

Suite & Core de Seguros
**OMNICANALIDAD
 Y EXPERIENCIA
 DEL CLIENTE**



VISUALTIME
 powered by IN MOTION

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

Publicación Quincenal [®]

Fundador: Genuario Rojas M. Director General: César Rojas R. ISSN-1561-2392 Número 894 Año XXXVIII Ciudad de México, 15 de enero de 2022.



Lo afirma Rodrigo Bedoya, presidente de Fides

Exhorta a la industria a incorporar tecnologías que le permitan conocer a sus clientes

Coberturas a la medida

La prioridad en la agenda del seguro en 2022

Rodrigo Bedoya

pág. 10

www.elasegurador.com.mx

SECCIONES	
EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
SE DICE...	6
LOS NÚMEROS CUENTAN	15
AMASFAC	16
ESPEJITO, ESPEJITO	17
A RIESGO PROPIO	18

Predomina en la fianza el reto de hacer exigible el pago de reclamaciones

IMAGEN: Forbes México



pág. 10

Blanca Treviño



Llaman a cerrar brecha de protección mediante el uso intensivo de tecnología

pág. 5

COLUMNISTAS

Maxwell nos regala 10 llaves

Genuario Rojas

pág. 8



Conflicto de identidad

Raúl Carlón

pág. 12



#Enfermedades #Salud



A PROFUNDIDAD

Salud virtual: desafíos y enfoques de solución para el presente y el futuro

En 2040, el mundo contará con un número muy amplio de consumidores empoderados, una gran interoperabilidad de datos y avances científicos y tecnológicos que transformarán los sistemas de salud en el mundo. Así lo pronostica la empresa Deloitte en un documento titulado *Presente y futuro de la salud virtual: desafíos y enfoques de solución*.

Durante la pandemia de COVID-19, muchos sistemas de salud, consultorios médicos y profesionales de este ámbito se dieron a la tarea de implementar rápidamente procesos relacionados con la salud virtual que les permitieran encontrar respuestas tempranas a la crisis de salud que ha vivido el mundo, agrega la empresa de consultoría.

En esa situación, mientras los consumidores perdonaban algunas experiencias defectuosas en las visitas o en las soluciones virtuales de salud ofrecidas durante la crisis, de manera paralela las empresas trabajaron en el refinamiento de dicha experiencia para el corto y mediano plazo.

Para ello, señala Deloitte, se hizo necesario analizar cuidadosamente qué prácticas tradicionales habían caído en la obsolescencia y adquirir nuevos aprendizajes de lo que sí funcionó para el nuevo escenario. De esa manera se logró la transición hacia un paradigma consolidado.

La tecnología, la automatización y la atención a distancia fueron la clave para que los profesionales de la salud obtuvieran mayor tiempo y pudieran ejercer su profesión a su máxima capacidad mediante la implementación de un sistema centrado en los pacientes, en lugar de uno centrado en el propio sistema y en la atención médica intensiva.

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

EDITORIAL

#Editorial

EL RETO DE LA FIDELIZACIÓN

Disenar experiencias de consumo y coberturas a la medida es una prioridad para la industria del seguro si ésta desea mantenerse vigente y atractiva en el nuevo escenario social. Conseguir que sus asegurados establezcan fuertes vínculos de fidelización con la marca es otro de los objetivos en los que trabaja el sector, y aquí lo relevante es el papel protagónico que desempeñarán las herramientas digitales, pues se pronostica que cuanto mayor sea el vínculo de los usuarios con la tecnología, más cotidiano y menos impactante será el factor digital para lograr conservar a los clientes.



A la vista de tal situación, se asume que la tecnología por sí sola no es elemento ni argumento suficiente para conservar al consumidor, sino que es necesario además indagar las razones por las cuales éste decide ser fiel a la marca. Por lo tanto, es una tarea obligada para el seguro investigar con mayor profundidad al respecto. Y, al hacerlo, probablemente saldrá a flote que la fidelidad del usuario obedece a elementos que incluso están más allá de las características técnicas de las coberturas o del canal de distribución por el que éstas se hayan adquirido.

“La tecnología es el medio; no el fin”, afirman especialistas en la materia; y si bien hacia el futuro próximo es claro que la competencia por el mercado se llevará a cabo principalmente por medio de las estrategias digitales, lo cierto es que éstas deben orquestarse con sustento en el estudio de los motivadores del consumidor.

Parece que cuanto más avanzan las aseguradoras en su adaptación a las infinitas posibilidades que ofrece el mundo digital, mayores son los desafíos por librar, porque cada paso en esa dirección abre más de una puerta, con sus propias

oportunidades y desafíos que atender.

Por su parte, los consumidores están siendo habilitados por herramientas y plataformas tecnológicas que están logrando que se agilice radicalmente desde el consumo, hasta el proceso de reclamación del siniestro.

Este parteaguas de venta y servicio habilitado con tecnología ha desencadenado paralelamente una fuente inagotable de requerimientos, dudas, críticas, elogios y nuevas exigencias por parte de los usuarios, y todo ello logrará gestionarse adecuadamente si al consumidor se lo atiende a partir de sus más profundas motivaciones, factor que será determinante para obtener su fidelidad.

Incorporarse a la era de la tecnología implica irremediablemente asumir que los cambios, en este caso en el ámbito de los seguros, ya no serán tan espaciados como tradicionalmente ocurría en el pasado, sino sumamente veloces. Ante ellos habrá que estar atentos para reaccionar con antelación, ya que la rapidez con que hoy se desenvuelve el proceso mercantil en la so-

ciedad contemporánea podría provocar el descarrilamiento de cualquier compañía.

¿Qué características deberán contener los productos, los servicios y las plataformas de seguros que provoquen la fidelidad del cliente hacia la marca? Aunque establecer un diagnóstico correcto en ese sentido es tarea compleja, la realidad es que este tema forma parte de las preocupaciones actuales del sector, que ha comprendido que la tecnología por sí sola no bastará para contener la deserción de aquellos clientes que se sientan decepcionados al percatarse de que no obtuvieron una cobertura o servicio acorde con sus expectativas.

Las oportunidades en el ámbito digital son infinitas, pero los riesgos también lo son. Así como la tecnología trae beneficios al por mayor para las empresas y las personas, también lleva aparejados muchos retos por atender. Hoy la fidelización del consumidor se presenta como el siguiente desafío, y sin duda vendrán otros de una manera sucesiva y creciente cuando la fidelización, que hoy atrae la atención y provoca el desvelo de la industria, ya sea un asunto resuelto en la agenda del sector.

DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

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

FUNDADOR Y EDITOR RESPONSABLE

Genuario Rojas Mendoza
genuario@elasegurador.com.mx

CONSEJO EDITORIAL

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

DIRECTOR GENERAL

César Rojas Rojas
crojas@elasegurador.com.mx

EDITOR EN JEFE

Luis Adrián Vázquez Moreno
lavazquez@elasegurador.com.mx

REDACCIÓN

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

FOTOGRAFÍA

Reymundo Martínez Merino
rmartinez@elasegurador.com.mx

DISEÑO

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

PUBLICIDAD

Patricia Álvarez Rivera
Xanath Sánchez Ceballos

ADMINISTRACIÓN

Briza Islas Yáñez
administracion@elasegurador.com.mx

SUSCRIPCIONES

Mayra Solís Tenorio
suscripciones@elasegurador.com.mx

ASESORÍA JURÍDICA

Lic. Gerardo Trigueros Gaisman

EL ASEGURADOR, periódico quincenal con circulación entre profesionales y empresas de los sectores asegurador, afianzador y ejecutivos de la industria, el comercio y los servicios de la República Mexicana y de seguros y fianzas en el extranjero.

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

Año XXXVIII No. 894

Miembro activo de



Visítanos en: WWW.ELASEGURADOR.COM.MX





TU COMPAÑÍA

HDI iDriving, un seguro de auto tecnológico que ofrece mayor protección al detectar accidentes.



Este seguro de auto ofrece todas las coberturas y servicios de una póliza amplia, más la asistencia HDI iDriving una plataforma tecnológica, la cual incluye un dispositivo TAG que se coloca en el parabrisas del auto que se enlaza a una aplicación en el teléfono, que ayuda al asegurado a prevenir accidentes pues dará información al asegurado de cómo conduce, esta tecnología permite que en caso de que se tenga un accidente, se identifica en tiempo real el lugar donde se encuentre el asegurado, call center llama al cliente para saber si se encuentra bien y si no responde, HDI SEGUROS envía a un ajustador y servicios de emergencia de manera inmediata para



Inteligencia para una conducción segura.

apoyar y cuidar las 24 horas, los siete días de la semana, esto puede salvar la vida de los asegurados.

El celular, en conjunto con el TAG, identifican 3 magnitudes en caso de accidente:

 **1. Impacto o alteración leve**
Ejemplo: pasar un tope a alta velocidad.

El asegurado recibirá un mensaje automáticamente en su App con el número de cabina por si requiere servicios de ajuste o asistencia.

 **2. Impacto moderado**
Ejemplo: choque.

HDI SEGUROS contactará vía telefónica al asegurado para preguntarle si se encuentra bien y si requiere un ajustador y servicios de emergencia.

 **3. Impacto severo**
Ejemplo: choque o volcadura.

La compañía contactará al asegurado y en caso de no obtener respuesta, enviará de manera inmediata a un ajustador y servicios de emergencia, en caso de ser necesarios.

Además, HDI iDriving ayuda a manejar mejor, porque los ayuda a tomar mejores decisiones mientras va al volante, por medio de una plataforma tecnológica que utiliza la telemática para dar tips personalizados de acuerdo con la aceleración, frenado, exceso de velocidad, manejo de curvas y el correcto uso del celular, pues da tips personalizados, de acuerdo con la conducción del asegurado en su día a día.

El objetivo de HDI SEGUROS con este seguro de auto HDI iDriving es que sus clientes disfruten de sus viajes de una forma segura, tomando las mejores decisiones al volante, y si lo hacen, los premian a través de un programa de recompensas con tarjetas de regalo para compras en línea, videojuegos, películas, artículos deportivos, envíos de regalo y música.

Conoce más en hdi.com.mx/idriving

Es la digi-intermediación el camino a seguir para maximizar la experiencia de consumo en seguros

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

Los nuevos patrones de comportamiento generados en el consumidor por la pandemia de COVID-19 se divisan como uno de los desafíos más complejos que enfrentará la industria aseguradora en el corto plazo. Por ese motivo, la digi-intermediación se constituye como el camino a seguir para maximizar la experiencia de consumo en seguros, esquema que permitirá a aseguradoras y agentes responder con eficacia a los cambiantes gustos de los clientes y otorgarles la capacidad de ser más autónomos en lo que se refiere a la adecuada administración de sus riesgos, afirmó Gustavo Leança, Head de Soluciones para Seguros de Capgemini Brasil.

En el marco de la sexta edición de la Conferencia Anual 100 % Seguro, que se llevó a cabo de manera presencial y se difundió en formato streaming, Leança compartió sus consideraciones en la ponencia titulada *Lo que se viene es la digi-intermediación*, en la que señaló que la diseminación del virus SARS-CoV-2 nos enseñó que el consumidor de seguros desea ser atendido por el canal de distribución de su preferencia, lo que demuestra, sostuvo, que imponer un tipo de servicio es una práctica comercial obsoleta.

A juicio del colaborador de Capgemini Brasil, en la industria aseguradora ningún canal de distribución posee por sí solo la capacidad de brindar un servicio que responda integralmente a las necesidades de los clientes. En tal sentido, exhortó a las instituciones a brindar herramientas digitales que optimicen la

labor de los agentes y al mismo tiempo convocó a las compañías de seguros a humanizar su omnicanalidad.

“El nuevo capítulo que comienza para la industria aseguradora consiste en dotar a los intermediarios de tecnología que les permita brindar una experiencia de consumo evolucionada, de tal suerte que otorguen nuevos valores agregados. Además, es esencial que los canales digitales posean mayor inteligencia humana, de modo que la operación del sector se encamine inevitablemente hacia un modelo *figital*, planteamiento que mezcla lo mejor del mundo físico con lo mejor del mundo virtual”, declaró Leança.

Interesados pero también más exigentes

En otro pasaje de su alocución, el funcionario de Capgemini Brasil accep-

tó que, como consecuencia de la COVID-19, la conciencia acerca de los riesgos entre la población aumentó notablemente. Sin embargo, alertó que la cepa vírica también corroboró que la falta de la práctica de intermediación también inhibe la colocación de pólizas.

Y es que, según Leança, los consumidores en la actualidad exigen comodidad, asesoría y ubicuidad para interesarse por un producto o servicio. Por ello, agregó, las aseguradoras y los agentes

de autoservicio hayan llegado para quedarse en la operación de la industria aseguradora.

Aunado a lo anterior, el colaborador de Capgemini Brasil recomendó a los agentes de seguros emplear la ilustración como mecanismo para difundir con mayor facilidad las características de las coberturas, planteamiento que les permitirá hacer más tangibles y comprensibles las pólizas que intermedian.

Basándose en un estudio que elaboró la compañía que representa en el que se consultó la opinión de 250 ejecutivos en seguros, Leança advirtió que para 83 por ciento de los intermediarios con operación en América Latina convertir leads en ventas es el mayor reto que enfrentan en la actualidad. Por esa razón, apuntó, “ofrecer una cobertura que converja con la etapa de vida que experimenta el cliente es una tarea muy demandante para los agentes”.



Gustavo Leança

Genuario y César Rojas
así como el equipo de

ElAsegurador®

expresamos nuestras condolencias a
José Luis, Francisco Javier, Lucía, Jesús Miguel
y a toda la familia
por el sensible fallecimiento
de su Señora Madre

**Doña María Teresa
Portilla Santillán
Viuda de LLamosas**

Acaecido el 12 de enero de 2022.

Descanse en Paz.

deben contar con un vasto ecosistema de soluciones que forzosamente tendrá que estar disponible en todo momento, sin perder de vista que es crucial que tengan la facultad de responder con velocidad y habilidad a sus constantes requerimientos.

“Los consumidores de seguros continúan demandando una atención calificada, porque el catálogo de soluciones de la industria sigue siendo complejo de entender. Además, quieren tener el poder de personalizar la cobertura de su interés. Por si esto fuera poco, desean investigar sobre el producto que van a adquirir por medio del canal de atención con el que se sienten más cómodos”, explicó el representante de Capgemini Brasil.

Brindar una experiencia de consumo conveniente y atractiva para el cliente dejó de ser opcional, insistió Leança; de ahí que los chatbots, las cotizaciones en tiempo real y los portales

Por último, el ejecutivo de Capgemini Brasil destacó que el sector asegurador encara 2022 con la premisa de estar en contacto con los clientes de forma deslocalizada, sin que esto represente desintermediar la distribución. Apuntó asimismo que es momento de que la industria expanda la penetración del seguro, meta que obliga a las instituciones a ponderar la posibilidad de implementar mecanismos de comercialización diferentes.

“Es hora de que el seguro se incorpore a la vida diaria de los clientes, maniobra en la que obligatoriamente los agentes y las aseguradoras deben colaborar constantemente y buscar interactuar con la población de una forma más calificada y asertiva. A su vez deben evaluar la opción de crear un ecosistema de servicios hiperpersonalizable y virtual que permita la interacción humana remota en tiempo real”, cerró Leança.

**En la industria,
ningún canal de
distribución posee
la capacidad
por sí solo de
brindar un servicio
que responda
integralmente a
las necesidades
de los clientes**

La tecnología en seguros debe aprovecharse como una herramienta que ayude a cerrar la brecha de protección



IMAGEN: Pronetwork

Blanca Treviño

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

El uso intensivo de la tecnología en la industria aseguradora permitirá llevar instrumentos de protección financiera a todos los rincones del país, lo que facilitará cerrar la brecha de protección. De lo contrario, la desigualdad y la vulnerabilidad de la sociedad ante los riesgos aumentarán drásticamente.

Son palabras de Blanca Treviño, presidenta y CEO de Softtek, quien las expuso durante su participación en el Encuentro Digital 2021 Amafore, que organizó la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro, A. C. (Amafore), y que se transmitió de forma virtual.

Treviño sostuvo que es muy delicada la aplicación de tecnologías en los procesos operativos, porque, de no entender lo que ello conlleva, los efectos serán catastróficos; y no solo en seguros, sino también en empleos, educación y salud.

“La tecnología debe verse con claridad. Hay que utilizarla para así cerrar ese abismo que existe en el país. Sin duda alguna, la tecnología genera efectos en la vida diaria de las personas y expande las oportunidades en las empresas”, afirmó la presidenta y CEO de Softtek.

En opinión de la conferencista, debemos sentirnos apasionados con todo lo que aflora gracias a la tecnología y a la transformación digital, porque no existen límites en las ventajas que esos avances nos van a ofrecer.

Así lo cree Blanca Treviño, presidenta y CEO de Softtek

“Hoy en día observamos cómo florecen ideas que pueden ser factibles. Un ejemplo son las fintech e insurtech: nadie se imaginó todo lo que nos podrían ofrecer estas empresas”, resaltó Treviño.

Sin embargo, la funcionaria también recomendó cautela pese a todos los beneficios que ofrece la tecnología en la actualidad. Dijo que se debe cuidar especialmente la protección de los datos de

los usuarios, y exhortó a las compañías a promover su uso de forma correcta.

“El reto estriba en cómo podemos blindar la información. Se deben incluir aspectos regulatorios que marquen los límites que deben observar las empresas a la hora de guardar información de sus clientes, porque estos datos son poder, tanto para lo positivo como para lo negativo que afecte al bienestar de los usuarios”, cerró Treviño.

Señala que la tecnología expande las oportunidades de las compañías

 **Insignia Life**^{MR}
El seguro de tu vida[®]

**A nosotros nos importa
proteger a México.
Y a ti,
¿qué te importa?**



Escanea el código
para saber más.



SE DICE...

Genuario Rojas M.
@GenuarioRojas

C3sar Rojas
@pea_crojas

Presidida por Sofía Belmar Berumen y dirigida por Norma Alicia Rosas Rodríguez, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) ha arrancado un año caracterizado por una serie de retos, entre los cuales destaca el de crear y mantener relaciones fructíferas con diversas entidades cuyas respuestas y decisiones inciden en el comportamiento del sector asegurador.

Por el bien de la sociedad, es deseable que la comunicaci3n con los representantes de dichos organismos fluya y facilite el crecimiento y desarrollo de las instituciones, empresas que enfrentan el reto de entender a un consumidor que ha cambiado mucho, sobre todo a partir de la crisis sanitaria, y que exige soluciones acordes con sus necesidades en pr3cticamente todos los sentidos.

Son diversos los temas que el sector, por medio de la AMIS, deber3 revisar y negociar, en lo posible, con las autoridades correspondientes, en especial con la Secretar3a de Hacienda y Cr3dito P3blico (SHCP), la Comisi3n Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) y la Comisi3n Nacional para la Protecci3n y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), por citar solo tres de ellas.

De entrada, sin embargo, hay que considerar el inminente cambio que se dar3 en la presidencia de la AMIS en el primer tercio del a3o. El sucesor de Sofía Belmar Berumen deber3 encabezar, ya con la investidura de ese cargo, la Convenci3n de Aseguradores, que se llevar3 a cabo los d3as 24 y 25 de mayo bajo una modalidad que a estas alturas se prevé que consista en un d3a de reuniones presenciales y otro con presentaciones virtuales.

Eje de la convenci3n ser3 lo relativo al seguro pospandemia. A pesar de que todav3a existen quienes se aferran al pasado, habr3 que admitir, como se piensa en el seno de la AMIS, que los cambios se est3n registrando en todos los aspectos que tienen que ver con el seguro, que est3 llamado a adecuarse para responder a las demandas de los consumidores, expresadas por medio de su comportamiento.

El redise3o de soluciones no es opcional. Una nueva manera de administrar los riesgos por parte de los componentes de la sociedad clama por productos y servicios acordes con sus necesidades y entregados de un modo diferente del que se practicaba antes de esta pandemia, que ha matado no solo a personas, sino tambi3n f3rmulas antes exitosas e ideas que han sido descartadas por otras en un proceso de evolu-

ci3n imparable.

M3s all3 de la realizaci3n del evento m3s relevante del sector asegurador, la AMIS tiene el desaf3o de lograr que las reglas de juego y los proyectos conjuntos con autoridades caminen en un contexto que evite sorpresas menores o mayores. El di3logo de los aseguradores con funcionarios gubernamentales, por intermediaci3n de la AMIS, cobra as3 una importancia capital.

Tras un a3o de la presencia de Rosas Rodríguez en la direcci3n general del organismo cúpula del sector seguros, podemos hablar de la creaci3n de una estructura en la que su liderazgo se dejar3 sentir cada d3a m3s, todo lo cual se deber3 ver fortalecido con la persona que llegar3 a presidir la AMIS, sobre todo porque ha de tratarse de un asegurador bien posicionado.



La Alianza del Seguro tiene, para el ejercicio 2022, a Tomás Soley Pérez como presidente

Pasamos ahora a otros asuntos, comenzando por se3alar que el Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A. C. (Imesfac), hab3a previsto llevar a cabo su desayuno anual con representantes de las asociadas el 19 de enero, pero al cierre de esta edici3n dio a conocer la cancelaci3n del evento por el incremento de contagios de 3micron, la nueva variante del virus que produce la COVID-19.

Mientras tanto, la Secci3n Ciudad de M3xico de la Asociaci3n Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), decidi3 realizar de manera virtual su ya tradicional desayuno de inicio de a3o para tratar el tema de la reforma fiscal y su repercusi3n en este conducto de ventas. Ser3 el 17 de enero, y tendr3 como ponente a Xavier M3ndez Alvarado, gran conocedor del tema y ahora exitoso agente de seguros.

Habr3 que comentar, por otro lado,

que la Alianza del Seguro tiene, para el ejercicio 2022, a Tomás Soley Pérez como presidente. 3l es actualmente presidente de la Asociaci3n de Supervisores de Seguros de Am3rica Latina (Assal), un organismo en el que han desempe3ado ese cargo tanto Rosas Rodríguez como Manuel Aguilera Verduzco cuando presid3an, cada uno en su tiempo, la CNSF.

En 2022, la Alianza del Seguro se plante3 el objetivo de realizar la segunda Cumbre Iberoamericana: el seguro en la agenda 2030 organizando eventos en cinco sedes entre junio y noviembre. Las sedes ser3n Bolivia, Argentina, Colombia, M3xico y Espa3a. Debemos decir que Soley Pérez es tambi3n presidente de la Superintendencia General de Seguros de Costa Rica.

En torno a la Alianza del Seguro habr3 que decir que este organismo llevar3 a cabo eventos h3bridos, es decir, presenciales y virtuales, y para cada sede hay un presidente y un director, adem3s de la direcci3n que a escala global ocupa Pasqual Llongueras. En el caso de M3xico, la cumbre que habr3 de realizarse tiene a Rosas Rodríguez como presidenta y a Genuario Rojas Mendoza como director.

En otro tema, debe usted saber que la Oficina Coordinadora de Riesgos Asegurados (OCRA), que depende de la Asociaci3n Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), tiene como presidente a Juan Patricio Riveroll S3nchez, director general de El 3guila Compa3a de Seguros. 3l es, en el primer organismo mencionado, el sucesor en el puesto del extinto Joaqu3n Brockman Lozano, quien fue presidente y director general de Qu3litas Compa3a de Seguros.

Un organismo intermedio del sector asegurador es la Asociaci3n Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), mismo que los d3as 10 y 11 de marzo celebrar3 asamblea de elecciones en Tampico, Tamaulipas, donde reside su actual presidente, Alejandro Sobera Biotegui. Como sucesor de Sobera Biotegui se ha mencionado a Gerardo de la Garza, pero habr3 que esperar a ver qu3 ocurre.

Hasta el momento desconocemos si hay o habr3 un cambio de planes en la Asociaci3n Mexicana de Actuarios, A. C. (AMA), en lo concerniente a la realizaci3n de su congreso nacional 2022 del 23 al 27 de marzo en la ciudad de Oaxaca, Oaxaca. Ojal3 que las condiciones sean lo m3s amigables posible para llevar a cabo el evento de manera presencial, como la asociaci3n ya hab3a proyectado.

Lo que s3 sabemos a ciencia cierta es que el 11 de enero de 2022 el *Diario Oficial de la Federaci3n* public3 las Circulares Modificatorias 1/22 y 2/22 de la Circular Única de Seguros y Fianzas mediante las cuales se extiende la vigencia de las c3dulas hasta el 30 de septiembre de 2022.

Tambi3n se establecen la forma y los t3rminos en que se gestionar3n ante la CNSF las *c3dulas digitales* y se publican algunos cambios en la tramitaci3n de autorizaciones para agentes persona moral.

Puede encaminarse hacia las publicaciones con las ligas siguientes:

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5640447&fecha=11/01/2022 y

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5640448&fecha=11/01/2022

Precisiones del experto

En otro 3mbito del sector, dir3ase que hay precisiones que es mejor dejarlas al experto. Esto haremos con un comentario que nos regala nuestro querido amigo don Ignacio L3pez Merlo, abogado de larga trayectoria en la Secretar3a de Hacienda y Cr3dito P3blico (SHCP) que est3 a cargo de asuntos relacionados con seguros y fianzas, muy querido y respetado en ambos sectores.

Nos dice L3pez Merlo que en *El Asegurador* del 31 de diciembre de 2021, p3gina 6, en que se dio a conocer la noticia "Promueve el Senado iniciativa de ley que impida pr3cticas de aseguramiento discriminatorias", se hace referencia, en lo conducente, a la Iniciativa de reformas a la LISF, as3 como a la LSCS, pues, se afirma en la nota, las aseguradoras discriminan a personas con discapacidad.

El abogado asevera: "Desde mi punto de vista, con todo respeto, el sector, por medio de su representaci3n, deber3a:

1. Rechazar las imputaciones generales que se hacen en el Proyecto de Reformas y que afectan a su imagen.
2. Lograr, antes del inicio del pr3ximo periodo legislativo, que se posponga la aprobaci3n del Proyecto de Reformas en comento.
3. Evitar, con ello, que prospere en sus t3rminos dicho Proyecto, en el que solo se transcriben textos de la Ley General, en virtud de que constituir3a un precedente similar para proceder en el caso de la LISR u otras, por citar como ejemplo.
4. Preparar, en su caso, un nuevo Proyecto de Reformas, solo a la LISF, con el fin de indicar únicamente que las Instituciones y Sociedades Mutualistas al prestar sus servicios a personas con discapacidad deber3n observar la Ley General.
5. Sugerir incluso que se incremente la sanci3n de 5,000 a 20,000 UMAS.
6. Obtener el apoyo de la CNSF y de la SHCP".

Como puede verse, siempre hay asuntos que terminan por ocupar la atenci3n de la AMIS.

Obligatorio, construir confianza y confiabilidad en los instrumentos para el retiro

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

El ahorro para el retiro es uno de los temas que más preocupan en México. Las proyecciones muestran que en las próximas décadas éste será un país de viejos pobres, y ello se debe a la poca conciencia que existe sobre los instrumentos de protección financiera para ese último periodo de vida, por lo que resulta vital promover campañas que generen confianza y confiabilidad en dichos productos para que así los adultos mayores disfruten de una cuarta edad decorosa.

Así lo expresó Alejandro Rosas, divulgador de la ciencia histórica y escritor, durante su participación en el Encuentro Digital 2021 Amafore, que organizó la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro, A. C. (Amafore), y que se transmitió de forma virtual y gratuita.

Es imperativo crear campañas sobre los beneficios de los productos de ahorro, dice Alejandro Rosas



Alejandro Rosas

El historiador sostuvo que el desafío estriba en elevar la concientización sobre el ahorro voluntario, y esto se logrará con la puesta en marcha de campañas que informen a la sociedad sobre los diversos instrumentos de ahorro que existen en el mercado.

“Hay que hablar de este tema con cada generación. Es posible que para los más jóvenes esto se vea lejano, pero todos vamos a llegar a esta etapa, y lo recomendable es contar con los recursos necesarios para tener una calidad de vida decorosa”, afirmó Rosas.

De acuerdo con el también escritor, es un grave error subestimar esta realidad que viven los mexicanos respecto a su etapa de retiro, porque ello podría redundar en una crisis de gran magnitud en el futuro.

“Si no fomentamos esa necesidad del ahorro personal, podríamos entrar en una crisis sin precedentes. Soy consciente de que estamos en un país donde se vive al día y donde la informalidad es elevada, pero por esa misma razón de-

En evento de la Amafore asegura que el ahorro voluntario es pieza clave para lograr una jubilación digna

bemos convencer a las personas de que se acerquen a los productos de ahorro para el retiro”, enfatizó el conferencista.

Por último, Rosas indicó que las nuevas generaciones reconocen la importancia de ahorrar para la jubilación. No obstante, se debe fomentar el ahorro voluntario en toda la población para que así la vejez no sea una etapa de sufrimiento en lo que respecta a la economía personal, concluyó.



Tecnología orientada a brindar el mejor servicio

En **Quálitas** hemos desarrollado diversas **Apps desechables** orientadas a dar una respuesta rápida y oportuna cuando tus clientes más nos necesitan. **¡Conoce algunas de ellas!**

- Asistente del asegurado:** El asegurado podrá visualizar la ruta del ajustador en tiempo real, el tiempo estimado de arribo, así como los datos del ajustador y detalles de su reporte.
- Ajuste Exprés:** Tras un siniestro, tu cliente puede ser atendido de manera remota por un ajustador, hasta obtener su orden de servicio.
- Geolocalización:** Con ésta conocemos la ubicación exacta y en tiempo real del asegurado, optimizando el envío de los servicios requeridos.

¡Es por eso que Quálitas atiende mejor a tus asegurados!

Para más información, consulta a tu ejecutivo de cuenta.

qualitas.com.mx
CENTRO DE CONTACTO QUALITAS
800 800 2021

Aseguramos autos

Cuidamos personas



VIVIR SEGUROS®

con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

Maxwell nos regala 10 llaves

Algunos los llaman *sueños, deseos*; otros los denominan *objetivos, metas*. Pero, independientemente de la manera en que tú nombres lo que quieres alcanzar, debes saber que la mayoría de las personas y empresas que saben lo que desean conquistar no lo lograrán. ¿La razón? Desconoce *cómo* alcanzar lo que dicen anhelar.

En el contexto señalado, algunos compran toda clase de productos o servicios, ya sea de los oferentes tradicionales o emergentes, y esperan que, ahora sí, esos sueños dejen de serlo y se manifiesten con todas las bondades que trae aparejada su concreción, solo para que, una vez más, los resultados no se presenten en la práctica.

Hay tantas alternativas de solución allá fuera que muchos nos deslumbramos con lo que una o varias de ellas nos ofrecen como vías para que nuestras expectativas se tornen realidad. Muchas veces nos ilusionamos, y pasado el tiempo, nos damos cuenta de que algo no cuajó, de que faltó algo, lo que deja un mal sabor de boca.

No, no estoy descalificando la oferta de productos y servicios que nos venden (o tratan de vendernos) forzosamente o bajo presión ciertas empresas, que aprovechan la cuasi desesperación que nos embarga por no haber conseguido en ejercicios pasados eso que hemos querido lograr. Esta situación de premura nos orilla a sucumbir ante quien nos asegura los resultados deseados.

Después de todo, si ya intentamos concretar nuestro objetivo o trabajar en pos de él utilizando determinados productos o servicios, y no hemos alcanzado lo que perseguimos, y además creemos que conseguirlo vale la pena, estaremos dispuestos a pagar por las soluciones casi mágicas que se nos presentan, lo que nos llevará a caer y recaer en la esperanza de su eficacia.

Queremos resultados rápidos, de la noche a la mañana, motivados por las historias de éxito que deseamos emular, pero se nos olvida que conseguir los resultados apetecidos, y aun más, exige factores que podemos manejar a condición de que entendamos fundamentos básicos que a veces, indebidamente, consideramos obsoletos.

A reflexionar sobre lo anterior me condujo haber tenido en las manos un pequeño libro que condensa lo que su autor llama "llaves para alcanzar los sueños". La obra se titula *Lograr resul-*

tados día a día, y la escribió John C. Maxwell. Las llaves que nos regala nos permiten entrar a través de 10 puertas para lograr lo que queremos.

Los textos, que son una recopilación de ideas en acción plasmadas en otros libros del autor, apenas ocupan unas cuantas cuartillas, y solo por su diseño el volumen rebasa las 80 páginas. Fácil de leer, de consultar, de portar, *Lograr resultados día a día* puede ser atractivo y de utilidad incluso para quien prefiere libros digitales.

Sin embargo, más allá de provocar el interés para que se lo consulte y se lo estudie, pienso en la facilidad con la que el autor expone en este libro el valor de tener habilidades en cuatro áreas: relaciones, capacitación, actitud y liderazgo. También es importante su concepción sobre el manejo de relaciones y sobre todo su señalamiento preciso en el sentido de trabajarlas diariamente.

La obra de John C. Maxwell no plantea nada nuevo o extraordinario. Ideas como las siguientes confirman lo apuntado:

- "No cambiarás tu vida a menos que cambies algo que haces diariamente".



- "La mayor recompensa por tu trabajo no es lo que obtienes de él, sino aquello en lo que te conviertes al hacerlo".
- "La vida es como subirse a un taxi: vayas o no a alguna parte, el taxímetro seguirá marcando".
- "El potencial que no se usa se atrofia. Si quieres que tu potencial se incremente, debes usarlo".

Cada uno de estos puntos constituye una llave, que es ampliada y matizada con recordatorios y sugerencias por el autor en su libro. Estas llaves se convertirán en ideas que podemos poner en acción para hacer de 2022 un año de logros en los planos que hayamos determinado. Si bien tales logros nos harán utilizar servicios y herramientas del contexto, también recalcarán la importancia de la cotidianeidad.

En mis inicios como reportero escribía a diario. La práctica continua hace que las cosas sean más sencillas. Hasta me daba tiempo de manejar suplementos semanales. Luego los tiempos cambiaron, por así decirlo: en el periódico *El Asegurador* hubo que escribir y también vender espacios publicitarios. Ingresaron otras personas para redactar. Luego llegaron

otras más para vender...

No obstante, y esto se relaciona con lo que leo en la página final de la pequeña obra que he comentado, la realización de la tarea diaria y la ejecución de labores incluso detestables que nos preparan para estar listos en el momento indicado me llevaron hacia algo que crea una gran satisfacción.

Estas llaves se convertirán en ideas que podemos poner en acción para hacer de 2022 un año de logros

El texto señala:

"Cuando estás dispuesto a compartir tu sueño incluyendo a otros, casi no hay límites para los resultados que puedas lograr. Lo imposible queda a tu alcance". Coincido plenamente con el aserto. ¿Por qué ir solo, cuando construyendo nuestro sueño alimentamos la edificación de sueños de otras personas?

Hagamos algo al respecto en el año que comienza, que espero sea próspero para todos.

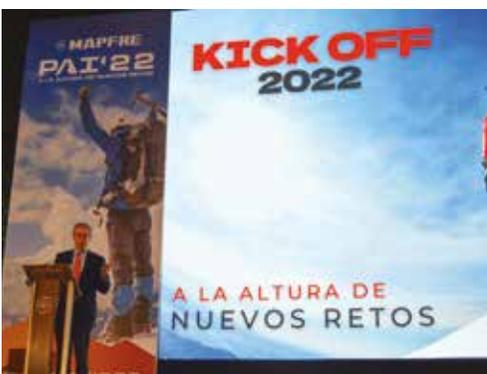
- "El éxito es algo continuo; es crecimiento y desarrollo".
- "Las personas que se han rendido son controladas por sus tristes y mayores fracasos y sus más profundos lamentos".
- "Si sigues haciendo lo que siempre has hecho, obtendrás lo mismo de siempre".
- "Todo resultado digno de mérito tiene adherida una etiqueta de precio".
- "Una vez, un crítico llamó *genio* a Sarasate, el más grande violinista español del siglo 19. '¿Genio?', respondió Sarasate. 'Durante 37 años he practicado 14 horas diarias, y ahora me llama *genio*'".
- "Haz todos los días algo que detestes hacer, solo para estar preparado cuando necesites hacerlo de verdad".

MAPFRE México realiza su Kickoff, ¡Más unidos que nunca!



En un evento que combinó la presencia de colaboradores de la empresa tanto virtual como presencialmente, Paulo Butchart, Director Comercial de la Empresa y Oscar Pineda, dieron inicio a un evento en el que se compartió con los colaboradores de la compañía: los objetivos, planes y herramientas con los que contarán para desde el día uno del año tener claro hacia donde se dirige la compañía en el año 2022 y cuáles serán las formas en que darán servicio a clientes, aliados y socios de negocio.

Durante el evento también se hizo un reconocimiento tanto al área de Daños por ser el área de negocio más destacada durante el 2021, así como a Distribuidores No Financieros - Masivos y Microseguros por su espectacular crecimiento en el año que recién culminó; y finalmente a la Territorial Occidente por posicionarse como el territorio más destacado.



A través de una magistral presentación, el Director de MAPFRE Economics, Manuel Aguilera, ofreció un panorama de la economía mundial y local en el marco de la evolución de la pandemia, para conocer desde una perspectiva macroeconómica cuáles son los retos a los que nos enfrentaremos, entre ellos mencionó al tipo de cambio, la inflación y la gobernanza, así como la pérdida de dinamismo en la economía mundial.

José María Romero, CEO de MAPFRE México cerró el evento dándoles un mensaje a todos los colaboradores en el que describió los 20 proyectos estratégicos en los que estará trabajando la compañía, pidiendo la implicación de todos, ya que con la suma de su talento, vocación de servicio, innovación y compromiso, así como el respaldo de la solvencia de la compañía harán del 2022 un año más de éxito... un año en el que todos los colaboradores, socios de negocio aliados y clientes estarán más unidos que nunca.

Prevalece en fianzas el reto de hacer fácilmente exigible pago de reclamaciones: Eduardo Arrigunaga

Luis Adrián
Vázquez Moreno
@pea_lavm

Lograr que la fianza sea un instrumento fácilmente exigible en el momento de la reclamación es todavía una asignatura pendiente en el sector, y resolverlo urge porque ello genera un problema de carácter reputacional que afecta a la imagen y credibilidad de este instrumento de garantía, señaló en entrevista Eduardo Arrigunaga, director ejecutivo de Fianzas en Sekura.

Desde la perspectiva del especialista, es necesario modificar clausulados e imprimirles claridad a determinados textos legales que, tal como hoy se presentan, desafortunadamente muestran lagunas que son aprovechadas tanto por las afianzadoras como por los clientes incumplidos para tratar de evadir sus obligaciones.

La fianza ha sido garante histórico en el desarrollo de la infraestructura pública de este país, y de ahí la importancia de erradicar cualquier punto de conflicto en su proceso de reclamación eliminando dudas o

clausulados que puedan dar pie a prácticas contrarias a las que debe servir una garantía, apuntó el directivo de Sekura.

Arrigunaga agregó que, a pesar del complejo entorno que prevaleció en 2021 debido a la pandemia, el primaje del sector no dejó de crecer hasta el tercer trimestre como no lo había hecho desde hace muchos años; aunque en el último trimestre se experimentó una desaceleración en la contratación de estos instrumentos; y es muy probable que dicha desaceleración se extienda a los tres primeros meses de 2022.

En 2022, precisó el directivo de la firma, el sector afianzador regresará a crecimientos de un dígito o bien al estancamiento. Así lo explicó: "Aun cuando se presentara el mejor de los escenarios económicos, la fianza es un sector maduro que difícilmente volverá a registrar crecimiento de doble dígito; y de ahí la importancia de generar condiciones óptimas de operación en cualquier circunstancia".

El entrevistado mencionó, por otra parte, ciertos factores con los cuales el sector está lidiando, como la competencia, lo que significa que, si bien han crecido los montos afianzados, las primas no lo han hecho en la misma proporción. Esto habla, indicó, de que se está viviendo una baja sensible de precios como consecuencia de que hoy se libra una competencia por precio, en

vez de que se exalten los valores agregados que ofrece este instrumento de garantía.

Arrigunaga declaró que el mercado afianzador está creciendo porque entran nuevos competidores pero que la oferta de fianzas no se expande de manera proporcional, lo que ocasiona que se desencadene la práctica, poco recomendable, de castigar el precio de las garantías, en lugar de privilegiar el servicio y la calidad. Eso orilla a los beneficiarios a buscar otro tipo de garantías.



Eduardo Arrigunaga

El seguro de Caucción

Se le preguntó a Arrigunaga su opinión acerca de la situación y perspectivas del seguro de Caucción en el mercado mexicano. Al respecto dijo que este recurso de garantía, que entró con una expectativa muy favorable, ha quedado un poco en el olvido.

El especialista afirmó que las afianzadoras que se convirtieron en aseguradoras de Caucción ya no están tan entusiasmadas por haberlo hecho; por consiguiente, tampoco hacen mucho por fomentar la venta de este instrumento.

Es una realidad que falta innovar para hacer crecer a este seguro en el mercado; y, por lo tanto, son pocas las afianzadoras que desean sustituir a la fianza por un seguro de Caucción, sobre todo porque la fianza ha sido el instrumento de garantía por excelencia, precisó el representante de Sekura.

Arrigunaga agregó que en el futuro se buscará dejar a la fianza como el instrumento principal de garantía y utilizar al seguro de Caucción como un complemento, lo que entraña otro reto para el sector, que se traduce en encontrar la fórmula que facilite esa complementariedad y excluya la idea de que tal cobertura es competencia para la fianza.

Para concluir, Arrigunaga consideró que, modificando la ley en lo que atañe a esta situación y mejorando la exigibilidad de la fianza, el sector afianzador logrará no solo crecer naturalmente con los productos que ya tiene, sino, más aún, ganarle mercado a otros instrumentos de garantía.

Vericuetos en la ley dan pie a que afianzadoras y clientes incumplidos vean cómo eludir su responsabilidad, dice director ejecutivo de Fianzas en Sekura

#Aseguradoras #Seguros

Coberturas a la medida y experiencias que fidelicen, principales oportunidades del sector en 2022

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

El sector asegurador entró en 2022 con un cúmulo de oportunidades que debe aprovechar para continuar siendo parte importante de la sociedad. Por esa razón, está obligado a diseñar productos a la medida y a crear experiencias que fidelicen al cliente, ya que de esa manera se elevarán los índices de retención y se incrementarán las utilidades de las compañías que lo conforman.

Lo anterior fue el mensaje central que expresó Rodrigo Bedoya, presidente de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (Fides), durante su participación en la Conferencia Anual 100 % Seguro, que se transmitió de forma virtual.

De acuerdo con Bedoya, la industria de los seguros tiene que incorporar tecnologías modernas que le permitan conocer mejor a sus clientes e interactuar con ellos de manera eficiente para así capitalizar su permanencia dentro de la cartera.

"Diseñar productos a la medida de las necesidades de los clientes y fidelizarlos con una gama amplia de coberturas constituye una oportunidad inmejorable para el sector en el corto plazo. Paralelamente debe llevarse a cabo una reducción de los costos de administración y de adquisición", aseguró el presidente de Fides.

En ese orden de ideas, el funcionario sostuvo que, por el lado de la experiencia de los asegurados, nunca antes se había tenido tan grande cantidad de herramientas y tecnologías para instrumentar experiencias positivas, desde la compra hasta la reclamación.

"La pandemia de COVID-19 trajo a la industria una aceleración vertiginosa en lo que respecta a la adopción

de tecnologías novedosas con las que podremos tener un mejor acercamiento con los usuarios y ofrecerles productos puntuales. No obstante, todo eso implica realizar inversiones importantes en disrupciones digitales, como inteligencia artificial, automatización y big data", aseveró Bedoya.

Finalmente, el presidente de Fides indicó que entre las oportunidades que generó la llegada del virus SARS-CoV-2 está el hecho de que entre la población y las empresas se incrementó la conciencia de contar con seguros que protejan la estabilidad económica de clientes, hogares y negocios.



Rodrigo Bedoya

Los desafíos futuros en ventas requerirán lo mejor de los mundos físico y digital

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Muchos han sido los debates en torno a si la inteligencia artificial (IA) es superior a la humana o no. Lo cierto es que la mejor forma de atender y satisfacer las necesidades del consumidor actual es mediante la creación de un nuevo modelo de negocio capaz de combinar y potencializar las cualidades de los dos mundos, el físico y el digital, a favor de los compradores.

Éste es el mensaje central expresado por Gastón Morales, director de la empresa AHA! Ideas+Personas, durante su participación en la Conferencia Anual 100% Seguro, en la que habló de *Inteligencia artificial y humana, el "blend" perfecto para la venta*.

Morales explicó que investigadores de Google consiguieron medir el porcentaje de IQ digital y compararlo con el humano y detectaron que Google tienen un IQ equivalente a 43.7 por ciento; y Siri, uno

de 23.9 por ciento (ambas calificaciones muy por debajo del IQ humano), hecho que confirma que por ahora la forma más inteligente de ganar dinero y mercado es fusionando lo mejor que pueden ofrecer las personas y la tecnología.

Para que eso ocurra, Morales recomendó partir del análisis de las limitaciones y habilidades que cada área tiene, tanto en el terreno físico como en el digital. De esa manera habrá una distribución del trabajo y una asignación de respon-

sabilidades que faciliten el desarrollo y la rentabilidad de cada proceso comercial.

Lo recomendable es enfocar la inteligencia artificial en la optimización y procesamiento de grandes volúmenes de información en tiempo récord, tareas que están por encima de las posibilidades del ser humano. También se debe utilizar la información para establecer mediciones objetivas que ayuden a la organización a salir de la trampa de creer que las mismas fórmulas o clientes que les hicieron ganar mucho dinero en el pasado lo harán necesariamente en el futuro, precisó Morales.

Con tal información, agregó el director de AHA! Ideas+Personas, se pueden inferir los cambios en el perfil y los cambios en el com-

portamiento de consumo, y mediante ello replantear o crear una estrategia acorde con el cambio que se está observando.

La IA es una herramienta muy eficiente para optimizar procesos burocráticos que mejoren el servicio y liberen el tiempo de los colaboradores para actividades y campos en los que esa herramienta no sería tan eficiente.

Por otra parte, en un modelo de negocio combinado será fundamental para el agente exigirle adaptabilidad respecto a los recursos tecnológicos y capacidad para hacer muy vivencial el proceso de cierre de venta. Nadie como el asesor para contar historias que inspiren y con-

muevan al prospecto y lo lleven a comprar.

El expositor señaló que para conseguir la integración de estos dos recursos se requiere una fuerte dosis de autodisciplina, de apertura para adoptar el cambio de modelo combinado (cuyos componentes son el tecnológico y el humano), así como astucia para tomar riesgos calculados.



Gastón Morales

#Catástrofes #Desastres

Advierten que quedan solo ocho años para mitigar el cambio climático

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Hace un par de décadas, hablar del futuro no implicaba imaginar adversidades extremas que pusieran en peligro la continuidad de la vida en este planeta. En la medida en que los efectos del cambio climático ocasionados por las acciones del ser humano han sido cada vez más frecuentes y devastadores, reflexionar acerca del futuro de la humanidad se ha convertido en un tema cotidiano, y más aún cuando por el grave deterioro ambiental se augura que a los seres humanos les quedan como máximo ocho años para frenar o revertir el daño medioambiental, o las consecuencias serán irreversibles.

Así de contundente fue el mensaje que de manera conjunta expresaron Beatriz Marmolejo, Ricardo Rosenzweig, Roger Rosas y Valeria Soto, activistas climáticos, al participar en el panel *No me deban mi futuro. Acciones inmediatas para un planeta posible en 2050*, en el que demandaron a las generaciones y gobiernos responsables del cambio climático asumir su responsabilidad e invertir en acciones que reviertan el daño para evitar condenar el futuro de las próximas generaciones.

Sequías muy prolongadas y cambios extremos en los regímenes de lluvias (dejando a un lado la fuerza inédita de tormentas tropicales, tornados y huracanes), que traen consigo desabasto de alimentos y de agua, enfermedades comu-

nes y padecimientos de extraña procedencia, entre muchas otras calamidades, son apenas algunos de los efectos ocasionados por el deterioro medioambiental, agregaron los ecologistas.

Los activistas medioambientales precisaron que el ecosistema enfermo que estamos creando no es un lugar digno. Por el contrario, es desesperanzador; y, si los responsables de ello muestran la voluntad de reivindicarse, tendrán que hacerlo poniendo en el centro de las decisiones a las personas más afectadas para poder evaluar objetivamente el problema y actuar en consecuencia.

“Lo que imaginemos del futuro de la humanidad ocurrirá si lo creemos y si llevamos a cabo compromisos, acciones e inversiones eficientes y sostenibles. Hoy tenemos un calentamiento global de 1.1 grados; y, aunque será casi imposible evitar una temperatura por debajo de los 2 grados Celsius durante este siglo, como pretende el Acuerdo de París, aún hay tiempo de emprender acciones que permitan heredar un mejor planeta a las generaciones futuras”, concluyeron Marmolejo, Rosenzweig, Rosas y Soto.



IMAGEN: UNICEF



Médica Vial

Expresa sus más sentidas condolencias a la
Familia Llamosas Portilla
por el sensible fallecimiento
de su Señora Madre

Doña María Teresa
Portilla Santillán

Descanse en paz.



MÁS VALE PREVENIR

Raúl Carlón Campillo

@tranquildadyproyeccion@gmail.com

t @rcarlón3 f raul.carloncampillo.1

Se inicia 2022 con expectativas y esperanzas. El año 2021 se fue con resultados desastrosos en temas sanitarios, de seguridad y economía, entre otros, pero en el sector asegurador se refrendó la solvencia y seriedad de las aseguradoras, pues éstas pagaron miles de millones de pesos en indemnizaciones de seguros de Gastos Médicos y Vida por esta pandemia.

Los malos resultados del país parecen no afectar demasiado a la "popularidad" del presidente, lo que alimenta el ego desbordado que lo ha movido siempre. Esos resultados centran la atención de los analistas en este también desastroso dato.

Los pésimos resultados que conviven con alta popularidad constituyen un fenómeno propio de estudios sociológicos para descubrir lo que hay detrás y entender el apoyo de quienes siguen aplaudiendo al nefasto gobernante. En tales hipotéticos estudios podríamos también descubrir la causa por la que mucha gente alimenta su falta de previsión con decisiones financieras que consumen recursos sin la garantía de recuperación alguna, y menos aún cuando una pérdida aparece en su vida y convierte a la población en objeto de "programas de apoyo" financiados por todos.

Desde el punto de vista social, parece que atravesamos un momento crítico ante los intentos de cambiar el modelo socioeconómico del país que recientemente ha practicado el neoliberalismo. Solo habría que recordar el dato que nos dice que la globalización comercial es histórica desde tiempos de la Colonia. Quien hoy se rebela contra los féretros exigiendo a otro país disculpas en vez de presentarlas a los pobres, los desatendidos por medicamentos que no llegan y demás víctimas de tragedias vive un alarmante conflicto de identidad.

Quise iniciar este 2022 con la reflexión de este conflicto, ya que, según mi opinión, es algo que se reproduce con mayor frecuencia de la que se pueda concebir. Quien apoya a alguien sin resultados porque se identifica con él

Conflicto de identidad

encuentra en ello la justificación de su propia vida. Quien no se concibe capaz de cambiar su historia estará, en algún momento, venerando a aquel que promete hacerlo sin lograrlo o justificando la razón de su fracaso al intentarlo.

Esas personas, sempiternos dependientes de algo o de alguien, se conciben explotados, agraviados, víctimas de abusos, denigrados y humillados como parte de su historia, y no dejan de pensar así hasta que alguien, con los zapatos sucios por andar en suelos polvorientos, les justifica su pobreza con un eslogan y un programa financiado por todos. La identidad de esas personas queda así condenada a permanecer en esa condición.

La identidad es un elemento fundamental en las decisiones que se toman a partir de concebirse capaces de algo distinto de lo históricamente vivido. El conflicto de identidad, propio de la pubertad y adolescencia, se nutre de la búsqueda de personalidades que satisfagan la autoconcepción. La sociedad que profesa esos cambios es, en esencia, una sociedad adolescente. Ésa es la sociedad que rechaza la previsión porque se identifica más con el consumo de artículos que exhiban progreso.

El conflicto de identidad reside en la ignorancia que pegan quienes lo padecen cuando pasan por alto asegurarse o buscar hacerlo cuando es demasiado tarde. En este tema, el conflicto de identidad es fundamental, crucial para resolver pérdidas futuras en un presente que aún no las vive, pero de una complejidad tal que ni el propio sector ha logrado revertirlo a la velocidad requerida entre la población y entre los mismos intermediarios y colaboradores de las más de cien aseguradoras que operan en México.

La práctica de asegurarse reside en la voluntad de hacerlo, lo que permite destinar presupuesto para ello, en vez de gastarlo en otros bienes sin importar el beneficio que éstos puedan acarrear. La identidad entra en juego cuando el consumidor que la posee como previsor prefiere un buen seguro médico en lugar de 85 pulgadas de pantalla nueva en su sala. Quien, por el contrario, se identifica con el artilugio hará a un lado la previsión disfrutando frente al televisor, viendo pasar su deuda en alta definición y sin advertir los riesgos que corre. El conflicto de identidad queda enterrado en esas prácticas y no sale a la luz hasta que una pandemia sorprende al mundo y mucha gente se hace consciente de la necesidad lamentando que antes estuvo entretenida con la amplia programación

de que disfrutó.

Por su parte, los intermediarios pueden atravesar en muchos casos un proceso similar cuando su identidad está asentada en vender y asesorar. Vender, como se ha sostenido en esta columna y en las obras publicadas en el pasado, es un objetivo genuino del sector.

Asesorar cobró importancia tiempo después. Además, esta actividad está descrita en el Reglamento de Agentes de Seguros al referirse a las "actividades de intermediación". La identidad del vendedor parece entrar en conflicto con la del asesor cuando advertimos prácticas coercitivas en la venta sin asesoría o en la asesoría que no logra vender. La identidad del asesor no tiene por qué estar

El asegurado concibe que la cobertura es automática a partir del siniestro, pero desconoce las gestiones que deberá desahogar para lograr la indemnización.

El asesor asume algunas responsabilidades bajo la premisa del servicio y busca rapidez, calidez, justicia, amabilidad u otras actitudes y acciones más; pero, si tiene que llenar formatos, cuestionarios, reclamaciones, relaciones de facturas o audiencias ante autoridades cuando el asegurado es responsable de una lesión a tercero, necesitará de él para resolver eso. El asegurado, a pesar de recibir el pago, mostrará descontento por el tiempo, burocracia o lentitud en el cumplimiento de sus expectativas por parte de la aseguradora.



peleada con la del vendedor, aunque se precisa tenerla muy clara para no entrar en conflicto.

En columnas anteriores se ha sostenido que el ingreso de ambos proviene de la misma fuente. Si el asesor no logra vender, su ingreso es inexistente. Pero, si el vendedor no asesora y aun así vende, gozará del ingreso. La asesoría no está tasada en pesos y centavos; no hay forma de cobrarla cuando no se cierra la venta.

Ante esta posible omisión, se han desarrollado corrientes que proclaman como tarea inmaculada la asesoría y otras que denigran la práctica de solo vender. Ambas, desde su propia perspectiva, solo advierten en el término *servicio* el diferenciador entre quien atiende bien o mal a sus asegurados, pasando por alto que el asegurado tiene una identidad cercana a la de los beneficiados de los programas sociales referidos anteriormente. El conflicto de identidad del asegurado, combinado con la disyuntiva del intermediario en su propia identidad, ha resultado en una percepción del seguro y sus prácticas operativas y comerciales distorsionada desde su origen.

La aseguradora suscribe un riesgo en un contrato intermediado por el asesor.

¿Cómo resolver ese conflicto?

Podemos iniciar por analizar la identidad. El riesgo y el siniestro son del asegurado, no del asesor. El cliente es compartido por la aseguradora y el asesor, pero los trámites requieren gestiones que no están descritas en el Reglamento de Agentes de Seguros como obligaciones. Identificar al asegurado con sus propias responsabilidades permitiría ahorrarse inconformidades.

Por su parte, el asesor debe analizar la identidad de mentor del asegurado, un mentor que en su caso cumple responsabilidades de formador al habilitar y entrenar al asegurado en el uso de la póliza. Por último, la aseguradora debe facilitar el trabajo de mentoría con capacitación para los usuarios, además de la abundante formación de los asesores.

Formando asegurados entrenados, las gestiones se facilitan. Formando asesores mentores, la transferencia de esos procesos y conocimientos se multiplica. De esa forma podremos resolver el conflicto de identidad que atravesamos y alcanzar el nivel de aseguramiento que deseamos, que de hecho se ensanchó con esta pandemia.

Guarda Amafore en caja del tiempo presente y futuro del sistema de pensiones

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Una caja del tiempo, dentro de la cual se depositaron diversos artículos y documentos que representan el presente del sistema de pensiones de México y que sirvieron para presagiar su transformación en los próximos 30 años, fue el acto con el que se llevó a cabo la clausura del *Encuentro Digital 2021: laboratorio para el futuro. Condiciones para construir el 2050*, organizado por la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro, A. C. (Amafore).

Bernardo González Rosas, presidente de dicha asociación, señaló que los dos días de trabajo sirvieron para echar una mirada al futuro y establecer compromisos y acciones que hagan posible generar mejores condiciones para México y sus ahorradores llegado el 2050. Es por ello por lo que, agregó, dentro de la caja está incluida la visión de la Amafore hoy y de lo que deberá ser el sistema en 30 años más.

La cápsula, dijo González Rosas, estará resguardada durante todo este tiempo

en la asociación. Se espera que al abrirla en la fecha indicada las expectativas que hay en su contenido se hayan superado hasta el punto de que haya un México mucho más prometedor y un sistema de pensiones cada vez más robusto, incluyente y del cual formen parte todos los ciudadanos en condiciones de ahorrar para su retiro.

En cuanto a la mirada al futuro, el presidente de la Amafore auguró que la esperanza de vida cada vez estará más cerca de los 100 años, que serán los nue-

climáticos realizaron en el mismo acto una descripción y un vaticinio muy desalentador de las consecuencias que la humanidad enfrentará en 2050 si no se hace algo en los próximos ocho años. Los responsables de la debacle ambiental, señalaron, son los que mayor influencia y riqueza generan en las naciones y por lo tanto están obligados a responder por sus actos del pasado invirtiendo por un mejor destino para las próximas generaciones.

Finalmente, por lo que respecta a la cápsula del tiempo, los objetivos y artículos en ella depositados serán un punto de referencia por medio del cual el mismo tiempo juzgará el cumplimiento de los propósitos que ahí se plantearon.

Muchas cosas se habrán transformado radicalmente en 30 años, y lo que es seguro es que para entonces el ciclo económico será liderado por aquellas empresas que aporten soluciones para

apoyar la transición a una economía sustentable en la que para ahorrar ya no se requiera una tarjeta porque ello será una práctica cotidiana y natural y en la que la tecnología tendrá un papel determinante para hacer que ese proceso sea más sencillo e incluyente.



Bernardo González Rosas

vos 60, y para ello es necesario que el Sistema de Ahorro para el Retiro lleve a cabo una dura labor de concientización entre la población de hoy y del mañana en torno a la importancia de ahorrar para procurarse una vida digna por 30 años más, señaló González Rosas.

De igual manera, jóvenes activistas

#Aseguradoras #Seguros

Experiencias intuitivas y claras atraerán a más clientes en seguros

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Aquellas aseguradoras que sean capaces de ofrecer una mejor experiencia intuitiva por medio de la tecnología y que además posean propuestas de valor claras lograrán aventajar y ganar mercado en un futuro comercial en el que la creatividad en el diseño de modelos de negocios será definitivo para atrapar al cliente, apuntó Alberto Oppenheimer, Head of Solutions & Sales Specialist of Google Cloud América Latina, durante su participación en la Conferencia Anual 100 % Seguro.

Al hablar del tema *El futuro de la mano de Google Cloud*, Oppenheimer agregó que, según cierta información recabada por la empresa que representa, es tal la importancia que los consumidores les están dando a las propuestas de valor y a las formas creativas e intuitivas de conectar con ellos que 55 por ciento de los clientes de Google interrogados sobre sus necesidades respecto a los seguros manifestó disposición a explorar nuevos modelos de negocio y 35 por ciento dijo que incluso llegaría a cambiar de aseguradora si no encuentran eco sus exigencias.

Tales datos, añadió el expositor, son un claro indicador de que en el futuro las aseguradoras requerirán estar preparadas con estrategias de fidelización y buen servicio que impidan que los compradores cambien de proveedor a la primera provocación.

La nube es un recurso tecnológico que definitivamente favorecerá la hiperconectividad y la velocidad del

cambio que hoy se necesita. Y ante el llamado performance gap, Google Cloud, que tiene como función esencial organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil, cuenta con la red más grande del mundo en la que las aseguradoras y los asegurados tienen la garantía de que la información subida a la nube no podrá ser utilizada indebidamente por terceros debido a que cuenta con varios niveles de encriptación de datos, lo que la hace invulnerable.

El expositor indicó que, puesto que Google es líder de innovación en IA, las aseguradoras pueden encontrar en el uso de la nube una serie de recursos que van desde predecir la demanda de productos en tiempo real hasta hacer más eficientes los procesos de negocio, reduciendo los costos operativos hasta en 35 por ciento solo con el hecho de trasladarlos a Google Cloud.

“Es momento de desarrollar una visión sobre el futuro de los seguros y de saber cómo Google Cloud puede ayudar al desarrollo de esta industria. Los modelos de negocio están cambiando, y las aseguradoras deben plantearse si sus oportunidades de crecimiento en este momento superan sus riesgos o si hay que ajustar la estrategia”, apuntó Oppenheimer.

“El mercado actual tiene como común denominador la hiperconexión, y cuantos más datos de los usuarios en tiempo real puedan manejar las aseguradoras, más fácil y expedito será el proceso de corregir fallas en la cadena de valor o en el servicio, y mucho más probable será conseguir la fidelización del usuario de seguros”, concluyó el representante de Google Cloud América Latina.



CESVI MEXICO
Centro de Experimentación y Seguridad Vial México

Se une a la pena que embarga a la familia *Llamosas Portilla*, por el sensible fallecimiento de su señora madre

Doña María Teresa Portilla Viuda de Llamosas

Acaecida el 12 de enero de 2022.



DESCANSE EN PAZ

Ve el mundo las crisis climática y social como las principales amenazas en 2022

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

De acuerdo con el reciente *Informe Global de Riesgos 2022*, las crisis social y climática son consideradas como las principales amenazas para el planeta este año, según lo declaran expertos y líderes del mundo, y así se asienta en el documento elaborado por el Foro Económico Mundial.

El documento refiere de manera destacada que los riesgos relacionados con el clima y el medio ambiente dominan la lista de las mayores preocupaciones de la élite económica mundial, problema al que le sigue la creciente erosión de la cohesión social, las crisis de formas de subsistencia, el deterioro de la salud mental y la desigual recuperación de la población después de la pandemia.

La erosión de la cohesión social es una de las principales amenazas a corto plazo en 31 países, incluidos Argentina, Francia, Alemania, México y Sudáfrica, del G-20. Disparidades que ya desafiaban a las sociedades se espera que ahora se amplíen: se estima que 51 millones de personas más vivirán en pobreza extrema, en comparación con la tendencia previa a la pandemia, y existe el riesgo de que aumente la polarización y el resentimiento dentro de las sociedades, advierte el documento.

A medida que el mundo entra en el tercer año de la pandemia, los riesgos relacionados con el clima dominan la lista de las amenazas del orbe, sobre todo en el largo plazo, en el que cinco de los 10 principales riesgos globales tienen una relación directa con el clima y con el medio ambiente.

Debido a la desigualdad en la recuperación económica y en el suministro de las vacunas contra la COVID-19, se corre el riesgo de que se agraven las fracturas sociales y las tensiones geopolíticas, escriben los autores del informe, y añaden que en los 52 países más pobres, hogar de 20 por ciento de la población mundial, solo 6 por ciento de la población había sido vacunada al momento de elaborar este informe.

Por otra parte, se afirma que la divergencia global resultante creará tensiones, dentro y fuera de las fronteras, y que las condiciones sociales en éstas corren el riesgo de empeorar debido a los efectos en cascada de la pandemia. Se prevé que se complique la coordinación necesaria para abordar desafíos comunes, incluido el fortalecimiento de la acción a favor de la restauración climática, la mejora de la seguridad digital, la restauración de los medios de vida y de la cohesión social y la gestión de la competencia por el espacio.

De manera que, según este informe, apenas 16 por ciento de los encuestados se siente positivo y optimista sobre las perspectivas del mundo, y solo 11 por ciento considera que la recuperación global se acelerará. El 89 por ciento de las personas encuestadas para este informe percibía que las perspectivas a corto plazo eran volátiles, fracturadas o cada vez más catastróficas, y 84 por ciento de ellas manifestaron sentimientos negativos sobre el futuro.

En tal sentido, agregan los autores del informe, “el pesimismo generalizado podría crear un ciclo de desilusión que haga que la acción de subsanar estas heridas sea aún más desafiante”. En los próximos dos años, tres de los cinco riesgos que se consideran las amenazas más preocupantes tendrán una incidencia clara en la erosión de la cohesión social, la crisis de los medios de subsistencia y el deterioro de la salud mental.



Así lo señala el Informe Global de Riesgos de este año, que recoge la opinión de expertos y líderes

En un horizonte de 10 años, la salud del planeta domina las preocupaciones: los riesgos ambientales se perciben como las cinco amenazas a largo plazo más graves para el mundo y potencialmente las más dañinas para las personas y el planeta. El fracaso de la acción en pro de la restauración climática, el clima extremo y la pérdida de la biodiversidad se consideran en el documento como los tres riesgos más graves.

Por lo que respecta a los riesgos tecnológicos, la desigualdad digital y las fallas en la ciberseguridad se suman a las amenazas críticas a corto y mediano plazo para el mundo, pero no así en el largo plazo, pues en un futuro más lejano ninguna de estas

amenazas figura entre las más importantes o potencialmente graves, lo que se percibe como un punto ciego en las percepciones de riesgo.

“Los ataques a sistemas grandes y estratégicos tendrán consecuencias físicas en cascada en las sociedades, mientras que la prevención implicará inevitablemente mayores costos. Riesgos intangibles, como desinformación, fraude y falta de seguridad digital, también afectarán a la confianza pública en sistemas digitales. Mayores ciberamenazas también dificultarán la cooperación entre Estados si los gobiernos continúan por caminos divergentes para controlar los riesgos”, se lee en el documento.

En lo que toca a la pandemia, el desafío más importante es el estancamiento económico generado por la crisis de la COVID-19; y, en tal sentido, se agrega, las perspectivas macroeconómicas siguen siendo débiles, y se espera que la economía mundial sea un 2.3 por ciento más pequeña para 2024 de lo que hubiera sido sin la pandemia. Se pronostica el aumento de los precios de las materias primas, inflación y mayor deuda, tanto en el mundo desarrollado como en las naciones emergentes.

Es una realidad que la pandemia y sus consecuencias económicas siguen sofocando la capacidad de los países para controlar el virus y facilitar una recuperación sostenible. Junto con los desequilibrios del mercado laboral, las políticas proteccionistas y las crecientes disparidades en educación y habilidades, las consecuencias económicas de la pandemia añaden el riesgo de dividir al mundo en trayectorias divergentes, advierte el informe del Foro Económico Mundial.

Finalmente, otra preocupación que se reseña en el documento es el efecto de la transición energética hacia economías basadas en emisiones de carbono nulas, y al respecto se señala que una transición precipitada y rápida aliviaría las consecuencias ambientales a largo plazo pero podría tener repercusiones muy serias a corto plazo, como dejar sin trabajo a millones de trabajadores de las industrias que generan mucho carbono o desencadenar tensiones sociales y geopolíticas. Por el contrario, una transición más lenta pero más ordenada prolongaría la degradación ambiental, las fragilidades estructurales y el desequilibrio global.

Para los gobiernos, equilibrar costos, regular para fomentar la resiliencia y ajustar los acuerdos de intercambio de datos a fin de garantizar una gestión de las crisis más precisa es clave, pues de esa manera se facilitará una interacción más estrecha entre el público y el sector privado, concluye el informe.

PROPORCIONANDO SOLUCIONES
A LA MEDIDA

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

Médica Vial

24 hrs
365

SOMOS ESPECIALISTAS EN CONTENCIÓN DE COSTOS

LOS NÚMEROS CUENTAN

Antonio Contreras

@gar2001@hotmail.com

Pensión



Hace unos días veía en Netflix un documental sobre John Lennon y recordé una de sus frases: “La vida es lo que te sucede mientras haces planes”. Voz autorizada la de Lennon, sin duda: lo mataron a los 40 años, cuando hacía planes para consolidar su naciente carrera como solista.

Del mexicano se dice que no hace planes. Es el rey de la improvisación y confía en la buena providencia para resolver sus apuros. Ya serán mis hijos quienes se encarguen de mantenerme cuando esté viejo. La solidaridad familiar metiendo el hombro en caso de enfermedad, desempleo y hasta muerte, con la famosa *coperacha* para ataúd y últimos gastos.

Es cierto entonces que la mayoría vive al día, y no es de extrañar: con menos de 15,000 pesos de ingreso por familia, dos tercios de la población inicia una jornada medio atropellada para trabajar y llegar angustiadamente a fin de mes. Los números cuentan la realidad de casi 60 por ciento de la población que trabaja en la economía informal, sin ingreso fijo ni prestaciones ni seguro social o un plan de pensión. Se hace indispensable el respaldo de familiares y conocidos para cubrir los gastos de los viejos, que ya no pueden manejar un taxi a los 80 años.

Lupita acude dos veces por semana a casa de la licenciada, donde medio barre, medio asea los baños, lava la ropa y hace la comida. A los cincuenta años, ella es líder de la familia Rosas. Lupita permanece en línea, pegada a su celular con audífonos, sin dejar de moverse para realizar los quehaceres de la casa en turno mientras indica a su esposo cómo evitar que lo corran, escucha a su hijo mayor relatar los pormenores de un tortuoso proceso de separación matrimonial y da indicaciones para que no dejen sin datos a su desesperado nieto, que la llama cada cinco minutos.

La madre de Lupita falleció hace dos años, y con esa partida se apagó la luz que le indicaba el camino con refranes e instrucciones duras pero precisas. Ahora es ella quien enfrenta lo que venga, convirtiéndose en la guía de toda la grey.

A diferencia de cualquier otro ser vivo, el humano siempre hace planes, incluso a su pesar. Quien tiene asegurado un techo y tres comidas al día para su familia toma

conciencia de su necesidad de seguridad; y entonces, sólo entonces, empieza a hacer planes de manera consciente. Si se trata de un Godínez de mayor o menor jerarquía, quien decidió atar su destino al de una empresa insertada en la economía formal, simplemente enlaza día tras día con café y toppers para formar semanas, meses y años, hasta llegar al pastel de despedida, embarrado en el chaleco, de la merecida jubilación.

Retirarse, lo que se dice retirarse, es difícil para los de la Ley 73, e imposible para los de la Ley 97, quienes ya empiezan a llegar a la edad de jubilación después de 25 años de trabajo. Si el monto alcanza al principio, la inflación lo hará insuficiente al cabo del tiempo.

Los únicos que no sufren son los mexicanos de primera, los pensionados de Pemex, CFE e IMSS, con pensiones sin límite y actualizadas al último ingreso. La inflación no es el peor enemigo: a pesar de haber recibido un “aumento de sueldo” cuando los hijos

decidieron volar y dejaron de consumir parte del ingreso familiar, existen gastos que aumentarán con los años, como médicos, medicinas y seguro de Gastos Médicos Mayores. Con incrementos porcentuales anuales de dos dígitos, las primas de quienes rebasan los cincuenta años de edad llegan rápidamente a niveles en los que los asegurados se ven orillados a castigar el plan con hospitales de menor categoría, deducibles mayores y cuanta alternativa les permita continuar con una protección menguada, pero al fin mejor que nada.

Llegar a los 60 o a los 65 no es el final

de la jornada laboral en la vida para los de la Ley 97. Rafael, hoy de 50 años, empezó a trabajar hace 27 años, y nunca ha dejado de pertenecer a la economía formal. Su saldo en la afore es de 2 500 000 pesos, lo cual, a primera vista, parece una suma respetable. Él quiere retirarse a los 60, y calcula que en los 10 años que faltan, con el apoyo de patrón y Gobierno, podrá acumular otros 800,000 pesos, para llegar a una cifra total de 3,300,000. Si decide adquirir un producto de renta vitalicia, podrá disfrutar de una pensión mensual de alrededor de 17,000 pesos.

La reducida cifra lo angustia. ¿Sólo 20 por ciento de su ingreso actual? Ya pagó su casa y prevé retirarse con automóvil nuevo, pero sólo el seguro de Gastos Médicos Mayores representa 8,000 pesos al mes. ¿De dónde va a sacar para comida, servicios, celular, Netflix, medicinas, médicos, predial, tenencia, gasolina y demás? Él calcula un mínimo de 40,000 pesos al mes para *librarla*. Y ya se veía viajando por el mundo, disfrutando de la vida con su esposa...

Sentado a la mesa del comedor un sábado en la mañana, Rafael hace cuentas: para tener una pensión de 40,000 pesos mensuales, necesita un ahorro voluntario de 4,400,000 pesos. Eso significa ahorrar 37,000 pesos mensuales durante los próximos 10 años. Imposible. Con

dos hijos en la universidad, ya le cuesta salir con tanto gasto. Sandra, su esposa, tendrá que buscar un trabajo, y el retiro a los 60 queda descartado. Si se retira a los 65 años, eso significa cinco años menos de retiro soportado con ahorro y cinco años más para ahorrar lo necesario. A pan y agua, concluye Rafael. Menos mal que se dio cuenta a tiempo de la necesidad de empezar a ahorrar para poder aspirar a un retiro digno, tal vez lejano de las imágenes publicitarias, pero independiente y sin tener que pedir frías a sus hijos para vivir.

Sesenta y cinco años sigue siendo una buena edad para dedicarse a hacer lo que le gusta, intenta convencerse. Además, concluye, siempre le ha gustado trabajar. Sólo ruega por la oportunidad de conservar un empleo hasta esa edad. Ya ha habido recortes de viejos en la empresa. Tendrá que redoblar su dedicación para convencer a sus patrones de la utilidad de su experiencia.

Es posible que el Gobierno se radicalice y ofrezca a todos los mexicanos una pensión universal suficiente, pero eso es muy poco probable. Ya está garantizado el salario mínimo, y no hay dinero para más. Estamos solos en lo de formar la pensión, y la salida fácil es empezar a ahorrar cuanto antes, sin pensar que nuestros fondos en la afore alcanzarán. Lo difícil es ejecutarlo.

Soluciones

tecnológicas

para el sector asegurador

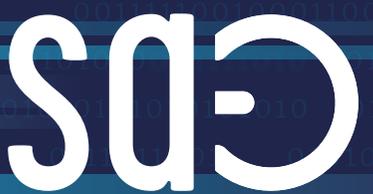
Adapta nuestros productos a las necesidades de tu empresa.





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

You know what,
We know how



INSURTECH SOLUTIONS

AMASFAC

¡2022 a toda marcha!

Colegas y Amigos del Sector:

Estamos ya en los primeros días del año 2022, con toda la disposición de seguir colaborando para apoyar el desarrollo y fortalecimiento de nuestro sector de Seguros y Fianzas y que, en consecuencia, ello nos brinde mejores oportunidades para nuestro crecimiento personal y profesional. Programaremos dos eventos de arranque que nos permitan iniciar el año con el acelerador a fondo y nos den la energía, motivación e ideas para enfocar nuestros esfuerzos y multiplicar nuestros resultados.

Promoveremos la formación y desarrollo permanente de los intermediarios, a través de nuestros Congresos, eventos, conferencias, periódicos, revistas especializadas, nuestro boletín semanal, nuestra Revista **AMASFAC** y el libro Profesionales en Seguros y Fianzas. Reforzaremos nuestros acuerdos de cooperación con reconocidas instituciones educativas y de evaluación.

Mantendremos una comunicación muy cercana e intensa con Autoridades, Asociaciones afines, proveedores y comunidad en general, para trabajar en equipo, sumando para innovar y mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes, conocer y aprovechar al máximo los avances tecnológicos para incrementar la eficiencia de nuestro desempeño. Trabajaremos en mejorar la imagen de nuestro Sector y la relevancia del intermediario de Seguros y Fianzas, reconociendo siempre el valioso respaldo de Aseguradoras, Reaseguradoras, Ajustadores y Proveedores.

Deberemos seguir muy atentos, dando seguimiento a solución de las diversas problemáticas que nos presenta la crisis sanitaria que estamos viviendo, poniendo énfasis en temas que apoyen un buen servicio para nuestros clientes y asegurados, son momentos de verdad, en donde nuestro profesionalismo y compromiso nos permitirán salir fortalecidos y con la satisfacción de contribuir con nuestra misión ante la comunidad asegurada y con ello a una buena imagen de nuestra actividad.

Continuaremos fortaleciendo lazos con la comunidad aseguradora internacional, promover en nuestro país, la aplicación de las mejores prácticas de intermediación en el mundo.

Con el apoyo de nuestros Comités y chats, promoveremos el intercambio permanente de ideas y sugerencias para resolver temas complejos y/o problemáticas de servicio, particularmente en estos momentos que estamos viviendo, es muy importante ayudar y ser apoyado por nuestros colegas, muchas cosas a las que nos estamos enfrentando son totalmente nuevas y sobre la marcha hemos ido aprendiendo, encontrando juntos soluciones que de manera individual no lograríamos.

Seguiremos avanzando en la difusión y aprovechamiento de la plataforma de localización en Internet Berrysafe, alianza exclusiva de **AMASFAC**, que coloca a nuestros asociados en las primeras opciones de búsqueda en seguros y fianzas, lo que sin ningún costo adicional, les permite acceder a nuevos mercados y prospectos. Te invitamos a registrarte para que aproveches esta valiosa herramienta para hacer crecer tu cartera de clientes, acceso a través de esta liga www.berrysafe.com.

Pronto concluiremos con nuestros trabajos de mejora en nuestro Portal de Internet, para hacer más sencilla y accesible la interacción con nuestros asociados, facilitar la consulta de nuestro Campus de uso exclusivo y dejando también un espacio para estar en contacto con la comunidad en general.

Hemos mejorado la calidad de nuestros comunicados en nuestras redes sociales, esto nos ha permitido tener un creciente número de seguidores que, cada vez más, comentan, utilizan y comparten nuestras publicaciones.

Otorgaremos reconocimiento a nuestros Colegas destacados, quienes nos demuestran que los éxitos son alcanzables para quienes superan obstáculos y luchan para alcanzar sus sueños: nuestro Trofeo **AMASFAC**, para quienes aportan de manera sobresaliente a nuestro sector, los integrantes de nuestra Cancillería, conferirán la máxima distinción de nuestra Asociación: La Orden al Mérito, simbolizada por el escudo del Chimalli, reservado para los guerreros Aztecas que sobresalían por su valor y destreza en el combate.

Promoveremos actividades de Responsabilidad Social y apoyo a la comunidad, que nos permitan contribuir con quienes necesitan ayuda.

Buscaremos fortalecer los lazos de amistad y relaciones humanas con todo el sector, a través de encuentros virtuales con mayor calidez, eventos deportivos de sano esparcimiento e integración, puntos de encuentro que nos ayuden a afrontar con una mejor cara estos difíciles momentos que estamos viviendo.

Realizaremos una mayor difusión de los beneficios que brindamos a nuestros Asociados, que los conozcan, utilicen y aprovechen al máximo.

Seguiremos trabajando todos los días con renovada entrega y compromiso en favor de nuestro Sector, **Creando Valor para los Agentes de Seguros y Fianzas... TODOS los Agentes de Seguros y Fianzas**, en donde Tú eres una pieza muy importante.

Muchas gracias por su valioso apoyo y mis mejores deseos para ustedes, que a lo largo de todos y cada uno de los días de este 2022 que inicia, unidos, logremos sumar y cristalizar planes y anhelos, les abrazo con afecto en la sana distancia,
Cordialmente

Lic. Alejandro Sobera Biótegui

**Presidente
Asociación Mexicana de Agentes
de Seguros y Fianzas, A.C.**





ESPEJITO, ESPEJITO

Mariana Hernández Navarro

@marianahernandez@iconlead.com.mx

Al inicio de 2022 podría asegurar que varios de nosotros comenzamos con una planeación estricta y detallada de todo lo que queremos lograr en este año. Puedo aventurar que entre los objetivos planteados, además de los infaltables “salud, dinero y amor”, añadimos una serie de metas que queremos lograr: hacer un viaje en particular, iniciar o concluir estudios que enriquezcan nuestra formación, como aprender un idioma, etcétera.

Como consecuencia de esta planeación, se busca vivir la vida de una forma más acelerada para obtener todo lo que se ha planteado, es decir, pasar de forma ágil de un presente a otro presente, alcanzando lo que el filósofo surcoreano Byung-Chul Han (en lo sucesivo BCH) describe como “cuotas de experiencia”, mencionadas en su libro *El aroma del tiempo*, en el que me he inspirado para escribir este artículo.

BCH afirma: “Quien intenta vivir con más rapidez también acaba muriendo más rápido. La experiencia de la duración, y no el número de vivencias, hace que una vida sea plena. Una sucesión veloz de acontecimientos no da lugar a

ninguna duración... La aceleración lleva a un empobrecimiento semántico del mundo”.

Reflexiono sobre estas palabras y creo que actualmente decir frases como “Tengo mucho trabajo”, “Estoy corriendo, luego te busco” o “No he parado en todo el día” nos da la ilusión de proyectarnos equivocadamente como personas valiosas e importantes; se fantasea inconscientemente que con estas aseveraciones se incrementa el atractivo personal porque denotan prestigio y un sentido utilitario. (Podría arriesgarme a decir que incluso frases de este estilo ya se toman como protocolo de saludo.)

Por otro lado, sería inesperado oír a alguien decir: “Hoy tuve un día tranquilo: casi no hice nada”, ya que desde esta perspectiva, “dañina”, se afectaría a la reputación profesional, se generarían en el receptor miradas amenazantes y displicentes ante un actuar pasivo y poco diligente.

Viviendo en esta sociedad de inmediatez, se ha desarrollado algo conocido como *cronopatía*, lo que significa padecer una obsesión por cuidar cada minuto de nuestro día pero con la intención de que éste sea lo más productivo posible; por supuesto, entendiendo *productividad* como un sinnúmero de actividades por realizar. Nos enfocamos en el *hacer* antes que en el *ser*.

El principal problema de padecer *cronopatía* es que, además de obligarnos a llevar una vida acelerada, nos aleja del disfrute verdadero del momento.

Estas demandas de rapidez que se viven en el mundo logran que por momentos exista desconexión de vivencias relevantes, a las que hemos decidido no darles el espacio adecuado porque “no tenemos tiempo”; cuando podría ser que el significado subyacente de esta frase sea más bien “no me interesan”. El que no tiene tiempo se pierde a sí mismo; en

realidad, no tiene claro en dónde desea colocar sus prioridades. Por el contrario, tenemos el ejemplo de los amantes, que reservan tiempos en su agenda para reunirse. Juntos, viven momentos en los que se anhela que el tiempo se detenga: ante una mirada, un atardecer, una comida con amigos llena de risas. La lentitud promete sensibilidad ante la belleza del momento. El escritor Peter Handke afirmó: “¿Por qué nunca se inventó un dios de la lentitud?”.

Las prisas no son elegantes y no tienen aroma propio.

Por esta razón, para el año 2022 también te deseo espacios de contemplación, de ocio, ya que a éste se le respeta porque brinda oportunidades para reconectar, meditar, reflexionar. El ocio está desligado de una necesidad o de un impulso; no está al servicio de la dispersión, sino del enfoque.

Atendiendo a la reconfiguración de pensamiento que podemos ejercitar para agregar conscientemente ocio a la vida, recomiendo dos aspectos importantes que se han de considerar: dedicarle momentos después de una jornada importante de trabajo, actividad, etcétera, y aprender a dosificarlo. Se dice que el veneno está en la dosis, lo cual se aplica para esta situación.

Y así como te deseo espacios de ocio,

también recomiendo los de silencio, y una restricción de aparatos tecnológicos sería una opción sensata y mentalmente saludable. En la puerta de cierto templo se ha colocado un letrero que dice: “Apaga tu celular. Dios te quiere hablar”. ¿Será posible escucharlo en este espacio? ¿O seremos capaces incluso de escucharnos a nosotros mismos? Replanteo la pregunta del principio: ¿nos permitiremos vivir estos momentos?

En alguna ocasión, un agente me comentó: “Pero yo no sé estar sin hacer nada; si no corro todo el día, siento que no fue un día productivo; y además siento que me aburriría”. Creo que hoy existe una fobia adicional a sentirse aburridos, cuando en realidad el aburrimiento también permite explorar nuevos caminos y alternativas de creación. Una persona muy querida para mí me dijo una vez: “Si estás aburrida, es porque estás dejando de amar”, y el dejar de amar implica dejar de ilusionarse o de entusiasmarse con algo o con alguien, ¡de asombrarse!, ¡de sentir curiosidad! No en balde José Saramago dice: “La vejez comienza cuando se pierde la curiosidad”. Considerando esta frase, te invito entonces a reflexionar: ¿con qué edad emocional crees estar recibiendo el año 2022?

#DesarrolloHumano

Un gigante

Nissim Mansur T.
mansurnissim@gmail.com

Soy muy grande y muy fuerte.
Soy buen aliado de los que a mí se unen.
Dentro de mi ser habita un mundo de criaturas, todas distintas.

Cuando me enfurezco, muchos se abstienen de contenerme.
Facilito la comunicación entre todas las naciones de la Tierra.
Soy fuente pródiga de riqueza.
Genero el combustible con el que se mueve la Tierra.
Desde el principio, mis límites los marca Dios.

Allá a lo lejos oigo una voz:

- ¿Quién es?
- No te escuché.
- Que de quién se trata —dice, alzando la voz.
- Se trata del mar.

¡Conoce el mejor Multicotizador de Seguros de Autos del Mercado para Agentes de Seguros!

Con las mejores características del mercado

- 🔑 Crea paquetes personalizados para tus clientes en cuestión de segundos
- 🔑 Puedes cotizar con placa del vehículo
- 🔑 Con tu clave de agentes y descuentos
- 🔑 Acceso desde cualquier dispositivo con conexión a Internet

segutrends

📞 Contáctanos por whatsapp al 8118031414

para que conozcas las 8 ventajas diferenciadoras adicionales



A RIESGO PROPIO

Bernardo Olvera Bolio

2022

Y con esa ilusión de traer al tiempo a raya, atrapado en los relojes, en las computadoras, en fin, en todo aparato que nos muestra la hora, tratamos al tiempo con gran familiaridad, confundiendo con las estaciones, con el día y la noche, con lo propicio o no del clima para la siembra de semillas.

CON ESA FAMILIARIDAD respecto al tiempo hasta generamos cierto poder y atributo a “los años”: que si tal año fue magnífico, que tal o cual fue un año malísimo o que, ahora sí, el que viene va a ser el año que estábamos esperando... Entonces nos damos el lujo (¿o el permiso?) de darle la bienvenida al año que viene. Bienvenido sea, pues, el 2022. Está bien, considérese que el hábito, la tradición, lo socialmente aceptable es darle la bienvenida a un “año nuevo”. El año, lejos de vestirse de gala y entrar por la alfombra roja, no hace nada; simplemente el tiempo no se ha detenido nunca. Continúa transcurriendo.

DE MODO QUE, ¿A QUÉ SE le da la bienvenida cuando se dice “¡Bienvenido sea el año tal o cual!”? Lo más generalizado es aquello de que “este año” vendrá



cargado de bendiciones, traerá sorpresas, año de nones... Bueno, en este caso no se aplica esto último porque el turno pertenece al número 2022, que es par; así que no estará lleno de dones... Ni hablar.

LA BUENA NOTICIA es que “darle la bienvenida” al año que viene es señal de esperanza. La esperanza, esa peculiaridad connatural al género humano, es uno de los aspectos más importantes en la vida. Ese concepto, que a su vez produce sentimientos, estados de ánimo e inspiración, es de tal fuerza que sin él la vida se iría apagando; los objetivos dejarían de lograrse, pues se dejaría de trabajar por ellos; y se produciría inmovilidad, que puede convertirse en anquilosamiento físico, mental, social, personal, profesional y más.

LA ESPERANZA es, sin el lado romántico o cursi con el que la han contaminado, el acto de *tener fe en que algo sucederá*. Por supuesto, no se espera sentado, sino en activo; digamos que uno hace su parte para que aquello que se espera realmente se realice. La esperanza se convierte en actividad y en creencia o convencimiento (normalmente condicionado, claro); es decir, se espera y se cree en la posibilidad de que eso que se espera suceda.

MUY ENREDADO Y COMPLEJO parece el asunto, pero es simple. Lo verdaderamente importante es ese ingrediente tan humano que consiste en albergar esperanzas sobre la ocurrencia de esto o de aquello. Es un acto de fe, y generalmente de buena fe, ya que incluye el deseo de que eso que se espera favorezca una situación dada. En otras palabras, casi siempre la esperanza gira en torno a sucesos moralmente buenos. Como sea, la esperanza es quizá una de las características más determinantes y esenciales del ser humano.

ENTONCES, AL DAR LA BIENVENIDA al nuevo año, en realidad se le está dando la bienvenida a la esperanza, una esperanza renovada que, con razón o sin fundamento, alimenta las ganas de seguir adelante, de seguir esforzándose, de seguir trabajando, de seguir en este

camino...; de pensar que continuar vale la pena; de pensar que, a pesar de los destructores de la esperanza, de la vida al fin, es posible que las cosas cambien, que sí mejoren, que nos devuelvan la intención de ser mejores, de aspirar a ser mejores, de desear creyendo.

VISTAS LAS COSAS A TRAVÉS DE ESE PRISMA, tiene algún sentido la tradición de dar la bienvenida al año que comienza. En esta ocasión no es el sentido común, ya que éste indicaría que la esperanza es medio imprudente y medio impráctica. No. Es el sentido de supervivencia el que alimenta esa creencia, acompañada de cierta convicción, de cierta aspiración.

SEGURAMENTE, TODO LO HASTA AQUÍ DICHO resultará molesto a más de uno. Pero lo verdaderamente molesto es que haya interesados en eliminar de tajo este asunto de la esperanza. Hablamos de esos que se autodefinen como la esperanza de cierto país pero condenan con saña la aspiración; de esos que quieren que se aspire a estar peor, a ser austeros, a no desear mejoras en la comodidad ni en el bienestar propios, a no perseguir nada que no le regale un Estado, tan irresponsable que prefiere ciudadanos pasivos, conformistas y mediocres pero agradecidos con quienes los proveen de lo básico, aunque no se lo hayan ganado. Hablamos de esos que asesinan el deseo y la satisfacción de “haberse ganado” lo que se deseaba, y quieren obstinadamente sustituirlo por el agradecimiento servil de lo que te regalan por nada (o a cambio de algo: simpatías, votos, aplausos, etcétera). Hablamos, en fin, de esos que no quieren ciudadanos mejores, sino sujetos mediatizados, que digan *si* a todo, que no cuestionen, que agachen la cabeza, pero, eso sí, “con honor”.

COMO NO SE PUEDE, no se debe permitir que asesinen lo más básico del ser humano, que es el deseo de mejorar las condiciones de vida en todos los sentidos. Entonces, tomemos fuerza, respiremos profundo y, de manera decidida, digamos: ¡Bienvenido sea el año 2022!

¡Felicidades!

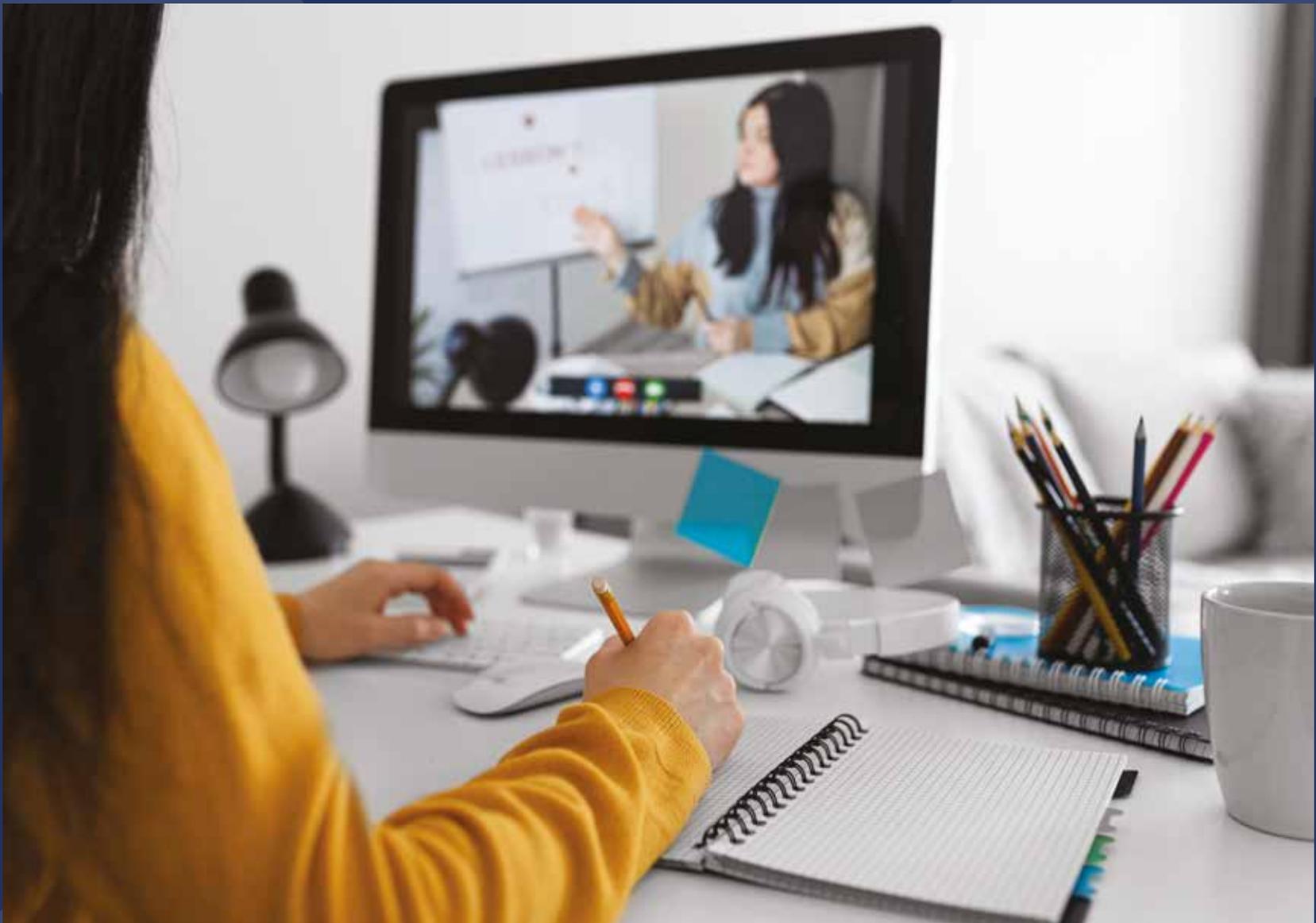
Finseca GAMA
LAMP 2022
Stronger Than Ever

Programa de Líderes y gerentes
Dallas, TX Marzo 20 - 22 - 2022

Solicita más Información en
eventos@asprogama.org.mx
o nuestro 5528796861

SoyAgenteActualizado.com, entre las primeras opciones de autoestudio para tu examen

Desde su lanzamiento, en 2018, la plataforma democratizadora del conocimiento ha recibido más de 200 000 visitas



Soy Agente Actualizado, creada por Miguel Ángel Arcique Calderón, se ha posicionado entre los agentes de seguros como una de las primeras cinco opciones para prepararse para el examen. La plataforma cuenta con materiales completos y actualizados de las cédulas A, B, C y F, además de la asignatura de Sistema y mercados financieros. Destacan los extensos manuales y útiles simuladores, además de que cuenta con mapas mentales que facilitan la retención de toda la información del portal.

“Sabemos que al fomentar un aprendizaje dinámico obtenemos más interés por parte del usuario para que use nuestras herramientas y para que en algún momento invierta en su preparación”, dijo Fernanda Salazar, gerente comercial de Capacitación Especializada.

Esta plataforma tuvo un crecimiento acelerado a partir de mayo de 2020, ya que en promedio se unieron 1,000 usuarios por mes, sumando hasta la fecha más de 25,500 agentes registrados, sin contar a los usuarios que nos visitan en sitios exclusivos en los que las instituciones ofrecen un aula segura para la capacitación de sus agentes, depositando su confianza en el equipo de SoyAgenteActualizado para formar a más personas preparadas para fortalecer al sector asegurador mexicano.

¿Y tú ya eres parte? No lo pienses más y regístrate. Es gratuito.

Para todos, para siempre, sin costo.

Equipo de [SoyAgenteActualizado.com](https://soyagenteactualizado.com)

EL TORNEO PARA EL SECTOR ASEGURADOR

9 **MAYO**
2022

 El Asegurador®



PARTICIPA

PRECIOS MÁS IVA

- **Inscripción individual**
\$ 6,000 mxn
- **Foursome**
\$ 22,000 mxn
- **Clínica + comida**
\$ 3,000 mxn
- **Comida**
\$ 2,000 mxn

CONTACTO

Patrocinios:

crojas@elasegurador.com.mx

Inscripciones:

lcalce@elasegurador.com.mx