



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  
Sotero | Audatex




# El Asegurador<sup>®</sup>

Publicación Quincenal

---

Fundador: Genuario Rojas M.    Director General: César Rojas R.    ISSN-1561-2392    Número 888    Año XXXVII    Ciudad de México, 15 de octubre de 2021

*Así lo apunta Norma Alicia Rosas Rodríguez, directora general de la AMIS*

---

*La COVID-19 obliga a la industria a evolucionar bajo otra perspectiva*



## Pandemia implanta en el sector una revolución operativa y comercial total

Norma Alicia Rosas Rodríguez

pág. 15

**SECCIONES**

|                        |    |
|------------------------|----|
| EDITORIAL              | 2  |
| A PROFUNDIDAD          | 2  |
| Mundo El Asegurador    | 1  |
| EL PLACER DE DISSENTIR | 13 |
| MÁS VALE PREVENIR      | 16 |
| TE LO ASEGURO          | 17 |
| AMASFAC                | 18 |
| REFLEXIONES            | 19 |

www.  
elasegurador.com.mx



Juan Ignacio González Gómez

Uso de datos quirúrgico, base para llevar al ramo Autos al siguiente nivel

pág. 15

**COLUMNISTAS**



Si tienes un sueño pendiente...  
Genuario Rojas  
pág. 8



“Agüita aflojaculpas”  
Mariana Hernández  
pág. 11



Crucial, restaurar el papel del seguro en la sociedad

pág. 4

IMAGEN: Gobierno CDMX

#Ahorro #Retiro



## A PROFUNDIDAD

### Alertan sobre el daño irreparable causado por retirar fondos de las pensiones

Un estudio elaborado por la Asociación de Administradoras de Fondos de Pensiones de Chile (AAFP) alerta sobre las consecuencias que puede acarrear para los ahorradores de bajos ingresos hacer efectivo el cuarto retiro de su cuenta. El hecho de que las pensiones sean menores a las expectativas de los trabajadores, subraya el organismo, no justifica que éstos continúen extrayendo fondos de los ahorros previsionales para fines distintos a la jubilación, ya que se está haciendo un daño irreparable, principalmente a los empleados de puestos más modestos.

Según la asociación chilena, los cálculos muestran con nitidez que, de concretarse otro retiro, la reducción de las pensiones (debido a que se ha llevado a cabo esta operación cuatro veces de manera consecutiva) será más drástica para quienes registran menores ingresos mensuales y menor frecuencia de cotizaciones en su cuenta personal.

Desafortunadamente, agrega la asociación, la propensión a utilizar todos los recursos disponibles en el corto plazo es una conducta generalizada, pues casi siempre los gastos superan a los ingresos. Ésa es la razón por la cual los sistemas de pensiones son obligatorios, sea cual sea el diseño previsional (en Chile existe la capitalización en cuentas individuales o de reparto o transferencias intergeneracionales).

Para los trabajadores que tienen sueldos cercanos al tope imponible, el daño causado por los retiros es menos importante, más no insignificante, para su futura pensión. Estos ahorradores también pueden recuperar más rápidamente los fondos que hayan derivado a otros usos, porque la capitalización o ganancia de intereses sobre intereses favorece a quienes tienen mayor cantidad de fondos, en términos absolutos, señala el estudio.

La preocupación del instituto emisor del estudio gira en torno al efecto inflacionario de la mayor liquidez volcada a la economía por los retiros mencionados.

Si desea conocer A Profundidad este estudio, por favor teclee [www.anuarioseguros.lat](http://www.anuarioseguros.lat) y busque la información en la categoría *Informes*.

# EDITORIAL

#Editorial

## DE LA PESADILLA A LA REVOLUCIÓN DEL SEGURO

En la vida surgen oportunidades disfrazadas de tragedia, es decir, que se comportan como tales y que, ante nuestra primera mirada, parecen momentos de confusión y dolor. Todo un callejón sin salida.

En el último mes de 2019 surgió esa pesadilla llamada COVID-19, que con el paso de los meses se convirtió en un revulsivo para la transformación y para la oportunidad. A raíz de esta contingencia empezamos a pensar que sin la salud del mundo es difícil que un proyecto personal o empresarial sea factible.

De forma paralela a esta pesadilla, las organizaciones del orbe hacían esfuerzos por entender e incorporar a su tradicional forma de trabajo los adelantos que en el terreno de la tecnología surgían en cascada.

Todo lo que oliera a innovación, transformación y digitalización acaparaba el interés de una industria como la del seguro, dispuesta a someterse a un cambio lento pero constante que la llevaría de lo tradicional a lo disruptivo.

Así como “no todo lo que brilla es oro”, no todos los episodios adversos de la humanidad incluyen un final trágico. Si bien la COVID-19 se ha cobrado millones de vidas, ha mermado la salud de muchas personas y obligó a cerrar cientos de establecimientos, lo cierto es que quienes lograron sobrevivir a la tempestad encontraron en estos meses de entrenamiento acelerado la dosis necesaria de resiliencia, de rápida adaptación y de reflexión profunda sobre los elementos adecuados para escribir una nueva historia en una sociedad transformada.

Sin querer, la naturaleza fue la encargada de apresurar el cambio, primero de mentalidad y luego tecnológico. Hoy las empresas tienen mucho más claro que la tecnología no es un fin sino un medio y que éste debe utilizarse para servir a la humanidad. Humanos y tecnología deben trabajar armónicamente en la construcción de un futuro mejor.

En materia de seguros, gracias a esa revolución, el sector continuará evolucionando bajo otra perspectiva del futuro y, sobre todo, con una manera más planeada y organizada de actuar. La pandemia desató el despliegue de esfuerzos interesantes para lograr una estrategia más clara y simple de acercamiento con

el cliente; y en ello la analítica, la inteligencia artificial y toda la gama de plataformas tecnológicas existentes desempeñaron un papel determinante.

Muchos son los retos que la industria deberá librar al ir hacia adelante. Basta con darles una lectura analítica a estos datos: en México solo 10.6 millones de personas tienen un seguro de Vida individual, y eso habla de la falta de voluntad de la población para adquirir un seguro por cuenta propia; solo uno de cada tres vehículos está asegurado; únicamente 11.3 millones de personas poseen una cobertura de Gastos Médicos Mayores.

Y el panorama no es más alentador en los ramos restantes.

Toda esta numeralia revela la magnitud de la tarea que se deberá resolver, y no solo con tecnología ni solo con personas, sino con la combinación de ambos

elementos y ayudándonos con la revolución operativa que proporciona la primera y el cambio de mentalidad que deben asumir las segundas.

De manera que quien logre entender de raíz todas las implicaciones favorables y las ventajas y acicates que trajo consigo la pandemia, estará adoptando una visión futurista y sabrá con certeza lo que tiene que hacer para abrirse paso con éxito ante esta nueva era de oportunidades, bautizada como *nueva normalidad*.

Analizando el futuro desde la perspectiva que nos ha brindado este trago amargo llamado COVID-19, podemos ser optimistas y creer en que lo mejor está por venir. Es más que evidente que hay mucho por hacer a favor de la prevención y la seguridad de los que habitamos este planeta, y más aún cuando se calcula que para 2050 más de 30 por ciento de la población tendrá más de 65 años y dependerá de los familiares en activo.

A buen seguro, la COVID-19 no es la última pandemia que viviremos. Como ésta habrá otras catástrofes a las que deberán hacer frente la sociedad, los gobiernos y el sector seguros. Hagamos que esta experiencia tan traumática sirva para fincar las bases de la resiliencia y para allanar el camino hacia el protagonismo de una industria aseguradora que desea “ser garante de los riesgos de la humanidad”.

## 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](http://www.elasegurador.com.mx)

**FUNDADOR Y EDITOR RESPONSABLE**  
Genuario Rojas Mendoza  
[genuario@elasegurador.com.mx](mailto: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](mailto:crojas@elasegurador.com.mx)

**EDITOR EN JEFE**  
Luis Adrián Vázquez Moreno  
[lavazquez@elasegurador.com.mx](mailto:lavazquez@elasegurador.com.mx)

**REDACCIÓN**  
Marcos Medina Durán  
[mmedina@elasegurador.com.mx](mailto:mmedina@elasegurador.com.mx)  
Alma Gabriela Yáñez Villanueva  
[a.yanez@elasegurador.com.mx](mailto:a.yanez@elasegurador.com.mx)  
Daniel Valero Andrade  
[dvalero@elasegurador.com.mx](mailto:dvalero@elasegurador.com.mx)

**FOTOGRAFÍA**  
Reymundo Martínez Merino  
[rmartinez@elasegurador.com.mx](mailto:rmartinez@elasegurador.com.mx)

**DISEÑO**  
Claudia Araceli Rojas Rojas  
Mitzi S. Hernández Jiménez  
[produccion@elasegurador.com.mx](mailto:produccion@elasegurador.com.mx)

**PUBLICIDAD**  
Patricia Álvarez Rivera  
Xanath Sánchez Ceballos

**ADMINISTRACIÓN**  
Briza Islas Yáñez  
[administracion@elasegurador.com.mx](mailto:administracion@elasegurador.com.mx)

**SUSCRIPCIONES**  
Mayra Solís Tenorio  
[suscripciones@elasegurador.com.mx](mailto: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 Amanita, Alcaldía Azcapotzalco, C.P. 02700, Ciudad de México, México. Tel. 55 54451590.

Año XXXVII No. 888

Miembro activo de



Visítanos en: [WWW.ELASEGURADOR.COM.MX](http://WWW.ELASEGURADOR.COM.MX)



## HDI Tractos y Camiones Coberturas únicas en el segmento de equipo pesado

Desde siempre, HDI SEGUROS ha sido pionero en innovación e implementación de tecnología en sus soluciones de seguridad para vehículos, y su nuevo seguro para equipo pesado, **HDI Tractos y Camiones**, no es la excepción; cuyo objetivo es ayudar a sus asegurados a reducir y prevenir accidentes en uno de los segmentos con mayor número de incidencias en el país. De acuerdo con información de Daimler Vehículos Comerciales de México, el índice de robo de tractocamiones en México es 20 veces más alto con respecto al ocurrido en Estados Unidos, pues en nuestro país, cada 45 minutos se comete este delito en las principales carreteras.

Con base en información del mercado y del sector, así como de agentes y clientes, HDI SEGUROS detectó las principales necesidades del segmento, lo cual permitió crear una estrategia específica para la protección de estos vehículos pesados. “En HDI, estamos comprometidos con todos nuestros asegurados para acompañarlos con coberturas completas, así como un equipo profesional y especializado para ofrecer el mejor servicio, pero sobre todo la certeza de que estarán en las mejores manos”, dijo Alejandro Rojas, Subdirector de Autos de HDI SEGUROS.

Con esta nueva solución integral, el seguro de Tractos y Camiones acompaña a sus clientes con **3 coberturas únicas en el mercado:**

### ■ Grúa de Rescate

HDI SEGUROS reconoce la importancia que conlleva el no parar la operación de sus asegurados, sobre todo aquellos que cuentan con una flota de transporte de este tipo, es por eso que, en caso de que el costo del accidente no rebase el monto del deducible de la cobertura de Daños Materiales, se brinda una Grúa de Rescate para dejar el vehículo asegurado sobre sus propias ruedas y en condiciones de ser trasladado al taller más cercano. Esta cobertura actúa como un reembolso de los gastos que realice el asegurado.

### ■ Gastos Médicos Fuera de la Unidad



Cubre los gastos por lesiones que sufra cualquier persona ocupante del vehículo, estando fuera de la unidad, ya sea a consecuencia de un choque o vuelco. Esta cobertura considera el pago de Gastos Médicos por concepto de: gastos funerarios, hospitalización, medicinas, atención médica, enfermeros y servicio de ambulancia.

También aplica en caso de lesiones ocurridas con motivo de Robo Total, incluidas señales de violencia, asalto o intento del mismo; siempre y cuando los ocupantes se encuentren fuera del compartimento.

### ■ Ayuda por Pérdida de Carga



El mayor miedo de un empresario es que se dañe su mercancía mientras es transportada. HDI SEGUROS, ofrece tranquilidad a sus clientes de Tractos y Camiones, pues esta cobertura ampara el daño de la carga transportada, derivado de un choque y/o vuelco cuando el daño sea igual o menor a la suma asegurada.

“Creamos una solución especializada, eficiente y sobre todo centrada en el cliente; además utilizamos datos y tecnología nos proporciona para ofrecer un servicio de alta calidad con coberturas únicas en el segmento. Nos caracterizamos por ser una compañía que se enfoca al usuario final y en sus agentes, ofreciendo siempre productos diferenciados, que les creen valor y les ofrezcan seguridad en todo momento”, puntualizó Marcelo Ramírez, Director Ejecutivo de Operaciones, en HDI SEGUROS.

## Nueva realidad demanda revisar modelo de negocios y restaurar el papel del seguro en la sociedad

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

La evidencia de un cambio irreversible en todos los ámbitos de la vida humana surgió a raíz de la COVID-19, lo que demuestra que la humanidad registra una transición radical, proceso en el que emergerán costumbres diferentes y amenazas inéditas que pondrán en jaque el desarrollo de los países. Por esa razón, el sector seguros tiene hoy como misión central modificar su modelo de negocios y restaurar su papel en la nueva realidad del mundo.

Durante el acto inaugural de la primera Cumbre Iberoamericana: el seguro en la agenda 2030, que organizó la Alianza del Seguro Iberoamericana, externaron lo anterior de forma unificada Marcos Ugarte, presidente del Directorio Internacional de la Cumbre Iberoamericana; Giulio Valz-Gen Rivera, presidente de la World Federation of Insurance Intermediaries (WFII); y Tomás Soley Pérez, presidente de la Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina (Assal).

Profundizando en el tema, Ugarte apuntó que como consecuencia de la diseminación del virus SARS-CoV-2 la humanidad vive una transición, coyuntura que orilla a la industria aseguradora a renovarse y a despertar ante el innegable cambio que hoy sacude a gobiernos, empresas y personas.

El presidente del Directorio Internacional de la Cumbre Iberoamericana declaró que el momento de que el sector asegurador abrace la evolución y transforme su operación es ahora. Dijo asimismo que durante los últimos años se ha hablado reiteradamente en el seno de las instituciones acerca de factores como el capitalismo consciente, la economía colaborativa y la democratización de los servicios financieros. Sin embargo, sentenció, es urgente que el sector convier-

ta dichas ideas en acciones.

"Animo a todas las aseguradoras que comprendan e instrumenten sin excusas los conceptos descritos. Por ese motivo, es crucial que las instituciones pasen de las palabras a los hechos en lo que se refiere a desempeñar un rol estratégico entre la sociedad, de manera que los seguros dejen de ser catalogados por la población como un simple commodity. En resumidas cuentas, es imperativo que la administración de riesgos se establezca como una pieza clave en la transformación que vive la salud, la movilidad y el trabajo", abundó Ugarte.

Desde el punto de vista de Ugarte, la conmoción social causada por la pandemia de COVID-19 es una oportunidad para que todos los miembros de la cadena de valor de la industria se



Tomás Soley Pérez

comprometan con la sostenibilidad y la evolución, esquema que ocasionará que el seguro sea parte de la conversación sobre un mundo empresarial diferente, que debe estar más comprometido con el bienestar de las personas, el cuidado del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático.

"El modelo de negocios del sector asegurador debe sufrir una migración hacia lo social, planteamiento que permitirá a la industria liderar la transición que hoy vive la humanidad", redondeó Ugarte.

### Reacción rápida, el secreto

Por su parte, Valz-Gen Rivera señaló que los cambios que hoy marcan la actividad cotidiana de los países y de la sociedad no tienen precedentes. Detalló que el secreto para que la industria aseguradora y elementos como los agentes logren sobreponerse a dicho punto de inflexión estriba en reaccionar con rapidez.

"La inmediatez es la nueva norma que rige la operación de la industria aseguradora. La COVID-19 generó que el cliente sea mucho más impaciente, medida que obliga a figuras como los agentes a adaptarse y hacer evolucionar su oficio. Por ello, solo si los asesores dan respuesta de forma ágil a los requerimientos de los consumidores, podrán seguir siendo vigentes en términos de propuesta de valor", especificó el presidente de la WFII.

Las modificaciones que ha experimentado la fuerza de ventas del sector asegurador como resultado de la pandemia no se revertirán después de que se mitigue por completo el patógeno, vaticinó Valz-Gen Rivera. Señaló que la cercanía y la presencia digital serán parte esencial de la fórmula que permitirá a los agentes avanzar sin contratiempos en la nueva era de los seguros.

El funcionario de la Federación Internacional de Intermediarios de Seguros expresó que poner al alcance de la sociedad las coberturas que realmente ésta requiere es otro de los desafíos que tendrán que enfrentar de forma impostergable los profesionales de la intermediación y la industria aseguradora. Al respecto, alertó que sería peligroso que tanto asesores como instituciones beneficien lo comercial por encima de las verdaderas necesidades de protección de la población.

"Ensamblar productos y servicios que realmente consideren las necesidades de los diversos mercados es una maniobra obligatoria. De modo que las instituciones junto con los agentes deben ser capaces de identificar los gustos del consumidor y distribuir coberturas que sean claras y entendibles, ambición que, por ahora, sigue lejos de ser alcanzada por la industria

debido a que siguen existiendo contratos con conceptos poco accesibles para la mayoría", puntualizó Valz-Gen Rivera.

Soley Pérez terció en el debate y reconoció que el sector asegurador registró una aceleración sin precedentes en su transformación digital debido a la llegada de la COVID-19. No obstante, advirtió que la reclamación es un proceso que no muestra signos de mejora, pese al enorme rasgo de virtualidad que adquirió el seguro desde que irrumpió el virus SARS-CoV-2.

"En la industria se han adaptado un sinnúmero de procesos basados en la digitalización. Ahora bien, hay que tener un gran tino en la conversión tecnológica, porque de poco servirá abrazar dicho mecanismo si procedimientos como el pago de la indemnización distan de ser oportunos y fáciles", criticó el presidente de la Assal.

Para finalizar, Soley Pérez descartó que regiones como América Latina cumplan en 2030 con los Objetivos de Desarrollo Sostenible trazados por la Organización de Naciones Unidas (ONU) si la sociedad en esta zona del orbe no aumenta su nivel de resiliencia ante los riesgos sanitarios, climáticos y los derivados de la revolución digital. Por ello, concluyó, "el sector asegurador debe ser protagonista en el mundo que configuró la pandemia de COVID-19".

#Aseguradoras #Seguros

#Innovación #Seguros

## Interconexión con otras industrias, el siguiente paso del seguro en la revolución tecnológica



En ese orden de ideas, Millán indicó que el cliente ha mostrado mayor confianza en el canal tradicional que en el digital. Añadió que, pese a ello, es imperativo mejorar los niveles de asesoría y alcance para cerrar una venta.

"Los agentes requieren más ayuda de parte de las aseguradoras para ofrecer un servicio de calidad a su cliente. Por ello consideramos que ésta es una buena oportunidad para implementar herramientas tecnológicas que agilicen

la interacción entre cliente, broker y aseguradora, de manera que se logre una venta más expedita", recaló Millán.

Como conclusión, Millán expresó que los usuarios quieren acceso a su información el día completo los siete días de la semana y que la comunicación sea veloz. Es allí donde los canales serán vitales para lograr esa atención de altura, mientras que la asesoría personalizada se ofrecerá por medio de los canales de agentes y brokers.

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

La transformación de la industria aseguradora no se detiene. A raíz de los avances tecnológicos, las compañías están recopilando una gran cantidad de datos sobre el comportamiento de sus clientes, lo que les permitirá comercializar soluciones más inteligentes y personalizadas que a su vez estarán interconectadas con productos de consumo de otras industrias.

Esto fue lo que explicaron Ramón Álvarez, Latam GSO Vice President de Caggemini North Latam; y Giovanni Millán, FS-Insurance Director de Caggemini North Latam, en la presentación del *World Insurance Report 2021: México en el contexto asegurador global*, que se realizó de forma virtual.

El par de especialistas aseveró que la industria aseguradora tiene en su poder la oportunidad, por medio de la tecnología, de transformarse y conectarse con otros sectores de la economía como nunca antes había ocurrido.

"Estamos ante un momento estelar con el que vienen cambios fantásticos. Observamos un modelo de colaboración más abierto en el cual, al momento de adquirir un producto, éste vendrá con un seguro embebido", afirmó Álvarez.

De acuerdo con Álvarez, el gran desafío de las compañías en el corto plazo radica en aprovechar toda la información recopilada para generar nuevos productos que sean de gran valor para los consumidores.

### Agentes y brokers, canal predominante en México y en el mundo

Durante su alocución, el vicepresidente de Caggemini North Latam también se refirió a los canales de distribución. Dijo que tanto el tradicional como el digital se complementan y que en el futuro cercano todo funcionará de forma híbrida.

"Las compañías tienen que proveer de tecnología a sus brokers y agentes para que éstos puedan ofrecer una buena asesoría. Ninguno de los canales morirá porque existen grupos de consumidores para cada uno, y solo es cuestión de mejorar la experiencia de cada cliente", aseguró Álvarez.



¿Qué metas te gustaría cumplir?



Insignia Life  
Universal

(55) 3088 3663 / 800 00 5555

www.insignialife.com



Insignia Life  
El seguro de tu vida

¡Este es el momento para crecer!

Prevem 10 años  
Cerca de ti



Si eres agente profesional de seguros y estás buscando incrementar tu cartera de gastos médicos, conoce Prevem 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@prevemseguros.com.mx  
www.prevemseguros.mx

Una empresa de **Valore**

## Efectos de la COVID-19 en Latinoamérica agudizan el reto de penetración del seguro

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

La debilidad de los sistemas sanitarios, la deserción escolar y la pérdida de empleos formales son las consecuencias más relevantes que la pandemia de COVID-19 ha dejado en los mercados de Latinoamérica y en su sociedad; de ahí que el gran reto que tiene el sector asegurador en la región sea incrementar la penetración del seguro y erigirse como un diferenciador entre la sociedad, señaló Jesús Martínez Castellanos, CEO de Mapfre en Latam, durante su participación en la primera Cumbre Iberoamericana: el seguro en la agenda 2030, que se organizó bajo los auspicios de la Alianza del Seguro Iberoamericana y se transmitió de forma virtual.

Martínez Castellanos detalló que, sin duda, Latinoamérica y El Caribe han sido las regiones más afectadas en cuanto a pérdidas humanas. En tal sentido, indicó que esta situación ha dejado una lección relevante: que no estábamos (ni estamos) preparados, desde el punto de vista sanitario, para enfrentar circunstancias de este tipo.

“Otra parte muy preocupante es que en una emergencia de este tipo no se ha podido mantener a la población dentro de los sistemas educativos, lo cual conduce a otro problema estructural que es el incremento de la informalidad, una consecuencia seria en la que se requiere trabajar y establecer las reformas que sean necesarias, porque son aspectos muy importantes desde el punto de vista social”, indicó el funcionario de Mapfre.

Martínez Castellanos comentó que el seguro representa un papel muy importante en cada sociedad y país pero que,

como suele pasar en varias industrias, probablemente esté pasando inadvertida la relevancia que tiene.

Es verdad, insistió el expositor, que “estamos acostumbrados a que nuestro papel en circunstancias críticas, sobre todo de catástrofes asociadas a la naturaleza, sea la reparación de daños desde el punto de vista patrimonial; y esta catástrofe está suponiendo la reparación de daños personales, indemnizaciones para los beneficiarios en caso de seguros de Vida y atención sanitaria en seguros de Salud y Gastos Médicos, pero el papel es realmente relevante”.

El CEO de Mapfre en Latam también destacó la solidez de los mercados y de las compañías, pues no hay insolvenencia o situación crítica en ellas, a pesar del punto de vista de las áreas que se encargan de la gestión siniestral. “Esto significa que el sistema funciona y que las empresas somos muy solventes”, ex-



Jesús Martínez Castellanos

presó; aunque subrayó que, a pesar de lo anterior, el sector no puede hacer frente a todas las consecuencias económicas derivadas de la pandemia.

Y acto seguido precisó: “Eso es absolutamente imposible; aunque desgraciadamente sabemos que puede volver a pasar. Por lo tanto, debemos trabajar en una colaboración público-privada para estar un poquito más preparados en caso de que se presente otra vez una situación de este tipo”.

Al tocar el tema de los desafíos más grandes del sector asegurador latinoamericano, el ejecutivo de la aseguradora española refirió que el mayor reto es, sin duda, incrementar la penetración del seguro en esta zona del continente, que escasamente es de 3 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) de la región, proporción verdaderamente insuficiente.

Se necesita, dijo, un sector más fuerte, porque éste es un motor económico, ya que, además de la estabilidad financiera y económica que crea en empresas y familias, es el primer inversor institucional, y es evidente que la estabilidad y la inversión generan empleo formal.

Necesitamos, recalcó Martínez Cas-

tellanos, una industria más relevante en la región, y de ahí que el gran reto que tenemos todos los países estriba en saber llegar a estos segmentos de la población que no están bancarizados, muchos de los cuales se ubican laboralmente en la informalidad, adonde los canales aseguradores tradicionales no llegan.

En tal sentido, Martínez Castellanos consideró que la solución es llegar a más

personas con la figura del microseguro, “algo bien desarrollado y organizado en nuestros mercados”, y ser capaces de alcanzar más zonas por medio de la distribución masiva.

Respecto a la tecnología, el representante de Mapfre destacó que en los últimos meses ha habido un gran movimiento (asociado a la pandemia) de emprendimiento, muy dirigido al mundo asegurador. Expresó que la aportación de la tecnología a la actividad aseguradora es mucha, ya que “estamos convencidos de que nos ayudará a incrementar la penetración, a llegar a las personas a las que ahora no estamos llegando por medio de nuestros canales tradicionales”.

“La tecnología aplicada a seguros también debe facilitar la vida a nuestros clientes y generar ciertos niveles de autoservicio para que ellos decidan cómo quieren resolver cualquier cuestión relacionada con el seguro. Y también debe facilitarles la operación a las propias aseguradoras, porque hay mucha eficiencia que podemos ganar utilizándola. Por lo tanto, creo que es absolutamente clave el desarrollo tecnológico del seguro”, finalizó Martínez Castellanos.

Así lo expresa  
**Jesús Martínez Castellanos,**  
CEO de Mapfre  
en Latam



**CESVI MEXICO**  
Centro de Experimentación y Seguridad Vial México

Se une a la pena que embarga a la familia **González Gómez y al Lic. Juan Ignacio González,** Director General de HDI Seguros, por el sensible fallecimiento de su señora madre:

**YOLANDA GÓMEZ SALCEDO**

**Q.E.P.D.**

Acaecido el 26 de Septiembre de 2021.

## La diversidad y la inclusión hacen aflorar la creatividad e innovación en las aseguradoras

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

La cultura organizacional de las aseguradoras debe adaptarse a la diversidad de talentos, ya que de esa manera se obtendrán altos niveles de creatividad e innovación, lo que se traduce en mejores resultados. Al mismo tiempo se promueve la colaboración inclusiva y se valoran las diferentes perspectivas de las personas que conforman los equipos.



Pedro Pinheiro



Laura Mattar

En lo anterior coincidieron Laura Mattar, gerente de Diversidad e Inclusión de Mattos Filho, Veiga Filho, Marrey Jr. y Quiroga Abogados; Angélica Carlini, socia de Carlini Sociedad de Abogados; y Pedro Pinheiro, líder regulatorio de StoneCo, durante su participación en el Dive In Festival 2021, evento que promueve la diversidad y la inclusión en la industria de los seguros. La transmisión de este acto fue de forma virtual.

Los conferencistas indicaron que es imperativo entender que todos los profesionales pueden agregar grandes ideas a la organización, independientemente de su género u orientación sexual, religiosa, cultural, artística y filosófica.

“Hay que dejar atrás ese mindset de que todos deben ser heterosexuales y blancos. Debemos promover la colaboración diversa, porque mientras haya más inclusión generaremos más innovación en la empresa”, afirmó Mattar.

La especialista en diversidad e inclusión añadió que la libertad promueve

nuevas ideas y que con su fomento se aprenden cosas nuevas y se crea una nueva cultura organizacional.

Por su parte, Carlini indicó que los seres humanos no son creativos si no son libres. En tal sentido, señaló que, cuando exista total respeto a la pluralidad de pensamiento, la innovación aflorará en cada individuo.

“La innovación no tiene definición; es percepción, y eso viene con la creatividad. Por ello, es importante ser libres

y expresarnos como realmente somos para que la verdadera innovación aparezca y la llevemos a los productos que comercialicemos como compañía de seguros”, aseveró la socia de Carlini Sociedad de Abogados.

Finalmente, Pinheiro aprovechó la oportunidad para resaltar la importancia que tiene la diversidad en el mundo de los negocios. Al respecto, mencionó que la pluralidad de pensamiento origina un mejor entendimiento del cliente y

aporta su granito de arena en la sustentabilidad de la compañía.

“Como sociedad, debemos eliminar los criterios de valoración, desechar los factores artificiales y las barreras. En cambio, tenemos que enfocarnos en las capacidades profesionales de las personas para que así obtengamos lo mejor de cada uno de nosotros. Esto se verá reflejado en los resultados de la empresa y en el bienestar de sus colaboradores”, cerró Pinheiro.

**ISO 9001:2015**  
EMPRESA CERTIFICADA

**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

#Opinión #Seguros

Escribir la columna Vivir Seguros me lleva esta vez hasta las calles de López, en el centro de Ciudad de México, cuna de *El Asegurador*. Pienso en cuánto tuvo que ocurrir para que una idea gestada en noviembre de 1981 cristalizara finalmente en octubre de 1984. En esa mirada retrospectiva me veo a mis 32 años iniciando un proyecto que dejé de dirigir en lo general el 31 de diciembre de 2006.

Viejos amigos conocen de sobra la historia de los inicios de *El Asegurador*, y quizá podrían dejar de leer hoy este espacio, o acompañarme en un breve recorrido que demuestra el poder de un sueño cuando a ésta le ha llegado la hora luego de tres años de concebida. El esbozo de este proyecto ocurrió allá en Acapulco, Guerrero, durante la Conferencia Hemisférica de Seguros de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (Fides).

Pero vayamos a los orígenes, como en todo. Ejerciendo ya el oficio del periodismo de manera formal, no llegué al sector seguros sino hasta marzo de 1979, cuando el editor de la sección Mundo Financiero del periódico *El Universal* me invitó a abrir brecha escribiendo sobre seguros y fianzas. No fue fácil el inicio debido a la falta de costumbre de los aseguradores de hacer declaraciones ante los medios. Seguros se abrió poco a poco al escrutinio público que implica la divulgación periodística, pero el mundo de las fianzas era, es, todavía un mundo por explorar.

Un motivo para tal cerrazón era el carácter conservador de los afianzadores, que preferían vivir casi en el ostracismo. Mi editor sabía eso, y probablemente por ello decidió no darme órdenes de trabajo, como se estilaba en los medios. Yo tenía que buscar afanosamente la manera de llevar a las páginas del periódico una nota cotidiana sobre estos temas. Y recuerdo bien que el voluminoso directorio (físico, no existía la comodidad de buscar con dos clics) de la llamada *Sección Amarilla* me condujo a mi primer entrevistado.

Después de poco más de dos años tratando sobre el tema, y ya con la experiencia de producir notas para un periódico especializado titulado *Boletín Financiero y Minero de México*, recibí una invitación para realizar un periódico diario que se distribuiría entre los asistentes a la Conferencia Hemisférica, que tendría como organismo anfitrión a la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

Tuve la suerte de que ahí sesionara la hoy extinta Asociación Iberoamericana de Prensa de Seguros (Aipres) y de que me convidaran a formar parte de la asamblea. En ella conocí a editores de publicaciones de diversas partes del mundo, todas tiradas en formato de re-



# VIVIR SEGUROS®

con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

## Si tienes un sueño pendiente...



En la imagen, la Asociación Iberoamericana de Prensa de Seguros (Aipres) da la bienvenida a Genuario Rojas Mendoza, fundador de *El Asegurador*, como miembro adherente

vista. De ver se antoja, dice el dicho, y de la reunión salí con la idea de crear un periódico, algo que ya había aprendido de principio a fin para ese entonces.

La semilla había quedado sembrada, y comencé a cultivarla con el paulatino acopio de elementos que me permitieron tener por escrito el propósito de la publicación en ciernes. La economía no andaba bien, en ningún sentido, y menos después de que en 1982 el Gobierno Federal decidió estatizar la banca, afectando a aseguradoras y afianzadoras que formaban parte del patrimonio de las entidades bancarias.

Con las condiciones menos propicias, hubo entonces una baja de ritmo, pero el sueño permaneció vigente. Los miedos a dar esa especie de salto al vacío crecieron, y comenzó la posposición de las acciones efectivas para hacerlo con argumentos que cada día eran más inverosímiles; aunque hubo quienes creyeron en la idea y de una y mil maneras evitaron que mi proyecto quedara en simple anhelo. Fi-

**Te invito a que te atrevas a realizar tus sueños, aunque parezca un salto al vacío. Muchos desearán que triunfes**

nalmente, a mediados de 1984, decidí que había llegado la hora.

Comenté con mi jefe de entonces el bosquejo que me rondaba la cabeza, y no creyó en su viabilidad. Le anuncié mi renuncia y me pidió esperar un poco, tal vez con la esperanza de que yo rectificara. Sin embargo, el 30 de septiembre de 1984 yo salí de aquella casa editorial para trabajar por la realización de ese sueño. Y comencé en el privado de las oficinas de un gran amigo e impulsor, que de esa manera me facilitó el arranque.

Ezequiel Fernández, el amigo al que me refiero, se hizo cargo de la constitución de la empresa, y yo me puse a buscar información y a vender espacios publicitarios, dejando en otras manos lo relativo a la administración y el servicio. El sueño estaba a punto de cobrar vida en la forma de un periódico que saldría a la luz quincenalmente a partir del 31 de octubre de 1984, lo que efectivamente ocurrió.

Varios aseguradores apostaron por la

viabilidad del proyecto apoyando publicitariamente. También lo hicieron afianzadores por medio del entonces Comité de Instituciones de Fianzas de la Asociación de Banqueros de México. Así las cosas, la publicidad no era ya el problema antes de la aparición del primer número. Había que afinar el contenido, y la oportunidad se dio en un evento muy propicio, un seminario sobre finanzas realizado en Puebla por la ya desaparecida Reaseguros Alianza.

Fue muy curioso, pero, mientras los asistentes a aquel seminario se preparaban para asistir a la clausura, yo escribía en la habitación del hotel sede la información que debería entregar a talleres para que la salida del primer número fuera puntual, lo que finalmente ocurrió por el trabajo en equipo que ha caracterizado a la empresa desde sus inicios.

Debo decir, o reconocer, en medio de todo esto, que el sueño podría haber dormido otro buen rato, y quizá hasta quedar en el olvido, o morir, si no hubiera sido por un hombre, don Alberto Bitar, dueño de los talleres donde se imprimía el *Boletín Financiero y Minero de México* y a quien saludaba de vez en cuando como responsable de producción que era yo, asimismo, de aquella publicación, que dirigía mi maestro y jefe Fernando Mota Martínez.

Resulta que una mañana acudí a los talleres y me encontré con don Alberto. Nos saludamos y me soltó la pregunta: "¿En qué anda, don Genuario? ¿Alguna idea que esté dejando pendiente de realizar?". Le contesté que sí, que deseaba crear un periódico pero que los recursos no me alcanzaban, pues ya había pedido cotización por 10,000 ejemplares, y no tenía el dinero suficiente para comenzar.

Lo recuerdo como si esto hubiera ocurrido ayer o hace un rato: "¿Y el dinero es su único problema? Don Genuario, arranque ya. Mi gente lo quiere y lo respeta y estará muy contenta de trabajar con usted en ese periódico. A mí ya me pagará cuando pueda hacerlo", tras lo cual se despidió de mí dejando abiertas las puertas, por las que entré para crear *El Asegurador*.

¿Tienes un sueño que hayas estado postergando? Deseo que lo tengas, sin importar su tamaño. Deseo también o, por mejor decir, te invito a que te atrevas a concretarlo. Quizá hacerlo te parezca dar un salto al vacío, pero recuerda que nunca estarás solo, pues estoy convencido de que muchos desearán que triunfes. Y a los que, por el contrario, te desalienten. ¡Vélos, pero no los escuches.

Será un placer saber y platicar acerca de tus sueños.

En lo que a mí atañe, agradezco a todos los que, desde su trinchera y de la manera en que haya sido, generaron el impulso para crear, mantener y desarrollar *El Asegurador*.

#HomeOffice #DesarrolloHumano

## Simplicidad Brutal, una de las estrategias para vivir un home office productivo y feliz

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Con la llegada de la pandemia, la humanidad completa tuvo que hacer cambios radicales en su estilo de vida, trabajo, convivencia y consumo. De la noche a la mañana pasamos de la libertad al confinamiento, y esa práctica, sostenida por más de año y medio, ha generado beneficios y autodescubrimientos, pero también desajustes emocionales que ameritan atención para que podamos seguir construyendo un camino equilibrado y productivo hacia la nueva normalidad.

Éste es el panorama que advierte Pedro Reymond, creador del sistema de alta productividad Simplicidad Brutal, derivado de la situación pandémica, y es la razón por la que compartió estrategias para vivir un home office más productivo y feliz. Ello ocurrió dentro del evento Dive In Festival 2021.

Reymond precisó que las herramientas que a continuación se detallan sirven no solo para mejorar ambientes de trabajo, sino que también son útiles para estabilizar a la persona en cualquier rol o contexto. Para ello hay que partir de la respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿En la empresa fomentan las conversaciones sobre la importancia de la salud mental? Conviene reflexionar sobre este tema porque hay estudios que revelan que como consecuencia de la pandemia al 75 por ciento de los colaboradores le está pasando factura el agotamiento. Esto se debe a que el confinamiento más la falta de reglas claras de trabajo han hecho que las jornadas de trabajo sean mucho más extensas que de manera presencial.

El expositor agregó que durante el primer año de la pandemia 60 por ciento de los empleados sufrió (y

continúa viviendo) estados de depresión y ansiedad progresivos.

2. ¿Has sufrido crisis de ansiedad o de pánico durante episodios prolongados?

Si te ha pasado, señala Reymond, es momento de corregirlo e intentar salir a toda costa de ese estado buscando soluciones, porque la incertidumbre, el estrés y la depresión no te permiten tener claridad mental y provocan que no puedas tomar las mejores decisiones en ningún aspecto de tu vida por tener la mente ofuscada.

Todos esos desequilibrios ocurren en la mente, y para controlar todo lo que ahí sucede es importante conocer algunas técnicas que por su simplicidad pasan inadvertidas para la mayoría de las personas; sin embargo, favorecen enormemente el control de los desajustes emocionales referidos.

a) Respira. Inhala en cuatro tiempos, retén el aire unos segundos y exhala en cuatro tiempos más. Repítelo tres o más veces y siente cómo se va estabilizando tu nivel de ansiedad.

b) Practica una respiración fragmentada, que consiste en hacer tres inhalaciones con una pausa de un segundo entre cada una de ellas; mantienes la respira-

ción, y luego exhalas lentamente hasta que se vacíen tus pulmones.

La mente está llena de información, y con ella estamos tomando decisiones constantemente. Por ello, Reymond les sugirió a los participantes que acostumbren sanear su mente haciendo SOPA. ¿Y qué es SOPA?

S Sacar la basura de tu mente escribiendo todo lo que te preocupa y preguntarte sobre cuáles de esas mortificaciones tienes control y sobre cuáles no. Te darás cuenta de que de la mayoría no lo tenemos. Debes tachar esas preocupaciones de tu lista porque te roban la paz mental.

O Organizar por categorías las cosas sobre las cuales sí tienes control y crea líneas de acción para solucionar cada una de ellas.

P Prioriza aquellas sobre las cuales vas a actuar ponderando el efecto que tendrán sobre la preocupación principal. Te darás cuenta de que el resto de las acciones comienza a fluir.

A Actúa. Pon en práctica las acciones con base en tu lista de prioridades.

Finalmente, Reymond sugiere optimizar el lugar de trabajo de manera que se tenga un espacio exclusivamente dedicado a ese fin. Decóralo y ambiéntalo. Diseña un ambiente de trabajo que te inspire. Establece horarios de trabajo de inicio y término y detente en diversos momentos del día. Esto debe ser así porque, si viajas todo el camino a la máxima velocidad, te fundes.

## COSTO DE UN TRATAMIENTO POR CÁNCER DE MAMA

ETAPA III

SIN UN PLAN DE SALUD

|   |           |
|---|-----------|
| Gastos de hospital  | \$320,000 |
| Honorarios  | \$37,500  |
| Ayudantía   | \$5,800   |
| Seguimiento por 3 meses (consultas, medicamentos, estudios) | \$73,900  |
| Quimioterapia   | \$840,000 |

**Costo total \$1,277,200**

CON PLAN ÓPTIMO

4 UMAM = \$10,600  
Coaseguro de 10% = \$127,000  
Por el tope máximo de coaseguro del plan, el monto se queda en: \$50,000

Incluye todo esto por sólo:

**\$60,600**

Estos costos son tomados con referencias de la industria y se utilizan para ejemplificar el gasto por un tratamiento contra el cáncer de mama. Si necesitas más detalles visita [www.planseguro.com.mx](http://www.planseguro.com.mx)

**Plan Seguro**  
— Mi salud es hoy

PROPORCIONANDO SOLUCIONES  
A LA MEDIDA

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

**Médica Vial**

24 hrs  
365

SOMOS ESPECIALISTAS EN CONTENCIÓN DE COSTOS

# SAVE THE DATE

**3<sup>ra</sup>** CUMBRE Latinoamericana de Innovación en Seguros by 

**2-3 MARZO**  
2022 | Ciudad de México



## MUNDO EL ASEGURADOR®

Inaugura **AFIRME** nuevas oficinas en CDMX

Equipo Legal de **QUÁLITAS**, valor agregado en beneficio del asegurado

**GENERAL DE SEGUROS.** Superando las expectativas de atención y servicio a través de su primer centro de solución.

**MAPFRE** presentó en México su informe "El mercado asegurador latinoamericano en 2020"

Disminuir accidentes y preservar la vida; los objetivos de **GUARDIAN DMS**

Destaca **CHARLES TAYLOR INSURETECH** como aliado del sector en implementación y transformación digital

## AVISO IMPORTANTE

La pandemia de COVID-19 es la más grande catástrofe de la historia, comenzando por el gasto por hospitalización, así como por las indemnizaciones del seguro de vida. Pero el tema es mucho más grave de lo registrado hasta la fecha: COVID-19 generará altos costos ocultos a las aseguradoras por tratamientos de secuelas y/o complicaciones disfrazadas de otros padecimientos.

En estudios internacionales se ha demostrado que hasta el 80% de los incrementos en tratamientos hospitalarios recientes, suceden en pacientes de COVID-19, incluyendo a quienes fueron asintomáticos, pues en meses posteriores, se presentan complicaciones de la enfermedad. Quien haga en México un análisis prolijo de comportamientos, podrá comprobar que los asegurados han incrementado su consumo médico de manera muy importante en los últimos meses por temas, aparentemente, no relacionados con el virus del SARS-Cov-2.

Debido al desconocimiento de lo anterior, el fenómeno terminará costando mucho más. Algunas de las secuelas directas, son las evidentes pulmonares y respiratorias, sin embargo, hay muchas más que pudiesen evitarse y que no están siendo detectadas a tiempo, tales como afecciones cardiacas, efectos inflamatorios sistémicos, padecimientos inmunológicos, ortopédicos, reumáticos, gastrointestinales, neurológicos y/o hasta de resolución quirúrgica, incluyendo trombosis y problemas venosos.

Todo esto, representa gastos que son evitables, siempre que se detecten y atiendan tempranamente las complicaciones y secuelas, lo cual mejora la calidad de vida de los asegurados y ayuda a mejorar la salud financiera de las aseguradoras. Por ello y siempre pensando en innovar, con el protocolo de Rehabilitación de COVID-19 que aplicamos en **MÉDICA VIAL**, tenemos una solución nueva, basada en certidumbre financiera y transparencia, para diagnosticar y tratar integralmente a sus asegurados, pues nuestro protocolo evita gastos innecesarios y en ocasiones, abusivos.

Tenemos el respaldo de dos décadas de experiencia y más de un millón de pacientes atendidos y rehabilitados.

[contacto@medicavial.com.mx](mailto:contacto@medicavial.com.mx)





## Inaugura Afirme Seguros nuevas oficinas en CDMX

Destinadas a atender siniestros de auto y con el enfoque Afirme de brindar servicio con una gran atención.

Para reforzar el servicio con atención a sus asegurados, clientes y fuerza de ventas, **Afirme Seguros** inauguró las oficinas **Miramontes** y **Lindavista**, destinadas específicamente a la **Atención de Siniestros de Auto**. Con estas dos nuevas ubicaciones la institución continúa extendiendo su presencia a nivel nacional, viendo el mundo que ve la gente.

El equipo especializado de estas nuevas oficinas brindará los siguientes servicios integrales:

- Atención presencial a asegurados, terceros afectados, fuerza comercial y público en general; para asesoría y seguimiento sobre su siniestro y trámites de indemnizaciones
- Recepción de documentos para la gestión integral de pago de daños, reembolsos y pérdidas totales.
- Recepción de facturas de proveedores y prestadores de servicios.

En estas nuevas oficinas también se atenderá y canalizará cualquier asunto relacionado con los demás seguros y productos de **Afirme Seguros**. Asimismo, cabe señalar que, a partir del 1 de octubre, las oficinas ubicadas en Vallarta #5, Col. Tabacalera, dejaron de brindar servicio.

**Afirme Seguros**, integrada por un sólido equipo de expertos que continuamente desarrolla planes competitivos e innovadores, ofrece una amplia y completa gama de seguros de Auto, Casa, Pyme, Vida, COVID-19, Hospitalización, Mascota, y muchos más; lo cual los ha posicionado como una empresa sólida del sector asegurador.

**OFICINA MIRAMONTES**  
Av. Canal de Miramontes #3240, Col. Residencial Acoxta, Alcaldía Tlalpan, C. P. 14300.

**OFICINA LINDAVISTA**  
Av. Montevideo #205, Col. Lindavista, Alcaldía Gustavo A. Madero, C. P. 07300.

**HORARIOS DE ATENCIÓN:**  
Lunes a jueves de 8:30 a 18:00 h  
Viernes de 8:30 a 16:00 h

## Equipo Legal de Quálitas, valor agregado en beneficio del asegurado



Contar con un equipo propio de abogados especializados brinda mayor certeza y es apreciado por el cliente como un valor agregado. Es por ello que Quálitas Compañía de Seguros detectó la importancia de tener una estructura legal interna que atienda de manera personalizada aquellos siniestros que escalen al ámbito judicial.

La empresa con mayor participación de mercado en México en lo que refiere a aseguramiento vehicular, conformó hace 19 años uno de sus principales pilares: el área jurídica.

Actualmente, tienen un grupo de aproximadamente 300 abogados a nivel nacional, quienes otorgan un seguimiento y acompañamiento al asegurado y/o conductor durante todas las etapas del siniestro, privilegiando la obtención de la libertad del conductor y la liberación del vehículo asegurado.

Quálitas Compañía de Seguros, en su cobertura de Gastos Legales, también ofrece beneficios para el asegurado y/o conductor como gastos inherentes al proceso penal y/o civil, Fianzas Judiciales, pago de Pensión hasta el límite definido en las condiciones generales y pago de honorarios de Peritos, entre otros.

Tecnologías con las que se llevan un registro puntual del seguimiento que le está brindado al asegurado y/o conductor. De igual forma, cuentan con una app que puntualiza la atención del siniestro por parte del abogado. Dicha aplicación está en su etapa inicial en Ciudad de México y Área Metropolitana.

El rotundo éxito del área legal de Quálitas Compañía de Seguros viene acompañado de su constante capacitación y especialización. Se han dictado un amplio número de cursos para perfeccionar las habilidades y conocimientos del equipo, los cuales son impartidos por instituciones de alto prestigio y reconocimiento en el ámbito jurídico como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Escuela Libre de Derecho, la Universidad Panamericana, el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), entre otros.

Pero no todo queda allí, ya que Quálitas Compañía de Seguros ratifica su compromiso de estar a la vanguardia y actualmente desarrolla un programa único en el sector con la creación de la posición de "Abogados Especializados en Juicios Orales".

El objetivo de ésta nueva iniciativa es que se realicen actividades especializadas en la atención legal en sus etapas más avanzadas, respecto a procedimientos penales que representan una contingencia económica y reputacional importante, en la que no solamente puede estar comprometida la libertad del conductor, sino el patrimonio del asegurado, así como la retención y aseguramiento de la unidad asegurada.



**Abogados**  
#conQdeQuálitas



# Superando las expectativas de atención y servicio a través de su primer centro de solución



Manuel Escobedo

Como parte de su transformación y evolución, el pasado 29 de septiembre **General de Seguros y General de Salud**, empresas 100% mexicanas, llevaron a cabo la inauguración de su primer **Centro de Solución ;Seguro que Sí**, diseñado específicamente para brindar mejores y múltiples soluciones para sus agentes y clientes, respaldados por sus 49 años de experiencia en el mercado. Este nuevo centro de solución está ubicado en **Ciudad Obregón, Sonora en Plaza Navia, calle Blvd. Rodolfo Elías Calles 1706 PB Local A de la colonia Fovissste II.**



Fernando Álvarez

Durante la reunión, **Fernando Álvarez del Río, Director General** de la aseguradora, se mostró gustoso al dar la bienvenida a clientes, amigos, agentes, despachos, promotores y compañeros, quienes de manera virtual y presencial los acompañaron en este histórico y emotivo momento.

*"Estamos en un proceso de transformación que busca poner a los clientes al centro. Todo lo que estamos haciendo es para que el agente y el cliente estén verdaderamente bien atendidos y para ello vivimos un proceso de renovación y eficiencia comercial para que sea muy fácil hacer negocios con nosotros".*



Juan Ignacio Gil



Nuevo Centro de Solución ;Seguro que sí! con espacios colaborativos.

**General de Seguros** nació en el año de 1972 en Sonora, por ello, esta oficina se ha convertido en el emblema de su transformación, además de que es una de las plazas más importantes en el Seguro Agropecuario.

A esta importante apertura asistió **Manuel Escobedo Conover, Director General de Grupo Peña Verde** quien señaló *"Hoy, estoy aquí representando a los dueños de la empresa y al Consejo de Administración, para dar el banderazo a lo que está haciendo el equipo en este cambio que estamos viviendo. Queremos ser una empresa verdaderamente relevante para el país y esta transformación que está gestionando el equipo de General de Seguros, es sin duda, un paso muy importante en esa dirección y estamos seguros de que lo vamos a lograr".*

Con este nuevo modelo de atención y servicio, la Fuerza de Ventas de **General de Seguros y General de Salud**, vivirá la experiencia de contar con espacios colaborativos, donde todas las necesidades tienen una solución, con una atención más rápida, ágil y certera.

Esta inauguración representa el trabajo intenso que la compañía ha realizado, identificando las áreas de oportunidad, los procesos de gestión y la capacidad de respuesta inmediata para brindar soluciones ágiles principalmente a los agentes y desde luego a los asegurados.



**Ricardo Sinencio Castro, Director de Ventas Canal Tradicional** expresó *"Esta compañía fue fundada por agentes y entendemos la importancia de seguir transformándonos, y en este proceso de reflexión, hemos identificado algo que forma parte de nuestro ADN y que nos hace diferentes de las demás compañías, me refiero a la calidez y a la cercanía que tenemos con toda nuestra fuerza de ventas y eso, es algo que queremos que nos siga distinguiendo y que nos acompañe en este proceso de crecimiento".*

Este nuevo modelo de atención y servicio para la Fuerza de Ventas, se irá implementando a lo largo y ancho del país, donde sucursales y oficinas se transformarán eficazmente en Centros de Solución, dando oportunidad de cumplir la promesa de entender y atender de manera adecuada todas sus necesidades, para así hacer crecer de manera conjunta sus carteras.

Por su parte, **Juan Ignacio Gil Antón, Director Corporativo de la División Seguros**, dijo sentirse afortunado y emocionado por el esfuerzo de un enorme grupo de personas que lo han hecho posible. *"Hacemos esto, porque somos una empresa con vocación de servicio que quiere reivindicar su historia para ser un extraordinario socio de negocios para nuestros queridos agentes y una excelente opción de seguros de transferencia de riesgos para los clientes"*, agregó.



Distinguidos agentes, promotores y funcionarios que asistieron a la ceremonia de inauguración del nuevo centro de solución.



Del mismo modo, **Mauro Soria Mata, Director Ejecutivo Autos, Daños y Agropecuario**, habló acerca de la transformación que a su vez están sufriendo los productos, las tarifas y los beneficios: *"todo se está rediseñando y subiendo a esta nueva ola, podemos anticipar que muy pronto estaremos a la cabeza siendo los líderes en transformación de nuestro modelo de servicio".*

Previo al corte de listón, un grupo de selectos agentes extendieron su opinión acerca del nuevo **Centro de Solución**, coincidiendo en que esta transformación es el reflejo del compromiso que la compañía tiene con ellos y con los asegurados, anteponiendo las necesidades de las familias mexicanas con el trato cálido y cercano que se requiere.

Finalmente, se llevó a cabo el corte de listón, declarando oficialmente inaugurado el primer **Centro de Solución ;Seguro que Sí!**

**Conócelo en Plaza Navia de Ciudad Obregón y experimenta el nuevo modelo de atención y servicio.**



## Disminuir accidentes, el objetivo de Driver Monitoring Systems (DMS)

**G**uardian DMS (Driver Monitoring Systems) es una plataforma que utiliza algoritmos para detectar la fatiga y distracción con el uso de Inteligencia Artificial (IA) para escanear el rostro del operador en forma dinámica y adaptativa, que permite ver condiciones de riesgo y alertar de manera oportuna. Para conocer más a fondo a Guardian, conversamos con Rodrigo Alvear, Director General de Guardian México:



### ¿Cómo contribuye Guardian a la seguridad vial de los países en los cuales opera?

Existe evidencia de una mejora en el estado de alerta del operador. Nosotros preferimos usar ese término "Estado de alerta" del operador en vez de fatiga, pues el operador aún sin tecnología la mayor parte de su tiempo está alerta y atento a las condiciones del tránsito. Actuamos en esos espacios donde el operador no lo está, y es importante recordar que esto no les pasa solo a los operadores, nos pasa a todos. En un par de horas más tú iras a comer, cuando vuelvas a tu escritorio estarás un poco alejado, llevas más de 6 horas sentado escribiendo mails, citas por zoom, eso es normal, pero es distinto estar alejado detrás de tu escritorio que conduciendo un tracto cargando una pipa con 40 mil litros de gasolina. Es ahí entonces donde el operador se beneficia directamente del sistema, recibe una alerta sonora y una vibración en el asiento.

### ¿En qué consiste su solución y cómo se diferencia de su competencia en el mercado?

A ayudamos a los operadores a llegar a su destino sanos y seguros. La gran mayoría de las tecnologías para evitar colisiones están centradas en lo que hay alrededor del tractocamión, olvidando la pieza clave: el operador. Mucho se dice de la conducción autónoma, pero seamos realistas ¿tenemos en nuestros países la infraestructura para poder soportarla? ¿Tenemos las líneas divisorias de las carreteras clara y debidamente marcadas? ¿Está el resto de los vehículos equipados con alguna tecnología que permite la comunicación V2V? Creo que los operadores seguirán siendo parte fundamental por muchos años y tenemos que proveerlos de herramientas para que puedan realizar su trabajo de manera segura.

Al ser nuestra tecnología cognitiva, esto representa un salto significativo con respecto a otras tecnologías de mayor adopción, como por ejemplo las tecnologías ADAS (Advanced Driver Assistance Systems) de producción masiva actual y que están centradas en la detección de obstáculos

frente al vehículo o la demarcación de la ruta.

La otra diferencia es que nosotros podemos enviar el clip del video a tu sala de control unos segundos después desde que el operador recibe esta alerta, lo que sumado a un plan de Intervención de fatiga, permite contactarlo si es necesario. No somos un CCTV. El sistema solo graba un breve video clip cuando el operador esta fatigado o distraído al volante. Hay muchas tecnologías que están continuamente grabando, pero ¿quién tiene tiempo para observar horas y horas de video? Si tienes un a flota de 500 tractos se vuelve muy costoso.

Te doy un ejemplo nuestro, el otro día analizábamos una flota pequeña, que en un año mantuvo operativos en promedio 145 tractos. Esa flota recorrió en total 9.5 millones de kilómetros en los últimos 12 meses. Menos de 1% de esos kilómetros lo hizo con el conductor fatigado, pero ese 1% si bien es pequeño en porcentaje ¿representa 61 mil kilómetros recorridos por el operador bajo esa condición!

### ¿Platicanos acerca de la tecnología detrás de la solución de Guardian. ¿Cuáles son los resultados luego de implementarla?

Detrás de la tecnología Guardian hay 20 años y varias decenas de millones de dólares en I+D. Los resultados luego de implementarla hablan por sí solos. Hay una disminución en los eventos relacionados a fatiga y distracción, lo que se traduce en una baja en la tasa de siniestralidad. Pero no todo es tecnología; tenemos que trabajar en conjunto con los clientes para hacer gestión con los datos que esta nos proporciona, y esto no solo pasa con Guardian, sino con cualquier tecnología.

Si detectamos que un operador está teniendo problemas de fatiga, pues ayudémoslo, porque es más rentable trabajar con alguien que ya conoce, has invertido esfuerzo tiempo y dinero en

entrenarlo (tal vez por años) y ayudarlo en mejorar su rendimiento que empezar de cero con uno nuevo.

Si reconoces que en tu operación tienes el riesgo de fatiga y distracción, pues haz algo. Afortunadamente nuestros clientes reconocen el problema y tomaron el desafío. Por supuesto te genera más trabajo, pues ahora tienes que gestionar algo que antes no hacías, pero estás corrigiendo un problema y ahora tus tractos están menos accidentados, no en el taller, no en el corralón, ni lidiando con el seguro para que te pague el siniestro, los tienes produciendo.

### ¿Cómo reaccionan los operadores al funcionamiento de Guardian? ¿Qué comentarios han recibido?

Aquí hay de todo. Como seres humanos nos resistimos a los cambios, en el otro extremo hay operadores que no quieren conducir si el sistema no está funcionando por algún motivo. La implementación requiere liderazgo y buena comunicación, cuando existen esos ingredientes, hay transparencia, los operadores se sienten cómodos, después todo es el empleador el que esta invirtiendo esfuerzo tiempo y dinero en la tecnología. Somos afortunados en tener los clientes que tenemos, compañías que están comprometidas en la salud y seguridad de los operadores y de los demás usuarios de la vía.

Cuando nos instalamos en México, recuerdo que en muchas reuniones algunas compañías decían que era "operacional tener accidentes". Afortunadamente trabajamos con compañías de primer nivel, de los grandes del transporte en México y en una de ellas su director general dijo en una entrevista hace unas semanas "prefiero perder un cliente que a un operador" y a eso es lo que tenemos que llegar, preservar la vida.

Imaginate, el costo de un accidente no es solo financiero, también es emocional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP), nuestro país ocupa el séptimo lugar a nivel mundial y el tercero en la región de Latinoamérica en muertes por siniestros viales, con 22 decesos de jóvenes de entre 15 y 29 años al día, y 24 mil decesos en promedio al año. Los siniestros viales constituyen la primera causa de muerte en jóvenes entre 5 y 29 años de edad y la quinta entre la población general. Después de un accidente nada es igual.

### ¿Qué necesita tener una compañía para implementar Guardian?

Lo primero, ganas, ganas de disminuir los accidentes por esta causa. Ganas de mejorar sus índices de salud y seguridad. ¿Y por qué digo ganas? Pues porque lo que inviertes, lo recibes de vuelta, acércate a nosotros, contáctanos y te ayudaremos en el camino.

**GUARDIAN**  
DMS

www.guardiandms.com

contacto@guardian-mexico.com



## MAPFRE presentó en México su informe "El mercado asegurador latinoamericano en 2020"

**C**on un evento en el que se combinó la participación física - con la respectiva sana distancia - en el Roof Garden de la sede corporativa y la interacción virtual, MAPFRE presentó el pasado 5 de octubre el informe "El mercado asegurador latinoamericano en 2020", que fue elaborado por MAPFRE Economics y publicado por Fundación MAPFRE.

José María Romero, CEO de MAPFRE México, fue el moderador del evento y se encargó de dar la bienvenida a los presentes, además de agradecer el apoyo todos los involucrados en la elaboración de este acostumbrado informe, el cual estuvo liderado por Manuel Aguilera Verduzco, Director General de MAPFRE Economics y por Ricardo González, Director de Análisis, Estudios Sectoriales y Regulación de MAPFRE Economics.

"La industria aseguradora aporta grandes beneficios tanto a la sociedad como a la economía del país. Es por ello que debemos continuar esforzándonos para así reducir la amplia Brecha de Protección que aún existe en nuestro entorno", destacó Romero.



El informe presenta una panorámica del sector en América Latina y El Caribe durante 2020 y como ha evolucionado en la última década. Además, ofrece una revisión de las principales tendencias estructurales del mercado durante el periodo 2010-2020 y una actualización en la estimación de la Brecha de Protección del Seguro tanto en México como en el resto de mercados analizados.

"México ha mostrado, durante el periodo 2010-2020, una tendencia ascendente que va en línea con la tendencia general observada en la región latinoamericana. Mientras que en lo que refiere al mercado potencial de seguros en el país, éste es 3.1 veces el mercado actual, reduciéndose la brecha respecto al año anterior que era de 3.2 veces el mercado en 2019", mencionó Aguilera Verduzco.

La sesión también contó con la alocución de Ricardo Ochoa Rodríguez, Presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), quien ofreció un breve análisis del desempeño y la evolución que ha registrado el sector asegurador mexicano en los últimos meses.

Sin duda alguna, MAPFRE, a través de MAPFRE Economics y Fundación MAPFRE refrenda con este tipo de investigaciones su compromiso con el sector no solo de México sino de toda la región latinoamericana.



Charles Taylor InsureTech

## Destaca Charles Taylor InsureTech como aliado del sector en implementación y transformación digital

■ **Edgar Balderas, Director Comercial para Charles Taylor InsureTech Limited, nos comparte en entrevista con El Asegurador los retos y potenciales que vislumbra para esta nueva era.**

A principios del año pasado, Charles Taylor InsureTech, proveedor líder de servicios y soluciones tecnológicas para el mercado global de seguros, fue adquirido por una importante firma de inversión americana, dando impulso a la continuidad de crecimiento de la compañía en Europa y Latinoamérica.

Actualmente, cuentan con oficinas propias en la Ciudad de México y con la llegada de la pandemia, han resaltado su valor debido a una adopción digital más acelerada por el mercado, ayudando a sus clientes a llevar un adecuado proceso de implementación y transformación digital, simplificando operaciones a través de soluciones tecnológicas, logrando mayor agilidad y eliminando ineficiencias rápidamente.

Charles Taylor Insurtech se enfoca al mercado asegurador, tanto aseguradoras como brókers. Con la pandemia, han logrado consolidar soluciones para los canales digitales, marcando un importante diferenciador en el trabajo a distancia.

Para Edgar Balderas, Director Comercial de esta firma, el trabajo remoto mantendrá su tendencia, ya que se ha demostrado que la productividad en muchas empresas, incluso ha aumentado, a tal grado de adoptar este modelo de trabajo en México y Latinoamérica de cara al futuro.

"En Charles Taylor nos enfocamos en estar cerca de nuestros clientes. Nos dedicamos también a sembrar antes de la pandemia; tratamos de estar siempre en contacto con ellos y de informarles lo que estamos haciendo, y yo creo que eso que habíamos estado sembrado, lo estamos cosechando" dijo Balderas".

"Nuestras soluciones no únicamente es el core o el sistema



central; rodeado de nuestras soluciones de canales digitales, nos da un valor agregado ante la competencia o algún otro tipo de solución y eso nos ha ayudado a posicionarnos bien en la industria.", agregó Edgar.

En consecuencia, el directivo considera que las nuevas generaciones están dispuestas a hacer ese digital journey, que le llamamos por cuenta propia y encaminar a la tradicional industria aseguradora hacia una nueva transformación digital, además de centrarse en lograr resultados medibles.

Para Charles Taylor es importante mantener la conversación de innovación, por ello, participan activamente en los eventos del sector, trabajando en conjunto con algunas asociaciones a nivel nacional e internacional. De esta forma, la compañía percibe una industria abierta a nuevas tecnologías, dando crecimiento a las empresas insuretech a nivel mundial y Latinoamérica.

Por consiguiente, el auge digital dado por la actual pandemia, trajo consigo diversos riesgos para las aseguradoras, dando oportunidad a la compañía de brindar soluciones a través de un modelo predictivo hacia los fraudes con ayuda de la inteligencia artificial, machine learning y diversas tecnologías para su detección.

Reconocidos por su veracidad y honestidad, Charles Taylor se destaca por llevar a cabo una metodología probada en la implementación de sus proyectos, haciéndolo de una forma ágil y que les permita tomar decisiones a las aseguradoras y brókers en beneficio de sus clientes.

Es de esta forma como Charles Taylor ratifica su compromiso en esta nueva normalidad, expandiendo su enfoque hacia más soluciones de canales digitales, agnósticas de migración de datos y de sistemas legados hacia nuevas tecnologías, aportando valor a todas las seguridades y desafíos específicos, superando el camino para una nueva era más eficiente y centrada en el cliente.

[www.ctinsuretech.com](http://www.ctinsuretech.com)

**Edgar Balderas**  
Tel.: 55 3900 0214  
[edgar.balderas@charlestaylor.com](mailto:edgar.balderas@charlestaylor.com)



ESPEJITO, ESPEJITO

Mariana Hernández Navarro

@marianahernandez@conlead.com.mx

En el mes de agosto fuimos testigos de un accidente terrible de motociclistas ocurrido en la carretera México-Cuernavaca. La narración de hechos destacaba que los conductores circulaban a más de 250 km/h porque iban "echando carreritas". El resultado de este percance fue lamentable, y se habló de siete muertos y varios heridos.

Días después del acontecimiento escuché un reportaje que afirmaba que la tradición de algunos motociclistas era tomar previamente un brebaje bautizado como "agüita aflojaculpas" para suprimir el miedo y poder disfrutar el recorrido a grandes velocidades.

¿Será entonces que la culpa nos estorba para cumplir sueños u objetivos?

Viktor Frankl afirmaba en su triada

## "Agüita aflojaculpas"

trágica que los seres humanos jamás nos libramos del sufrimiento, culpa y muerte.

La culpa nos persigue en diferentes áreas de nuestra vida; por ejemplo:

"Me siento culpable porque..."

... debí haber sido más enfático en el cierre".

... no debería haber dicho eso en la reunión".

... no les dedico el suficiente tiempo a mis hijos".

... me comí un pastel".

... me daban ganas de ahorcarlo, y está mal que piense así".

Aclaro: si fuéramos condenados también por nuestros pensamientos, seguramente varios de nosotros entraríamos en la clasificación de asesinos, sin atenuantes.

Quizá parezca entonces que lo ideal en la existencia es anular la culpa y expresarnos como seres libres; pero precisamente este tremendo accidente en la carretera nos recuerda que la culpa está presente como brújula para alertarnos, para expresar que somos conscientes. Ése es su gran cometido.

Una persona me dijo cierta vez: "Me siento culpable de haberle hablado así a mi par, y también me molesta sentirme culpable". ¡Claro! Sentir culpabilidad no es una sensación agradable, pero eso nos habla de que tenemos cierta vigilancia sobre nuestro comportamiento, de que somos capaces (todavía) de reconocer la

bondad o maldad de nuestros actos.

Hasta aquí vamos bien. El dilema comienza cuando no se encuentra una forma acertada para gestionar la culpa.

Y hay dos posibles caminos: aturdirse o arrepentirse.

En el primer caso, la culpa se vuelve neurótica porque sólo paraliza y se mantiene en un ciclo rumiativo que concluye en hacer sentir al sujeto que la padece como una persona reprochable, es decir, como una persona mala.

Al vivir con una culpa eterna se bloquea el potencial. Es necesario aprender a separar el acto de la persona. Un evento no es la definición final de una persona, ya que entonces se suspendería el aprendizaje.

Si se mantiene la asociación de "mal acto = mala persona", se deriva en un autorreproche crónico sin posibilidad de avance o de redención.

En el segundo caso, el arrepentimiento verdadero llevado a la acción conlleva tres opciones:

Ofrecer una disculpa a la persona a quien se ha lastimado.

Conciliarse de forma indirecta con el mundo; por ejemplo, una persona que había cometido un fraude y no tenía forma de devolver el dinero a la persona afectada decidió donar el dinero a una causa benéfica. De esta forma logró

purgar su culpa y otorgar paz a su alma. Y el último punto que se aplica para cualquier circunstancia de culpa es

3 éste: la culpa se erosiona con el verdadero compromiso. De nada sirve ser consciente de ella pero no enfrentarla. A veces es más cómodo sentirse culpable que hacer una transformación profunda. Tomar una actitud adulta frente a la culpa implica corregir realmente la conducta que ocasionó el problema, comprometerse verdaderamente con el cambio a futuro, ya que éste no está en el castigo impuesto sino en el nuevo comportamiento.

En otras palabras: la culpa siempre apunta al pasado; la responsabilidad, hacia el futuro. Tendríamos que dejar de echarle la culpa a la gota que derramó el vaso y hacernos responsables de la comodidad que tuvimos para sentarnos a esperar a que se llenara.

En resumen, la culpa surge cuando pensamos: "He hecho algo que no debí hacer" o "Debí hacerlo, pero no lo hice".

Si has tenido estos sentimientos, comprométete verdaderamente con el cambio futuro y acepta que la culpa que hoy está presente sirve para recordarte que no eres un psicópata, que posees conciencia para discernir los actos malos de los buenos. En pocas palabras, sé un tanto indulgente con lo que has hecho, pero muy exigente con lo que está por venir.



1 millón  
de pacientes atendidos

Gracias por su preferencia.



# La importancia de la capacitación laboral en México



Sabemos que un porcentaje importante de los mexicanos no posee un título universitario ni la posibilidad de llegar a este nivel de educación. Sin embargo, nuestro país y las empresas han apostado por fortalecer cada vez más el capital humano.

Este concepto, *capital humano*, se crea para fortalecer a cada individuo en su actividad laboral dependiendo de los conocimientos adquiridos en su formación académica, habilidades desarrolladas, entrenamiento y experiencia en el trabajo. Como consecuencia, optimizar su operación en las actividades que realiza diariamente y a largo plazo nos dará como resultado tener un país con mayor nivel de desarrollo.

Las empresas tienen un gran reto para mantener a su equipo capacitado y actualizado frente a los avances de la innovación a la que

nos enfrentamos día a día, por lo que una de las prioridades institucionales debería ser dedicar atención, tiempo y recursos al desarrollo de habilidades e incrementar el conocimiento de los colaboradores para lograr una mejor versión de la empresa y un desarrollo personal óptimo. También es de vital importancia que cada profesional, emprendedor o colaborador tenga la intención de continuar invirtiendo en su educación. Específicamente, el sector asegurador cuenta con herramientas pensadas para cada modelo de actividad, y una de las más conocidas es [www.SoyAgenteActualizado.com](http://www.SoyAgenteActualizado.com). Esta plataforma de estudio tiene perfiles creados para cada modelo de negocio. Así que, si quieres saber más sobre cómo mantenerte actualizado en los temas de interés de los agentes de seguros, no dudes en acercarte a nosotros. Nos encantará platicar contigo.

Equipo de Soy Agente Actualizado

**SOY AGENTE  
ACTUALIZADO**  
una marca de 

## Sabiduría aseguradora



**EL PLACER DE  
DISENTIR**

Oscar González Legorreta

@oscar@agl.com.mx

*“Puedo dirigirte hacia la verdad, pero no puedo hacer que te la creas”.*

Raymond Reddington, *The Blacklist*.

Querido lector, filosofemos un poco.

Vayámonos a definiciones pragmáticas: ¿qué entenderíamos por *sabiduría*?

A veces se entiende que ser sabio es poseer una gran cantidad de información, incluso alguna de ella de muy diversa índole. Probablemente hemos leído o escuchado que un hombre sabio es aquel que posee muchos conocimientos sobre artes, ciencias, matemática, astronomía, historia, etcétera. En la bibliografía histórica, por ejemplo en la Biblia, se anota que el hombre sabio es temeroso y sabe reconocer el mal para apartarse de él.

Así, conocimiento y sabiduría resultan íntimamente ligados, pero hoy quisiera abundar precisamente en la calidad y cualidad de esa correlación y a su vez conectarla con nuestro ámbito asegurador.

Hace pocos días escuché una definición que resonó poderosamente en mi interior y me llevó a la reflexión que he escrito en esta ocasión:

Sabiduría es saber *qué hacer* con el conocimiento.

Esta conceptualización me pareció aún más poderosa que la muy conocida frase de “La mejor teoría es una buena práctica”.

Y es que mi querido lector seguramente compartirá conmigo que en el sector asegurador no es conocimiento lo que nos falta, sino una praxis efectiva. Lo puntualizo.

Sabemos bien que en este país no hay una cultura sólida en materia de prevención y conciencia de riesgo; que el público en general apuesta por una solución milagrosa, por la caridad, o incluso por la ayuda y apoyo comunitario, antes que por la autosuficiencia asistida que

brinda un seguro ante la ocurrencia de un evento desafortunado. No obstante, ¿qué hacemos con este conocimiento? ¿De qué forma lo ponemos en práctica? En mi perspectiva, el sector lo utiliza más para justificar y explicar complacientemente los pobres resultados en penetración que hemos alcanzado históricamente.

Sabemos también que la terminología que se utiliza en los contratos aseguradores es complicada para el usuario promedio. Y me refiero no sólo a palabras como *deducible*, *coaseguro* o *tercero*, sino incluso a definiciones que parecen sencillas para nosotros pero que son tan polémicas como la de *inundación* en las pólizas de Daños, y muy especialmente en la de Hogar, para la cual lo que las personas entienden coloquialmente por una *inundación en su vivienda* poco o nada tiene que ver con la correspondiente cobertura que lleva ese nombre y que es ofrecida por la póliza de seguro. No es necesario detallar las consecuencias y conflictos que ello genera en la relación con consumidores y afectados. Y esto es sabido, pero las décadas transcurren sin modificación sustantiva alguna de por medio.

Quizá la modificación más “significativa” que se ha introducido es el tamaño de la letra utilizada en los textos del clausulado. Sabemos que cláusulas generan desencanto en el cliente y cómo los conflictos que se desarrollan por ello destruyen la poca lealtad o fidelidad que un contratante puede profesar por su aseguradora. Un ejemplo elocuente es el rechazo de conceptos que, una y otra vez, los clientes presentan a reembolso en un reclamo de Gastos Médicos Mayores. No se ha modificado ni siquiera el proceso para informar al cliente. Permitimos que esto genere llamadas o comunicación escrita (física o digital) para finalmente desembocar en el “rechazo documentado y fundamentado”. ¡Vaya parafernalia que desgasta por igual al intermediario y al personal de servicio

de las compañías de seguros!

Podría continuar con una lista muy larga.

Cada una de estas situaciones comparte una ironía dramática. Parece que la semántica nos ha confundido. Quizá creamos que *saber* es signo de “ser sabios”, y no es así.

Pareciera que entender el origen y funcionamiento de estas problemáticas nos genera una falsa sensación de tranquilidad. “Ya sabemos qué ocurre”, como si ello fuera una suerte de amu-

lento que eliminara las consecuencias. Saberlo claramente no es suficiente para resolverlo. Se requiere *actuar*, *cambiar*.

No es suficiente esgrimir que estos comportamientos son comunes a todos los productos, canales de venta y compañías aseguradoras.

Tampoco trivializo la solución. Ninguno de los desafíos descritos es sencillo de resolver.

Al menos, el segmento de negocio de las insurtech, con mayor o menor conocimiento de seguros, pretende cambiar las reglas del juego; claro está (hoy al menos), en un pequeñísimo volumen de las transacciones.

Y es ahí, lector querido, donde estriba mi reflexión. Necesitamos *sabiduría aseguradora*. Necesitamos que todo aquello que se sepa se convierta en transformación, transmute la realidad actual y nos lleve a un estado mucho más cercano al ideal, algo que de algún modo ya se ha concebido.

*“No es quien seas en el interior. Son tus actos los que te definen”.*

Rachel Dawes, *Batman Begins*.

Soluciones  
tecnológicas  
para el sector asegurador

Programa una cita con nuestro equipo de expertos y conoce los productos adaptables a las necesidades de tu empresa.



Comparador  
de Seguros



ChatBot



Administrador  
de Pólizas

You know what,  
We know how

[www.saoinurtech.com](http://www.saoinurtech.com)  
[info@saoinurtech.com](mailto:info@saoinurtech.com)  
55 7617 0437

**SAI**  
INSURTECH SOLUTIONS



# 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>

#AMIS #Seguros

## Provoca pandemia en el sector seguros una revolución total de los procesos operativos y de comercialización

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Si bien el sector asegurador se ha caracterizado a lo largo de su historia por tener una evolución continua, la pandemia, la tecnología, los adelantos en el campo de la salud, entre otros factores, provocaron que se desatara una revolución total en los procesos operativos y de comercialización de las organizaciones; y la forma abrupta en que hubo que adaptarse a todo ello es muestra palpable de este proceso. Al final, gracias a esa revolución, el sector asegurador continuará evolucionando con otra perspectiva del futuro y, sobre todo, con una manera más planeada y organizada de actuar.

Norma Alicia Rosas Rodríguez, directora general de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), dijo lo anterior al participar como invitada de honor al evento organizado por Grupo Interesse con motivo de su 20.º aniversario. En este encuentro, la funcionaria abordó el tema *Importancia del seguro para la construcción de un país resiliente*.

Rosas Rodríguez indicó que uno de los aspectos que más se hicieron notar con la crisis sanitaria es la importancia que hoy la sociedad le da al asegu-

ramiento de su vida y de su salud. Por parte del sector asegurador se han desplegado esfuerzos interesantes para lograr una estrategia más clara y simple de acercamiento con el cliente, y en ello la analítica, la inteligencia artificial y toda la gama de plataformas tecnológicas existentes desempeñaron un papel determinante.

Hacia adelante sigue habiendo retos que la industria aseguradora debe atender y aprovechar, ahora que la coyuntura pandémica y de desarrollo tecnológico provocó el despertar de una conciencia



Norma Alicia Rosas Rodríguez

diferente en la sociedad sobre los riesgos que la rodean. Basta con decir que en México solo 10.6 millones de personas

tienen un seguro de Vida individual, y eso habla de la voluntad de la población de tener un seguro a cuenta propia, expresó la funcionaria de la AMIS.

Rosas Rodríguez continuó de esta manera ofreciendo datos sobre la extensión del seguro en nuestra sociedad: "Cada vez que frenamos el vehículo en un semáforo, a nuestro alrededor uno de cada tres vehículos está asegurado. Y qué decir del seguro de Gastos Médicos: únicamente 11.3 millones de personas poseen una cobertura de esta naturaleza. Los retos y las brechas por cerrar son múltiples, y los riesgos son cada vez más frecuentes y severos.

Rosas Rodríguez señaló finalmente que hoy las prioridades de la AMIS están enfocadas en acercarle al mayor número de personas seguros inclusivos, coberturas de salud de calidad y accesibles. Y eso se logra estudiando modelos internacionales que puedan aplicarse en México; en el caso de la resiliencia ante desastres, impulsando distintas leyes que generen mejores coberturas; en cuanto a protección a víctimas de accidentes viales, mediante seguros obligatorios; y protección contra los riesgos económicos de la etapa de retiro.

#Autos #Seguros

## En el futuro, el éxito del seguro de Autos dependerá de un uso de datos quirúrgico, natural y aplicable

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

El éxito del seguro de Autos en el futuro cercano depende claramente de tres variantes: a) la forma de recopilar la mayor cantidad de datos del asegurado de manera natural (esto es, no invasiva) para que sean utilizados por la telemática a fin de delinear un perfil personalizado de los hábitos de manejo del asegurado y que ello se traduzca en mejores coberturas y costos; b) la manera de clasificar la información verdaderamente de valor; y c) el modo de usar la analítica de datos para impulsar la evolución de este ramo, señaló en entrevista Juan Ignacio González Gómez, director general de HDI Seguros.

El director general de HDI Seguros observó que todos los avances que de manera acelerada ha tenido la telemática, el internet de las cosas y la tecnología en general en todos sus campos han llevado a la industria del seguro a reflexionar e imaginar cuál será el futuro del aseguramiento vehicular en un escenario en el que la movilidad con autos autónomos y los riesgos inherentes a este tipo de máquinas serán distintos de los actuales, y en ello la tecnología desempeñará un papel clave.

"Un factor tecnológico que ha revolucionado todo es el internet de las cosas, y como industria de seguros el elemento principal para trabajar son los datos y la estadística, por lo que creo que el resultado de la combinación de esos

dos campos resultará en una tendencia en cuanto a la generación de datos que marcará una etapa nueva y evolucionada en el aseguramiento vehicular", indicó González Gómez.

El entrevistado añadió que la telemática permite manejar con mayor certidumbre los datos obtenidos y a partir de ahí usar la base para analizar, proyectar y construir modelos de negocio mucho más personalizados.

Por lo que respecta a los riesgos y oportunidades del uso de la telemática en un país como México, el director general de HDI Seguros apuntó que, por las condiciones de infraestructura del país, el uso y expansión de la telemática no serán tan rápidos como se desea. En ese sentido, la adopción va a llevar tiempo.

"El futuro en materia de telemática aplicada a seguros es prometedor, y lo será más si nunca perdemos de vista que este tipo de tecnología es un habilitador muy grande de lo que podemos hacer con las personas y para las personas, y por lo tanto debe utilizarse en ese sentido. El seguro es un contrato de buena fe, y no hay que tergiversarlo haciendo un uso erróneo de la tecnología, porque la razón de la industria del seguro son y seguirán siendo las personas", expresó González Gómez.

El director general de HDI Seguros finalizó diciendo que, por el contrario, debemos enfocarnos como industria en hacer un uso más inteligente y quirúrgico de los datos por el bien del sector y del asegurado.

**CONSOLIDA TU CARRERA CON NOSOTROS**

- Aseguradora en crecimiento
- Capacitación especializada y constante
- Aceleración de tu carrera
- Productos que generan valor a tus asegurados
- Respaldo total

Regístrate en: [www.anagente.anaseguros.com.mx](http://www.anagente.anaseguros.com.mx)

#EstasEnBuenasManos | anaseguros.com.mx | Facebook | Twitter | YouTube | Instagram | LinkedIn | Google+



## MÁS VALE PREVENIR

Raúl Carlon Campillo

@tranquildadproyeccion@gmail.com  
@rcarlon3 f raul.carloncampillo.1

En repetidas ocasiones, desde hace tiempo, se ha polemizado sobre el tema de los derechos que un agente de seguros tiene sobre la cartera de clientes que ha logrado acumular a lo largo de los años, producto de trabajo y entrega, negociaciones y feroces luchas contra una competencia que busca, por todos los medios posibles, arrancarle cuentas, sobre todo grandes, que evidentemente son atractivas en ingresos y bonos.

Los debates tomaron fuerza en un ejercicio llevado a cabo hace unos meses en la magnífica transmisión que Genuario Rojas Mendoza, fundador y propieta-

# Derechos de propiedad

rio de este gran medio de comunicación, organizó con personalidades del sector, quienes dieron sus posturas e interpretaciones de los aspectos legales, administrativos y operativos. La conclusión fue, según algunos de los ponentes, que las carteras se comparten entre la aseguradora y el intermediario.

Justo en el primer aniversario de esta columna, dedicada a hablar de la cultura de previsión, retomo dicho debate para dar a conocer aquello que, según mi opinión, puede considerarse como “derecho de propiedad” sobre las carteras de asegurados, algo que, como propusieron los participantes de aquel ejercicio, comparten las aseguradoras y los agentes de seguros.

La referencia obligada inicial es el texto del artículo 25 del Reglamento de Agentes de Seguros y Fianzas, que en su último párrafo menciona el derecho de los causahabientes sobre las comisiones del intermediario cuando éste fallece. El texto evidencia el derecho sucesorio sobre la cartera del intermediario fallecido, prerrogativa que se confirma cuando las aseguradoras, en los contratos que firman con los intermediarios, solicitan el nombramiento de beneficiarios que puedan reclamar tal atribución.

No obstante, cabe subrayar que el mismo artículo reconoce el legítimo

derecho del asegurado, si así lo desea, a nombrar a otro intermediario como su agente de seguros por medio de una “carta nombramiento”. Ante la contundencia de tal derecho, surge la primera pregunta:

### ¿De qué es dueño el agente de seguros?

El texto del Reglamento habla de la cartera de pólizas, en clara alusión a los contratos suscritos por la aseguradora e intermediados por el agente. Es decir, la propiedad de la cartera es sólo sobre *el ingreso* que se desprende del contrato intermediado, no sobre *el contrato* en sí mismo, ya que éste registra a la aseguradora y al asegurado como los actores del negocio, no al agente. El productor de seguros únicamente aparece como el conducto que lo intermedia, mas no como la institución que lo suscribe ni como la persona, física o moral, que lo contrata.

Un asegurado transfiere su riesgo a la aseguradora por medio del contrato, que es intermediado por un agente de seguros. Su decisión de hacerlo por medio de un intermediario permite la aparición de éste, pero puede hacerlo de forma directa con la aseguradora por medio de los canales de distribución que precinden de la figura del agente. Esta realidad, que se desprende del legítimo derecho del asegurado, es la que, tal vez, ha animado la percepción de agoreros del desastre que preconizan la desaparición de la figura del productor de seguros, soslayando los derechos sucesorios concebidos en el ordenamiento referido.

Para sumarme a la polémica en este punto, la figura de intermediación enunciada por el propio Reglamento de Agentes de Seguros da vida a los “agentes empleados” en el inciso *a*, fracción VII, del artículo primero, y a los “agentes apoderados” en la fracción X del mismo artículo. Estas figuras cobran importancia, ya que el primero actúa por cuenta de la aseguradora y el segundo como apoderado de una persona moral.

En ambos casos, el agente no accede a la propiedad de la cartera de pólizas al actuar por cuenta de otro, por lo que, ante el escenario de su fallecimiento, será la aseguradora o la persona moral la que tenga el derecho de propiedad sobre el ingreso que se pueda haber convenido como pago por los servicios de intermediación.

Esto confirma que los derechos de propiedad de la cartera se refieren únicamente a las pólizas de las que se derivan los ingresos, no a los asegurados, y mucho menos al legítimo derecho de éstos de aceptar la intermediación para que su riesgo sea suscrito por una u otra aseguradora.

## (primera parte)

Respecto a la cesión o la venta, los procedimientos de la aseguradora pueden exigir como respaldo a cualquiera de las dos opciones las cartas de aceptación de los respectivos asegurados para nombrar al agente que recibe o compra la cartera como su nuevo intermediario. Es en este momento cuando, dependiendo de lo que se haya elegido, puede hablarse del ejercicio efectivo del heredero o sucesor para convertir en beneficio el patrimonio construido por quien trabajó confeccionando dicha cartera.

La referencia a los agentes que pueden acceder a este beneficio resalta en el texto del artículo citado al hablar solo de agentes que operen con base en contratos mercantiles, lo que deja fuera a los apoderados de persona moral o a los agentes empleados.



Hasta este punto, las conclusiones preliminares apuntan al derecho sobre los ingresos derivados de comisiones establecidas en las pólizas intermediadas. La propiedad es sobre las pólizas que se intermediaron, lo que puede desvanecerse ante la decisión del asegurado de prescindir de dicha intermediación (y contratar directamente con la aseguradora) o cambiar de intermediario, en cuyo caso no existe defensa posible para él, lo que nos lleva a otros cuestionamientos.

Es un hecho que ese servicio puede ser la diferencia que motive la preferencia de un asegurado por uno u otro intermediario, lo que en casi todos los casos implica estructuras necesarias para brindarlo, algo que a su vez demanda invertir en su creación, mantenimiento y tecnologización, además de la supervisión indispensable para garantizar que se opere con apego a los estándares marcados por el intermediario a su equipo de colaboradores.

Esos aspectos de servicio son un gasto de operación que encarece la actividad que desarrolla el intermediario, y deben considerarse, sobre todo cuando se pretende heredar dicha actividad. Es un hecho que se debe mejorar la cultura de previsión de la población y del propio agente para incrementar la cartera de clientes, pero de eso hablaremos en la siguiente entrega como segunda parte de este tema.



## TE LO ASEGURO

Hugo Silva

@hsilva@globalab.com.mx

Por circunstancias ajenas al objetivo de esta propuesta, estoy participando en diversos foros que pretenden determinar la base y forma ideal para presentar opciones —de cualquier tipo— tanto al cliente como a quien pretendemos que lo sea, es decir, al prospecto de cliente.

Reconozco que mi primera intención al entrar en dicha dinámica obedecía a la inquietud por ofrecer más, seducirlo —si se permite el término— con base en diferentes y muy variadas opciones que involucran desde aspectos técnicos hasta el robustecimiento de las propuestas iniciales con ofertas de valor adicionales.

En un entorno que ha pasado de la necesidad a la saturación de información hemos llegado a tal punto que el cliente lo último que requiere es detalle, sea de un producto, un bien o un servicio; en todos los casos, la presencia de múltiples posibilidades tiene como resultado adverso la adopción de múltiples justificaciones para no decantarse por ninguna de ellas. La consecuencia irremediable: la fuga del probable cliente.

Pero ¿qué factores influyen en la toma de decisión?

“Menos es más”, principio trascendental acuñado por el arquitecto Ludwig Mies van der Rohe que refiere sobre todo a propuestas alejadas de sobrecarga, es decir, tendientes al concepto de minimalismo, ajenas a la ornamentación y superficialidad y cuya finalidad es centrarse en lo importante.

Uno de los recursos frecuentes para decidir es el denominado *anclaje*, que no es más que el criterio adoptado en casos en los que desconocemos, en gran porcentaje, las características del bien, producto o servicio que pretendemos adquirir, por lo que la decisión se respalda en el costo o precio.

Suponiendo que sorteamos este primer criterio, pasaremos a efectuar comparaciones en pares (comportamiento denominado *efecto señuelo*, por medio del cual generamos una primera elección) y entramos en el proceso de hacer

# El placer de elegir



caso omiso de las diferencias que consideramos sutiles (segundo grave error; el primero es inclinarnos exclusivamente por el costo).

Al contar con una decisión, resaltamos las cualidades del producto, bien o servicio, potenciando pequeñas diferencias con poco peso específico que utilizamos como argumento que avala nuestra decisión.

Finalmente, y en caso de que el producto, bien o servicio haya sorteado las etapas previas de evaluación, es probable que, como consumidores, respaldemos nuestra decisión con base en el principio de menor riesgo, o bien nos decantemos por el que tenga mayor reconocimiento, es decir, la marca mejor posicionada o de reconocido prestigio.

Hasta aquí, todo aparente y medianamente bien, pero seguimos sin identificar qué tanto el sentimiento de fidelidad o satisfacción participa al decidir.

Considero como premisa que la elección satisfactoria tiene, como punto de arranque, evitar abrumar con cascadas de opciones al prospecto. De mantener esta práctica, corremos el riesgo de salir del proceso de venta con las manos vacías y, lo que es peor, arrastrando una desagradable imagen de pretender vender lo que sea, es decir, vender por vender.

Consultando *La paradoja de la elección*, de Barry Schwartz, no puedo dejar pasar una idea muy clara y precisa: “El exceso de opciones genera parálisis”.

Quizá, cuando hablamos de la incapacidad para elegir, pensemos haber tocado el tema medular. Nada más equivocado. El riesgo es mayor, ya que debemos no solo considerar, sino

comprender otro muy acertado planteamiento de Schwartz cuando este autor establece que cuantas más opciones tengamos para elegir, menos satisfechos estaremos con nuestra decisión, sea cual fuere.

Por lo tanto, la multiplicidad de ofertas acarrea, por una parte, incapacidad para elegir; y, por otra, la insatisfacción al haber elegido, sin dejar de lado el hecho de que el exceso de oferta genera estrés en el potencial consumidor. ¡En todas estamos fritos como vendedores!

Entonces, ¿dónde demonios encontramos satisfacción o placer al elegir?

Partamos de la base sobre la cual reposa el riesgo de la elección, que, lejos

de generar satisfacción, puede orientar a lamentar las oportunidades perdidas, es decir, podemos generar un sentimiento de ausencia por todo lo que desechamos para, al final, quedarnos con solo una o algunas opciones, manteniendo una constante frustración e incertidumbre por no haber elegido otra cosa.

El placer de la elección radica en la simplicidad para llevarla a cabo, y esto no se debe confundir con la ausencia de opciones o la escasa calidad de ellas. Por el contrario, el secreto se encuentra en acercar solo opciones de calidad, sin abrumar, considerando, de ser el caso, solo datos o especificaciones técnicas que no desincentiven el proceso; mejor aún, que lo estimulen.

En un entorno donde la información está a un clic de distancia y el acoso cibernético es generado de manera inmediata por medio del reconocimiento por algoritmos, la saturación de propaganda es el común denominador. El consumidor entra en hastío y en una falsa apreciación de dominio en temas tan delicados como la adquisición de programas de protección patrimonial.

Nuestra misión es facilitar el proceso. Menos es más. Presentaciones ejecutivas y al grano. Insisto: el placer de elegir radica en la simplicidad para hacerlo. ¡Te lo aseguro!

**¡MUCHAS FELICIDADES!**  
A TODOS LOS  
**— GANADORES —**  
DE  
**RECONOCIENDO A LOS MEJORES**  
**2021**  
#ReconociendoalMejores

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

**HACEMOS QUE TODO MEJORE**

En MAS Servicios ofrecemos la integración personalizada de asistencias a productos y servicios que brindan más y mejores beneficios para ti.

Llama al **55 5322 0255**

# AMASFAC

## AMASFAC Moviéndonos Creamos Valor

Desde sus orígenes el ser humano ha realizado actividades físicas que estimulan el organismo y lo fortalecen.

Una buena condición física es fundamental para el cuidado de nuestra salud, todos lo sabemos pero realmente pocos practicamos habitualmente una actividad física.

Afortunadamente existen aficiones al deporte que nos invitan a emular a nuestros deportistas favoritos, en México, por ejemplo, la afición al fútbol soccer ha motivado a muchos a unirse a la práctica de este deporte y ello les ha permitido ejercitarse y llevar una vida sana.

En AMASFAC sabemos que nuestros campeones deben estar en plena forma para cubrir las jornadas extenuantes que la labor del intermediario conlleva, es por ello que promovemos y abrimos espacios para el ejercicio y la sana convivencia.

Organizamos carreras atléticas en Chihuahua y el AMASFACTÓN en Oaxaca, que fue por primera vez a nivel nacional, así como nuestros tradicionales torneos de golf que se realizan cada año en las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara.

En estos espacios se promueve también una sana competencia e integración en un gran ambiente de amistad y camaradería que solo AMASFAC es capaz de generar. Con los recursos que se obtienen se apoyan causas sociales de nuestras comunidades.

Te invitamos a iniciar una actividad física que estimule una vida saludable y eleve la calidad de tu desempeño profesional y personal, AMASFAC te invita a que te unas a nuestros eventos y amplíes tu red de contactos y amistades que impactaran favorablemente tu actividad como intermediario, muchos productores exitosos iniciaron sus relaciones en convivencias de este tipo.

### Beneficios del ejercicio físico para la salud

#### Físicos

- Mejora la forma y resistencia física.
- Regula la presión arterial
- Incrementa o mantiene la masa ósea.
- Mejora la resistencia a la insulina.
- Ayuda a mantener peso corporal.
- Aumenta el tono y fuerza muscular.
- Mejora la flexibilidad y la movilidad de las articulaciones
- Reduce la sensación de fatiga

#### Psicológicos

- Aumenta la autoestima.
- Reduce aislamiento social.
- Rebaja la tensión y el estrés.
- Reduce el nivel de depresión.
- Ayuda a relajarte.
- Aumenta el estado de alerta.
- Disminuye el número de accidentes laborales.
- Menor grado de agresividad, ira y angustia.
- Incrementa el bienestar general

Cordialmente,

Alejandro Sobera Biótegui  
Presidente Nacional AMASFAC



AMASFAC  
ASESORES  
Creamos Valor

#DesarrolloHumano #Opinión

## La importancia de la gratitud y sus beneficios



### REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen

[www.carlos-molinar.com](http://www.carlos-molinar.com)

Pocas cosas tan importantes existen en la vida como la gratitud, y esta máxima de convivencia social es algo que todos creemos conocer y observar de alguna manera. Sin embargo, si reflexionamos y profundizamos en el asunto, podremos entender mejor muchos conceptos que la rodean y que se relacionan causalmente con ella.

Pocas cosas hay más abominables que la ingratitud; y, como tantas cosas en la vida, algunas personas creen que ser ingratos les reporta un beneficio, o al menos no se lo quita. Pero es justamente al revés: ser ingrato conlleva un alto precio para quien así actúa, y en cambio la gratitud no solamente nos hace mejores personas, sino que también reporta grandes beneficios.

Cuando me pregunto por qué la gente es ingrata, me vienen a la cabeza varias respuestas posibles. Quizá el ingrato tenga quien lo apoya es un privilegiado que no requiere su agradecimiento; quizá sea una persona egoísta y vea la vida solo en función de recibir, y no de dar; quizá sea por inseguridad y trate erróneamente de convencerse de que la ayuda que recibe es un logro propio; quizá no agradezca nunca por pena, pues no sabe cómo expresar gratitud (aunque creo que ésta sería la causa menos probable); quizá el ingrato es ingrato por ignorancia o falta de conciencia, como esos niños y jóvenes que han recibido todo y simplemente dan por sentado que es obligación de los otros proveerlos sin más. Y la peor opción: quizá sea por *soberbia*, porque su terrible e inflado ego los hace pensar que todo es mérito propio y no valoran la ayuda del prójimo en su gran magnitud.

Hay una frase de Martín Lutero que me encanta y reza así: "Tengo tres perros peligrosos: la ingratitud, la soberbia y la envidia. Cuando muerden, dejan una herida profunda".

Soy un convencido de que todo en la vida obedece a la ley de causa y efecto y de que cualquier pensamiento, sentimiento o acción traerá consigo una consecuencia, por lo que aquello que salga de nuestro interior traerá como consecuencia una reacción del Universo hacia nosotros. Y la recibiremos con una fuerza multiplicada.

De ahí la *profundidad* de la herida de

la que habla Lutero.

Así, la ingratitud nos hará más densos, enviando mala vibra al Universo; y, en cambio, la gratitud nos hace vibrar en una frecuencia más ligera, enviando al Universo nuestras mejores vibras. Ambas nos traerán de regreso la respuesta del Universo.

Es importante entender que, aun cuando nuestro proceso en la vida es individual, no somos ermitaños, pues estamos cercanamente relacionados con muchas otras personas a consecuencia de diferentes situaciones, por lo que será mejor entender los procesos y las leyes por las que opera la vida.

En esta vida, todo está relacionado, y es importante saber que se trata de dar y de recibir. Es necesario aprender a dar y también a recibir. Existe mucha gente que no sabe dar o no sabe recibir.

Al que no sabe dar lo catalogamos de mezquino, egoísta; y al que no sabe recibir, de arrogante o, peor aún, de soberbio.

Así, vemos que la gente a la que le cuesta dar siente que cualquier cosa que dé le va a restar. Es gente que tiene un sentido materialista de la vida y que le concede una importancia desmedida a lo material. En general, esa gente es así no solo en lo material, sino también en lo espiritual.

Otro punto importante de la gratitud es entenderla, aceptarla y abrazarla. Trataré de explicarme.

En este mundo, materializado en exceso por la visión de mucha gente enfocada más en recibir que en dar, no prestamos mucha atención a la gente que no sabe recibir; simplemente de alguna manera la relegamos, pero no reflexionamos en las causas por las que se comporta de esa manera.

A la gente que no sabe recibir le cuesta mucho esfuerzo sentirse en deuda, aceptar ayuda, apoyo o cariño, y eso tampoco ayuda a su desarrollo como ser humano.

Cuando reciben espontáneamente un presente, un apoyo o una ayuda, se sienten en deuda y tratan de cualquier forma posible de actuar para creer que ya están a mano, que no deben nada.

Un amigo querido me comentaba que a él le costaba trabajo recibir; y, analizándolo bien, me di cuenta de que en ocasiones a mí me ocurre lo mismo. Y comentábamos que no se trataba de aquellas ayudas o beneficios que se nos ofrecen para comprar nuestra voluntad. Eso en definitiva hay que rechazarlo. Pero, tratándose de algo que la gente nos ofrece de todo corazón, es terrible resistirse a aceptarlo con humildad y mostrar nuestro agradecimiento.

Y, más importante aún, me comentó (haciendo referencia a un autor llamado Tusquets) que, cuando uno recibe una ayuda en un momento de apuro (y, para poner un ejemplo de lo más prosaico y sencillo, pensemos en un préstamo de dinero), aunque lo paguemos en tiempo y forma quedamos en deuda permanente con esa persona. ¿Por qué? Por la gran valía que tuvo el hecho de habernos apo-



yado a salir del problema en un momento complicado.

Y ni hablar si se trata de cosas más trascendentes y profundas, como tiempo y cariño. No olvidemos que el tiempo es algo que no se puede recuperar. Nadie puede comprar tiempo; así que quien nos ofrece su tiempo nos está dando algo invaluable, algo que jamás va a recuperar.

Nada más bello que vivir agradecido con toda persona, y más con la gente que hace la diferencia en nuestra vida. Si vivimos agradecidos y demostramos nuestro agradecimiento, no solo ven-

drán bendiciones a nosotros, también podremos sentir que hemos sido exitosos y, sobre todo, felices.

Marco Tulio Cicerón decía: "Tal vez la gratitud no sea la virtud más importante, pero sí la madre de todas las virtudes".

No hay nada más bello que estar agradecido y demostrar nuestro agradecimiento con la gente que amamos; y, si eso es recíproco, no solo se genera una energía maravillosa y multiplicadora en esa relación, también es una de las cosas más bellas que puedan conseguirse en las relaciones humanas.

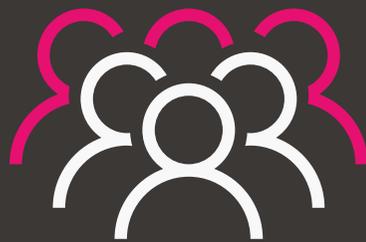
### ¿Vendes Seguros de Gastos Médicos?

Participa en el SELECTO grupo de agentes que podrá contar con su Multicotizador de GMM

- Incrementa tus ventas
- Conoce y ofrece las mejores opciones del mercado
- Mejora tu productividad

Somos los creadores del 1er multicotizador de autos en México, con más de 20 años de experiencia

Contactanos por whatsapp al 8118031414 y permite que Segutrends te acompañe con tecnología para el crecimiento de tu despacho



ENCUENTRO DE AGENTES  
*de Agentes para Agentes*

**8-10** | Noviembre

16:00 a 19:00 hrs

**TEMAS:**

**8 NOVIEMBRE**

- Convivir con la pandemia
- Lo que perdimos y lo que ganamos

**9 NOVIEMBRE**

- Nuestro nuevo cliente
- Cambios en el comportamiento del cliente

**10 NOVIEMBRE**

- Las ventas en un entorno cambiante
- ¿Cómo vendemos ahora?

**¡REGÍSTRATE!**

TRANSMISIÓN EXCLUSIVA  
VÍA ZOOM

ACCESO GRATUITO  
Cupo limitado

