El Asegurador®

Publicación Quincenal

Fundador: Genuario Rojas M. | Director General: César Rojas R. | ISSN-1561-2392 | Número 847 | Año XXXV | Ciudad de México, 31 de enero de 2020

Riesgos ambientales y el seguro

La prioridad en esta década

- *Llaman a tomar acciones inmediatas para sortear tales eventos catastróficos*
- *Así lo advierte el Informe de Riesgos Globales 2020*

pág. 4

IMAGEN: EFE

SECCIONES

EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
SE DICE...	6
VENDIENDO SEGUROS	12
Mundo del Asegurador	I
ASPRO GAMA MÉXICO	14
CHARLEMOS SEGUROS	15
LOS NÚMEROS CUENTAN	16
AMASFAC	20
REFLEXIONES DEL TÍO COOL	21
REFLEXIONES	22

@ElAsegurador /elasegurador.periodico ELASEGURADORmx

Signan *El Asegurador* y *Soy Agente Actualizado* alianza para mejorar comunicación entre agentes

pág.18

Richard Schneider

Poner al cliente en el centro, clave para el desarrollo del sector asegurador

pág. 3

Solo 24 % de la generación afore con derecho a pensión

pág. 9

COLUMNISTAS

Quálitas Perú

Genuario Rojas

pág. 8

Insabi: ¿quién sabe?

Bernardo Olvera B.

pág. 23

#Enfermedades #Salud

A PROFUNDIDAD

Hallazgos en el perfil de la salud de los millennials

De acuerdo con los datos arrojados por el estudio denominado Millennials y salud, elaborado por el Centro de Estudios de Fundación Mapfre, dicha generación padece de algunos trastornos de orden alimentario, provocados por su dieta, sus hábitos y su estilo de vida.

Un ejemplo de ello, agrega el documento, es que sufren grandes contradicciones en términos de alimentación, lo que se traduce en que mientras 72 por ciento de los millennials declara que suele cocinar recetas saludables y 69 por ciento manifiesta preocuparse por mantener una dieta sana y equilibrada, al mismo tiempo 44 por ciento reconoce que ingiere lo que le gusta sin preocuparse, en tanto que 38 por ciento se alimenta a menudo de comida preparada o congelada.

Por lo que respecta al deporte, esta generación declara que, en cuanto a la apariencia física, el perder peso es una motivación relevante para seis de cada 10 millennials. Pero también es cierto que ocho de cada 10 de ellos reconocen al deporte como una herramienta para encontrarse bien física y mentalmente.

Y, por lo que se refiere al descanso, 66 por ciento lo vive mayoritariamente como momentos de relajación en casa; 61 por ciento lo asocia a dormir, aunque ni siquiera el fin de semana duerme ni la mitad de las ocho horas recomendables para el descanso del ser humano. Más aún, 40 por ciento de los millennials tiene problemas con el sueño, provocados principalmente por estrés (57 por ciento) y por preocupaciones (53 por ciento).

Los millennials además también relacionan el bienestar emocional principalmente con estar a gusto consigo mismos (56 por ciento), estar bien física y emocionalmente (56 por ciento) y estar felices y contentos (53 por ciento).

Sin embargo, 85 por ciento manifiesta haber tenido algún problema de desánimo, estrés, ansiedad, depresión o inseguridad en el último año, y tres de cada 10 no acuden a nadie ante este tipo de padecimientos. Para evadirse de estos problemas, en concreto 34 por ciento de los millennials reconoce haber tomado drogas alguna vez.

Si desea conocer A Profundidad más de este documento, ingrese a la página **www.anuarioseguros.lat** y ubique el documento en la categoría titulada *Informes*.

#Editorial

EDITORIAL

CAMBIO CLIMÁTICO: LLEGÓ EL MOMENTO

Hace poco más de una década, el hecho de que se hablara de cambio climático y las amenazas que ello conllevaba para la humanidad se consideraba un tema importante, aunque lejano, y a veces hasta exagerado, pero conforme han avanzado la frecuencia y la severidad de las catástrofes desencadenadas por el daño ecológico el cambio climático dejó de ser un tema secundario y se convirtió en uno de primer orden.

Tanto es así la realidad que hoy nos aqueja que alrededor del cambio climático gobiernos, empresas y sociedad buscan, como nunca antes, aterrizar estrategias, modelos de riesgo y acciones sociales que conduzcan al menos a frenar cuanto sea posible lo ocasionado por el máximo depredador del planeta: el ser humano. A tal grado ha llegado la situación relacionada con dicho tema que el sector asegurador considera a los riesgos medioambientales como la principal amenaza a la que tendrá que hacer frente en la década que comienza.

Hoy ni los riesgos de la tecnología o los políticos, de regulación o de siniestralidad "cotidiana" preocupan tanto a todos, pero en particular a los aseguradores,

como los que pudieran generar los desórdenes climáticos. Frente a esta nueva realidad no existe otra salida: hay que hacer algo más allá del diseño de nuevas coberturas y modelos de riesgo que contribuyan a impactar directamente en la mente y en los hábitos de quienes hemos generado el enrarecimiento del ecosistema, así como en la disminución de los efectos de las catástrofes.

Es más que claro que las alteraciones del cambio climático modificarán totalmente la forma en que las aseguradoras cubrirán los riesgos hidrometeorológicos, ante los cuales aseguradoras y reaseguradoras estarán permanentemente en constante riesgo de sufrir un descalabro de enormes proporciones si se diera la remota posibilidad de que algún siniestro de esta naturaleza llegara a superar su capacidad financiera. Si esto suena a chiste o a que es improbable, también lo era lo que el cambio climático ocasionaría, y ya es una realidad. Querer remediar los efectos sin atender las causas deriva en un círculo vicioso sin fin del que no se podrá esperar ninguna otra cosa más que el empeoramiento, hasta que no haya nada que hacer.

Hoy más que nunca las palabras ***prevención, educación*** y ***hábitos*** cobran una fuerza indiscutible en la tarea de encontrar soluciones definitivas y permanentes a los problemas que ocasionamos. Muy probablemente la industria del seguro necesitará asumir un papel protagónico y mucho más proactivo que la lleve a sugerir y destinar recursos para estrategias o campañas que en definitiva deberán modificar pensamientos y formas de ser y de hacer y sacudir conciencias, y todo ello deberá traducirse en la disminución de factores de riesgo y, por consiguiente, en menos siniestralidad.

Ante la urgencia de encontrar soluciones a todo lo anterior, ya no se vale decir: "A mí no me toca"; porque si todos dañamos al planeta, todos somos responsables de restaurarlo, desde las esferas gubernamentales, empresariales o personales. Y un tema tan serio como el climático no puede ni debe pretender resolverse con ocurrencias, o tapando una parte de la problemática para destapar otra, o pretendiendo implementar medidas que son un regreso a la prehistoria.

Si en otras áreas del conocimiento y de las invenciones el ser humano se asume como ente supremo y presume de ser innovador y disruptivo, de la misma manera en que creó herramientas de inteligencia artificial, realidad virtual, drones, vehículos autónomos, viajes al espacio, etcétera, bien podría diseñar e implementar primero la propuesta para sustituir determinados hábitos antiecológicos antes que prohibir todo sin aportar una "solución". No es casualidad que entre los principales riesgos que se advierten para la próxima década figure el de los desastres naturales creados por el hombre.

¿Qué nos toca hacer como industria y como personas frente al ecocidio? Hagámoslo por cuidar el negocio asegurador y reasegurador, pero, más aún, por preservar el planeta.

Llegó el momento.

DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

Editado y distribuido por:
PEA COMUNICACIÓN,
S. DE R.L. DE C.V.
Av. Insurgentes Sur 933, Int. 203
Col. Nápoles, Benito Juárez
03810, CDMX, México.
Tels.: 55 3626 0495, 55 3626 0498,
55 5440 7830 y 5440 7831 / Lada sin costo:
800 821 9393.
www.elasegurador.com.mx

FUNDADOR
Genuario Rojas Mendoza
genuario@elasegurador.com.mx

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

COORDINADORA DE PUBLICIDAD
Paola Mendoza Medina
paola.mendoza@elasegurador.com.mx

PUBLICIDAD
Patricia Álvarez Rivera
Xanath Sánchez Ceballos

ADMINISTRACIÓN
Briza Islas Yáñez
administracion@elasegurador.com.mx

SUSCRIPCIONES
Mayra Solís Tenorio
suscripciones@elasegurador.com.mx

ASESORÍA JURÍDICA
Lic. Gerardo Trigueros Gaisman

EL ASEGURADOR, periódico quincenal con circulación entre profesionales y empresas de los sectores asegurador, afianzador y ejecutivos de la industria, el comercio y los servicios de la República Mexicana y de seguros y fianzas en el extranjero. Número de reserva al título en Reservas de Derechos de Autor 58-85; núm. de Certificado de Licitud de Título 2500 y núm. de Licitud de Contenido 1601.
Registro postal Núm. PP09-1528.
Autorizado por Sepomex.
Impreso en: INKO IMPRESORES S.A. DE C.V.
Bretaña 134, Col. Zacahuitzco, Iztapalapa 09440, CDMX
Tel. 5555709454

Año XXXV No. 847

Miembro activo de PIA Presse Internationale des Assurances

Visítanos en: www.elasegurador.com.mx

#Seguro #Reaseguro

Poner al cliente en el centro, clave para el sector asegurador

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

Tras una década en la que las industrias aseguradora y reaseguradora han buscado tenazmente cómo cambiar las experiencias que el consumidor tiene respecto de sus servicios, la conclusión principal a la que han llegado es que no basta con hacerlo solo mediante la tecnología, la digitalización y la incorporación de todo tipo de plataformas, sino que, para saciar de manera integral tales expectativas, es fundamental e inevitable "posicionar al cliente en el centro de todas las estrategias".

Richard Schneider

Así lo dijo Richard Schneider, Head P&C Business Management Latin America de Swiss Re, al inaugurar los trabajos de las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro, organizadas por la entidad que representa, ocasión en la que reconoció que, aunque en la década de referencia muchos han sido los esfuerzos por propiciar un cambio real en la experiencia de consumo, solo algunas empresas han conseguido hacer cambios importantes.

Desde la perspectiva del directivo, es momento de reflexionar y tomar conciencia de que quizá lo mejor ante esta coyuntura de cambio sea alejarnos de lo que tradicionalmente hemos hecho como industria en materia de productos, y disponernos a vivir un proceso de transformación de la oferta que busque centrarse en el consumidor. "Es momento de ser más valientes, de aventurarnos y atrevernos a diseñar coberturas mucho más claras y con enfoque hacia el consumidor y partiendo de lo que él idealiza de nuestro servicio", apuntó.

Y, para lograr que el cliente esté en el centro de las estrategias, precisó Schneider, se requiere que las empresas continúen invirtiendo fuertemente en tecnología, porque todo ello contribuirá a que el usuario del seguro logre tener una experiencia de consumo diferente, sobre todo si buscamos partir de la sencillez y claridad del producto. Diseñar la oferta correcta, dijo Schneider, revelará de inmediato, asimismo, cuál es el canal de comercialización más adecuado para ofrecerla; y para conseguir tal objetivo, insistió, debemos armonizar todas nuestras estrategias hacia un solo fin: el cliente.

Richard Schneider hizo un llamado a hacer lo necesario para que las organizaciones fomenten el cambio de cultura organizacional en la que el reto consista en transformarse para ser más ágiles. Consideró que la manera de contribuir a cerrar la brecha originada por la falta de aseguramiento (que no es otra cosa que el propósito de evitar que el consumidor quede desprotegido ante los múltiples riesgos, haciendo uso de la tecnología) requiere el diseño de una nueva generación de productos, mucho más atractivos y confiables.

Las exposiciones de la decimoséptima edición de las Jornadas de Seguro y Reaseguro de Swiss Re atrajeron a alrededor de 500 especialistas y tocaron temas como, cobertura para adultos mayores, seguros paramétricos, soluciones innovadoras para transferir riesgos al sector público, responsabilidad ambiental, ejecución de las fianzas, agro y tecnología, creatividad y su impacto en la organización y perspectivas de la cibercobertura.

¿El tamaño importa?

¿Cómo cambiarían los liderazgos en el sector si el tamaño no importara?

Descúbrelo

28 de Mayo, 2020
Riviera Maya

#Catástrofes #Riesgos

Riesgos ambientales, principal amenaza para el sector seguros en esta década

Aidee Zamorano González y Gerardo Herrera Perdomo

Daniel Valero Andrade
dvalero@elasegurador.com.mx

Los riesgos relacionados con el ambiente afectarán de manera considerable al sector asegurador durante este 2020 debido principalmente al aumento de eventos meteorológicos extremos y al fracaso en la mitigación y adaptación al cambio climático, informó Aidee Zamorano González, Head de Sustentabilidad para Zurich México.

En el marco de la presentación en México del *Informe de Riesgos Globales 2020*, elaborado por Zurich Insurance Group en conjunto con Marsh & McLennan Companies, la especialista señaló que es trascendental tomar acción de manera inmediata, ya que esta amenaza afectará a la forma en que las aseguradoras cubren estos eventos catastróficos. Vale decir que este estudio formó parte de la agenda del Foro Económico Mundial 2020 (WEF, por sus siglas en inglés), efectuado en la ciudad de Davos, Suiza.

La encargada del área de Sustentabilidad de Zurich México sostuvo que muchos de estos escenarios ya no serán considerados como un riesgo, sino como una realidad; por lo tanto, muchas coberturas que prevén estas situaciones podrían volverse impagables.

"No estamos sorprendidos con tales resultados, ya que estos riesgos climáticos los hemos estado observando desde hace varios años y hemos visto cómo han ido escalando en su peligrosidad. Además, existe el compromiso de visibilizarlos para que así podamos delinear acciones climáticas muy específicas para que antes de acabar esta década podamos resolver dichas problemáticas", comentó Zamorano González.

Durante su intervención, Zamorano González también fue enfática al exhortar no solo al sector asegurador sino al resto de las industrias a crear sinergia para comprender la gravedad de estos riesgos y de las vulnerabilidades que día a día vive la población.

"La población necesita ser consciente del territorio que ocupamos y de las debilidades que esto representa. Es un hecho que vivimos en un territorio altamente vulnerable, estamos en el cinturón del Pacífico, estamos expuestos a 80 por ciento de la actividad sísmica, por lo que considero que debemos ser conscientes como población y no dejarle toda la responsabilidad al sector asegurador", afirmó la funcionaria de Zurich México.

Por su parte, Gerardo Herrera Perdomo, director general para Latinoamérica y El Caribe de Marsh Risk Consulting, indicó que el sector asegurador viene trabajando con gran esfuerzo desde hace varios años para comenzar a anticipar y a enfrentar estos riesgos que han surgido.

"El sector ha trabajado en nuevos modelos de aseguramiento, pero su actuación no se queda ahí, sino que también está creando modelos de prevención que pueden complementar a las iniciativas. En consecuencia, en caso de presentarse o materializarse estos riesgos, su efecto será menos severo al esperado", recalcó el experto.

Herrera Perdomo recomendó a las organizaciones crear diversos programas que permitan adelantarse a estos sucesos catastróficos, por ejemplo de sustentabilidad y de continuidad de negocios y operaciones.

"En México estamos, como en muchos países del mundo, construyendo nuestra resiliencia. Lógicamente hay organizaciones, empresas e industrias que son más capaces y han avanzado más en esta cultura, y otras que la tienen todavía en su agenda de trabajo, pero en general todos estamos en proceso de construcción de resiliencia", finalizó el directivo.

Principales riesgos globales más fuertemente conectados

- Fenómenos meteorológicos extremos + fracaso en la mitigación y adaptación al cambio climático.
- Ciberataques a gran escala + ruptura de infraestructuras y redes de información críticas.
- Alto desempleo estructural o subempleo + consecuencias adversas de los avances tecnológicos.
- Pérdida grave de biodiversidad y colapso de los ecosistemas + fracaso en la mitigación y adaptación al cambio climático.
- Crisis alimentarias + fenómenos meteorológicos extremos.

Principales riesgos por probabilidad en los próximos 10 años

- Eventos meteorológicos extremos.
- Fracaso en la mitigación y adaptación al cambio climático.
- Desastres (fenómenos) naturales.
- Pérdida de la biodiversidad.
- Desastres naturales creados por el hombre.

Se deben tomar acciones inmediatas, ya que dicha amenaza afectará a la forma en que se cubren estos eventos catastróficos

Principales riesgos por impacto en los próximos 10 años

- Fracaso en la mitigación y adaptación al cambio climático.
- Armas de destrucción masiva.
- Pérdida de la biodiversidad.
- Eventos meteorológicos extremos.

Riesgos globales a corto plazo

- Enfrentamientos por razones económicas.
- Polarización de la política interna.
- Olas de calor extremo.
- Destrucción de los ecosistemas y de los recursos naturales.
- Ciberataques: daño a la infraestructura.

Categorías de los principales riesgos globales

- Ambientales.
- Sociales.
- Económicos.
- Geopolíticos
- Tecnológicos

Fuente: Informe de Riesgos Globales 2020, elaborado por Zurich Insurance Group en conjunto con Marsh & McLennan Companies.

#Prevención #Salud

Alto costo y escaso capital humano frenan digitalización del sector salud

La evolución de los servicios hospitalarios tiene como principal característica la capacitación del paciente y su integración por medio de ecosistemas interconectados que son impulsados por disrupciones como la telemedicina y la inteligencia artificial; sin embargo, el alto costo de estas innovaciones y el escaso capital humano para operarlas son los principales obstáculos que frenan la digitalización del sector salud en muchos países.

Esta afirmación forma parte de los resultados que arrojó el estudio titulado *Encuesta anual de salud digital en Europa 2019*, que desarrolló HIMSS, asesor global dedicado a apoyar la transformación del ecosistema de salud por medio de información y tecnología, en cooperación con McKinsey & Company, consultora especializada en desarrollo de talento y gestión de riesgo. En este documento se apunta que se está incrementando en todos los sistemas sanitarios del orbe la capacidad de los pacientes de acceder y utilizar sus propios registros de salud, sin perder de vista que cada vez se interesan más por contribuir a estos expedientes con datos autogenerados, derivados de sus comportamientos y hábitos de vida.

La investigación, que consultó la opinión de más de 500 expertos en atención médica digital pertenecientes a 30 países europeos, pronostica que los registros de salud de propiedad del paciente, su integración a los flujos de trabajo clínicos y los servicios de telemedicina serán parte de las agendas que deberán atender de manera inaplazable los sistemas de salud de los países durante 2020.

La capacitación digital del paciente, alerta el análisis, requiere una infraestructura de salud avanzada. En tal sentido, el estudio apunta que en sistemas sanitarios como el de Italia, Países Bajos y los países nórdicos el acceso del paciente a información en tiempo real se perfila como la principal prioridad que debe ser atendida por los sistemas sanitarios con el objetivo de edificar una plataforma hospitalaria basada en tecnologías de la información.

El estudio, que realizaron en conjunto HIMSS y McKinsey & Company, destaca que ofrecer servicios de telemedicina es una tendencia que ha experimentado un aumento significativo en todos los países consultados, en comparación con resultados obtenidos en la encuesta en años anteriores. El análisis destaca el caso de Alemania, nación donde este incremento de soluciones médicas basadas en tecnologías de la información ha estado impulsado por iniciativas legislativas y en virtud del cual los nuevos esquemas de reembolso incentivan la provisión e instrumentación de tales servicios.

Atención lejos del hospital, el futuro que se avecina

En otro punto de la investigación se pronostica que los tratamientos ambulatorios en el corto plazo se realizarán fuera de los hospitales, siempre y cuando los proveedores de este tipo de servicios enfoquen su operación en la creación de registros de salud en línea alimentados por los pacientes.

La firma asegura que en Alemania y en muchos otros países del continente europeo la tendencia anteriormente descrita podría ser una realidad; sin embargo, señala, los proveedores de servicios sanitarios deben incrementar sus esfuerzos en lo que se refiere a la capacitación de los pacientes por medio de la actualización constante de registros electrónicos, así como con la transparencia y la confianza basada en la eficacia de los tratamientos.

La encuesta difundida devela que para 37 por ciento de los consultados el financiamiento para instrumentar una sólida y amplia red hospitalaria basada en tecnologías de la información es considerado el principal reto para digitalizar los sistemas de salud. Además, 29 por ciento de los encuestados reconoce que la falta de estándares de interoperabilidad que permitan el intercambio de datos en tiempo real entre sistemas es un factor crítico que frena abruptamente la transformación de las plataformas sanitarias.

Por último, la investigación alerta que 29 por ciento de los encuestados aprecia la escasez de profesionales calificados en salud digital como otro de los aspectos que dificultan que los países puedan transformar sus sistemas sanitarios de la mano de la inteligencia artificial y el análisis de salud.

#Opinión #Seguros

SE DICE...

Genuario Rojas M.
@GenuarioRojas

César Rojas
@pea_crojas

La Asociación Guatemalteca de Instituciones de Seguros (AGIS), que preside Christian Nölck Rodríguez, celebró su seminario de arranque de año presentando las cifras de un sector que creció 7 por ciento de 2018 a 2019, en el contexto de una economía que pinta estable y con perspectivas de crecimiento de alrededor de 4 por ciento. En ese país, cuyas primas emitidas superaron los 1,000 millones de dólares el año pasado, aún hay mucho por hacer, ya que los seguros apenas representan 1.2 por ciento del Producto Interno Bruto.

Regina Bedoya, presidenta de Million Dollar Round Table (MDRT), visitó nuestro país para participar en algunas actividades organizadas por la nueva Country Chair, Andrea Alcalá, en aras de incrementar la membresía de la asociación en México

En este marco se presentó Manuel Aguilera Verduzco, expresidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) y actual director general del Servicio de Estudios de Fundación Mapfre, quien habló de los factores para la expansión del seguro en la región y el rol de las políticas públicas para la búsqueda del bienestar social. En el seminario también se presentó como conferencista Horst Agata, director de Gen Re, quien platicó acerca del cambio y la necesidad de una transformación del sector para adaptarse a nuevos retos.

En el marco de esta semana de intensa actividad del seguro, tuvimos la oportunidad de conversar con Hermann Girón, director general de Seguros El Roble, líder del sector guatemalteco. La entrevista podrán verla en *El Asegurador Magazine* de abril. Por otra parte, Seguros G&T celebró su desayuno de informe de resultados sectoriales, así como su tradicional coctel, mientras que Totall Re llevó a cabo su Torneo de Golf y fiesta tradicionales. En fin, así cerró en Guatemala una semana intensa, sin duda.

Pasamos a otros asuntos y les comentamos que la semana laboral del 20 al 24 de enero también fue de mucha actividad para MDRT (Million Dollar Round Table) en México, ya que estuvo de visita su presidenta, Regina Bedoya, para participar en algunas actividades organizadas por la nueva Country Chair, Andrea Alcalá. El objetivo fue incrementar la membresía de la asociación. Tanto América Latina como Asia son las regiones que más oportunidades de crecimiento ofrecen.

Por cierto, este año la cita para el Annual Meeting es en Anaheim, California, y en 2021 en New Orleans. Así que es buen momento para fijarse las metas de producción que les permitan, como intermediarios, estar en la reunión más importante de agentes de seguros que se lleva a cabo en el mundo.

En otro orden de ideas, arrancaron las actividades de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (Amasfac), Sección Ciudad de México, con un desayuno en el Hotel Marquis Reforma, que contó con la participación de Xavier Méndez para hablar del impacto de las medidas de disciplina fiscal que las autoridades tributarias están implementando en nuestro país. Escuchar a Xavier Méndez siempre es garantía de entender un poco más nuestro entorno en esta materia, pues es un experto en su área.

En esa sesión rindió protesta la nueva mesa directiva de la sección, que ahora es presidida por Emilio Mussali Sacal, sucediendo a Néstor Ulises Flores Villanueva, quien recibió un reconocimiento por su labor durante los últimos dos años.

¿Cuáles son las perspectivas en seguros y fianzas para este año? La pregunta será respondida por el presidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), Manuel Escobedo Conover, y por el vicepresidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías (AMIG), Juan Carlos Lugo, según lo anuncian los organizadores, quienes informan que el marco de este evento será la sesión desayuno del organismo, que se realizará el 20 de febrero.

Manuel Aguilera Verduzco, director general del Servicio de Estudios de Fundación Mapfre, fue protagonista del seminario de arranque de año que organizó la Asociación Guatemalteca de Instituciones de Seguros (AGIS) y dictó una conferencia en la que habló de los factores para la expansión del seguro en la región y el rol de las políticas públicas para la búsqueda del bienestar social

Conviene mencionar que, así como la AMIS cambiará de consejo directivo, también lo hará la AMIG. Los nombramientos cobran especial relevancia en una época en la que las diferencias de opinión, generadas por perspectivas y conocimientos asimétricos de los temas por parte de aseguradores, afianzadores y autoridades, pueden llevar a concepciones muy divergentes respecto a los problemas del sector. Estamos en un ambiente en medio del cual se deberán atender asuntos cruciales para infundir mayor confianza tanto en los aseguradores locales como internacionales.

Otro evento que también está en puerta y que se llevará a cabo en marzo es el relativo al Congreso Internacional de Garantías, que prepara la Amasfac para efectuarse el 19 de marzo. Aquí suman esfuerzos representantes de las compañías y los agentes de fianzas, en un momento en el que el seguro de Caución no parece levantar el vuelo dadas las condiciones en las que fue introducido y las normas jurídicas que le son aplicables. Hará falta un diálogo abierto y con cierta flexibilidad por parte de las autoridades para que puedan lograrse los avances que las garantías exigen.

Queda ya confirmada la fecha de la segunda Cumbre Latinoamericana de Innovación en Seguros, que organiza el periódico *El Asegurador*. Ésta se llevará a cabo del 27 al 29 de mayo en el Now Sapphire Riviera Maya, y para la cual estamos convocando a líderes de cualquier actividad del sector asegurador con ideas orientadas a impulsar el cambio en seguros en la región, así como a insurtechs y expertos en innovación para centrar la conversación en esta industria.

Claro que, insistimos, antes de la cumbre mencionada *El Asegurador* se encuentra listo para recibir a aquellos que trabajan en los sectores asegurador y afianzador y que juegan golf en la cuarta copa que de este deporte se llevará a cabo el 9 de marzo en el Club de Golf Los Encinos. No dejen de asistir aquellos que gustan de disfrutar el recorrido por los 18 hoyos en medio de una camaradería y una serie de premios muy atractivos en los pares tres.

El Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A. C. (Imesfac), liderado por Juan Patricio Riveroll, ofreció a sus asociados su tradicional desayuno anual, durante el cual se dieron a conocer algunos resultados y sobre todo los proyectos que impulsará durante 2020

Un hecho que también merece el comentario es el coronavirus. Las epidemias, y en este caso las posibles pandemias, no son tema nuevo en el sector asegurador, pero diríase que vuelve a colocarse en el interés de los estudios de la industria. Por lo pronto, la Organización Mundial de la Salud (OMS) colocó en "alto" el riesgo, luego de admitir que el haberlo colocado previamente en "moderado" fue un error de formulación, aunque consideró que era demasiado pronto para clasificarlo como una emergencia de salud de magnitud internacional.

La Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), presidida por Elisabeth Vogt López, celebrará el próximo 19 de marzo el Congreso Internacional de Garantías

Con el tema central denominado Seguros Inclusivos: bienestar social y desarrollo económico, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) llevará a cabo su convención los días 5 y 6 de mayo del año en curso. La inclusión financiera es un tema que se ha puesto sobre la mesa con asiduidad en este año, en especial porque no solo interesa a los aseguradores, sino al Gobierno mismo. Veremos qué tal se pone el programa académico y quiénes son seleccionados como conferencistas. Lo cierto es que de cualquier modo habrá que asistir.

Del 11 al 14 de octubre del año en curso, Punta Cana, República Dominicana, será sede del Congreso de Aseguradores de Centroamérica, Panamá y El Caribe. El eje central de las conferencias se encuentra en la idea de que la transformación digital del sector asegurador está evolucionando a gran velocidad y que por ello "es más importante que nunca mantenerse al día con nuevas soluciones y herramientas que nos permitan competir con éxito".

Antes, del 22 al 24 de abril, San Pedro Sula, Honduras, será sede para el Congreso Regional de la Confederación Panamericana de Productores de Seguros (Copaprose). Las pláticas girarán alrededor del tema titulado "La intermediación de seguros en un nuevo mundo de experiencias digitales".

La cosa digital, como puede verse, se ha posicionado de manera contundente en el ámbito del seguro y de la fianza, lo que permite esperar que estas industrias se metan, sí o sí, de lleno, a conocer más y mejor los alcances y las posibilidades y aterricen las ventajas que de ella emanen, tanto para permanecer en el mercado como para ser más competitivas.

El Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A. C. (Imesfac), presidido por Juan Patricio Riveroll y dirigido por Roberto Luna, ofrecieron a sus asociadas su tradicional desayuno anual, durante el cual se dieron a conocer algunos resultados y sobre todo proyectos en los que se combinarán cursos, seminarios y talleres, presentados en los formatos presencial y a distancia.

Finalmente, diremos que, como siempre, las Jornadas de Seguro y Reaseguro de Swiss Re fueron todo un éxito, no solo por la asistencia, sino por los temas y las exposiciones. Enhorabuena para Richard Schneider y su equipo, por haber elaborado y compartido un programa académico que logró atraer a más de 500 profesionales del seguro y del reaseguro, e incluso de la fianza.

#Opinión #Seguros

VIVIR SEGUROS®
con Genuario Rojas
@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

Rodolfo García y Quálitas Perú

Rodolfo García

Para hacer la diferencia en el mercado, la especialización nos va a ayudar, afirma el gerente general de Quálitas Perú

A veces la vida presenta coincidencias que pueden parecer curiosas y que a la vez confirman que, cuando un camino se cierra, otro se abre para quien es capaz de ver más allá de lo aparente de los momentos difíciles. Por ejemplo, Rodolfo García llegó a seguros al ser despedido del grupo en el que trabajaba. Aquello fue en la crisis de 1994. Su padre también arribó a este sector después de la crisis de 1982, que lo obligó a dejar la actividad bancaria.

Hoy Rodolfo García es gerente general de Quálitas en Perú, la más reciente aventura de la corporación liderada por Joaquín Brockman, que en México ha marcado la pauta en materia de seguros de Automóvil. Originalmente profesional de la comunicación y habiendo trabajado en distintos medios, al llegar a la industria aseguradora García lo hizo como agente, una experiencia que sin duda lo llevó a conocer los recovecos de este quehacer.

Con 50 años de edad y 20 en la compañía, Rodolfo García asume la responsabilidad máxima de Quálitas como premio, diríase, a su interés por los asuntos de Quálitas, sobre todo cuando fue gerente de esta firma en Irapuato, Guanajuato y León, ciudades donde conoció el esquema de negocios de esta aseguradora y que deberá reproducir en el mercado andino, de 1,300 agentes y 2.6 millones de vehículos.

"Me encantan los retos", afirma García, diciéndose encantado, también, de conducir a la única aseguradora mexicana de carácter internacional que incursiona ahora en un mercado como es el peruano, siendo Lima la puerta de entrada desde donde deberá expandirse a otras ciudad siguiendo un modelo que ha sido exitoso, todo ello luego de haber adquirido HDI Seguros en aquel país.

¿Cómo llegó García a la gerencia general de Quálitas en Perú? Comenta que en octubre de 2018 Joaquín Brockman lo invitó a viajar con él para explorar la compra de una aseguradora, en un mercado con seis empresas generalistas que también cubrían Autos, además del SOAT, seguro obligatorio que se clasifica en Accidentes Personales. Luego de eso recibió la propuesta, que gustoso aceptó.

"Creímos que podíamos hacer la diferencia con nuestra especialización, y en eso estamos trabajando: el hecho de que Autos sea operado sin mayores diferenciaciones facilitará que aportemos elementos que mejoren la imagen de las aseguradoras ante corredores y público y dejen de verlas como entidades que hacen todo para no pagar o pagar menos de lo que procede".

Y prosigue de esta manera: "Para hacer la diferencia, la especialización nos va a ayudar. Hoy no existen mayores diferenciaciones: todas las aseguradoras manejan el mismo producto. De ese modo, el mercado del mundo se inclina por el precio a la hora de la compra. Habrá que hacer ver, mediante la transparencia en los procesos, que asegurados y terceros pueden confiar en la respuesta de las organizaciones".

Queremos dejar en claro, recalca Rodolfo García, que una aseguradora como Quálitas está para pagar los siniestros, sembrando la conciencia de que los recursos que la compañía maneja son de los asegurados y que estamos para hacer rendir ese dinero, facilitándoles todas las cosas y, sobre todo, ubicándonos cerca de ellos, con oficinas locales en las principales ciudad del país.

No se trata de inventar el hilo negro, dice García, quien añade que, adecuándose a las condiciones propias de aquel país, se trata de reproducir allá el modelo que ha sido exitoso en México, que tiene como eje ayudar a los corredores a incrementar sus ventas con un trato distinto y busca impulsar su crecimiento con una estrategia que ha probado su efectividad.

Es consciente García de que habrán de revisar algunos aspectos, pero cree que todo será para bien porque la aseguradora llega para aportar y también para aprender y, de ese modo, traducir tal actitud en mejoras que beneficien a corredores y asegurados, en la medida en que, resalta, consideramos que no hay malos riesgos, sino solo malas tarifas.

El tamaño del mercado, estimado en 2.6 millones de unidades, equivale a 10 por ciento del mexicano, que es más grande que los de El Salvador y Costa Rica, en los cuales Quálitas ya tiene presencia. Por ese tamaño, García confía en que podrá experimentarse un crecimiento más rápido, tomando en cuenta que allá muchos vehículos nuevos salen de las agencias sin seguro.

Lo anterior obliga, señala, a esforzarnos por crear una cultura del seguro para los dueños de esos autos, comprados sin financiación automotriz, para que protejan ese patrimonio y sus responsabilidades, pese a que el riesgo de robo es menor que en México. Eso implicará, dice, hacer de cada evento una experiencia de atención para el asegurado y para terceros dañados, clientes potenciales de las aseguradoras.

En un principio, la atención de los siniestros se ha brindado usando motocicletas; no obstante, la idea es que los "qualicoques" se conviertan en sinónimo de tranquilidad desde su llegada, por ser los que saben y acuden para ayudar a resolver la situación. Para ello se decidió incorporar desde México a personas experimentadas en atención de siniestros.

"¿Cómo te sientes en Perú", le preguntamos, y responde: "Desde muy joven yo siempre levantaba la mano ante cada oportunidad de trabajar para la empresa fuera de México. Me siento muy bien, porque se trata de construir allá algo muy poderoso. Es ver cómo se pasa del boceto a la realidad cotidiana. Inspira el reto de tener que marcar una diferencia y poner en alto no solo el nombre de Quálitas, sino también el de México, de los mexicanos. Todo ello con la disposición de aportar lo mejor y de aprender".

Toca entonces Vivir Seguros con una nueva y alentadora perspectiva.

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

#Ahorro #Retiro

Solo 24 % de la generación afore tendrá derecho a una pensión: Consar

La Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar) considera que apenas 24 por ciento de los mexicanos que pertenecen al régimen de jubilación de la Ley del Seguro Social de 1997 (Generación Afore) tendrá derecho a una pensión; por lo tanto, 76 por ciento de este conglomerado obtendría una negativa de pensión al llegar a la edad de retiro.

Los hallazgos de la Consar forman parte de su informe más reciente, denominado Diagnóstico de la Generación Afore IMSS, en el que se advierte asimismo que los jubilados bajo el régimen de 1997 cobrarán en promedio apenas 3,843 pesos al mes como consecuencia de haber ahorrado al alcanzar la edad de retiro un monto de 650,326 pesos.

La institución federal señala que una de las características que distinguen al sistema de pensiones de contribución definida de México estriba en la existencia de la pensión mínima garantizada. La investigación detalla que 24 por ciento de los trabajadores que alcancen pensión accedería a este beneficio. El resto, agrega, acumulará un monto de ahorro previsional suficiente para acceder a un beneficio mayor que la mínima pensión garantizada.

En lo que respecta al género, la Consar apunta que las mujeres enfrentarán una situación menos favorable cuando finalice su etapa de acumulación. Al respecto, advierte que la menor cantidad de aportes que realizan a lo largo de su vida laboral incidirá para que solo 30 por ciento de este conglomerado obtenga pensión contributiva en el retiro. En el caso de los hombres, 43 por ciento recibiría este beneficio, pronostica el organismo federal.

El organismo federal apunta que los jubilados bajo la Ley del IMSS de 1997 cobrarán apenas 3,843 pesos al mes

El análisis compartido por la Consar precisa que los trabajadores con bajos salarios tendrán menor acceso a una pensión, en comparación con los de mayores ingresos. La investigación sostiene que únicamente 2 por ciento de aquellos cotizantes con un ingreso de un salario mínimo tendrá derecho a una pensión; mientras que 32 por ciento de aquellos que devenguen tres salarios mínimos cumplirá con los requisitos para recibir una pensión. Para aquellos beneficiarios que devenguen 10 salarios mínimos, la posibilidad de cumplir con los requisitos exigidos por la Ley del Seguro Social de 1997 se incrementa a 80 por ciento.

En México, continúa la investigación, cerca de 60 por ciento de la población ocupada no cotiza a la seguridad social. Además, subraya la Consar, existe una grave intermitencia entre el mercado laboral formal e informal, puesto que en aquellos periodos en los que los trabajadores permanecen en la informalidad o se encuentran desempleados no cotizan a sus cuentas individuales. Estas etapas, lamenta la institución, no son acumulables para cumplir con los aportes que se requieren para tener derecho a una pensión.

Lo anterior, puntualiza la investigación divulgada por el organismo federal, conducirá a que pocos trabajadores de la generación afore tengan derecho a una pensión. El análisis es enfático e insiste en que este aspecto es provocado por la naturaleza del mercado laboral mexicano, en el que la baja densidad de cotización y la escasa recaudación de fondos se perfilan como los principales factores que ocasionan que un porcentaje importante de la población viva la vejez a la deriva.

Urge un cambio amplio y profundo

En otro punto del análisis que compartió la Consar se reitera que un porcentaje elevado de trabajadores de la generación afore no tendrá derecho a una pensión contributiva del IMSS; por ello, y solo en esos casos, recomienda, las contribuciones gubernamentales y patronales que en un inicio estaban destinadas a financiar las pensiones podrían utilizarse para otros fines.

El informe detalla que la existencia de la Pensión Mínima Garantizada se traducirá en tasas de reemplazo para los trabajadores de menores ingresos muy por arriba de las que obtendrán aquellos de mayores salarios. Esta situación, sentencia el análisis, podría significar una distorsión al sistema, orillando a los trabajadores a cotizar con el monto mínimo posible.

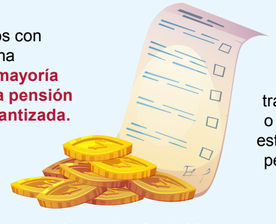
Por lo anterior, la Consar afirma que los responsables de la toma de decisiones sobre políticas públicas están obligados a reflexionar sobre la conveniencia de mantener algunos parámetros del sistema pensionario actual, de manera que se recapacite sobre el requisito de aportar 1,250 semanas de cotización al IMSS, se analice la posibilidad de sustituir la pensión mínima garantizada por un esquema de incentivos continuos a la formalidad y se integre a los beneficios del Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) la pensión para el Bienestar de los Adultos Mayores.

Pensión de la generación afore, muy lejos de lo necesario

Tres cuartas partes de los cuentahabientes del SAR **no tendrá derecho a una pensión** al llegar a la edad de retiro.

Para aquellos con derecho a una pensión, **la mayoría obtendría la pensión mínima garantizada.**

La tasa de reemplazo de la generación afore sería más alta que la que estiman algunos organismos internacionales, **pero lejos** de los estándares recomendados.



Solamente 38 por ciento de los trabajadores registrados o asignados a una afore estará en condiciones de pensionarse en el retiro.

Fuente: Diagnóstico de la Generación Afore IMSS, elaborado por la Consar.

segutrends
La *transformación digital* es un proceso natural e irreversible
Segutrends reconoce a los asesores profesionales de seguros como el canal de distribución por excelencia y se compromete a ayudarlos a adaptarse y utilizar la transformación digital como la herramienta para:
- *Conocer mejor a sus clientes*
- *Brindar un servicio personal y diferenciado*
- *Ofrecerles la mejor cobertura*

El intermediario de seguros es el único que puede ofrecer una comparativa del mejor producto en diferentes aseguradoras.

Segutrends pone a tu alcance la Tecnología para que tus clientes puedan cotizar, solicitar y emitir sus pólizas EN LÍNEA.
segutrends El Futuro de los Seguros, Hoy
811-803-1414
www.segutrends.com
@SeguTrends | Segutrends

#Riesgos #Seguros

Aumento de riesgos obliga a crear coberturas innovadoras y útiles, dice EY

El mundo necesita una industria de seguros innovadora y de alto funcionamiento, con una enorme capacidad para comprender y modelar el riesgo. En este esquema, las aseguradoras tienen un papel fundamental que desempeñar para ayudar a la sociedad a prepararse y protegerse contra las amenazas presentadas por el cambio climático, los delitos cibernéticos, las tecnologías disruptivas, los cambios demográficos y los disturbios sociales.

Así lo establece la consultora EY en un estudio reciente titulado *Next Wave Insurance,* que afirma que para mantener el crecimiento el sector necesitará nuevas alianzas para ampliar sus capacidades y fomentar la innovación. Agrega también que la tecnología heredada requiere una modernización significativa y la fuerza laboral también deberá basarse en nuevas habilidades y niveles más altos de compromiso.

El análisis de EY detalla que la industria tiene muchas fortalezas que aprovechar, incluidas posiciones de capital sólidas, décadas de datos de riesgos y reclamos, muchas marcas conocidas y una base de clientes rentables con una propensión relativamente baja a cambiar. Aun así, no deben subestimarse los desafíos y la necesidad de cambio. La confianza del consumidor ha estado disminuyendo, y podría erosionarse aún más. El crecimiento es un desafío para la mayoría de los operadores, y mantener resultados mejorados recientemente será cada vez más difícil.

En el documento también se argumenta que los nuevos competidores obligarán a las aseguradoras a repensar sus servicios y ofertas. Las catástrofes cibernéticas y los desastres naturales pueden representar amenazas existenciales para algunas aseguradoras.

De igual modo, el estudio señala que los líderes del mañana estarán orientados a un propósito en sus estrategias, más ágiles con sus recursos y más centrados en el cliente. Diseñarán sus operaciones para la eficiencia e incorporarán análisis en todos los aspectos del negocio. En toda la organización, el talento humano se centrará en tareas de mayor valor y trabajará con tecnología de formas completamente nuevas. Los de mejor desempeño lanzarán de manera oportuna productos innovadores y experiencias de servicio personalizadas para captar la lealtad del cliente y la cuota de mercado.

De este modo, desde la consultora se dibujan ocho escenarios futuros de mercado para el sector asegurador:

IMAGEN: EFE

1. La percepción del riesgo y la capacidad de respuesta en tiempo real.
2. Las ventas directas, digitales e integradas serán los principales canales de crecimiento.
3. Datos y experiencia del usuario, claves en el nuevo modelo de negocio de las aseguradoras.
4. El mercado de seguros de automóviles se contrae a medida que disminuye el riesgo en los vehículos sin conductor y en los de uso compartido.
5. Los ciberriesgos presentan una oportunidad de 100 000 millones de dólares y una amenaza de miles de millones de dólares.
6. El efecto del ecosistema: los modelos en la nube y las nuevas conexiones permiten una innovación radical.
7. Llega la revolución de las suscripciones: los seguros se adentran en la vida cotidiana de los consumidores.
8. La implementación de Inteligencia Artificial se acelera en el área de reclamaciones.

EY concluye que los aseguradores que puedan imaginar el futuro y tengan el coraje de invertir en una transformación reflexiva y centrada en el cliente superarán las amenazas actuales y aprovecharán la próxima ola de oportunidades.

#Enfermedades #Salud

Obesidad reduce hasta cuatro años esperanza de vida de los mexicanos: OCDE

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

Uno de cada tres adultos en México es obeso. Como consecuencia, los mexicanos viven en promedio 4.2 años menos debido al sobrepeso, la mayor reducción en esperanza de vida de todos los países analizados en el estudio *La pesada carga de la obesidad. La economía de la prevención,* presentado en México por José Ángel Gurría, secretario general de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

En conferencia de prensa, el funcionario de la OCDE aseveró que el sobrepeso representa 8.9 por ciento del gasto en salud y reduce la producción del mercado de trabajo en una cuantía equivalente a 2.4 millones de trabajadores a tiempo completo por año. Es decir, precisó, el sobrepeso reduce el Producto Interno Bruto (PIB) de México en 5.3 por ciento.

Al afirmar que éste es uno de los principales retos en materia de salud que enfrenta México y que tiene importantes efectos sobre el desempeño económico de nuestro país, Gurría destacó: "La incidencia de sobrepeso y obesidad entre la población mexicana ha alcanzado niveles alarmantes. Nos urge mejorar y fortalecer nuestras políticas, nuestra legislación, nuestros códigos, los reglamentos, los programas de concientización alimentaria y la promoción del deporte para combatir este fenómeno".

En su mensaje ante la secretaria de Economía, Graciela Márquez, Gurría reiteró que el caso de México "es de los más preocupantes, pues cerca de 73 por ciento de la población mexicana padece de sobrepeso (en comparación con una quinta parte de la población en 1996). México tiene una de las tasas más altas de obesidad de la OCDE. Además, 34 por ciento de las personas obesas sufre obesidad mórbida, el mayor grado de obesidad".

"De acuerdo con nuestras proyecciones, las enfermedades relacionadas con el sobrepeso reducirán la esperanza de vida en México en más de 4 años durante las próximas tres décadas. Se trata, en suma, de la mayor reducción proyectada entre los países de la OCDE. Pero lo más trágico es el crecimiento de la obesidad infantil, la cual se ha duplicado, de 7.5 por ciento en 1996 a 15 por ciento en 2016", afirmó.

> *Se deben implantar mejores políticas en pro de una vida más sana para los mexicanos, afirma José Ángel Gurría, secretario del organismo*

Ante esta situación, México ha adoptado una serie de políticas que incluyen intervenciones pioneras, como el etiquetado de alimentos obligatorio en la parte frontal de los envases e impuestos sobre las bebidas azucaradas y los alimentos no esenciales con alto contenido calórico.

José Ángel Gurría indicó que, sin embargo, la magnitud del desafío requiere intensificar los esfuerzos. "La implementación de un paquete integral de políticas de salud pública que incluya el etiquetado de los menús, la prescripción médica de actividad física y programas de bienestar en el centro de trabajo podría ayudar a combatir las crecientes tasas de obesidad y ahorrar cientos de millones de pesos al año en costos de salud. Las políticas de prevención también representan una excelente inversión. Por cada peso que México invierte en la prevención de la obesidad se podría lograr un retorno de hasta seis pesos en el PIB", expresó.

El representante de la OCDE sostuvo que la reformulación de productos alimenticios también podría fomentar estilos de vida más saludables a la vez que puede introducir un cambio gradual hacia dietas más sanas. En México, una reducción calórica de 20 por ciento en los alimentos con alto contenido en azúcar, sal, calorías y grasas saturadas podría prevenir 1.4 millones de enfermedades no transmisibles de aquí al año 2050, ahorrar 1900 millones de pesos al año en costos en salud y aumentar el empleo y la productividad en el equivalente a 71 000 trabajadores de tiempo completo por año.

Finalmente, el estudio también hace otras recomendaciones, como introducir nuevos impuestos para los productos de alto contenido energético o de nutrientes específicos, como las grasas saturadas; subsidiar alimentos sanos, como las frutas y las verduras; y promover cambios en el producto, precio, envases y estrategias de marketing de la industria alimentaria, de acuerdo con mejores prácticas. Estas medidas podrían generar ingresos adicionales para el Gobierno, así como incentivar a los fabricantes y comercializadores de productos alimenticios a reducir o eliminar ciertos ingredientes con el fin de reducir y prevenir las tasas de obesidad.

NOVEL

Cuidar de las familias y su patrimonio, la esencia del agente

#Ventas

JESÚS MENCHACA GAMA

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

Si alguien piensa que al cumplir 70 años llega el momento de pensar en el retiro, Jesús Menchaca Gama demuestra que es tiempo de aprender, de renovarse y de seguir activo; y, lo más importante, ejerciendo una actividad con el afán de cuidar de las familias y de su patrimonio: ser agente de seguros.

Economista de profesión por el Instituto Politécnico Nacional (IPN) —y siempre dedicado a la industria automotriz—, Menchaca Gama indica que su hija Jennifer lo convenció de ingresar al mundo de los seguros hace año y medio y que él, lleno de energía y experiencia, aceptó el reto, formando hoy parte de la promotoría Jenamo Consultoría Financiera, como intermediario novel.

Menchaca Gama comenta que el proyecto que la joven Jennifer le presentó le llamó la atención, pues resultaba interesante a corto, mediano y largo plazo. "También me gustó mucho la labor social de los agentes, pues las estadísticas muestran que pocas personas ahorran, y mucho menos están protegidas con un seguro".

En relación con los obstáculos que se presentan en el día a día, Jesús Menchaca Gama relata sus sensaciones sobre la actividad que desempeña: "Me siento vivo en un área comercial que me encanta; tengo tolerancia a la frustración en un sector en el que me enfrento a muchos no de la gente; no es una profesión fácil, pero tengo que seguir adelante, ver a muchas personas y no rendirme: la actividad lo saca a uno adelante".

Inquirido sobre cómo debe ser un profesional de la intermediación, Menchaca Gama opina que, ante todo "debe ser profesional, porque el concepto muy profesional no existe; ser ético, sensible; entender que debe buscar satisfacer las necesidades del cliente y no las propias". Para ello, agrega, "nosotros hacemos entrevistas personales, no por teléfono".

"En mi caso, ver a la gente me facilita conocer a fondo qué es lo que ésta necesita, qué le hace falta, porque todos somos diferentes. En pocas palabras, somos la vía para la prevención ante accidentes, enfermedades o muertes prematuras; para eso estamos, para ayudar a cuidar lo que más quieren las personas y su patrimonio".

Jesús Menchaca Gama recomienda identificar muy bien qué tipo de necesidad tienen las personas; aunque, más allá de esto, que sean accesibles, asegurables y solventes, compartiendo para los lectores de *El Asegurador* cinco consejos que a él le han dado resultados durante su corta trayectoria como agente de seguros.

LOS CONSEJOS DE UN AGENTE NOVEL

1. Capacitación constante.
2. Tener mucha actividad; de lo contrario, se cae el negocio.
3. No rendirse ni vencerse ante los no de la gente.
4. Siempre ver a personas, en cualquier momento, en cualquier lugar.
5. Perfilar y prospectar muy bien.

Casi para finalizar, Menchaca Gama comenta que se siente satisfecho de su labor, pues además ha cumplido cada una de sus metas con base en la preparación y constancia. "Cada noche estudio mi plan de trabajo a fin de estar listo para la actividad al día siguiente. Sigo una agenda.

En la promotoría, señala, "siempre estamos prospectando, que es una de las claves para el éxito; manejamos números modelo, esto es, debemos tener 15 citas semanales, de las cuales te cancelan algunas; es decir, citas reales son 10, de las cuales debe haber cinco cierres, dos firmas y un pago de póliza". Y concluye: "Seguir este modelo es la razón de mi éxito".

CONSOLIDADO

Seguimiento y control, dos básicos para cultivar el éxito como agente

#Ventas

Marcos Medina
@MmedinaMarcos

"Todo agente que pretenda desarrollarse está obligado a laborar bajo un estricto formato que incluya procesos como el seguimiento y el control, dos aspectos básicos que permiten cultivar el éxito y la expansión como asesor", declara Dina Acosta Castañeda, agente senior de la promotoría Jenamo Consultoría Financiera. Éstas son las claves que le permitieron evolucionar como intermediaria de seguros.

La historia de Acosta Castañeda es por demás interesante. Afirma que siempre pensó que ser agente de seguros era simplemente ser vendedor. Hoy en día, luego de asumir el reto de abandonar un trabajo tradicional en una tienda departamental, señala que su percepción mutó y aprecia el oficio del asesor como una labor que exige, por su complejidad, el desarrollo de habilidades que van más allá de las ventas.

La entrevistada señaló que la profesión de agente no es sencilla. Requiere mucha dedicación, horas de trabajo y, sobre todo, control y seguimiento. "Poner en marcha estos procesos posibilita evaluar constantemente el rendimiento obtenido y permite determinar nuestro grado de eficiencia en la colocación de pólizas", amplía.

Acosta Castañeda precisa que ser metódico constituye una apuesta que rinde frutos positivos cuando se apunta a desarrollarse como agente de seguros. En tal sentido, indica que todo asesor que pretenda alcanzar sus objetivos en el negocio debe ser muy ordenado y constante en sus actividades. Además, añade, es vital respetar con estricto rigor la agenda diaria de compromisos inaplazables, en lo que se refiere a prospección, obtención de referidos y entrevistas.

PLANIFICACIÓN Y PACIENCIA, DOS INGREDIENTES FUNDAMENTALES

Interrogada sobre la fórmula que le permitió sobrevivir a sus primeros

DINA ACOSTA CASTAÑEDA

pasos como agente, Acosta Castañeda puntualiza que aquellos que busquen incursionar en la carrera deben contar con un colchón financiero, ya que es muy fácil caer en la desesperación cuando se inicia en el oficio de intermediario y no se logra concretar una venta luego de múltiples entrevistas.

La asesora de Jenamo Consultoría Financiera sostiene que la resiliencia personal es otro de los aspectos en los que los agentes deben trabajar y dedicar gran parte de su esfuerzo. Al respecto, destaca que los no continuos, cuando se inicia en la profesión, son difíciles de sortear y soportar; y, sin embargo, todo asesor novato debe mantener a la vista que cada no recibido lo acerca a la venta deseada. Los primeros no son los que más afectan. En ese punto, la automotivación es indispensable para que el agente entienda que nada de lo que ocurre con esos rechazos de los prospectos es personal.

Finalmente, Acosta Castañeda afirmó: "Algo que me ayudó mucho en mis primeros meses fue rodearme de intermediarios exitosos. Esta estrategia me permitió no solo nutrirme de tips, sino que también me convenció de que en esta carrera sí se puede alcanzar el éxito, sobre todo si descubrimos que ser agente es nuestra verdadera vocación".

PRONTUARIO ELEMENTAL PARA SER UN TIBURÓN DE LAS VENTAS DE SEGUROS

- Nunca deje de capacitarse.
- Siempre busque elementos que lo motiven.
- Desarrolle procesos sólidos de seguimiento y control de actividades.
- Sea perseverante.
- Mantenga una actitud positiva, pese a la complejidad de sus días como asesor.

EL MUNDO DE EL ASEGURADOR®

Celebra **PRAD ASOCIADOS** 20 años de trayectoria garantizando la estabilidad de sus clientes

ORIHUELA AGENTE DE SEGUROS se reinventa con su Kick Off 2020

GRUPO KC realiza su Kick Off 2020 apuntando hacia el futuro

Erika Mora, Carlos Ospina, Ana Bolena Ramírez y Pamela Alfaro.

Para Seguros SURA es importante tener cada vez mayor cercanía con nuestros agentes y clientes, por ello ya contamos con un nuevo centro de negocios.

"Tener presencia en nuevos territorios potenciará la creación de bienestar sostenible para las personas y empresas"

SEGUROS sura

Carlos Ospina, Erika Nava, Ana Victoria Becerra, Patricia Mendoza, Rosalía Nava y Alberto Ulloa.

Juan Carlos, Alejandro Soto Siqueiros, Guadalupe Gavira, Julio César Gómez, Yunuen Alfaro, Pamela Alfaro, César Valenzuela, Ana Victoria Becerra, Alberto Alfaro, Rosario Padilla, Esteban Maqueo Arréchiga y Jaime Chávez.

Celebra PRAD Asociados 20 años de trayectoria garantizando la estabilidad de sus clientes

Celebración 20 Aniversario

David Saldaña y Angelina Rodríguez.

Con la filosofía de servicio de poner los intereses de sus clientes en primer lugar, PRAD Asociados celebra 20 años de experiencia en seguros y fianzas, garantizando un servicio ágil y de excelente calidad, con las mejores condiciones y tarifas para cubrir sus necesidades.

David Saldaña Rodríguez, Director General PRAD Asociados

En el marco de un concurrido evento, David Saldaña Rodríguez, Director General de PRAD Asociados, recibió calurosamente a sus invitados y externó su agradecimiento por el apoyo incondicional que le han brindado las aseguradoras, afianzadoras y asociados; así como a sus clientes por permitirles ser su mejor opción para manejar con eficiencia y responsabilidad la estabilidad de sus ganancias.

"Quiero agradecer que estén aquí con nosotros, compartiendo esta gran felicidad. Sabemos cumplir y no defraudar la confianza que depositan en nosotros. Gracias también a nuestro equipo de trabajo, el cual se está fortaleciendo y nos está haciendo crecer", dijo el directivo.

Con unas palabras muy emotivas, PRAD Asociados entregó un especial reconocimiento a Angelina Rodríguez y Godínez, quien ha dedicado 20 años de prestigiosa labor, compartiendo el mismo sueño e impulsando al equipo para salir adelante con entusiasmo, energía y creatividad.

Rifa

PRAD Asociados

Con esta celebración, PRAD Asociados logró consentir a sus invitados, quienes a través de una rifa ganaron fabulosos obsequios y disfrutaron de una exclusiva gastronomía en un ambiente de cordialidad y diversión, para finalizar con la presentación de Josafat Espinosa, cantante mexicano que interpretó un agradable repertorio.

Es de esta forma como PRAD Asociados refrenda su compromiso, esforzándose por mantener los estándares profesionales más altos, respetando en todo momento la confianza que todos sus clientes depositan en la empresa.

PRAD FIANZAS • SEGUROS

Orihuela Agente de Seguros se reinventa con su Kick Off 2020

ORIHUELA Agente de Seguros

Luego de un 2019 lleno de éxitos, Orihuela Agente de Seguros llevó a cabo el Kick Off 2020 el pasado 10 de enero en el Pedregal de la Ciudad de México, donde se abordó como tema principal la estrategia comercial que será implementada durante todo este año.

Héctor Orihuela, Director General de la promotoría, mencionó cuáles serán los logros esperados para este año y realizó la presentación oficial del nuevo logo de la empresa. "Este nuevo diseño de logo representa a Orihuela como una empresa que se ha reinventado, y con este gran cambio, estamos listos y dispuestos a hacer lo mejor para obtener los resultados deseados", agregó.

La imagen del nuevo logo tiene un diseño más sencillo y dinámico, y el color azul es el que predomina en este mismo. En la parte superior se ubica el ícono, que está conformado por una figura circular, la cual evoca la transformación y el movimiento. Este es el tercer cambio de identidad de marca que se realiza en los más de 25 años de existencia de la misma.

Otro de los grandes cambios que tendrá Orihuela este año son las convenciones, pues si bien, anteriormente, se realizaban una convención nacional y otra internacional al año, ahora se designaron nuevas categorías (estelar, platino y black), las cuales serán únicamente internacionales y tienen como objetivo motivar más a los Agentes a cumplir sus metas anuales.

Posteriormente, los asistentes recibieron herramientas teóricas para apoyarlos en su formación profesional, mismas que tuvieron que poner en práctica en una actividad llamada Clamato Challenge. El objetivo fue que los participantes lograran administrar de manera correcta el presupuesto designado, aprendieran a trabajar en equipo y ofrecieran un producto de calidad.

Finalmente, Alex García, fundador de Doctor Payaso, dio cierre al evento con una actividad reflexiva que culminó en abrazos y sonrisas de parte de todo el equipo.

Orihuela cerró el año siendo la mejor promotoría de la zona metropolitana, conservando los altos estándares de calidad y servicio, y este año no sólo buscará conservar el liderazgo regional, sino que trabajará para convertirse en una de las mejores promotorías de todo el sector asegurador a nivel nacional.

#SomosOrihuelaSeguros @orihuelaagentedeseguros

ELENA.NERI@ORIHUELASEGUROS.COM.MX WWW.ORIHUELASEGUROS.COM 55 6978 6397 · 55 5544 2570 LLAMADAS Y WHATSAPP

Grupo KC realiza su Kick Off 2020 apuntando hacia el futuro

En el Centro de Exposiciones y Convenciones de Toluca, Grupo KC Agente de Seguros realizó su Kick Off 2020, con una temática dirigida a los retos y desafíos que tendrá el asesor en esta era digital y cada vez más tecnológica.

La gala contó con la presencia de alrededor de mil colaboradores de cada una de las regiones en las que tienen presencia como son Ciudad de México, Estado de México, Oaxaca, Guerrero y Nuevo León.

Uno de los momentos más esperados de la ceremonia fue la entrega para sus asesores más destacados de 39 vehículos (cifra sin precedentes), además de boletos para las convenciones nacionales, internacionales.

También, presentaron a los nuevos promotores de Grupo KC Agente de Seguros, quienes tendrán la responsabilidad de seguir apoyando a la fuerza de ventas para que logren sus metas y objetivos en este año.

Daniel Guzmán, Director General, dio la bienvenida a los asistentes y reflexionó sobre los paradigmas que tendrán que romper los agentes de seguros en el futuro cercano, tomando en cuenta el gran auge de la tecnología.

"El agente del futuro tiene que transformarse y adaptar la tecnología como parte de su propuesta de valor. Está obligado a hacer las cosas de manera diferente para vender más; es decir, elevar sus habilidades y ser un nativo digital para que de esa forma logre ser un asesor integral para sus clientes", afirmó Guzmán.

A pesar de los retos a los que se enfrenta el asesor, en Grupo KC abrazan la tecnología como parte fundamental del negocio, es por ello que están trabajando para brindarle a sus intermediarios herramientas de punta que les permitan dar ese importante paso que exige el mercado.

"Lo más significativo seguirá siendo el cliente. La clave es tener un enfoque personalizado, ya que este nuevo cliente digital es más exigente, quiere coberturas específicas y especializadas, por ello tendremos que tener paquetes de coberturas dirigidas a cada cliente según sus necesidades", añadió.

En la ceremonia se efectuaron diversas pláticas dirigidas a la fuerza de ventas para que afronten de la mejor manera estos retos derivados de la transformación digital y que fueron compartidas por Diego Plaza, David Guzmán y Jorge Rosas.

GRUPO KC
AGENTE DE SEGUROS

Uno de los momentos más esperados de la ceremonia fue la entrega para sus asesores más destacados de 39 vehículos (cifra sin precedentes).

AMEDESEF
CONGRESO INTERNACIONAL
DE DERECHO DE SEGUROS Y FIANZAS
SÚBETE AL RING
3, 4, 5 Y 6 JUNIO 2020
CDMX MÉXICO
SEDE: HOTEL PRESIDENTE INTERCONTINENTAL
CONTACTO:
Mónica Muñoz
Correo: monica.munoz@garrigues.com
Telefono: 55 1102 3570

#AsproGama #Ventas

El arte de reclutar eficazmente

Gerardo García Vinatier
Director general de GIA Life México, S. A. de C. V. Insignia Life

¿Estás cansado de reclutar constantemente y tener una alta rotación de agentes? Si es así, es porque seguramente eres consciente del gran esfuerzo que implica atraer, reclutar, acompañar y desarrollar a un agente, para que a los pocos meses y en muchos casos sin haber hecho siquiera buenas ventas, se retire de la industria. Sin embargo, es importante que estemos al tanto de que, como directores de agencia, controlamos un altísimo porcentaje de este proceso para evitar que esto suceda.

En estos ocho años que llevo como promotor, he invertido tiempo, recursos y esfuerzo en capacitarme para ser asertivo en el reclutamiento, ya que considero que seleccionar bien a tu equipo es la mejor forma de ser exitoso en la industria. A continuación, compartiré algunos secretos de mi área de experiencia, que estoy seguro de que te aportarán ideas valiosas que te ayudarán a reclutar de mejor manera. Pero lo primero que deseo compartir contigo son las tres premisas que invariablemente hay que cumplir:

1. Jamás reclutes a nadie a quien no invitarías a tu casa a cenar con tu familia.
2. Jamás reclutes a nadie que llegue a la industria por los motivos equivocados o con una alta urgencia económica.
3. Hazle caso a tu sexto sentido: si algo no te da "buena espina", es mejor que lo dejes pasar. El carácter y la integridad en nuestra carrera no son negociables.

Hace tiempo, uno de los mejores especialistas en esta área me hizo ver que un error de selección tiene para tu negocio graves consecuencias, como éstas:

- Muy poca o nula utilidad al negocio. Ambiente negativo y sentimientos de fracaso en el equipo.
- Los clientes que queden "huérfanos" serán responsabilidad tuya y de la agencia.
- Problemas futuros en cancelaciones e índices de conservación.
- Afectará en casi todos los casos a la imagen del negocio y a las empresas en lo general.
- Sobre todo, representa para ti y tu staff una pésima inversión en tiempo y recursos.

"Contratar lento y despedir rápido" es una gran premisa; es por ello por lo que, durante tu proceso, cada uno de los encuentros con el candidato debe agregar valor a tu decisión.

Mi proceso consta de tres entrevistas y dos asignaciones intermedias:

La primera entrevista para mí es la entrevista de "venta de carrera"; a diferencia de muchos colegas, prefiero ser claro desde que postulo la vacante en las bolsas de trabajo o desde el primer acercamiento con el candidato, y es justo el caso de esta entrevista, en la cual te sugiero que prepares una presentación muy profesional, en la que expliques qué haces en tu agencia, cómo lo haces y por medio de qué compañías lo haces, pasando por supuesto por una breve explicación del esquema de remuneración que existe para los agentes exitosos, así como los retos y las ventajas que ofrece la carrera de agente de seguros.

Trata de evitar a toda costa lanzar mensajes engañosos respecto a, por ejemplo, que las utilidades son variables o que el trabajo consiste en la intermediación de seguros. Empezar con mentiras es empezar con el pie izquierdo frente al candidato; además, invertirás mucho tiempo con candidatos que irán a tu entrevista pensando que el trabajo es distinto, y después ya no regresarán.

Es fundamental que en esta primera entrevista cuides los siguientes puntos:

Inicia la entrevista saludando al candidato y explicando los pasos de tu proceso de reclutamiento y selección. Puedes decir algo como: "Esto no es una entrevista. Si todo sale bien, ésta vendría después, junto con exámenes psicométricos y otras asignaciones, pero antes de empezar con esa parte deseo que conozcas a detalle a qué estás aplicando con el fin de que, terminando esta reunión, puedas tomar una decisión definitiva sobre si te interesa continuar con el proceso o no. ¿Estás de acuerdo?".

Sé congruente respecto a lo que dices y lo que el candidato ve (no le puedes decir que es la oportunidad de su vida si tú y tu negocio no son congruentes con este mensaje).

Habla con mucha pasión, irradia sentimientos de emoción y convence con tus palabras.

Puedes dar ejemplos de éxito tangibles. Tu propia historia o la de otros agentes (sin dar nombres) puede ser de gran ayuda. Vuélvete un experto en el arte del "Storytelling".

Entérate de lo que sabe y piensa el candidato de la industria.

Mediante una plática informal trata de identificar su sentido de logro, ambición y empuje.

Identifica hilos de descontento (botones rojos sobre situaciones presentes en la vida del candidato que lo tienen cansado o desmotivado). Por dar algunos ejemplos, no haber crecido al ritmo de lo esperado en la empresa actual, no pasar tiempo con la familia, no recibir el adecuado reconocimiento por sus logros, etcétera.

Prepárate para rebatir objeciones, sobre todo aquellas que tienen que ver con miedos infundados sobre la industria o el área de ventas.

Una vez terminada la entrevista y solucionadas todas las dudas, pregunta al candidato si desea continuar con el proceso. Si la respuesta es afirmativa, sugiero que dejes alguna asignación que tenga que ver con un correo que debe enviarte al día siguiente antes de mediodía. Esto ayudará a que madure la decisión, además de que podrás observar su sentido de cumplimiento y responsabilidad. Al recibirlo, revisa también lo poderoso del contenido y la ortografía. En mi caso, lo hago por medio de un archivo de logros en el que el candidato debe compartirme aquellas cosas que lo han hecho sentir orgulloso a lo largo de la vida.

Gerardo García Vinatier

Los exámenes psicométricos son siempre una herramienta útil para cruzar y validar lo que se detectará en la entrevista, y hacerlos antes de la entrevista final es útil para saber en qué preguntas debemos hacer más énfasis. En este sentido, sugiero que inviertas en un despacho de recursos humanos para que éste te proporcione paqueterías de pruebas psicométricas que te puedan ayudar a conocer la esencia del candidato, o incluso que te capaciten para aplicarlas e interpretarlas; esto es siempre algo útil.

Opcionalmente, después de las pruebas psicométricas puedes dejar una asignación adicional que te ayude a entender cómo está compuesto su mercado natural y qué tan fácil puede ser su arranque.

Por último, la entrevista final: ha llegado tu momento de cambiar la accesibilidad de la primera cita para ser un juez imbatible con "póker face". Está por demás decir que, de todo el proceso, esta entrevista es lo que más tiene peso para que puedas tomar una adecuada decisión.

Mi sugerencia en este sentido es que cuides tres cosas durante ella:

1. Al generar el formato de preguntas, asegúrate de que éstas estén enfocadas a conocer lo que realmente te interesa del candidato para tomar una adecuada decisión y que no sean las típicas preguntas de manual que todo el mundo sabe contestar.
2. En la medida de lo posible, asegúrate de que las preguntas desafíen la agilidad mental del candidato al mismo tiempo de obligarlo a decir la verdad. Esto se logra más fácilmente cuando las preguntas van encaminadas a que el prospecto describa situaciones que haya vivido, con las que puedas validar que posee dichas habilidades o cualidades.
3. Haz una entrevista interesante pero ágil. No debe durar nunca más de 45 minutos, y recuerda tener a la mano las pruebas psicométricas previamente hechas y hacer anotaciones de lo que consideres importante, pero no caigas en el error de transcribir todo lo que se te dice. Lo importante no es que queden escritas las respuestas, sino que éstas te ayuden a conocer plenamente al candidato. Pon atención también a su lenguaje corporal y trata de que las preguntas sean cruzadas para evitar que se pueda manipular la entrevista.

Finalmente, ya sea que el candidato sea aceptado o no, no olvides darle una retroalimentación sobre las fortalezas y áreas de oportunidad que descubriste en el proceso.

En caso de que sea aceptado, te recomiendo ampliamente (y es un gesto muy afable) enviar una botella de vino espumoso o un libro a su casa, junto con un emotivo mensaje de bienvenida a su nueva vida. Esto, que implica nada en inversión, será bien remunerado en el sentido de pertenencia y agradecimiento desde el primer día.

Sin más, me despido esperando que algunas de mis aportaciones te resulten útiles para tomar un mejor control de tu negocio y que dejes pasar a tu casa solamente a aquellos que lo merezcan, con los que te identifiques y con quienes puedas construir relaciones comerciales, o incluso de amistad, a largo plazo. Créeme que, si te manejas de esta manera, todos quienes nos dedicamos a esto y la industria misma, a la que podremos juntos profesionalizar y enorgullecer aún más, te lo agradeceremos.

Saludos y muchísimo éxito en tu pasión, reclutando y formando héroes sin capa.

#Opinión #Seguros

CHARLEMOS SEGUROS

Alfredo González
@algonbe@hotmail.com @risk_mr

Mercado asegurador: nuevos riesgos, mismas coberturas

IMAGEN: EFE

Bienvenidos sean al tan esperado 2020, año cabalístico y generador de expectativas tanto positivas como negativas en los mercados financieros del mundo, que obviamente afectan al mercado asegurador mexicano.

Por lo anterior, mis estimados amigos, el día de hoy los invito a que Charlemos Seguros respecto de los nuevos riesgos que aquejan a la población mundial, que se hacen presentes cada vez con mayor frecuencia en el mercado mexicano y frente a los cuales todos debemos estar preparados tarde o temprano.

Comenzaré diciendo que en el seguro de Transporte, cuando inicié mi carrera en esta apasionante industria, hace casi 30 años, era común que los delincuentes, una vez obtenida la mercancía codiciada, abandonaran el vehículo que la transportaba, siendo el único mercado que buscaban la comercialización de los productos robados; en la actualidad, y desde hace ya varios años, la delincuencia ha evolucionado y diversificado sus mercados en la comisión de este delito, y los tráileres que antes eran recuperados tras los robos ahora son también desvalijados, o bien vendidos en el mercado negro, sin que la autoridad parezca capaz de hacer algo al respecto.

Si el mercado no evoluciona se corre el riesgo de que el rezago sea cada vez mayor

En el caso de Gastos Médicos, tratamientos como la bariatría, que antes era muy poco común, siguen siendo excluidos en algunas pólizas de este ramo, a pesar de que dicho recurso médico ha comprobado su eficacia para combatir algunos males mayores, como la obesidad, la diabetes y las varices.

Finalmente mencionaré el caso de las autopartes, en el que ocurre que antes el delincuente optaba por extraer bienes de fácil comercialización, como el equipo de sonido del automóvil, reduciendo la pérdida al costo de un equipo nuevo. Hoy los ladrones recurren a técnicas cada vez más sofisticadas de localización, en el interior del vehículo, de aparatos electrónicos, computadoras, tabletas o laptops mediante detectores de baterías de litio.

El colmo de la evolución de este delito es cuando el facineroso opta por robar la computadora completa del vehículo, que controla las principales funciones del automotor, para lo cual tiene que acceder al interior del motor y poseer conocimientos avanzados en manejo de computadoras, para no dañar lo robado antes de ser comercializado.

En la mayoría de los casos mencionados, el mercado asegurador ofrece las mismas coberturas desde hace 30 años por lo menos, cuando los delitos y los delincuentes que los cometen han evolucionado a pasos agigantados, en conocimientos, tecnología y modus operandi.

Creo que ya llegó el tiempo de cambiar este escenario y de buscar nuevas coberturas como alternativa a las pólizas tradicionales; coberturas que incluyan la protección de los riesgos antes mencionados, evitando el menoscabo en la economía de los asegurados. Si el mercado no evoluciona de manera inmediata, se corre el riesgo de que el rezago sea cada vez mayor, ante la inminente fuerza que está cobrando la delincuencia, en un país en el que la seguridad de la población no parece ser prioridad dentro de la agenda oficial de los gobernantes.

Éste es el momento adecuado para que cambiemos los paradigmas establecidos en el pasado y establezcamos un punto de quiebre para romper con lo consuetudinario; debemos buscar la mejor protección de nuestros asegurados, que son los que adquieren los productos que comercializamos, antes de que encuentren opciones fuera del mercado asegurador.

En mi humilde opinión, y tomando en cuenta el cambio generacional en los clientes que adquieren seguros, es urgente y necesario que nuestros técnicos dejen a un lado la estadística y den prioridad a la creatividad en el diseño de los productos y las coberturas que brindarán las pólizas colocadas.

Los exhorto entonces a que no dejemos de insistir en el tema y seamos proactivos, más que reactivos, cuando de robustecer las coberturas de nuestros clientes se trata.

Que tengan todos un magnífico inicio de año, y nos seguimos leyendo por aquí, en cada entrega, para que Charlemos Seguros acerca de los temas que nos interesan a todos, relacionados con nuestra apasionante actividad aseguradora.

¡Un abrazo!

LOS NÚMEROS CUENTAN

Antonio Contreras
gar2001@hotmail.com

#Opinión

La meta

Todavía estaba estudiando en la preparatoria cuando escuché a un maestro decir: "La administración por objetivos es muy eficaz, pero tiene un defecto: necesita objetivos".

Esta verdad de Perogrullo ilustra la mayor carencia no sólo de la 4T, sino también de los gobiernos neoliberales que la precedieron: no sabemos adónde vamos.

"Con Peña Nieto crecíamos", dicen algunos nostálgicos de la más reciente oleada de negocios celebrados al amparo del poder, con quienes lo detentaban subidos al carro de la prosperidad.

"Ahora sí se va a acabar la corrupción y va a mejorar la distribución del ingreso", proclaman los nuevos salvadores de la patria, miembros distinguidos de la 4T, encabezada por el único inteligente, por el líder preclaro que nos va a salvar.

¿Dónde había escuchado esto antes? ¿Un líder que desciende del cielo para resolver todos nuestros problemas?

La única verdad, hecho incuestionable, es que nadie sabe lo que estamos buscando como país.

Es obvio que la mayoría desea mejorar su calidad de vida, con acceso a más y mejores bienes o servicios, como se ve en las películas y series que nos llegan del norte; todos queremos seguridad, pues ya basta de asaltos, extorsiones y demás; y que se acabe la corrupción, cáncer social que tenemos enquistado.

La fórmula, más allá de ideologías de mayor o menor gasto del Gobierno, inversión nacional o extranjera y decisiones de infraestructura, como el aeropuerto, la refinería de Dos Bocas o el Tren Maya, está en dos sencillos factores: que todos coman y que aquellos con el mejor desempeño escolar desarrollen el capital humano que el país necesita.

Obvio: si las calles están bajo fuego, nadie va a poder dedicarse a trabajar o a estudiar tranquilo.

¿Cuál debe ser entonces la meta?

La meta, como hemos escuchado en tantos seminarios y también de boca de quienes lo aprendieron y lo repiten, debe ser medible, específica, temporal y alcanzable. ¿Ciencia nuclear? Para nada. Veamos.

Sólo como un ejemplo, supongamos que nos han solicitado definir una meta de desarrollo de ingenieros, indispensables en muchas actividades, sean estructuras, construcción, sistemas, alimentos y hasta en el área financiera.

Si queremos que la meta sea medible y específica, es indispensable definir cuántos ingenieros necesitamos, en qué especialidades y con qué calificación.

Si somos de la 4T, probablemente hagamos un plan específico, diseñemos el plan "Ingenieros con Futuro", les otorguemos una beca para cursar en las mejores instituciones nacionales y extranjeras y concibamos otras medidas de planeación central.

Si, por el contrario, somos neoliberales, dejaremos que el mercado decida cómo transmitir a los jóvenes la importancia de su contribución futura como ingenieros; y, por supuesto, diseñaremos las políticas requeridas para atraerlos, como moscas a la miel, a los programas desarrollados para su captación, dirección y consolidación.

Por otra parte, si se trata de que la meta sea temporal, definamos en cuánto tiempo se desarrollarán los ingenieros, midamos el progreso del plan y sus resultados por especialidad y comparemos esto con lo presupuestado para tomar las medidas necesarias a fin de corregir la desviación.

Por último, si pretendemos que la meta sea alcanzable, otorguemos los incentivos necesarios para motivar el arribo en muchedumbre de los candidatos. Obvio, con análisis costo-beneficio y estricto manejo de los recursos.

Alguien podrá decir: "Yo he escuchado que queremos crecer al 4 % anual y que vamos a mejorar la distribución del ingreso". Cierto, se ha dicho; pero eso no significa que hayamos pasado de buenas intenciones y aspiraciones generales al plano de la realidad. Lo que no se mide se queda en palabras y deseos de año nuevo.

Lo que no se mide se queda en palabras y deseos de año nuevo

Si nos referimos a lo que la 4T sí está implantando como estrategia (eliminar todo lo que se vea, escuche o huela a neoliberalismo o favorecer a los más necesitados a billetazos para volver al clientelismo inventado por el PRI), veremos que son metas para las cuales sin duda se está trabajando, sin que ello impida manejar las finanzas públicas como el más ortodoxo banquero o taclear a migrantes cuando Trump nos ataca en Twitter.

En concreto, ¿cuáles son los temas?

Inseguridad: definir indicadores, como el número de asesinatos que se cometen, los asaltos a casa habitación, las violaciones y los asaltos a transeúntes. Cierto es que muchos delitos no son denunciados; pero, si el sesgo se mantiene, el indicador es válido. Después definir la meta a corto y mediano plazo. ¿Cuánto va a disminuir la inseguridad medida por los indicadores definidos? Podemos entonces discutir causas, medidas y efectos esperados; medir, corregir y dar seguimiento. ¿La ideología? Cuando hay consenso, ésta es secundaria.

Crecimiento de la economía con mejor distribución: en mi opinión, aquí no hay duda, pues es necesario mantener el ingreso per cápita en su nivel actual de 10,000 dólares. La oportunidad histórica de México es convertirse en un país que no aspire a tener un ingreso promedio por persona similar al de Estados Unidos o Europa, cinco o seis veces superior, sino transformarnos en una nación que tenga un ingreso decente para la mayoría de las familias. Si pasamos de 10 000 a 15 000 por cabeza y el incremento se alcanza con una mejor distribución, el bienestar de una nación que aspire a un equilibrio con el medio ambiente, lejano del despilfarro y el consumo de cosas inútiles estará al alcance.

Corrupción: se dice que la corrupción nos cuesta 20 por ciento del producto nacional bruto. No hay duda de que este cáncer nos mantiene estancados y propicia que nuestros gobernantes eludan la responsabilidad de comprometerse en serio, más allá del esquema de metas certificadas ante notario inventado por Peña Nieto para legitimarse, mientras su agenda oculta, con temas de interés particular y de grupo, marcaba la verdadera tendencia de sus acciones. Basta observar su comportamiento de expresidente para constatar su frivolidad y su lejanía respecto de un compromiso por el bien común de México. AMLO parece que quiere, pero el comportamiento de sus huestes ya nos permite distinguir la cabeza del monstruo partidista en busca de su tajada sexenal.

En este rubro de la corrupción o su combate, estamos clasificados en el lugar 130 de 180, el peor de Latinoamérica. Chile está en el escalón 26, Argentina en el 66; y hasta Brasil está más arriba que nosotros, en el 106. De pena…

Los números cuentan que en 2030 seremos 137 millones y habremos rebasado a Japón y a Rusia. Olvidadas las campañas de control de los setentas y ochentas, el aumento en el número de mexicanos nos pone en una situación que es indispensable enfrentar con algo más que palabras e intenciones. Los problemas del país tienen que ser enfrentados. Algunos pagamos muchos impuestos, y la mayoría de ambos extremos del espectro social pagan muy poco o nada. Además, 80 por ciento del presupuesto de egresos se va en pago de intereses de un dinero que se desvaneció y en pagar pensiones a los mexicanos de primera que trabajan 20 años y se jubilan 30 con el 125 por ciento de su último ingreso.

En la persecución de quimeras y el pago de los "beneficios sociales" logrados por sindicatos poderosos en la época en que "administrábamos la abundancia" en la imaginación de algunos, se nos va el tiempo, mientras la solución de los problemas se deja para después, subordinada a las verdaderas metas de quienes detentan el poder.

#Agentes #Tecnología

Busca Flotify.mx acompañar a los agentes en soluciones de miniflotillas para sus clientes

César Rojas
@pea_crojas

Uno de los segmentos de la sociedad que han sido tradicionalmente poco atendidos por el sector asegurador en México es el de las pequeñas y medianas empresas. Las soluciones que existen para ellas son insuficientes, y los mecanismos para acercárselas no han sido eficaces. La tintorería, la panadería, los despachos que van abriéndose paso en sus mercados van adquiriendo activos que deberían cubrirse con los productos que el sector ya ofrece o puede ofrecer.

Tener una flotilla de cinco o 10 vehículos y querer asegurarla suele implicar una búsqueda activa por parte de los dueños de pequeñas empresas, y los agentes de seguros que los atienden a menudo tienen que buscar soluciones que toman algunas semanas en ser diseñadas para ellos, tiempo en el cual los emprendedores quedan expuestos a la realización de cualquier riesgo. Con la experiencia de muchos años en el sector asegurador, Óscar González Legorreta emprendió un proyecto para atender esta necesidad por medio de Flotify, una plataforma diseñada para confeccionar planes de aseguramiento destinados a flotillas de dos a 99 vehículos y de esta manera presentar cotizaciones de manera precisa y rápida.

Al frente de Flotify está Giovanna Muñoz, quien cuenta con más de 12 años de experiencia en el sector en áreas de marketing. Ahora que la empresa ha sido seleccionada como una de las 10 iniciativas del badge de Startupbootcamp, conversamos con ella para conocer las posibilidades que como organización presentan para los agentes de seguros en México. "Vimos en este sector de pymes, que representa 95 por ciento de las empresas en México, una necesidad imperiosa de cubrir los riesgos de sus flotillas de vehículos, y decidimos implementar una plataforma eficiente. Éste es un segmento sólido que no está debidamente atendido", afirma Muñoz.

Con base en entrevistas y en análisis del mercado, se dieron cuenta de que a veces los dueños del parque vehicular tardan hasta tres semanas en recibir una propuesta de parte de su agente de seguros. "Además, se trata de un sector particularmente vulnerable, pues para un negocio de este tamaño el perder un vehículo puede significar detener por completo sus operaciones o dejar de atender eficazmente a sus clientes". Si a esto se añade el hecho de que la administración de una flotilla, aunque sea pequeña, necesita inversión de tiempo, el problema puede ser significativo. "Vimos que había casos en los cuales se les había pasado la fecha de renovación de una póliza, y en ese preciso momento fue cuando vino el siniestro, lo que hizo evidente que se necesita una herramienta de fácil manejo y sin complicaciones", añadió.

Los agentes, por su parte, están perdiendo la oportunidad de incrementar su cartera o abrir la puerta a diferentes negocios, más rentables. Por ello, la plataforma de Flotify está especialmente diseñada para atender a los agentes, más que a los clientes directos. "Queremos trabajar directamente con los agentes de seguros, para que utilicen esta herramienta para poder servir más fácilmente a sus clientes. Operamos como un enlace entre las compañías de seguros y el agente, con el uso de tecnología, para poder brindarles agilidad, pero sin que tengan que ceder parte de su comisión, o que el cliente absorba costos diferentes a los que está acostumbrado a pagar".

Para acceder a esta plataforma, el agente solo debe entrar a flotify.mx y registrarse en el portal, con su cédula emitida por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas. A partir de ahí, puede comenzar a generar cotizaciones para sus clientes. Esta característica de practicidad y escalabilidad fue la que hizo que Flotify quedara seleccionada como una de las 10 mejores Fintech/Insurtech, según el criterio de Startupbootcamp, para el batch de aceleramiento, entre más de 300 postulantes.

"La experiencia de trabajar con SBC ha sido muy enriquecedora, porque nos ayudó a estructurar mejor la oferta hacia el mercado, a convivir con otros emprendedores que están en etapas tempranas pero sólidas de emprendimiento. Podemos decir que estamos listos para operar", relata Muñoz.

Giovanna Muñoz y Óscar González Legorreta

Atrás del trabajo de Giovanna Muñoz y su equipo en Flotify está la mano de Óscar González Legorreta, su fundador y presidente, así como el apoyo de un grupo de asesores con experiencia en seguros de Automóvil y en emprendimiento. "Aunque sabemos que todo emprendimiento encierra riesgo, me siento muy tranquila al contar con el respaldo de un grupo de expertos para el diseño e implementación de esta propuesta para el mercado. Estamos listos para ayudar al crecimiento del seguro en México", concluyó.

#Agentes #Capacitación

El Asegurador y *Soy Agente Actualizado* sellan alianza estratégica

Con la finalidad de fortalecer el cumplimiento de sus respectivos objetivos, *El Asegurador*, dirigido por César Rojas Rojas, y Soy Agente Actualizado, dirigido por Miguel Ángel Arcique Calderón, decidieron establecer una alianza estratégica que dará inicio a partir del 15 de febrero de 2020 y que, entre otros beneficios, permitirá que más de 11,000 intermediarios, usuarios de la plataforma, reciban la versión digital del periódico quincenal especializado.

Desde mayo de 1992, las páginas de *El Asegurador* han albergado de manera periódica las opiniones de Miguel Ángel Arcique Calderón, quien se inició en el mundo de los seguros desde muy temprana edad. Su carrera, después de las ventas, se dirigió a la capacitación de agentes de seguros y fianzas por medio de Capacitación Especializada, y de unos años a la fecha su actividad se ha centrado principalmente en el coaching empresarial para que los agentes y promotores les den más formalidad a sus operaciones y puedan así trascender en su actividad.

En 2018, Arcique Calderón tuvo la idea de colocar en una plataforma de libre acceso los materiales de estudio, conceptos, simuladores y herramientas de aprendizaje para que los agentes pudieran no solo prepararse para obtener o refrendar sus cédulas, sino para mantenerse permanentemente actualizados en una labor que requiere estudio constante. A esta plataforma la llamó *Soy Agente Actualizado*, y fue adoptada rápidamente por una parte de los cerca de 60 000 agentes de seguros activos en el país —de acuerdo con cifras de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF)—. Al día de hoy, los usuarios de esta plataforma suman más de 11 000, con un crecimiento constante.

Con ello, otros 11,000 agentes recibirán ahora la versión digital del periódico

El Asegurador, por su parte, con 35 años cumplidos en el mercado y alianzas con diversas asociaciones e instituciones del sector, ha desarrollado una sólida base de lectores, quienes encuentran en sus páginas la información más relevante, útil y oportuna que genera esta industria. El periódico vincula al sector en su conjunto por medio del *Anuario El Asegurador* y se ha consolidado como organizador de eventos de primer nivel, como el MDRT Day Mexico y la Cumbre Latinoamericana de Innovación en Seguros.

El compromiso de *El Asegurador* de transformar al seguro mediante la comunicación se hace patente en cada esfuerzo editorial, como lo será también el lanzamiento, en abril, de *El Asegurador Magazine*, que tendrá un alcance regional en 10 países de Latinoamérica.

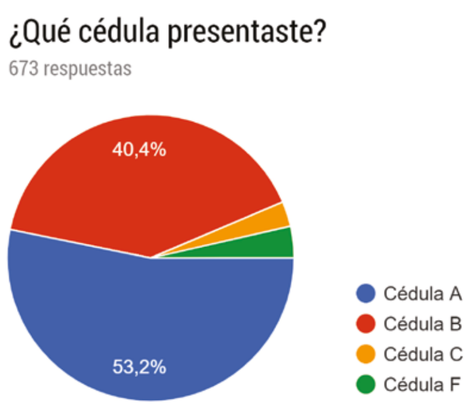
Es por ello por lo que César Rojas Rojas, de *El Asegurador*, y Miguel Ángel Arcique Calderón, de Capacitación Especializada, pactaron la firma de un convenio que permitirá a los usuarios de *Soy Agente Actualizado* acceder a la versión digital de *El Asegurador* como una forma de complementar su actualización, todo ello a partir de la edición del 15 de febrero.

Otro beneficio de este compromiso de colaboración es que se realizarán y publicarán de manera exclusiva en *El Asegurador* las encuestas que *Soy Agente Actualizado* realiza entre sus usuarios. Esto permitirá conocer de mejor manera a los agentes de seguros y fianzas de México.

Éste es el primer paso de una alianza que busca divulgar más ampliamente la información proveniente del sector seguros entre los agentes de México y contribuir así a su formación y actualización. De este modo, ambas instituciones dan otro paso para cumplir su respectiva misión.

#Agentes #Capacitación

Encuesta revela que 60 % de los agentes usa plataformas digitales para estudiar



César Rojas
@pea_crojas

Con una base de más de 11,000 miembros de la plataforma *Soy Agente Actualizado* se aplicó una encuesta para conocer la utilización de esta herramienta. El ejercicio arrojó además interesantes revelaciones en cuanto a la forma en la que los agentes de seguros y de fianzas estudian, las cédulas para las cuales se postulan más, los temas de interés que los atraen y la composición demográfica de aquellos que, como intermediarios, tienen la responsabilidad de llevar a la sociedad los productos que el sector asegurador ofrece para cubrir sus riesgos.

El 53 por ciento de los usuarios de *Soy Agente Actualizado* ha utilizado esta plataforma para preparar un examen y presentarlo ante la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF); si bien éste no es el propósito principal de la herramienta digital que se comenta, este medio ha demostrado ser útil para ese efecto, es decir, sirve como guía de estudio. De ellos, 53 por ciento la usó para preparar la cédula "A" y 40 por ciento para repasar los temas de la cédula "B".

La investigación se realizó entre usuarios de Soy Agente Actualizado

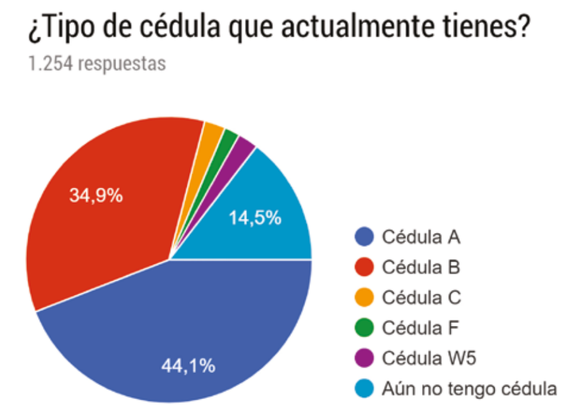
Si bien la plataforma tiene materiales y herramientas de estudio, la labor y disciplina de los propios agentes que la utilizan ha dado buenos resultados, ya que 73.3 por ciento afirma haber aprobado, 18.1 por ciento resultó exento, y únicamente 8.6 por ciento no aprobó. Llama la atención el uso que le están dando quienes nunca han tenido cédula, pues 14.5 por ciento de los usuarios obtuvo su primera cédula preparándose por medio de esta plataforma.

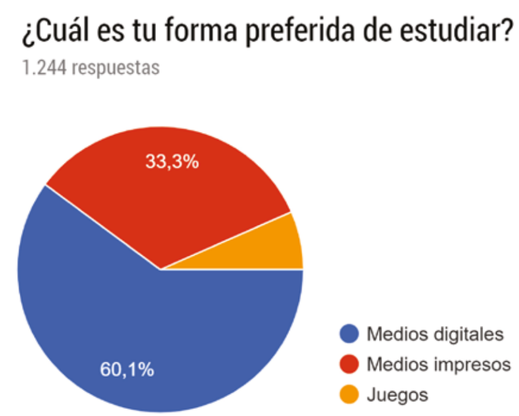
Todo esto indica que los medios digitales se han convertido en la vía más práctica y utilizada por los agentes para estudiar. Un 60 por ciento de los participantes en la encuesta los utiliza, en tanto que los impresos ocupan el segundo lugar, con 33 por ciento. La gamificación está comenzando a tener impacto, pues 7 por ciento utiliza los juegos de video para aprender de manera más eficaz. Los temas de mayor interés son los que abordan las ventas, con 49.2 por ciento de respuestas en este sentido, seguidos de los de tecnología, con 18.2 por ciento.

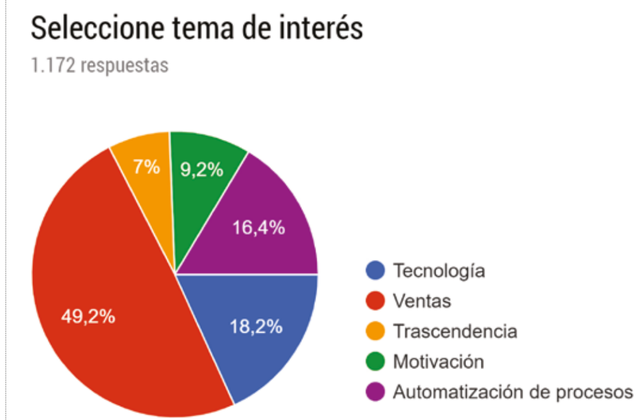
Es evidente que el papel de la mujer en la intermediación de los productos que ofrece el sector es cada vez más fuerte, y los números lo confirman, pues 40 por ciento de los usuarios de la plataforma son mujeres.

En cuanto a la edad de los usuarios, aunque se ha dicho que el promedio de los agentes es de edad más o menos madura, en la plataforma los usuarios de entre 18 y 38 años representan 20.9 por ciento, si bien aquellos con más de 39 años siguen siendo la gran mayoría. El 36.5 por ciento de ellos tiene entre 39 y 49 años, considerada una de las etapas de mayor aceleración en la carrera de los agentes.

La encuesta se aplicó en septiembre de 2019, cuando la plataforma contaba con 9,000 usuarios. Se recibieron 1,254 respuestas. Esto permite extrapolarlas al universo de usuarios con 95 por ciento de confianza.







AMASFAC

AMASFAC en voz de sus Líderes

La satisfacción de compartir y recibir conocimientos. Hoy tengo una visión más grande del entorno del seguro y la fianza; un cúmulo de experiencias enriquecedoras de la convivencia local y nacional cercana con los diferentes actores de nuestro fascinante mundo, pero sobre todo me quedo con muchos momentos felices y excelentes; Amigos de la Gran Familia AMASFAC.

María Soledad Castro Pico
Presidente
Sección Cd, Obregón 2018 -2020

Una experiencia inolvidable, donde se ganan muchos amigos y se aprende de ellos.

Luis Carlos Orona Lujan
Presidente
Sección Chihuahua 2018 -2020

AMASFAC para mí, fue principalmente una nueva visión de nuestra profesión. Visto desde un ángulo diferente. En donde buscamos el Consejo de Guadalajara en este tiempo, aportar el mayor valor posible, no solo a los socios AMASFAC, sino al sector en general.

AMASFAC fue una oportunidad de compartir, y escuchandar las necesidades de los agentes.

A AMASFAC la visualicé como "la principal fuente de conocimiento y actualización para nuestros agentes"

Oscar Eduardo Sánchez Mercado
Presidente
Sección Guadalajara 2018 -2020

Lo primero que agradecí a mis compañeros de Sección es la oportunidad que me dieron de representarlos, de vivir nuevas experiencias juntos. Ahora soy otra persona diferente, enriquecida de todo lo que aportamos a nuestra sección para su crecimiento profesional. Tengo a mi AMASFAC tatuada en la piel y en mi corazón y seguimos siendo uno.

Silvana Magdalena García Ruiz
Presidente
Sección Mexicali 2018 -2020

En general ¡Muchísimas satisfacciones!

El haberlos conocido y ser amigos es algo muy enriquecedor.

Teresa Flores Díaz
Presidente
Sección Monclova 2018 -2020

Sin duda para mí ha sido un honor representar a la Sección Monterrey en este bienio, mucho aprendizaje pero sobre todo poder trabajar con personas muy comprometidas con esta gran profesión. Tuve la fortuna de celebrar nuestros primeros 50 años de la Sección, organizando un Congreso muy especial para reconocer a personas extraordinarias que con su esfuerzo han logrado sumar experiencia y profesionalismo a nuestra querida AMASFAC.

Faride Amed Yamallel Garza
Presidente
Sección Monterrey 2018 -2020

Para mí ser presidenta de AMASFAC Nuevo Laredo es aprendizaje, aquí he aprendido lo que no enseñan las promotorías, aprender a conocer el lado humano de mis compañeros, actitud de servicio.

Rocío Olvera
Presidente
Sección Nuevo Laredo 2020 -2021

Ser Presidente de mi sección de AMASFAC ha sido una gratísima experiencia, de aprendizaje, de amistad, de hacer algo más por nuestro gremio y ha resultado muy enriquecedor.

Rosa María Cacep Rodríguez
Presidente
Sección Tabasco 2018 -2020

Para mí el ser Presidente fue como haber cursado una Maestría en Crecimiento y Relaciones Personales de la cual hoy me gradué.

Cristóbal David Montiel Campos
Presidente
Sección Tampico 2018 -2020

AMASFAC es Compromiso, Lealtad y Unión Profesional

Miguel Ángel Cruz Aragón
Director
Distrito Pacífico Norte 2018 -2020

Ser la Directora del Distrito Sureste representó para mí, además de la oportunidad de crecer, aún más, profesionalmente, el poder dimensionar lo que nuestra Asociación es capaz de lograr en beneficio de nosotros como intermediarios y el impacto de sus acciones en la sociedad mexicana.

Ser una Asociada AMASFAC me enorgullece y me fortalece día con día como ser humano y como agente de seguros.

Elizabeth Ortiz Ríos
Directora
Distrito Sureste 2018 -2020

Me apasiona mi labor como Asesor de Seguros y Fianzas. Ser parte de AMASFAC me fortalece y con orgullo puedo decir que estoy en un gran equipo de profesionales capacitados.

Juan Arturo Cabrera Barrón
Sección Monclova 2020 -2021

Para mi es una gran responsabilidad representar a los agentes y una gran oportunidad de participar con nuevas ideas para buscar que nuestros productos se adecuen a los tiempos actuales, y a las necesidades de los asegurados.

José Luis Robles González
Sección Puebla 2020-2021

Ser director de distrito nos da la oportunidad de acompañar a los presidentes en su liderazgo para el fortalecimiento de cada sección.

¡¡Aportar es siempre gratificante!!

Alejandro Sobera Biotegui
Director Distrito Noreste 2018 2020

AMASFAC
ASESORES

"Que todos SEAMOS UNO"

www.amasfac.org AMASFAC_CDN amasfac_cdn 01 (800) 890 95 63

REFLEXIONES DEL TÍO COOL

Luis Lara
@beafreesoul.bb@gmail.com
LuisLara.FreeSoul

#Seguros #Ventas

Nuevas conversaciones con viejos paradigmas

Cara a esta nueva década iniciamos la colaboración con *El Asegurador* para hablar de distintos temas siempre presentes en el sector asegurador. ¿Qué hay detrás de estas charlas con el lector? Vamos a exponer conversaciones frescas respecto a viejos paradigmas; queremos aportar nuevas miradas para los mismos viajes, diálogos frescos a necesidades ancestrales.

Hablaremos de temas que circundan el mundo asegurador, y lo haremos desde una visión diferente y encontrando soluciones disímiles a problemas y situaciones que hoy parecen tener una solución única y por eso mismo en ocasiones se encuentran ante una disyuntiva poco amigable, o bien en ocasiones sin ella.

Incluiremos en la conversación nuevas palabras y distinciones —que no son comunes en el sector—. Después de 19 años de ser promotor decidí que mi camino era encontrar nuevas rutas que permitan hacer planteamientos distintos ante situaciones que llevan tiempo dando vueltas en el rehilete, sin avanzar.

Desde mi punto de vista, la evolución del seguro vendrá de la catarsis en dos grandes temas: conjugar la tecnología con las emociones, es decir el "nuevo mutante" será la mezcla de robots y humanos. El "Planeta Seguros" —así lo llamaré— está ávido de tecnología, pero sobre todo de personas que tengan diálogos poderosos con otras personas, que entiendan las emociones de los humanos y la vibración que representa el seguro en sí mismo para ellos.

Soy fan de la tecnología; así que iniciaré con ella. Estaba en una conferencia de las tantas a las que en mi tiempo de promotor asistí, tratando —en cada una de ellas— de encontrar la verdad y "la piedra filosofal", ese secreto que los alquimistas de la Edad Media buscaban para convertir el plomo en oro.

El conferencista fue tajante en su pregunta: ¿por qué el sector asegurador no usa la tecnología?

Hasta ahora nunca me había hecho esa pregunta. Pensaba —erróneamente— en el mundo de papel, en referidos de boca en boca, en el uso del teléfono y en "media hora de su valioso tiempo para conversar con usted".

Al igual que el auditorio, al escuchar la aseveración me reí —de verdad, reí muchísimo—; sin embargo, al llegar al hotel reflexioné: "La profesión más antigua del mundo usa más el internet que nosotros". Primero reí, luego recapacité y finalmente, como el Quijote de la Mancha, lloré. Eso no puede ser cierto; no era una buena idea quedarnos en esa "locura" que nos hace pensar que nos quedaremos fuera de ese mundo, del gran mundo de internet.

Los seguros no son lo mismo que hace 20 años —en eso estábamos de acuerdo—, pero la ceguera nos decía que seguirían igual durante los siguientes 20 años. Qué "inocente pensamiento", porque si lo llamo de otra manera me censura *El Asegurador.*

Ante las aseveraciones anteriores, luego vinieron los discursos del miedo: que si la tecnología va a llegar al sector, entonces el canal de asesores va a desaparecer. He escuchado insensateces provenientes del miedo, pero ninguna tan grande como ésa.

Afirmar que una actividad desaparece porque se utilizan nuevos sistemas de comunicación equivale a pensar que el periodismo se debe ejercer como en el siglo pasado, cuando se imprimía un periódico y se pegaba con engrudo en cada esquina para que las pocas personas que sabían leer conocieran las noticias.

Es decir, hubo quien confundía la actividad del periodismo con la impresión del periódico. Después vinieron las grandes prensas e imprimían a gran velocidad innumerables periódicos, que se repartían desde temprano; luego se repartían en moto… En fin, la historia ya se sabe: hoy en tu smartphone puedes leer en tiempo real las noticias de casi todos los países del mundo.

¿Desapareció el periodismo o cambio la forma de comunicarnos? ¿Es lo mismo que pasará con el sector asegurador? ¿Eres comunicador o repartes periódicos? Escoge muy bien de qué lado vas a quedar en el planeta del seguro: ¿estarás entre los que agregan valor o quedarás del lado de los que entregan pólizas y llenan solicitudes.

Esto me lleva a que los asesores de seguros que permanecerán en el sector serán aquellos que agreguen valor a la decisión informada del cliente, así como los que tengan conversaciones desde la emocionalidad y desde la escala de conciencia del cliente —qué distinción tan rara para un sector como el asegurador—. En síntesis, si tienes temor de que un robot haga tu trabajo, pregúntate: ¿estás haciendo el trabajo del robot o el trabajo de los humanos?

> ¿Desaparecen las cosas y los procesos o se transforman?

¿Qué te quiero decir con esto? El planteamiento no es si los robots sustituyen a los humanos, sino si los humanos agregan emociones a la relación. El valor agregado, además de las nuevas herramientas, es de quien entiende de emociones y de quien sabe cómo intuir la expresión de sus emociones en la relación cliente-asesor. Es decir, no es el cómo compro un seguro, sino por qué lo compro y desde dónde compro este seguro: ¿desde el reconocimiento?, ¿desde el temor?, ¿desde el amor?, ¿desde la exigencia?, ¿desde el entendimiento?, ¿desde la alegría?, ¿desde dónde? Ésa será la pregunta.

Quien pronto obtenga esta respuesta sin duda será candidato a permanecer en este sector. Trataré de hacer un símil: hoy prácticamente es posible adquirir un libro por innumerables canales de distribución; hoy tenemos la posibilidad de leer un libro de un día para otro que antes hubiera tardado meses en llegar a nuestras manos; sin embargo, la experiencia de ir a la librería sigue estando en los caminos más importantes para estar en contacto con los libros. ¿Vendes seguros o vendes experiencias?

Hasta aquí vamos en la catarsis de la tecnología con la emocionalidad de los humanos. Hablaré ahora del "nuevo mutante". Parece un juego de palabras; sin embargo, la conjunción me habla de una evolución en movimiento. La tecnología hará que el asesor se concentre cada vez más en asesorar y en entender la emocionalidad del cliente, porque todo lo que ahora tiene en sus manos muy pronto lo obtendrá el cliente de primera mano, como en el ejemplo de los periódicos en el celular.

Me explico: el "nuevo mutante" deberá entender que lo que te ha traído hasta aquí no te llevará allá. Los siguientes 20 años serán de adaptación continua para comprender el mundo desde el universo del otro —el cliente—. La misión y luego la comisión, entender tu papel como generador y catalizador de emociones ante situaciones diferentes y cambiantes..

Las personas vendrán contigo no porque no sepan qué hacer, sino porque quieren encontrar nuevas formas de ver un problema que hoy piensan que tiene una sola solución. Del servicio a las emociones: ése es tu reto; es un cambio simple pero profundo. Quien entienda la simpleza vivirá en la profundidad de esta nueva era. El asesor debe decir: "Estoy junto a ti, no importa dónde estés tú, y estoy junto a ti para juntos ver nuevas realidades".

Como siempre, me quito el sombrero —en señal de respeto— porque lo que importa es lo que tú pienses.

#DesarrolloHumano

REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen
www.carlos-molinar.com

Los dos papas

Querido lector, si no has visto la película *Los dos papas*, te recomiendo verla, pero también que no leas este artículo hasta que la hayas visto, para no echártela a perder.

Ya que lo hayas hecho, quizá coincidas conmigo en algunos de mis comentarios o difieras de ellos. En cualquiera de los casos, me encantaría que me dieras tu opinión en el blog www.carlos-molinar.com

Llevaba semanas con la idea de ver la película en Netflix, hasta que por fin pude hacerlo el pasado fin de semana, y en verdad la disfruté mucho.

Tengo ya muchos años de estar alejado de la Iglesia Católica como practicante, no así de la espiritualidad, ni de las enseñanzas de Jesucristo.

En alguna ocasión que escribí un tema relacionado con la Iglesia, que titulé *La Iglesia en manos de Lutero*, levanté una polvareda terrible, lo cual no es mi intención repetir; pero sí quiero comentarles en este artículo algunos aspectos que me parecieron interesantes de la historia.

Nunca se sabrá cómo sucedieron las cosas con exactitud, pero, en lo personal, la manera en que las presentan el escritor Anthony McCarten y el director Fernando Meirelles me parece que encierra mensajes que nos pueden servir y hacernos reflexionar, y la actuación de los actores Jonathan Pryce y Anthony Hopkins, que encarnan a tan importantes personajes, me pareció excelente.

Quise verla por la simpatía y admiración que siento por el papa Francisco I. Me intrigaba también cómo plasmarían tan especial y trascendental situación como fue la renuncia del papa Benedicto XVI y la relación entre él y su sucesor Francisco I.

A reserva de que lo que se presenta pudo ser verdad o solo es producto de la imaginación del guionista y del director, ambos personajes coinciden con la imagen que tengo de ellos.

La historia plantea los encuentros de dos personajes que son el agua y el aceite pero que, teniendo un mismo amor (Jesucristo y la Iglesia Católica), tienen pensamientos tan divergentes que en un inicio pareciera que van a ser francamente incompatibles.

IMAGEN: EFE

En cuanto al papa Francisco I (Jorge Bergoglio) en su calidad de cardenal, me gusta cómo lo describen, pues esa interpretación refleja la calidad de persona que tiene, su tesón, sencillez y su gran humanismo.

Por su parte, al papa Benedicto XVI (Joseph Ratzinger) lo describen con esa fuerza que lo caracteriza. Una persona de una pieza que ha sido considerado el Guardián de la Fe, con una formación estricta y que siempre ha velado por defender las formas, tradiciones y las bases de la Iglesia Católica. Una una persona siempre enfocada en el "deber ser".

Lo que me gusta de la historia es que plantea dichos encuentros entre ambos como producto de una intención del cardenal Bergoglio de renunciar a su cargo con miras a retirarse a dirigir una pequeña parroquia de algún pueblo de su natal Argentina, y llega al Vaticano en la búsqueda de la necesaria aprobación del papa Benedicto XVI para lograr su objetivo: renunciar al cardenalato.

Por su parte, el papa Benedicto XVI intuye dicha renuncia como un acto de rebeldía y de cierta protesta. Obviamente no quiere aceptar dicha renuncia porque piensa que va a ser una afectación para la Iglesia.

El autor presenta unos supuestos primeros encuentros en los que claramente manifiestan las posiciones de ambos en situaciones de clara controversia, y el cardenal es fuertemente cuestionado por el papa. Eso los lleva a discusiones que son interesantes por la relevancia de los temas y la contraposición de pensamientos.

Conforme se van dando dichos encuentros, el autor me sugiere que el papa Benedicto XVI —que en un principio no gusta nada del estilo del cardenal Bergoglio— va profundizando con él y tratando de entenderlo, lo que en principio le cuesta trabajo por su manera de ser y va evaluando cosas que lleva meses tratando de descifrar.

Las historias y las razones en torno a la embestidura papal

Lo interesante es que el autor supone una situación en la que los intereses de ambos están encontrados, y en esa lucha por obtener cada uno sus objetivos no solamente ahondan en su manera de pensar, sino que nos lleva a la conclusión de que ambos tienen una transformación de su pensamiento original, y el resultado de una u otra forma es que ambos terminan por aceptar una realidad que no tenían planeada. Lo hacen por ese amor que tienen a Cristo y a su Iglesia.

El autor también nos lleva a que ambos terminan apoyándose mutuamente en sus fuertes tribulaciones personales, por medio de esas discusiones que terminan convirtiéndose de alguna manera en el sacramento de la confesión, que les permite descargarse uno con el otro.

El autor presenta las tremendas guerras internas que tiene cada uno cuando inician esos encuentros de la siguiente manera:

Por lo que se refiere al cardenal Bergoglio, sus remordimientos y la culpa que le generaban los cuestionamientos que siempre tuvo en la Argentina por haber elegido no dar una pelea frontal a la dictadura.

En su visión, era la manera de salvar muchas vidas. Yo coincido, y me parece que el tiempo le dio la razón.

Hay una escena maravillosa en la que, una vez pasada la terrible época de la dictadura, le toca al cardenal Bergoglio celebrar la misa, junto al sacerdote jesuita Francisco Jalics, quien había sido su segundo en la orden jesuita y el cual había salvado la vida de milagro, ya que a la mayoría de los que mantuvieron esa postura los habían torturado y matado.

Posteriormente se reconcilian, y en plena misa al darse la paz se dan un abrazo maravilloso de perdón mutuo. Sin embargo, hay otros de sus allegados que no corrieron con la misma suerte; jamás comprenden la postura inteligente del cardenal en ese entonces, y por ende jamás lo perdonan.

Por su parte, las tribulaciones del papa Benedicto XVI se presentan como un gran cuestionamiento que se hace a sí mismo referente a si hizo lo suficiente al tratar de poner orden en situaciones complejas y muy criticadas de la Iglesia, y por otra parte existe la gran duda que llevaba cargando por varios meses de sentir que no estaba logrando el cambio que requería la Iglesia, mediante el camino que pensaba.

El tema es que se hace un guión y una película sobre un hecho insólito que llevaba varios siglos sin ocurrir y que nadie pensaba que se pudiera dar.

Sin duda, esto requirió una decisión difícil y valiente del papa Benedicto XVI y que conforme a las formas y procedimientos de la Iglesia lleva al cardenal Bergoglio a convertirse en papa, cuando lo que él buscaba era alejarse de los reflectores y retirarse a una pequeña parroquia.

Si algo o nada de lo que plantea la película es verdad, difícilmente lo sabremos. Sin embargo, quiero quedarme con las partes positivas de la historia, que siempre podrán ser una enseñanza de vida; claro, para aquel que lo quiera ver así.

#DesarrolloHumano

Riesgo

Nissim Mansur T.
mansurnissim@gmail.com

Por el hecho de ser mortales, siempre estamos en riesgo de dejar de existir…

¿De dónde o de qué nace el correr un riesgo peligroso? Nace de la necesidad de sobrevivir; y ya una vez satisfecha ésta, se sigue por el mismo camino torcido…

Pero aquellos seres para quienes las alternativas de vida son varias pueden escoger la que menos riesgo tenga…

No obstante, la ambición, el deseo de dinero fácil, la aceptación en ciertos círculos sociales hacen correr riesgos ilegales, tramposos, con sus negativos resultados.

De ser posible, a lo largo de la vida lo mejor de los riesgos es usar la inteligencia (si se puede) antes de correrlos y poder decidir antes, y no después…

Fácil no es, pero difícil tampoco, y sí lo más conveniente y seguro.

#Opinión #Salud

A RIESGO PROPIO

Bernardo Olvera Bolio

Insabi: ¿quién sabe?

EN UN PUEBLO AL SURESTE DE CDMX, cuando se pregunta por alguien o algo en particular y el interrogado no posee información, su respuesta es "quién sabe", pero fonéticamente suena como "quiinsabi". Esto es muy parecido a insabi. Hoy el Insabi tiene significado: Instituto Nacional de Salud para el Bienestar.

SOMOS AFORTUNADOS de que exista tal organismo. Con la perversidad de algunos operadores de la 4T, bien pudo crearse un instituto de salud para el malestar. De que se las gastan se las gastan… Por más que sería un contrasentido una institución de salud para el malestar, son capaces de pervertirlo todo con tal de que suene distinto respecto a todo lo que ya se ha hecho. El fundamento obvio es: todo lo anterior estuvo mal.

BIEN. CON INDEPENDENCIA DE lo comentado, que no pasa de lo anecdótico, retomo el tema desde la pregunta inicial: ¿quién sabe?... ¿Quién sabe de qué? Pues la pregunta formulada por varios lectores es: ¿cómo afectará el Insabi al sector y a los agentes? La respuesta dada en forma de pregunta es la que encabeza este escrito. No enredarse por favor.

¿CÓMO AFECTARÁ EL INSABI AL sector o a sus agentes? Con certeza, nadie lo sabe aún, pero eso no impide que vayamos al terreno del análisis. Breve e inicial, pero análisis al fin.

PRIMER ESCENARIO: EL Insabi no funciona. Como hasta ahora ha sido, el malhadado instituto no ha funcionado ni en la modalidad de consultas, recetas, abasto de medicinas, costos a los usuarios, etcétera. Esto incrementa la desconfianza del público, que en consecuencia irá abandonando su poca preferencia por los servicios de tal deformidad. Al sector en general esto podría beneficiarlo de manera apenas perceptible.

SEGUNDO ESCENARIO: SÍ funciona. De ser así, y sobre todo en el sentido de la gratuidad o los muy menores costos que representaba para los usuarios, el prestigio que podría ganar dicho instituto derivaría en un incremento importante de personas que prefieran utilizar los servicios que ahí se brinden, renunciando a otros esquemas e instituciones de salud. De ser así, al sector esto le podría afectar negativamente de manera apenas perceptible.

IMAGEN: EFE

TERCER ESCENARIO: SÍ funciona, pero con costos altos que antes no cobraba. Si este fuera el caso, sólo se usaría para padecimientos menores y consultas de primer contacto, máximo segundo nivel. Para mayores especialidades y complicaciones, mucha gente dejará de utilizar los servicios, por el costo. Otros, muy pocos, pensarán seriamente en contratar seguros de Gastos Médicos. La repercusión final para el sector, derivada de este escenario, también sería benéfica, pero muy poco perceptible.

¿O SEA QUE NO PASA NADA? Pues no. En términos muy generales y *por encimita*, como se acaba de señalar en los anteriores párrafos, la afectación a favor o en contra del sector sería muy menor, principalmente en seguros individuales de Gastos Médicos. ¿Y esto por qué, señor columnista? Pues…

Hay una franja social que nunca ha utilizado –ni utilizará– los seguros

HAY UNA FRANJA social que nunca ha utilizado —ni utilizará— los seguros; sean del ramo que fueren, no cuentan en general con el recurso, pero principalmente con la conciencia o cultura de previsión requerida para tomar la decisión de contratar un seguro. Éstos serán usuarios de cualquier sistema de salud gratuito; bueno o malo, van a utilizarlo: es "el que hay", y no cambiarán sus preferencias.

HAY OTRA FRANJA que, de funcionar bien los servicios, pudiera arriesgarse a utilizarlos, con el riesgo de que a la hora del estudio socioeconómico para determinar cuánto cobrarle, la resultante sea, como ya es hoy en muchos casos, que el servicio es más caro que el de los hospitales para ricos, que tienen casi en monopolio otros ricos. Estas personas, después de la desagradable sorpresa, pensarán que "no les vuelve a pasar", y seguramente *se la jueguen* sin seguro. Una mínima porción de ellos optaría por un costo cierto anual antes que por un costo contingente *improbable*, toda vez que ya les ocurrió el evento en al menos una ocasión.

EN CUANTO A LOS HOY USUARIOS del seguro de Gastos Médicos, la gran mayoría nunca se pondrá en manos de los sistemas públicos de salud. Muy pocos tendrán la intención de cambiarse, y sólo si las noticias son que el sistema funciona de maravilla y a bajos costos.

EXISTE OTRA CLASE DE PÚBLICO que nunca ha comprado seguros. Básicamente, y por la razón que sea, estas personas seguirán sin comprar seguros. De convencer a algunos, también sería una afectación favorable, menor.

UN INTENTO QUE PUEDE HACER el sector es crear microseguros de Gastos Médicos. ¿Será como siempre?... Hay muchas razones para no hacerlo: el exceso de regulación, el poco entendimiento y sensibilidad de la autoridad respecto de la misión histórica y mundial de los seguros, la exigencia de sistemas de control imprácticos, etcétera. Otras razones son las del propio sector: bajo interés por la intermediación (poca prima=bajas comisiones=poco interés de los agentes=baja venta de ese canal), pocas alianzas con distribuidores o canales para la distribución masiva, altos costos de promoción y publicidad, etcétera. Muchos impedimentos que, por conocidos, ya nadie quiere volver a discutir.

FINALMENTE, en el caso de que la institución esa funcione bien y a bajo costo, aquello a lo que pudiera afectar de manera más sensible sería a los seguros colectivos de Gastos Médicos. ¿Cuánto y cómo? Quiinsabi.

EL TORNEO DEL SECTOR EN MÉXICO

9 DE MARZO DE 2020 | Club de Golf Los Encinos

A favor de

FONDO PARA La Paz
LOGREMOS UN MÉXICO SIN POBREZA

09.03 2020

CUARTA COPA

El Asegurador®

INSCRIPCIÓN

MODALIDAD: FOURSOMES A GO-GO

POR JUGADOR **5,500** MXN

POR FOURSOME **20,000** MXN

Precios más IVA

CUPO LIMITADO

YA PUEDES RESERVAR TU LUGAR

EXCLUSIVO PARA INTEGRANTES DEL SECTOR ASEGURADOR

SI QUIERES PARTICIPAR EN EL EVENTO CONTÁCTANOS EN:

Tels.: 55 5440 7830 / 55 5440 7831

PATROCINIOS:
paola.mendoza@elasegurador.com.mx

INSCRIPCIONES:
lcalle@elasegurador.com.mx

PATROCINADORES

SomUS · 20 años PWS · Prevem seguros

AMANALI Country Club & Náutica Tepeji · América · Pichilingue Acapulco · Billpocket · Restaurant Ebden · en el green tv · El Copal · Gran Reserva · Infogolf América · telcel · TVC Networks · Ven, provoca un cambio · UD · Ultra