijo que solamente los huracanes *Eta* e *Iota* causaron un total de 400 millones de dólares en pérdidas aseguradas en Honduras, nación que sufrió una pérdida económica de 2,300 millones de dólares a causa de este par de eventos hidrometeorológicos.

No se cruzan de brazos

El responsable del área de Aseguramiento en México y Centroamérica de Swiss Re aceptó que el sector asegurador, con apoyo del ecosistema insurtech, adoptó una postura proactiva en la lucha contra el cambio climático. Por consiguiente, apuntó, existen nuevas iniciativas, como la comercialización masiva de seguros paramétricos y la distribución de programas de fidelización.

El análisis de grandes cúmulos de datos, continuó Díaz Rosete, es otra de las maniobras que está llevando a cabo la industria aseguradora para perfilar mejor a los consumidores, optimizar la valuación de los daños, acelerar el proceso de reclamación y velar por el adecuado nivel de solvencia institucional luego de una catástrofe hidrometeorológica considerable.

Para cerrar, el colaborador de Swiss Re declaró que hoy la industria aseguradora debe ser mucho más flexible y activa en la reconfiguración de su operación, visto que el consumidor es significativamente más exigente, sin perder de vista que el abrupto avance de la digitalización ocasionará que las tendencias del mercado muten a una velocidad sin precedentes.

"En la actualidad hay un sinfín de métodos novedosos para distribuir los productos y servicios de la industria. Asimismo, existe un nuevo grupo de jugadores con tecnología propia y modelos de negocio innovadores que reforzarán la tradicional propuesta de valor del seguro. Ahora bien, no debe subestimarse el efecto del cambio climático. De modo que, insisto, las instituciones, tanto tradicionales como disruptivas, deben afrontar con inteligencia, disciplina y eficiencia operativa el nuevo entorno de riesgos causado por el clima extremo", concluyó Díaz Rosete.

Quálitas
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Lamenta el fallecimiento de

Marco Antonio Ortega Zepeda

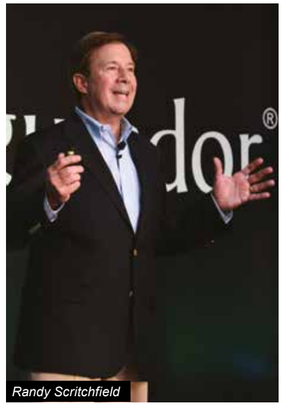
acaecido el 2 de septiembre de 2021

Nos unimos a la pena que embarga a
sus familiares y amigos, deseando que alcancen
pronta resignación ante tan dolorosa pérdida.

Ciudad de México, a 3 de septiembre de 2021

#Agentes #MDRT

Entra en funciones Comité Ejecutivo de MDRT para 2022


Randy Scritchfield

PARK RIDGE, IL.- El Comité Ejecutivo de la Million Dollar Round Table se alista para impulsar la profesión de servicios financieros y agentes de seguros al tomar el liderazgo para el periodo 2022, con Randy Scritchfield a la cabeza como el presidente número 96 de esta prestigiosa organización. Carol Kheng se une al Comité como secretaria.

Scritchfield, con 37 años como miembro de MDRT, sucederá a Ian Green, quien ocupará la posición de Past-President. Peggy Tsai y Gregory Kane serán primero y segundo vicepresidentes de un Comité que permanece comprometido con proveer soporte y entregar valor a los miembros en un entorno aún de pandemia. El Plan de Productividad de MDRT se extenderá hasta 2022, lo que implica estándares de producción ajustados para calificar en sus distintos niveles. Adicionalmente, MDRT proveerá valor agregado para su membresía global con el lanzamiento de contenido especial de alto nivel exclusivo por medio de diferentes plataformas y formatos.

En América del Norte, el Comité Ejecutivo también apoyará al recién formado North America Channel Relations Team, encargado de expandir la huella de la asociación en esta región. Este esfuerzo se centrará en conectar a compañías e individuos con el apoyo de lo que se ha denominado Family of Brands, organizaciones que tienen como base de desempeño la MDRT.

Randy Scritchfield es el nuevo presidente de la asociación más importante de agentes de seguros en el mundo

La más reciente asociación, MDRT Global Services, tiene como objetivo mejorar no solo la carrera de sus miembros, sino a la profesión completa mediante el desarrollo de liderazgo para aseguradoras y directores de agencia.

"Con el año próximo en la mira, la MDRT está comprometida a asegurar que sus miembros se mantengan bien apoyados, no solo ayudándolos a navegar por el impacto de la pandemia, sino fomentando que sobresalgan", señaló Scritchfield, quien aportará su experiencia al equipo de liderazgo con tres calificaciones como Court of the Table y 20 Top of the Table. Como miembro Excalibur Night de la Fundación MDRT, Scritchfield ha servido como miembro de su Junta Directiva. Su extenso voluntariado incluye el haber servido en el Consejo de Administración seis veces. También ha sido Chair de la Junta Asesora del Top of the Table y vicepresidente divisional del Desarrollo del Programa de la Reunión Anual de la MDRT.

Scritchfield ha estado en México como parte de las giras que se organizan para encontrarse con miembros y aseguradoras. Asimismo, participó en el Foro El Asegurador para Agentes de Seguros celebrado en Mérida en 2014.

SE DICE...

Genuario Rojas M.
@GenuarioRojas

César Rojas
@pea_crojas

La Suprema Corte de Justicia de la Nación dio a conocer el 20 de agosto del año en curso la tesis de jurisprudencia sobre las consecuencias del pago extemporáneo de las primas de seguro o de la fracción correspondiente, disposición que entró en vigor al día siguiente. De entrada, se considera que tal determinación solo recalca lo que ya se encuentra asentado en los artículos 40 y 41 de la Ley sobre el Contrato de Seguro.

Como era de esperar, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) no está en posición de emitir un juicio unánime, ya que corresponde a cada asociada en lo particular precisar lo que decida, con los efectos que a corto, mediano o largo plazo traiga consigo la decisión adoptada, que se comunicará sobre todo a la fuerza de ventas.

La Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), examinó el tema en una sesión virtual organizada por su Comité Jurídico, encabezado por Antonio Murguía Pozzi, en la que intervinieron Eduardo Rodríguez Hernández, exfuncionario de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), Gerardo de la Garza y Óscar González Plans.

En la reunión virtual se dijo con énfasis que, a juzgar por las reacciones que tuvieron diversas compañías de seguros (emitidas mediante los respectivos comunicados), éstas en su mayoría no ven mayores complicaciones derivadas de la tesis jurisprudencial. Estas posiciones se entienden por razones de diverso género, como se consigna en la respuesta enviada a sus canales.

De la sesión realizada no hubo una recomendación más puntual que la de tratar ese asunto con los contratantes, sobre todo porque hay algunos ángulos más finos que será preciso dilucidar en aras de una claridad que dé certeza a todos los participantes en el proceso de aseguramiento, para no incurrir en riesgos innecesarios o en malentendidos.

Más allá de todas las consideraciones que emanen de esta disposición (que ha causado relativo revuelo en algunos de los actores del negocio asegurador), serán los asuntos que lleguen a tribunales los que revelen el alcance de la medida, ya que, después de todo, dicha prescripción podría eventualmente convertirse en el fiel de la balanza.

Una conversación en *Se Dice en Vivo* con la abogada especializada en seguros Elizabeth Calderón condujo, sin embargo, a la necesidad de conocer los pronunciamientos que al respecto tendrían la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) y la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef).

Mientras tanto, invitamos al lector a revisar los conceptos que Elizabeth Calderón comparte, alrededor de la tesis jurisprudencial, en este número de *El Asegurador*. Siempre es bueno conocer aspectos puntuales emanados de aquellos profesionales que conocen los entresijos no solo de manera teórica, sino, sobre todo, práctica.

Las cifras de la AMIS

Al cierre de la edición anterior, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) convocaba a una videoconferencia para dar a conocer las cifras de esta industria al 30 de junio de 2021. De entrada, lo reportado hizo sentir el peso que tiene el volumen de primas que aporta el aseguramiento multianual de Petróleos Mexicanos (Pemex).

Para empezar, y no es nada nuevo, Norma Alicia Rosas Rodríguez, directora general del organismo intermedio, mencionó que las primas directas alcanzaron un total de 335,718 millones de pesos, cifra que nominalmente es 12.7 por ciento superior en comparación con el primer semestre de 2020 y que baja a 6.4 por ciento en términos reales.

El rubro más afectado, por así decirlo, es Daños sin Autos, que crece 16.2 por ciento sin la conciliación del programa de Pemex pero que termina decreciendo 2.7 por ciento, lo que es comprensible por el tipo de riesgos que la paraestatal transfiere al sector asegurador, en este caso por medio de la aseguradora Mapfre México.

En cuanto a los siniestros directos, Rosas Rodríguez dijo que el monto pagado a los asegurados ascendió, a junio de 2021, a 194,600 millones de pesos. El aumento es de 40,268 millones de pesos, equivalentes a 26.1 por ciento nominal o a 19.1 por ciento real, si comparamos los números actuales con los de junio de 2020, periodo en que la cifra total pagada se situó en 154,332 millones de pesos.

De los números reportados destaca el hecho de que en términos nominales solo entre Vida y Accidentes y Enfermedades se pagó el 74.4 por ciento de la cifra total, indicador que en términos reales se sitúa en 58.3 por ciento. Esto revela, sin duda, el efecto que la COVID-19 ha tenido por los fallecidos con seguro de Vida y atendidos al amparo de pólizas de Gastos Médicos.

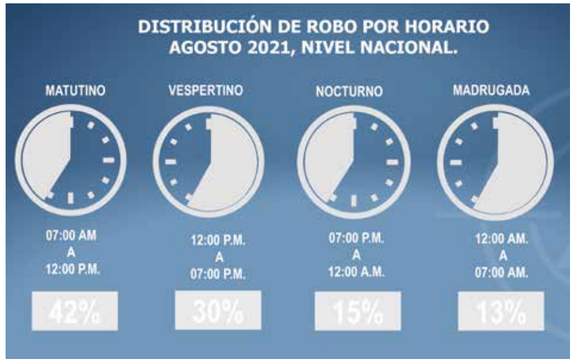
Que la COVID-19 es el evento catastrófico más grande para el sector asegurador de México puede darse por descontado, al margen de que el número de fallecimientos y de contagiados con cargo a la industria aseguradora seguirá creciendo en los tiempos venideros; y, en realidad, no se tiene idea de cuándo podría hacerse un corte.

Autos: otros datos

La Asociación Nacional de Empresas de Rastreo y Protección Vehicular (Anerpv) dio a conocer su reporte de robo al 31 de agosto. Se trata de unidades de diverso tipo que usan GPS y están afiliadas a la asociación. Las cifras no reflejan el ciento por ciento de los robos. Esto obedece, advierte la Anerpv, a que por su pronta recuperación algunos de estos delitos no terminan en denuncia; aunque recomienda que este proceso judicial se realice en la totalidad de las ocasiones.

Llama la atención el hecho de que cuatro de cada 10 robos se realicen entre las 7:00 y las 12:00 h; mientras que tres de cada 10 ocurran entre las 12:00 y las 19:00 h. El 15 por ciento de estos delitos se comete entre las 19:00 y las 22:00 h; en tanto que otro 13 por ciento se perpetra entre las 24:00 y las 7:00 h.

Según el reporte de la Anerpv, quienes se dedican al robo de unidades monitoreadas por la asociación actúan sobre todo de lunes a jueves, y los martes y los jueves son sus días de mayor actividad. Según las cifras, el robo de automotores baja, y mucho, los días viernes, sábados y domingos. Éstos son apenas unos datos someros, pero la Anerpv les realiza un reporte en verdad detallado del tema a las empresas afiliadas a sus servicios.



Nuevo servicio a víctimas

Hace unos días tuvimos la oportunidad de que Médica Vial nos compartiera un nuevo servicio para lesionados víctimas de accidentes de vehículos asegurados. Es un servicio orientado a servirles, sobre todo, a aquellos afectados que no requieren hospitalización y que viven en zonas alejadas de hospitales en los cuales pudieran sentir la confianza de ser bien atendidos.

Se trata de atender instantáneamente a lesionados por medio de tecnología virtual con especialistas que, por su experiencia, pueden valorar al lesionado mediante un servicio ofrecido desde una plataforma digital. Así, el médico podrá decidir cuándo un afectado puede ser atendido bien y rápido de manera virtual y cuándo es preciso canalizarlo a otro nivel de cuidados.

Lo cierto es que la mayoría de las personas afectadas en un percance automovilístico podrían recibir la atención del servicio que Médica Vial ofrece, y no solo por vivir en una época como es la de la COVID-19, sino también por la facilidad que plantea este servicio,

Médica Vial sustenta su nuevo servicio —que personalmente yo conocí como si hubiera sido la víctima y viviera en una población pequeña— en la experiencia de haber atendido ya a más de un millón de personas lesionadas en accidentes de vehículos asegurados. Estas personas, aun siendo pacientes ambulatorios, acudieron a alguna de las clínicas u hospitales por medio de los cuales brinda esta empresa sus servicios, tanto de atención como de rehabilitación.

La idea que tienen en la empresa mencionada es introducir esta innovación en el mercado asegurador. Habrá que esperar para ver qué compañías del sector desean conocer y, sobre todo, se atreven a probar un modo diferente de aprovechar la telemedicina que seguramente enriquecerá tanto la atención como el servicio a sus clientes y a terceros afectados. Ya les contaremos qué derrotero toma este concepto.

Premio de periodismo

Aunque muchas veces nos resistimos a los cambios, la realidad termina por avasallarnos. Esto ocurre ahora con el Premio de Periodismo de Seguros, galardón al que durante ya 12 años ha convocado la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS). El premio deberá estar en consonancia con la evolución de los modos de comunicar, con las nuevas formas de divulgación que desplazaron a las antiguas prácticas periodísticas de los medios tradicionales.

Así es. Nos alcanzó el destino, y proceden nuevas formas. Ya les contaremos la idea y en qué se traducirá en el futuro ese premio, en el que Genuario Rojas Mendoza ha estado participando como miembro del jurado calificador. Por lo pronto, ya se dieron a conocer los resultados de la edición más reciente, con lo cual la AMIS reconoce a aquellos que produjeron piezas que reunieron las características de la convocatoria. Enhorabuena.

Aseguradoras #Opinión

VIVIR SEGUROS®
con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

¿Cuándo volverán las aseguradoras a sus oficinas?

En el terreno de los seguros y de las fianzas, los cierres de oficinas definitivos o temporales dictados por las empresas tienen sus asegunes: si bien por una parte han acelerado la transformación digital, con las ventajas que de ello derivan, por la otra están provocando una serie de contratiempos para agentes y asegurados que necesitan solucionar problemas que requieren tratarse cara a cara, del compromiso personal de alguien que lleve los asuntos hasta sus últimas consecuencias.

Un artículo escrito por Jorge Pedroza Ochoa, de larga trayectoria en la industria, pone el dedo en una de las llagas que el sector asegurador presenta en estos tiempos, aportando ideas concretas que las compañías podrían poner en práctica para mantener una cercanía efectiva con aquellos que con ellas se relacionan, de manera tal que algunos puntos finos que hoy se atoran, pueden fluir en beneficio de todas las partes implicadas en los negocios del aseguramiento y del afianzamiento.

Es cierto que la experiencia de trabajar desde el domicilio de los funcionarios y del personal de las empresas ha embelesado a algunos, pero si ha de escucharse al cliente en un periodo que para algunos pudiera ser de transición, estar ahí para decidir con conocimiento y en medio de las mejores prácticas se vuelve imperativo, sobre todo porque, se afirma, se dificulta encontrar a quienes deciden, a la vez que de pronto hay personal sin la debida experiencia que todo lo conduce a un proceso mecánico.

¿Cómo les está yendo a ustedes como agentes, asegurados, beneficiarios, camino a resolver asuntos con las empresas de seguros y de fianzas? Mientras piensa en su respuesta, podría resultar interesante para usted leer la entrega de Jorge Pedroza Ochoa, que de alguna manera nos invita a Vivir Seguros aprovechando la tecnología, sin dejar de lado esa parte que quizás termine por extinguirse, pero que por lo pronto requiere de algunos ajustes para ayudar a funcionar mejor las operaciones.

Urge que las aseguradoras vuelvan a operar desde sus oficinas

- *Hay asuntos que no pueden resolverse por medio de máquinas, sino que necesitan a las personas*
- *Compañías de seguros que decidieron el cierre total deberían incorporar medidas especiales*
- *Es preciso mantener y mejorar los niveles de atención y servicio tanto a agentes como a clientes*

Jorge Pedroza Ochoa
Actuario, exfuncionario de GNP y actualmente corredor de seguros

Indudablemente, la pandemia ha afectado a la actividad aseguradora de muchas maneras, destacando el efecto que ha tenido en la siniestralidad de los ramos de Vida y de Gastos Médicos, al grado de convertirse en el siniestro catastrófico más grande de la historia.

Otra repercusión muy importante ha sido el aislamiento al que la pandemia ha sometido a las aseguradoras, por tener que atender sus actividades desde el domicilio de los funcionarios y empleados, así como también de los agentes en lo que nos corresponde, medida que fue indispensable para evitar mayores contagios.

Los clientes, a los que nos debemos todos los que nos desempeñamos en este sector, de igual manera tuvieron que realizar sus labores de todos los días desde sus hogares, y por lo tanto entendieron que no se tenía otra opción.

Y benditas herramientas las computadoras, los celulares, el correo electrónico, el zoom y otras facilidades que, de no haber existido, simple y sencillamente la pandemia habría ocasionado el caos total.

Pero después de año y medio de aislamiento, y observando que al momento actual muchas actividades están volviendo a la "normalidad", entre otras los teatros, cines, centros comerciales, restaurantes, espectáculos, eventos deportivos, cruceros, viajes, escuelas y muchas más, la pregunta que nos hacen los clientes es: ¿por qué las aseguradoras no han regresado a sus oficinas?

La pregunta no es ociosa, pues el aislamiento ha afectado a los niveles de servicio de manera importante, sobre todo en la atención de asuntos que requieren resolverse por medio del contacto directo con las personas, ya que la sistematización nunca podrá suplir a los seres humanos cuando los casos que se deben resolver se salen de los lineamientos generales.

Por lo tanto, me parece que es urgente que las aseguradoras lleven a cabo las acciones necesarias para retomar sus niveles normales de operación y de servicio hacia sus agentes y clientes mediante medidas como:

1. Regreso a sus oficinas corporativas, oficinas de servicio y de ventas, módulos de atención en hospitales, aunque sea de manera parcial y con las medidas sanitarias como cubrebocas, pruebas de detección, colaboradores vacunados, etcétera.

2. Considerando que la pandemia continúe y el semáforo verde siga sin establecerse, asegurar que los niveles gerenciales y de dirección cuenten con laptops y celulares de empresa, difundiendo el directorio de estos últimos con la fuerza de ventas para facilitar las comunicaciones telefónicas, medio que sigue siendo indispensable en muchas ocasiones.

3. Si algunas aseguradoras determinan continuar con el cierre total, como mínimo en sus oficinas centrales debiera restablecerse la atención personalizada a clientes y agentes que requieran tratar algún asunto que no se ha resuelto por otros medios, siendo importante que esas minioficinas sean supervisadas por niveles gerenciales con amplias facultades de decisión.

Como ejemplo de instituciones que no perdieron contacto con sus clientes en los días más críticos se puede citar a los bancos comerciales, sector que ni en los peores momentos de la pandemia cerró sus sucursales.

Aprovechando el tema de servicio a asegurados, considero oportuno agregar otros puntos, que permitirán mantener o mejorar los niveles de atención:

1. Asegurar el funcionamiento eficaz de los centros de atención telefónica o call centers, cuyos resultados en general son muy deficientes, tanto en el sector asegurador como en otros.

2. Evitar la excesiva burocratización de los procedimientos operativos, particularmente en la atención y pago de siniestros, que podemos calificar como la función primordial de las aseguradoras.

3. Revisar la aplicación de las normas relativas al artículo 492 de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas, que han complicado la expedición de pólizas muy sencillas de montos irrelevantes.

4. Analizar de nueva cuenta las normas que están impidiendo que los agentes proporcionen el servicio al que están obligados, por la barrera indebida que se ha generado por la Ley de Privacidad de Datos, cuya intención original no era ésta.

5. Retomar el principio de puertas abiertas, especialmente en los niveles directivos, cuyo ejemplo, positivo o negativo, trasciende a todos los niveles de las organizaciones.

Ojalá que esta breve colaboración se reciba con agrado y sirva para que la industria aseguradora siga cumpliendo ampliamente con su razón de existir, que es la de proporcionar el servicio que esperan sus clientes, quienes han puesto en sus manos la atención de los riesgos a los que está expuesta su persona, su familia o su empresa.

PROPORCIONANDO SOLUCIONES A LA MEDIDA
Administración de **gastos médicos** para el sector asegurador
Médica Vial
24 hrs 365
SOMOS ESPECIALISTAS EN CONTENCIÓN DE COSTOS

MetLife

renueva su membresía
PLG Platinium 2021-2022
con *Aspro Gama México*

El pasado 24 de agosto, MetLife México renovó la membresía Platinium máxima categoría con ASPRO-GAMA México (Asociación de Promotores de México A.C., con más de 35 años en el país). El acuerdo se firmó en presencia de Mario Valdés, Director General de MetLife México, y el Gerente General de ASPRO GAMA México, Said González.

La firma de la renovación se realizó en las instalaciones de MetLife. A la misma atendieron también por parte de ASPRO GAMA su Presidente Antonio Blando y Alejandra Altúzar, Directora del Comité Educativo de Descuento por Nómina y Venta Masiva, y por parte de MetLife Marian Amezcua, Vicepresidenta del Negocio Privado, y el Vicepresidente del Negocio Individual Gobierno, Hugo Mesa. Durante la reunión, se destacaron los principales beneficios que esta membresía brindará a los Promotores y Desarrolladores para MetLife México, así como el impacto que dicha organización tiene en el desarrollo de las promotorías en Mexico.

Con este convenio, MetLife México confirma su compromiso con su Fuerza de Ventas para el desarrollo de métodos efectivos que promuevan la profesionalización de su labor, protegiendo así a más familias mexicanas.

En MetLife nuestro compromiso con la Fuerza de ventas es fundamental por lo que este tipo de convenios nos permite alcanzar nuestro objetivo de proteger a más familias mexicanas.

#Innovación #Riesgos

Abrazar los cambios posicionará a las aseguradoras en la cúspide del nuevo mercado

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

La nueva era digital trae consigo cambios, y las compañías de seguros no escapan de ellos. Por esa razón, es imperativo que tales empresas se suban a esta ola para que evolucionen, mejoren la experiencia de sus clientes y adopten la tecnología como un vehículo que potenciará su presencia en el mercado y las hará más atractivas ante la sociedad.

Lo anterior formó parte de las consideraciones que Guillermo Nanni, CTO & Director of Innovation de Sistran Digital, expuso durante su participación en la Cumbre Insurance Tech América Latina 2021, evento que se llevó a cabo bajo los auspicios de Executive Business Meeting (EBM) y que se transmitió de manera virtual.

El conferencista señaló que las aseguradoras están obligadas a adoptar tecnología, pero desde el punto de vista digital, ya que de esa forma se logrará reducir costos operacionales y se mejorará la experiencia del usuario.

"No hacer nada no es una opción. Las compañías tienen que adaptarse al contexto. Tener éxito hoy no quiere decir que tendrás éxito mañana. Insisto: es momento de adaptarse porque el mundo cambia cada vez más deprisa", aseveró Nanni.

Guillermo Nanni

Planificación a corto plazo

En opinión del director de Innovación de Sistran Digital, las compañías de seguros no deben dejar de lado la planificación. Sostuvo que los tiempos cambiaron y que actualmente los planes son más cortos y adaptables.

"Los cambios serán fundamentales. Hay que promover el cambio cultural, no dejar de planificar y tener una gestión ágil para hacer estos cambios de forma fructífera y en consonancia con la realidad que vivimos hoy en día", precisó Nanni.

Finalmente, el ejecutivo de Sistran Digital exhortó a las aseguradoras a dirigir toda su atención a la experiencia del cliente, intercambiar conocimientos y apoyarse en todo momento con una plataforma digital, ya que en el futuro cercano estas herramientas serán fundamentales.

"La tecnología tiene que ser un facilitador para alcanzar los objetivos. Es importante que implementemos nuevas capacidades y se amplíen ecosistemas con nuevos modelos de negocio, más personalizados. Hay que cambiar el mindset y crear nuevos productos basados en tecnología. Es hora de apalancarse en el mundo digital", cerró Nanni.

¡Agente,
a ti te estamos
buscando!

Amae
RGA
GENERAL DE SALUD

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

#Innovación #Riesgos

Automatización de siniestros, piloto automático que estimulará la eficiencia en el sector seguros

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

La inversión en herramientas tecnológicas es vital en la operación de la industria aseguradora. Contar con soluciones eficientes que permitan automatizar y dinamizar la atención y correcta gestión de siniestros es un requerimiento que potenciará a la cadena de valor y brindará mayores beneficios al sector seguros, afirmó Fernando de Simoni, EMEA Engagement Manager de Guidewire.

De Simoni dictó una conferencia titulada *Nuevas formas de optimización en aseguradoras*, la cual formó parte de la Cumbre Insurance Tech América Latina 2021, evento que realizó Executive Business Meeting (EBM) y que se transmitió de manera virtual.

De Simoni sostuvo que actualmente en el sector de los seguros no existe eficiencia operativa debido a la falta de inversión digital y añadió que es en el proceso de siniestros donde tal mejora más se necesita.

"La automatización de los siniestros es un piloto automático. Te ayuda principalmente en siniestros sencillos, y en los más complejos nos apoyamos en los procesos tradicionales con un tramitador. Es cuestión de segmentarlos y usar dichos recursos donde sean más útiles y eficaces", aseguró el especialista.

El ejecutivo de Guidewire precisó que es trascendental que las compañías identifiquen los cuellos de botella y a partir de ahí ejecuten eficientemente su plan resolutivo. Dijo que deben tener muy claro en qué escenario usar el piloto automático para agilizar la operación.

"Debemos detectar qué sucede y entender si efectuamos los procesos de forma automática o tradicional. Al final, la experiencia humana tendrá un peso importante en ese tipo de situaciones para que el cliente no se vea afectado. No podemos dejar nada a la suerte. Debemos buscar soluciones que nos brinden mayor eficiencia en la gestión de siniestros", resaltó De Simoni.

Fernando de Simoni

Por último, el conferencista indicó que, como compañía de seguros, el objetivo principal es resolver cada situación en beneficio del cliente. Para ello, la institución debe conocerlo y segmentarlo, y con ello ofrecerle soluciones que sean relevantes y llamen su atención.

HDI idriving
Inteligencia para una conducción segura.

HDI SEGUROS
TU COMPAÑÍA

HDI iDriving el primer seguro de auto en México con uso de tecnología telemática.

La era digital cada vez es más significativa en nuestra vida, modificando la forma en la que interactuamos, nos comunicamos e incluso adquirimos un producto y, el sector asegurador no es la excepción.

HDI SEGUROS se caracteriza por un ADN innovador y, siguiendo esta filosofía de ser una compañía Humana, Digital e Innovadora, ha revolucionado el seguro de auto.

En México, los accidentes viales son la primera causa de muerte entre jóvenes de 15 a 29 años, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS). Según estudios recientes, el 90% de los accidentes automovilísticos se deben a errores humanos y pueden evitarse, bajo esta premisa nace **HDI iDriving**, una solución innovadora que combina los beneficios de una póliza amplia para auto y la tecnología, esto a través de un dispositivo TAG y una aplicación móvil para brindar seguridad y tranquilidad a sus clientes.

HDI iDriving rompe el esquema tradicional del seguro de auto en México, ya que es capaz de detectar cuando un asegurado haya tenido un accidente automovilístico; HDI SEGUROS contactará al asegurado de inmediato para conocer su estado de salud y así enviar servicios de emergencia en caso de ser necesario o de no obtener respuesta.

"En HDI siempre estamos buscando soluciones innovadoras que sobrepasen las expectativas de nuestros asegurados y, tras realizar diferentes estudios de mercado, desarrollamos HDI iDriving, el primer seguro de auto en México que integra seguridad, tecnología y recompensas para brindar a nuestros clientes mayor tranquilidad, acompañamiento y una respuesta más rápida en caso de siniestro. Sin duda HDI iDriving es la evolución del seguro de auto en el país", agregó Jaime Calderón, Director Ejecutivo de Ventas y Marketing de HDI SEGUROS.

Gracias a la **tecnología telemática** integrada por un **TAG** y la **App** "HDI iDriving" que se instala en el celular, las personas podrán conocer y mejorar sus hábitos de conducción.

¿Cómo funciona HDI iDriving?

Una vez que el asegurado contrate su seguro:

- Recibirá en su domicilio su dispositivo TAG.
- Deberá descargar la App HDI iDriving en su celular, es gratis y está disponible para IOS y Android.
- Para un correcto funcionamiento, deberá instalar y vincular el TAG a la App "HDI iDriving" vía Bluetooth al momento de recibir el paquete. Aunque el proceso de vinculación es muy intuitivo, siempre pueden surgir dudas por parte de los clientes al usar esta nueva tecnología. Ellos saben que cuentan con su Agente HDI en todo momento, para acompañarlos y orientarlos en el uso de su póliza telemática que los cuidará en todo momento.

La función que tiene el **TAG** es acompañar al asegurado en cada trayecto con el objetivo de emitir una alerta a cabina en caso de accidente, mientras que la **App** muestra toda la información del usuario: viajes realizados y hábitos de manejo, incluyendo: aceleración, velocidad, frenado, manejo de curvas y distracción por uso de celular.

"Somos una empresa de personas para personas, por eso desarrollamos una innovadora solución integral, enfocada en la seguridad de los conductores que depositan su confianza en nosotros. Así, buscamos contribuir a la disminución de accidentes viales y acompañar a nuestros asegurados en todo momento, al mismo tiempo que buscamos fomentar buenos hábitos de conducción para prevenir accidentes", mencionó Juan Ignacio González, Director General de HDI SEGUROS.

Conoce más en: hdi.com.mx/idriving

MAPFRE México celebra a sus TOP ALIADOS

En un evento realizado en las paradisiacas bahías de Huatulco, MAPFRE, aseguradora global de confianza realizó su evento Top Aliados en el que celebró a sus agentes más destacados a nivel nacional.

Los invitados fueron recibidos con un cocktail de bienvenida en el que se reencontraron con colegas y amigos con quienes no habían podido convivir, y pudieron conocer a los nuevos talentos que se han sumado a las filas de la empresa.

Fue un evento donde las direcciones técnicas, operativas y comerciales de la institución pudieron recibir retro-alimentación de su fuerza de ventas, así como compartir los detalles sobre mejoras a las prestaciones de servicio y atención de calidad.

El día concluyó con una cena de premiación, conducida por el Director Comercial Paulo R. Butchart, donde fueron reconocidos los Top Aliados en cada uno de los ramos en la parte de Vida: José Arturo Blake y Josefina Medina; en el ramo de Autos: Ramiro Garza García; en de Daños: Edy Romero; y en Accidentes y Enfermedades: Luis Raúl Márquez Navarrete.

En cuanto a los aliados con más pólizas generadas se encontraron: Oscar Parrilla Ruiz, Josefina Medina y Arturo Blake, Adid Juárez y Juan Manuel Alvarado. El CEO de MAPFRE Latam Norte y CEO de MAPFRE México, José María Romero Lora, fue invitado al escenario para galardonar de manera especial a aquellos agentes cuya trayectoria alcanza casi una década en este evento, los Aliados de Oro: Manuel Bulnes, Schutz Agente de Seguros y Fianzas, Eduardo Herrera, Pedro González y Roy Kawas.

Esta celebración también incluyó actividades recreativas, donde los asistentes disfrutaron tanto del centro de Huatulco, como de sus bahías a bordo de un Catamarán donde seguramente generaron vivencias que recordarán por siempre.

En sus palabras para la fuerza de ventas, José María Romero Lora, además de felicitar a los asistentes, les recordó que para MAPFRE México, la relación, la atención y la cercanía con los agentes es una prioridad, y una cultura que se maneja a todos los niveles.

Finalmente, durante la cena de despedida, los galardones concluyeron con un reconocimiento a la trayectoria de Aliados de cada una de las territoriales con preseas para María de la Luz Ibarra de Norte, Ricardo Ávalos de Occidente, Sergio Alcalá de Metro, César Ivan Cárdenas de Sur y Juan Carlos Martínez de Centro.

MAPFRE

#Agentes #Seguros

El pago extemporáneo de la prima de seguro

Elizabeth Calderón

Con fecha 20 de agosto de 2021, se publicó la siguiente tesis de jurisprudencia por contradicción en el *Semanario Judicial de la Federación:*

"CONTRATO DE SEGURO. **EL PAGO EXTEMPORÁNEO DE LA PRIMA DE SEGURO** NO REHUIDO INMEDIATAMENTE POR LA ASEGURADORA, CONSTITUYE UN CONVENIO NULO, EN TÉRMINOS DE LO PREVISTO EN EL ARTÍCULO 41 DE LA LEY RELATIVA.

Hechos: Dos Tribunales Colegiados del mismo Circuito, pero de distinta especialidad, llegaron a conclusiones distintas sobre las consecuencias que se producen cuando un contratante paga la prima de su seguro fuera del plazo previsto en el artículo 40, párrafo primero, de la Ley sobre el Contrato de Seguro y la aseguradora no rehúye, inmediatamente, ese pago. **Criterio jurídico**: La Primera Sala resolvió que el pago de la prima de seguro **fuera del plazo genérico de 30 días naturales, aun cuando la aseguradora no rehúye, inmediatamente, esa exhibición, constituye un convenio nulo** en términos del artículo 41 de la Ley sobre el Contrato de Seguro.

Justificación: El artículo 40, párrafo primero, de la Ley sobre el Contrato de Seguro, tanto en la redacción publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 6 de enero de 1966, como en la del 4 de abril de 2013**, establece el plazo genérico de 30 días naturales para que el contratante realice el pago de la prima o de la fracción correspondiente, en caso de pago en parcialidades, precisando que de no llevarse a cabo, los efectos del contrato cesarán automáticamente a las 12 horas del último día del plazo;** mientras que el artículo 41 de ese ordenamiento dispone que será nulo cualquier convenio que pretenda privar de sus efectos a las disposiciones del artículo 40, párrafo primero. Bajo estas premisas, de la interpretación sistemática de ambos preceptos se desprende que el pago extemporáneo de la prima o de alguna de sus parcialidades implica que, indefectiblemente, ha ocurrido la cesación de efectos del contrato y que esto es una condición invariable de la omisión del pago dentro del plazo previsto para ello; por lo tanto, **admitir que la eventual aceptación del pago extemporáneo revoca la cesación de efectos del contrato**, constituye un convenio que pretende privar de sus efectos a lo que impone el artículo 40, párrafo primero, y, en consecuencia, resulta un convenio nulo de conformidad con el 41".

¿Qué alcance tiene esta jurisprudencia?

¿Cuáles son sus efectos para el sector asegurador?

La tesis de jurisprudencia que fue aprobada por la primera sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en el primer párrafo del artículo 217 de la Ley de Amparo, Reglamentaria de los Artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala lo siguiente:

"Artículo 217. La jurisprudencia que establezca la Suprema Corte de Justicia de la Nación será obligatoria para todas las autoridades jurisdiccionales de la Federación y de las entidades federativas, con excepción de la propia Suprema Corte".

En ese sentido, la repercusión directa para las instituciones será atender aquellos juicios que sean entablados por los asegurados en su contra en cualquier tribunal del país relativos al cumplimiento del contrato de seguro, en virtud de que la aseguradora recibió el pago de la prima aun después de haber transcurrido el periodo de gracia a que se hace referencia en el artículo 40 de la Ley sobre el Contrato de Seguro.

En ese caso, la institución de seguros podrá hacer valer como defensa esta tesis de jurisprudencia, en la cual se establece con toda claridad que cualquier pacto o convenio que haya pretendido darle continuidad a un contrato de seguro que cesó en sus efectos por falta de pago, y que por lo tanto es nulo, únicamente dará derecho al asegurado a la devolución del indebido pago de la prima.

Un segundo efecto que se debe analizar es si esta jurisprudencia afecta también a las modalidades de rehabilitación que usualmente las instituciones de seguros realizan y que tienen pactadas en las condiciones generales del contrato, para el caso de cancelación de la póliza por falta de pago.

En ese sentido, la cláusula de rehabilitación es un acuerdo de voluntades que consiste en que, si por algún motivo el asegurado deja de pagar su póliza dentro del plazo señalado en ésta y dicha póliza se cancela, el asegurado podrá solicitar a la institución su rehabilitación. Dicha solicitud queda sujeta a un proceso de validación por parte de la aseguradora, que determinará si rehabilita o no con base en las normas y principios de selección o suscripción que la rijan.

En nuestra consideración, este acuerdo de rehabilitación sí podría entrar en el criterio de la jurisprudencia, al señalar ésta que, de "admitir la eventual aceptación del pago extemporáneo revoca la cesación de efectos del contrato, constituye un convenio que pretende privar de sus efectos a lo que impone el artículo 40, párrafo primero y, en consecuencia, resulta un convenio nulo de conformidad con el 41, ambos preceptos de la Ley sobre el contrato de seguro."

No obstante lo anterior, aun cuando se sitúen los convenios de rehabilitación dentro del criterio de jurisprudencia, para que esto proceda se requerirá una declaración de nulidad emitida por un juez. En caso contrario, dichos convenios de rehabilitación seguirán surtiendo sus efectos jurídicos de manera normal.

Como puede observarse, hasta ahora sólo se ha señalado la obligatoriedad de la demanda o proceso legal ante un tribunal, ya que la jurisprudencia sólo obliga en este caso a la autoridad que conoce del proceso jurídico a aplicar el criterio, y no de manera directa a los particulares (asegurados y aseguradoras). Por ello, es recomendable de manera preventiva que las instituciones de seguros realicen actividades que den garantías y certeza jurídica al asegurado y, en caso de un litigio, no se vean afectados los derechos pactados en el contrato de seguro.

¿Qué deben implementar las instituciones de seguros?

De acuerdo con la jurisprudencia citada, el convenio mediante el cual se pretenda admitir que la eventual aceptación del pago extemporáneo revoca la cesación de efectos del contrato es nulo, de conformidad con el artículo 41 de la Ley sobre el Contrato de Seguro, lo cual en un primer momento puede parecer un criterio en favor de las instituciones de seguros. Sin embargo, en nuestra opinión, esto puede resolverse de la siguiente forma:

Con la finalidad de dar certidumbre a los usuarios, se sugiere a las instituciones de seguros que decidan continuar otorgando el derecho de rehabilitar una póliza cancelada por falta de pago, sin que ello afecte a los derechos y obligaciones estipulados en el contrato, que entreguen una **nueva póliza, y por medio de un endoso derivado de ella se reconozcan los derechos adquiridos** de la póliza cancelada u original.

Se entiende desde luego que dicho cambio, implicará también registrar estos nuevos contratos "con la modificación en la cláusula de rehabilitación" ajustada a esta realidad jurídica y someterlos a consideración de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, la cual, por cierto, se pronunciará en beneficio de los derechos de las partes.

CAPA, Soluciones Jurídicas, S. C.

Ciudad de México, septiembre de 2021.

AMASFAC

AMASFAC ASESORES
Creamos Valor

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

MÉXICO 2021
COPAPROSE
AMASFAC Creamos Valor
XXI CONGRESO INTERNACIONAL
CONSTRUYENDO UN MUNDO NUEVO DE OPORTUNIDADES

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

#DesarrolloHumano

REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen
www.carlos-molinar.com

La responsabilidad del privilegio

Hace tiempo leí esta frase: "Los billonarios no deberían existir". Se argumentaba que el cerebro humano no estaba diseñado para comprender los grandes números, y daban el siguiente ejemplo: un millón de segundos significa once días; un billón de segundos significa 32 años.

Cuando hay algo en exceso, se vuelve incomprensible.

No estoy en contra de la riqueza. Me encanta la buena vida y disfruto vivir bien. Para ello he trabajado arduamente desde los 17 años, para ayudar a mi padre a pagar mis estudios.

Soy partidario de la meritocracia, y tajantemente contrario al comunismo o socialismo. Pienso que el esfuerzo, la preparación, el talento y la dedicación deben verse reflejados en el ingreso de una persona, en comparación con otra que no cubra eso aunque realice la misma actividad.

Por supuesto que siempre habrá gente mezquina y que es capaz de lo que sea, hasta de pasar por encima de los demás o de hacer daño irreversible al planeta, con tal de acumular riqueza.

Sin embargo, revisando algunas historias de personas que han logrado las mayores fortunas del mundo, sin que provengan de herencias, algunos de pronto dan un giro de timón, y pareciera que algo los hace reaccionar y donan partes importantes de su fortuna a obras de caridad.

Por ejemplo, Chuck Feeney ("El millonario que donó toda su fortuna").

El absurdo de la acumulación insana (aunque creen fundaciones de beneficencia) en ocasiones obedece a una mera planeación fiscal.

Me pregunto: ¿qué habrá pasado por su cabeza para que dieran ese giro positivo en su vida?

Quizá se dieron cuenta de que no tenía sentido seguir acumulando; o quizá percibieron que son una parte importante del terrible problema de desigualdad e inequidad que existe en el mundo.

Pero hay otra vertiente en la cual, además de esos personajes, participamos todos, y es la del ejemplo.

Quizá no sean conscientes de que se vuelven íconos y por ende ejemplos a seguir por la mayoría de las personas, representando una influencia negativa para mucha gente.

En esa vertiente, todos somos responsables por la equivocada asunción que ha hecho la sociedad de que ser billonario es sinónimo de éxito.

Yo no tengo nada en contra de que una persona se haga rica. Sin embargo, para mí esa meta de volverse billonario es un espejismo, porque seguramente, cuando se alcanza ese objetivo, se sienta un gran vacío, porque dudo que eso los pueda alimentar interiormente, y quizá por ello dan un giro a su vida buscando llenar ese vacío con obras de caridad.

Me encantaría preguntarles a estos megarricos: "¿Has cuidado no hacerle daño al planeta o a las demás personas? ¿Les has pagado adecuadamente a tus trabajadores? ¿Los has motivado a convertirse en empresarios justos, o más bien has practicado la ley del embudo para buscar acumular mayor riqueza? ¿Te duele ver la pobreza y el hambre que hay a tu alrededor? ¿Realmente te hace feliz generar más y más dinero?".

¡Cómo es posible que su prioridad siga siendo acumular riqueza, en lugar de trabajar para lograr un mundo más equitativo y menos cruel?

Pareciera que muchos están cortados con la misma tijera.

Pagan a sus trabajadores lo suficiente para que no se los robe la competencia, pero no van más allá.

He observado en algunos de estos hombres de industria que no inculcan al personal que trabaja para ellos el espíritu de empresarios y formadores, impidiendo con ello la formación de un círculo virtuoso. Pareciera que les molesta que sus trabajadores emprendan y tengan deseos de mejorar, pues ven en ello una amenaza.

Los ven como parte de su patrimonio; y, cuando dejan de trabajar para ellos, automáticamente los ven como adversarios.

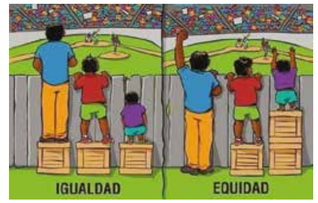
Es aún peor cuando los más privilegiados utilizan su posición de poder para no permitir el desarrollo de aquellos que menos tienen y a quienes por azares del destino les tocó nacer sin privilegios.

¿Por qué no tener más empatía y solidaridad con la gente que trabaja para nosotros?

Y un ejemplo claro de que todos somos responsables es este dato: para erradicar la hambruna en el mundo, se requerirían 280 000 millones de dólares anuales, pero el mundo gasta más del doble de esa cifra en dietas; así que mientras una mitad de la humanidad pasa dificultades para alimentarse, la otra gasta cantidades absurdas para bajar de peso.

La sociedad sobrevalora lo material, y más de 50 por ciento de la riqueza está concentrada en menos de 1 por ciento de la población.

¿Cómo lograr un cambio? No pienso que el ejemplo deba venir de esa gente. ¿Por qué no iniciar desde la clase media dando un mejor ejemplo con nuestros trabajadores? ¿Por qué enfocarnos en lo que aún no poseemos, en vez de vivir agradecidos y demostrar nuestra gratitud por haber sido tan privilegiados?



Los que hemos tenido un techo y de niños no tuvimos que preocuparnos por nuestra próxima comida; aquellos que crecimos en el seno de una familia que nos arropó con cariño y que tuvimos la oportunidad de estudiar somos, en definitiva, grandes privilegiados. Les recomiendo ver un video titulado La carrera del privilegio:

https://youtu.be/a1-9daauBec

Tenemos que ser conscientes de que somos ejemplo para otros. No basta con emprender y tratar bien a nuestra gente; es necesario darles un buen ejemplo.

Esto del ejemplo no sólo es válido para los empresarios, aunque siempre somos referentes para otra gente.

Otros personajes que sin duda dan un pésimo ejemplo son los políticos, que se coluden con gente de la iniciativa privada (generalmente con los ricos que los buscan para aliarse y aprovecharse de su paso por el poder) en detrimento del país y de sus representados.

Por eso admiro a los políticos que tienen otro corte y no se sirven de su posición para delinquir, como es el caso de Angela Merkel, de Alemania, a quien dediqué un artículo que titulé como la apodan cariñosamente muchos de sus conciudadanos: Mutti.

La verdad es que esa desigualdad duele, y mucho. Una amiga me dijo que jamás se lograría abatir la "desigualdad", pero que debemos aspirar a combatir la "inequidad natural". No la que deriva de la diferencia en esfuerzo, talento, conocimiento y dedicación, sino la que se da por la simple suerte de haber nacido en una situación privilegiada o en la más desventajosa que podamos imaginarnos.

Tenemos que ser conscientes de que el mundo requiere mayor empatía, solidaridad y caridad humana, y sobre todo reconocer que, independientemente del esfuerzo que hayamos realizado en nuestra vida, hemos sido grandes privilegiados; y que a mayor privilegio mayor responsabilidad.

No dejemos la responsabilidad de iniciar el cambio, tan necesario, a los billonarios ni a los políticos, porque eso, estoy seguro, no va a suceder.

SAO INSURTECH SOLUTIONS

Soluciones tecnológicas para el sector asegurador

Conoce:

AutoHELP

La plataforma móvil nativa que nace con el objetivo de atender al asegurado de auto en caso de un siniestro, mediante un botón de pánico el usuario puede reportar la ubicación gps, notificar a un familiar, a su broker y si la aseguradora lo permite, consumir su servicio de reporte de siniestro sin necesidad de llamar a cabina.

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

You know what, We know how

#Seguros

Primaje del sector asegurador mexicano asciende a 335,718 millones de pesos a junio de 2021

La Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) reveló que al 30 de junio de 2021, y debido a que en este periodo se renovó el programa de Pemex, las primas directas de la industria de seguros ascendieron a 335,718 millones de pesos. En el mismo periodo, por concepto de siniestros directos, el sector pagó 194,600 millones de pesos, cifra 19.1 por ciento superior, en términos reales, a la del mismo lapso de 2020.

Pero, si bien es cierto que el monto de las primas representa un crecimiento de 6.4 por ciento en términos reales con respecto al mismo periodo del año anterior, al conciliarse el primaje pagado por la paraestatal ese crecimiento baja a 2.8 por ciento, y la conciliación que se realiza por la póliza multianual de Pemex afecta de manera especial al ramo Daños sin Autos, que muestra un crecimiento de 16.2 por ciento sin ella, lo que se traduce en un decrecimiento de 2.7 por ciento en el periodo reportado.

En la videoconferencia llevada a cabo por el organismo cúpula de la industria aseguradora mexicana, su directora general, Norma Alicia Rosas Rodríguez, expresó que los indicadores mencionados señalan que el sector está recuperándose.

Comportamiento de las primas

Rosas Rodríguez indicó que en el crecimiento general registrado se hizo sentir el de 73.1 por ciento en términos reales de Pensiones, ramo que subió a 22,763 millones de pesos al primer semestre de 2021 desde los 12,419 millones que representó en el mismo periodo de 2020, lo cual, explicó la funcionaria, obedece a que tanto el IMSS como el Issste reactivaron el otorgamiento de pensiones a los trabajadores.

Crecimiento real, de 6.4 %, baja a 2.8 % al conciliarse la póliza multianual de Pemex, renovada este año

El ramo Daños sin Autos registró primas del orden de los 69,015 millones de pesos en el primer semestre de este año, 16.2 por ciento más que en el mismo periodo del año anterior, si bien al conciliarse las primas de Pemex el indicador se desploma y termina en un decrecimiento de 2.7 por ciento, como se ha explicado.

Accidentes y Enfermedades es un ramo que creció 3.9 por ciento en términos reales, al pasar de 51,357 millones de pesos a 56,485 millones en el primer semestre de 2021. En este punto cabe señalar que Gastos Médicos aportó 53,545 millones, puesto que creció 2.4 por ciento; y que, si bien Salud creció 18.2 por ciento, su primaje solo pasó de 1,190 millones de pesos a 1,489 millones.

En cuanto a la operación de Vida, la directora general de AMIS apuntó que el incremento en términos nominales fue de 6 por ciento, un nivel de primas que se mantuvo muy similar al del primer semestre del año pasado pero cuyo avance en términos reales fue de solo 0.1 por ciento.

Vida, GMM y siniestros en ambos ramos

Rosas Rodríguez habló asimismo de lo que la industria aseguradora registró por concepto de siniestros directos al 30 de junio de 2021, en comparación con la misma fecha de 2020. Precisó que la cifra total se situó en 194, 600 millones de pesos, una cantidad aumentada en 40,268 millones de un lapso a otro, lo que representa un crecimiento de 19.1 por ciento en términos reales.

La actuaria hizo hincapié en que por seguros de Vida el sector pagó 33.1 por ciento más en términos reales de un periodo a otro, totalizando en 98,438 millones de pesos; en tanto que por Accidentes y Enfermedades, cuyo incremento fue de 25.2 por ciento, la industria indemnizó un total de 40,585 millones de pesos. Las cifras y los porcentajes reflejan el efecto que la pandemia ha tenido en esta clase de coberturas.

AMASFAC

GALERÍA DE BENEFICIOS AMASFAC

39 Secciones para apoyar tus actividades en todo el país

Convenios y alianzas con los proveedores de mayor prestigio

Formamos parte de las redes de intermediarios de seguros y fianzas más importantes a nivel mundial

Servicio de Telemedicina

Tarjeta de presentación digital

Plataforma Berrysafe para ampliar tu red de prospectos

AMASFAC
ASESORES
Creamos Valor

Somos la única Asociación que representa y defiende los intereses de los Agentes de Seguros y Fianzas...

de TODOS los Agentes de Seguros y Fianzas

unete@amasfac.org

Mantenemos al día tus trámites con la CNSF

Más de 200 colegas colaboran para dignificar y desarrollar la profesión de agente de seguros y fianzas

Servicios Funerarios

Principales medios informativos del sector

Dictamen de reclamaciones GMM SIN COSTO

Conjuntamos lo mejor de nuestros talentos y líderes para apoyar la formación y desarrollo de nuestros asociados

Descuentos y mejores condiciones en póliza de RC GMX y HDI

Equipo CDN dedicado 100% a brindarte nuestros servicios

www.amasfac.org AMASFAC amasfac 55 8159 0728

#Agentes #Seguros

Transformarse e innovar sin perder la esencia, el reto de los directores del sector seguros

César Rojas
@pea_crojas

Entrevista con Juan Ignacio González, director general de HDI Seguros

En una de las pocas entrevistas que hoy se pueden realizar de manera presencial, nos reunimos con Juan Ignacio González, director general de HDI Seguros, en sus oficinas corporativas de Paseo de los Insurgentes, en León, Guanajuato. Hablamos de la experiencia durante la pandemia, las iniciativas en materia de productos, las insurtech y sobre su perspectiva respecto a los cambios que se han generado en la industria en general y en su compañía en particular.

César Rojas (CR): ¿Cómo ha sido la evolución de la forma de trabajo en estos 18 meses?

Juan Ignacio González (JIG): Durante la pandemia, uno de los puntos importantes era mantener a la gente activa, por lo cual estuvimos trabajando con el enfoque inicial de cuidado a la salud de los colaboradores. Pero un punto importante también era mantener el negocio en marcha y cumplir promesas a agentes y asegurados.

Afortunadamente, las cosas salieron muy bien, dadas las condiciones, trabajando en casa primero y después comenzando a combinar esa modalidad con la presencial, lo que hoy se conoce como *figital*.

Juan Ignacio González

CR: ¿Qué proyectos pudieron continuar o iniciar bajo estas circunstancias?

JIG: Hemos sacado varias cosas, como la incursión en el negocio de tractos, del cual nos habíamos mantenido lejos. Teníamos claro que este segmento necesita competencia, que es saludable, por lo cual 18 meses antes de la pandemia ya estábamos trabajando, y pudimos echarlo a andar. Vamos bien: hemos crecido 144 por ciento del año pasado a éste.

La solución está basada en prevención y en coberturas adicionales para complementar, con un equipo especializado en tracto, y eso lo terminamos de implementar durante la pandemia.

Algo de lo más relevante es que trabajamos en HDI iDriving, que es la primera póliza para individuales con telemática que conecta un dispositivo no invasivo colocado en el auto, en el parabrisas, a una aplicación primero y a la compañía después.

Lo que vimos es que en esta póliza había un enfoque de generar ahorros, lo cual está bien. Pero, si lo ves con el potencial (sobre todo tecnológico) que tiene, se pueden hacer más cosas, agregar valor y tener un producto superior.

Partimos de la póliza tradicional de cobertura amplia, y queremos hacer un siguiente nivel, que no solo tenga el enfoque de cobertura, sino que también tenga prevención, reducir los índices de choque, sobre todo en beneficio del cliente, porque creemos que ninguno de nuestros asegurados quiere chocar. Esto lo hacemos creando conciencia.

En primer lugar, te da un score de manejo tomando en cuenta elementos como aceleración, frenado, curva, distracción en el celular… Y damos un premio desde cierto score, que son puntos que vas a poder intercambiar. Y todo va en el sentido de mejorar la conciencia y el hábito de manejo. Así te mide por cada uno de los viajes, diciéndote cómo lo vas haciendo. Estamos hablando de prevención; y esperamos, claro, que la frecuencia baje, pero sobre todo deseamos cambiar el hábito.

Como segundo punto, queremos tener una póliza proactiva, que con este sensor te identifica el nivel de vibración y sensibilidad del carro, incluso si cierra una puerta, pero lo clasificamos en tres niveles: el nivel uno es pasar rápido por ejemplo por un bache o tope; el segundo es más fuerte; y el tercero ya es con impactos más severos.

En el nivel uno, la app te manda un mensaje, para que en caso de choque puedas dar clic y comunicarte con el call center sin tener que estar buscando la póliza en la guantera. En el nivel dos, nosotros le hablamos al asegurado y preguntamos cómo está y si necesita algo. Ya en el nivel tres, que puede significar una volcadura o algo más serio, marcamos; pero, si no hay respuesta, de todos modos mandamos a un ajustador.

Todo esto lo estamos haciendo con Cambridge Mobile Telematics, una de las empresas más importantes, con base en Boston, que trabaja en casi 30 países y en Estados Unidos con empresas como State Farm, All Star y Geico, por ejemplo. Para nosotros, ésta es una de las apuestas más importantes.

CR: Además de esto, ¿se está haciendo algo para los agentes?

JIG: Desde luego. En términos de servicio para los agentes sacamos Smart Office, que pueden descargar en el celular, y lo que haces es gestionar tu portafolios, ventas, renovaciones y todo el seguimiento a la mano.

También, para siniestros, vamos a lanzar un tema de ajuste digital, pues ya se está usando mucho a partir de la pandemia. Del 5 por ciento de uso se subió a casi el 15 por ciento. Si no existen terceros afectados o alguna situación más seria de deslinde de responsabilidad, se puede hacer. Esto evita el traslado del ajustador, pues con la web app, y por medio de fotografías, en cinco minutos puedes irte a tu casa, y en dos horas mandamos la valuación del siniestro.

CR: ¿El foco de atención es entonces la digitalización? ¿Es ésa la apuesta?

JIG: Estamos trabajando en digitalización, y nuestra apuesta en la pandemia es seguir trabajando fuerte ahí. Sí es importante que en nuestra cultura de seguros en México, que sigue siendo baja, se dé seguridad y confianza por medio del asesor de seguros; y creemos que esto seguirá siendo fundamental, pero la tecnología nos puede ayudar a facilitar la vida tanto del agente como del asegurado. La tecnología sirve para mejorar la experiencia de servicio, pero sin perder el toque humano.

Nuestra idea es ser una empresa humana, digital e innovadora. El factor humano es sin duda una de nuestras fortalezas, y es algo que extrañamos mucho. Ha sido lo más complicado de esta situación. Por eso hay que pensar en soluciones, pero reflexionando para qué estamos y sobre nuestra esencia.

Somos una compañía que históricamente ha trabajado con datos. Así es el negocio asegurador. La idea es transformarlos para volverlos digitales en función de las personas. Y la innovación es un tema que los equipos se han tomado muy en serio. Ve uno iniciativas en todas las áreas, porque éste es un tema cultural.

CR: ¿Cómo es la aproximación de HDI a la innovación?

JIG: Tenemos todo tipo de iniciativas de transformación, desde la más sencilla hasta la más compleja. Nosotros tenemos la metodología Kaisen, que es ágil, y las personas dueñas de un proceso proponen mejoras, se las plantean al equipo Kaisen, se hace un plan de trabajo en una semana, y en otras dos semanas ya está implementado. Eso mejora su proceso y los empodera. Además, los hace autosuficientes.

La mayor parte de las soluciones no son grandes; son pequeños cambios que van impulsando la transformación. Tenemos, claro, los grandes proyectos, que tienen que ver con lo que estamos buscando, por ejemplo en Tracto. El paso de arrancar eso implicó buscar soluciones y proveedores.

En Individual comenzamos a trabajar también contratando una compañía que nos ayudó a identificar las coberturas que se valoran más y que la gente sí pagaría. De ahí pudimos determinar las tres o cuatro que se pueden conjuntar. Pero todo parte de la coordinación estratégica, el saber para dónde quieres crecer.

Así que buscamos el tema de la telemática. En algún momento creamos una solución de pago por kilómetro. Claro que tiene todavía sus inconvenientes, aún no son tan amigables, pero van a mejorar, sin duda. Estuvimos buscando hasta que encontramos una solución que no fuera invasiva. Esto va en el camino de la póliza digital.

Algunas cosas las soñamos y no las encontramos, pero otras van surgiendo; y tiene que ver más con el tema de los equipos, que internamente se hable de manera constante y ejecutando iniciativas para fomentar esa cultura de innovación.

Y hay que aceptar cuando algo no jala, aprender de lo que pasó y superarlo, para poder avanzar. Tampoco hay que tenerle miedo al cambio; tenemos incluso sesiones donde hablamos de nuestros fracasos, porque a todos nos pasa y es parte de incentivar el cambio.

CR: ¿Es una práctica global de HDI?

JIG: Sí, tenemos el Best Practice Lab. De las diferentes áreas, de los diferentes países, se juntan y todos presentan sus mejores prácticas. Es opcional, que cada quien pueda tomar lo que le gusta de otro país. No es obligatorio, porque las decisiones se toman de manera descentralizada. Por eso no hay expatriados en los países donde opera la empresa. No se trata de imponer iniciativas globales; pero, aprovechando el conocimiento, vemos qué podría servir y a partir de ahí hay un seguimiento.

La tecnología da muchas opciones si no perdemos de vista al cliente

Eso existe en todas las áreas y nos ayuda a generar presión para llegar a presentar algo, después a aprender e inspirarte de otros, y a no inventar el hilo negro si ya alguien más lo hizo. Por ejemplo, HDI en Polonia está inmerso en un ambiente fuerte de transformación digital. Se está volviendo un hub, porque inclusive hay un secretario de Transformación Digital como parte del gabinete. Eso te dice qué tan en serio lo están tomando. De ahí surgen grandes ideas.

CR: ¿Cómo juegan las insurtech en esta dinámica?

JIG: Todavía falta un proceso de evolución de las compañías, sobre todo donde debemos estar más preparados para trabajar en ecosistemas. Desde plataformas tecnológicas hechas y preparadas para ecosistemas digitales, e ir incorporándolos. Porque la velocidad es tal que solos no se va a poder; así que hay que estar preparados para que las insurtech y las fintech puedan trabajar ágilmente con las aseguradoras.

Debemos aceptar que, si no hacemos eso, el cambio nos va a rebasar, y por eso debemos tener plataformas más líquidas y capacidad de adaptación; y no casarte con tus cosas sin explorar qué hay fuera. Todavía falta. Se están generando muchas insurtech, pero vamos por buen camino y veo cosas interesantes.

Por poner un ejemplo, para desarrollar una de las iniciativas en las que estamos trabajando se tienen 11 componentes, de los cuales nueve están en el mercado y dos estamos desarrollando internamente. No necesitas saber todo, porque mucho ya está fuera y es cosa de integrarlo, lo que toma menos de un mes. Desde luego, hay que tener claro qué quieres.

CR: ¿Cómo cambiar en un entorno retador como el que se espera?

JIG: Somos un sector al que le va bien en situaciones adversas. En 2020, las condiciones de haber decrecido poco como industria o la buena rentabilidad a pesar de la pandemia son un ejemplo. Pero también tenemos la capacidad de reinventarnos, y yo estoy viendo empresas y brokers muy activos en innovación.

Tenemos bases estadísticas, en elementos muy probados que tampoco podemos reinventar, pero alrededor de eso se puede hacer mucho, ya sea en productos, servicios, pricing o personalización de los productos, que es lo que vamos a ver mucho en los próximos años.

Va a llevar su proceso y sus resbalones, pero es una condición que se va a dar.

La parte más difícil, el primer encierro total, la incertidumbre, la caída de las bolsas, creo que eso ya pasó y tenemos más claridad de lo que puede pasar, más certidumbre por la vacuna, y eso lo estamos viendo.

El año pasado decrecimos 9 por ciento por la caída de la venta de autos nuevos, pero ahora estamos en el primer semestre creciendo alrededor de 11 por ciento. Estamos viendo recuperación, pero la pregunta es qué tan rápido se va a dar, y creo que a final de cuentas seguiremos mejorando como sector. Así que yo veo una gran oportunidad, porque la tecnología da muchas opciones si no perdemos de vista al cliente. Yo soy muy optimista con lo que estoy viendo en el sector.

CR: ¿Qué factores de liderazgo consideras fundamentales para dirigir una compañía como HDI?

JIG: Yo me baso en tres principios fundamentales. Primero, formarte metas muy retadoras que realmente te muevan; segundo, que seamos muy profesionales en lo que hacemos porque de ello dependen nuestros clientes; y, finalmente, divertirnos, porque nada está peleado con pasarla bien. Se trata de formar una historia de éxito de la cual todos estemos orgullosos.

CR: ¿Qué crees que vaya a cambiar y qué va a egresar tras la pandemia?

JIG: Hay cosas que se mantienen. El negocio de seguros es de confianza, porque nuestros clientes están poniendo su patrimonio en nuestras manos. Por eso, el asesor de seguros siempre va a ser importante. El canal que menos decreció en contingencia fue el de los agentes, porque tuvieron la sensibilidad de poder contactar a su cliente desde la parte humana, por el vínculo.

Todo el uso de herramientas digitales cambió, se tuvo que aceptar; y, como aseguradoras, es una oportunidad para mantener más cercanía. Ya vimos que trabajar vía remota tiene pros y contras. Comenzamos a ver qué funciona a distancia y qué no. Solo en materia de iniciativas dentro de la empresa hubo un decrecimiento en 2020, lo que te indica que para procesos de creatividad es muy difícil hacerlo vía remota. Cosas más rutinarias se pueden hacer desde cualquier lugar.

Con los agentes lo que vimos es que mantener la producción actual se puede, pero la venta nueva es menos fácil porque falta el elemento de confianza. Esa parte también la aprendimos.

Algunas cosas son tabú, algunas son moda, y otras son totalmente contundentes. Las cosas no van a ser iguales, pero también se va a mantener lo esencial, la confianza, la integración, la generación de identidad y el estar para el cliente. Se trata de buscar un balance. Nosotros estamos definiendo en qué grado de hibridez vamos a funcionar, porque lo que está claro es que éste es un negocio de personas.

¿Vale la pena estudiar en internet?
¿Puede eso ayudarte a aprobar tu examen?
Todo lo que necesitas saber

¿Estás buscando pasar tu examen de cédula? En SoyAgenteActualizado.com estamos listos para ayudarte a aprender todo acerca de las cédulas A, B, C, F y Sistema y mercados financieros.

Es un sitio sencillo, fácil de usar y accesible para cualquier persona que tenga a la mano un dispositivo electrónico; además, cuenta con simuladores que hacen que tu preparación sea lo más parecida a la experiencia real de evaluación.

Hace unos meses cambiamos la forma de leer los manuales: ahora podrás encontrarlos separados por módulos para facilitar la retención de la información que leas.

¿Qué tipo de material puedo encontrar?

- Manuales de autocapacitación, en PDF listo para imprimir o para escuchar en tu dispositivo.
- Simuladores de examen.
- Los mejores tips para exentar.
- Un manual exclusivo de administración de riesgos.
- Botón directo para iniciar tu trámite de cédula.
- Botón directo al CEI.
- Botón para contactar a un experto en caso de necesitar asesoría personal.

Próximamente tendremos webinars preparados por nuestros expertos, quienes te ayudarán a entender mejor los temas de tu interés. No dejes de visitar este sitio.

¡Estamos preparando más sorpresas para ti!

Nos encanta innovar y que cada vez que nos visites encuentres algo nuevo que ayude a tu crecimiento en el sector. Y, si ya te ayudamos, compártenos tu testimonio de éxito: informacion@capacitacionespecializada.com

No olvides que por solo 1,850 pesos puedes obtener todos estos beneficios; y, si prefieres la versión gratuita, puedes usar el sitio como consulta. ¿No te has registrado? **¡Hazlo hoy!** En menos de tres minutos podrás ver este mundo de información.

Te veo en: ***SoyAgenteActualizado.com***

Fernanda Salazar
Gerente comercial
Capacitación Especializada

SOY AGENTE ACTUALIZADO
una marca de GE

AFIRME Seguros | Estamos aquí.

SEGURO DE AUTO AFIRME.

El seguro que además te brinda la cobertura de **COVID-19**.*

Contrátalo hoy mismo

con tu **Agente de Seguros** o en tu **Sucursal Afirme**.

afirmeseguros.com

* Aplican restricciones. Para más detalle de coberturas, beneficios, exclusiones, requisitos y políticas de contratación de este producto, consulta o descarga las condiciones generales en www.afirmeseguros.com.