

www.grupoinmotion.com

**Habilitamos su Compañía de Seguros 100% en la NUBE**

**VISUALTIME**  
powered by IN MOTION

NUEVO CORE DE SEGUROS + FRONT OFFICE + CX

**EVITA RIESGOS EN LA SUSCRIPCIÓN**

CONSULTA ANTECEDENTES DE DAÑOS, ROBO Y ADEUDOS, DENTRO DE TU PLATAFORMA DE EMISIÓN

WWW.TOTALCHECK.MX

Solera | Audatex | TOTALCHECK

# El Asegurador

Publicación Quincenal <sup>®</sup>

Fundador: Genuario Rojas M.    Director General: César Rojas R.    ISSN-1561-2392    Número 848    Año XXXV    Ciudad de México, 15 de febrero de 2020



## Educación y creatividad, claves para acortar brecha en seguros

- Poner foco en obligatorios y ahorro voluntario, la apuesta
- Así lo sugiere el Servicio de Estudios de Mapfre

pág. 14

Manuel Aguilera Verduzco

## Pensiones no se rasurarán, dice el IMSS

pág. 19



SECCIONES	
EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
SE DICE...	6
Mundo del Asegurador	1
DESDE EL IMESFAC	16
REFLEXIONES	17
ESPEJITO, ESPEJITO	18
AMASFAC	20

## Llaman en Jornadas de Swiss Re a replantear oferta de Gastos Médicos

pág. 15



## Baja 11 % robo de vehículos asegurados en 2019

Recaredo Arias Jiménez

pág. 23



## Implementación tecnológica revolucionará al seguro Agrícola

pág. 21

 @ElAsegurador   
  /elasegurador.periodico   
  ELASEGURADORmx

### COLUMNISTAS



**El poder oculto de las palabras**  
Genuario Rojas  
pág. 8



**Midiendo lo importante**  
Diego Chornogubsky  
pág. 16

#Seguros #Tecnología



## A PROFUNDIDAD

## Tratamiento legal de big data en seguros

El estudio denominado *Las aplicaciones del Big Data en el ámbito asegurador y el tratamiento legal de sus datos. Una perspectiva desde el derecho internacional privado*, elaborado por el Servicio de Estudios de Fundación Mapfre, ofrece una explicación de lo que, desde la perspectiva de este organismo, se entiende por big data, elemento cuya explicación no resulta tan sencilla en vista de las diferentes posturas existentes y, en concreto, debido a las características más relevantes del concepto.

El documento hace referencia al uso de otras tecnologías, como el cloud computing y su relación con el big data, destacando las diferentes aplicaciones que puede tener tal herramienta en el entorno asegurador, así como el análisis y tarificación del riesgo en los seguros de Automóvil y de Salud.

De cualquier forma, las consecuencias legales que supone el big data, por ejemplo está la implicación en la normativa de protección de datos personales en lo relativo al cumplimiento de los principios rectores de la protección de datos, como el principio de minimización de la información y el principio de consentimiento como base jurídica para el tratamiento de dichos contenidos.

El estudio resalta el importante riesgo que supone la elaboración de perfiles y el grave impacto que éstos pueden llegar a tener en los derechos de los individuos. Tanto es así que los posicionamientos realizados por varias instituciones internacionales demuestran la magnitud del problema.

Si desea conocer A Profundidad este estudio, ingrese a [www.anuarioseguros.lat](http://www.anuarioseguros.lat) y ubique el documento en la categoría *Informes*.

## EDITORIAL

## EDUCACIÓN Y CREATIVIDAD, A ESCENA EN PENSIONES

Motivar a la sociedad para que ahorre de forma voluntaria con miras a su etapa de retiro es un objetivo añejo del Gobierno. Lamentablemente, este propósito continúa sin arrojar los resultados esperados en el país; aunque mucho se ha hablado sobre el avance en la reconfiguración de la pirámide social, en materia de edad, en el combate a las enfermedades relacionadas con ello y sobre las consecuencias que todo esto conlleva para los futuros jubilados.

Lo deseable sería que hubiera conciencia social para que millones de trabajadores de este país consiguieran llegar a la meta de retirarse con los recursos económicos suficientes que les permitieran financiar de manera digna los gastos propios de su última etapa de vida.

Sin embargo, no es así. Se ha hablado hasta la saciedad de que la mayoría de los adultos mayores están condenados a vivir pobres y enfermos, porque, dicho sea de paso, otra gran arista pendiente es la también limitada cultura en materia de prevención de enfermedades.

Hace unos días se encendieron las alarmas ante una supuesta iniciativa encaminada a recalcularse las pensiones, ante lo cual el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) emitió un comunicado en el que dejó en claro que no habrá ni disminución, ni modificación ni recálculo alguno de las pensiones, además de que éstas se seguirán considerando con base en los 25 salarios mínimos para los trabajadores cuyo ahorro se haya formado según los modelos de cotización de la ley del IMSS de 1973 y 1997.

De manera coincidente, el Servicio de Estudios de Fundación Mapfre realizó una conferencia para hablar del *Panorama económico y sectorial 2020*. En esta presentación se dijo en torno a este tema que el hecho de incentivar a la sociedad a ahorrar para su retiro, así como la tarea de fortalecer la obligatoriedad de los seguros, como ejemplo el de Autos, son requisitos inexcusables para ir cerrando la brecha de aseguramiento en México.

Dicha entidad consideró asimismo conveniente desarrollar los llamados *pilares de previsión*, como sucede en otros países, y que no son otra cosa que una pensión múltiple por medio de la cual los trabajadores reciben ingresos para dicha causa de tres fuentes diferentes: la pensión pública, por su actividad profesional y por su ahorro individual.

Formular esquemas que motiven el ahorro voluntario para el retiro es ya una prioridad, como lo es también que los sectores público y privado involucrados

en el tema pensionario diseñen estrategias, políticas públicas y condiciones de país que despierten en el trabajador la conciencia de ahorrar para su futuro.

En el discurso es claro el problema, pero en la práctica, México enfrenta un problema agudo. ¿Cómo incentivar a la sociedad para que ahorre de manera voluntaria en una economía en la que el grueso de la población percibe salarios bajos, gasta por encima de lo que gana y cuyo crecimiento a corto plazo, según se estima, no superará el 1 por ciento?



El desafío es cómo lograrlo. ¿Qué puede ser percibido como incentivo para ahorrar? ¿Qué estrategias, acciones, desarrollo de productos o incluso alianzas entre los sectores público y privado de seguros habría que gestar para conseguirlo?

Lo cierto es que pretender conseguir avances en el terreno del ahorro voluntario sin primero emprender acciones que fomenten y estimulen ese hábito, se intuye como una tarea árida y poco fructífera, independientemente del modelo o la estrategia por la que se opte para intentarlo. El resultado siempre será muy limitado si no se trabaja fuertemente en la mente y cultura de las personas. En suma, se requiere lograr su autoconvencimiento.

En ese sentido, todo indica que la apuesta central en la que habría que poner especial esmero es el esfuerzo educativo. ¿Para qué? Pues nada más y nada menos que para llamar a la conciencia, al desarrollo de hábitos y a la cultura del ahorro, y con ello inventar creativamente esquemas o modelos de ahorro ligados a algo, ya sea a compras, prevención o pago de insumos o servicios, mediante lo cual un pequeño porcentaje sea destinado al ahorro.

Si, en su mayoría, las generaciones que se jubilarán bajo los beneficios de la ley de 1973 y 1997 no tienen ante sí un panorama fácil, menos lo tendrán las posteriores a ella. Parece ser, por lo tanto, el tiempo de apostar por la educación para mover conciencias; el tiempo de reivindicar el compromiso y la creatividad de los sectores para establecer esquemas que refuercen dicho objetivo.

#Editorial

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

## FUNDADOR

Genuario Rojas Mendoza  
[genuario@elasegurador.com.mx](mailto:genuario@elasegurador.com.mx)

## CONSEJO EDITORIAL

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

## DIRECTOR GENERAL

César Rojas Rojas  
[crojas@elasegurador.com.mx](mailto:crojas@elasegurador.com.mx)

## EDITOR EN JEFE

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

## REDACCIÓN

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

## FOTOGRAFÍA

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

## DISEÑO

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

## COORDINADORA DE PUBLICIDAD

Paola Mendoza Medina  
[paola.mendoza@elasegurador.com.mx](mailto:paola.mendoza@elasegurador.com.mx)

## PUBLICIDAD

Patricia Álvarez Rivera  
Xanath Sánchez Ceballos

## ADMINISTRACIÓN

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

## SUSCRIPCIONES

Mayra Solís Tenorio  
[suscripciones@elasegurador.com.mx](mailto:suscripciones@elasegurador.com.mx)

## ASESORÍA JURÍDICA

Lic. Gerardo Trigueros Gaisman

EL ASEGURADOR, periódico quincenal con circulación entre profesionales y empresas de los sectores asegurador, afianzador y ejecutivos de la industria, el comercio y los servicios de la República Mexicana y de reserva 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. Breña 134, Col. Zacahuiztco, Iztapalapa 09440, CDMX. Tel. 5555709454

Año XXXV No. 848

Miembro activo de



Visítanos en:

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


#Catástrofes #ResponsabilidadAmbiental

## Es el hombre el principal generador de siniestros medioambientales

Alma G. Yáñez Villanueva  
[@pea\\_alma](https://twitter.com/pea_alma)

En el marco de las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, organizadas por Swiss Re, Juerg Busenhardt, senior product manager de la referida reaseguradora, refirió que entre las lecciones aprendidas de siniestros vinculados con la Responsabilidad Ambiental destacan las grandes pérdidas causadas por el hombre, que van desde contaminación súbita e imprevista derivada de fuego y explosiones hasta daño al sistema de protección del suelo, agua subterránea y superficial y a la construcción de sistemas de purificación de agua.

Al hablar sobre los aspectos estratégicos, técnicos y legales de la Responsabilidad Ambiental, título de su exposición, Busenhardt explicó que el seguro de Riesgos Ambientales es un tema complejo, tanto en técnica como en cobertura. "La cobertura Contaminación Súbita y Accidental es más fácil de manejar que la cobertura de seguro de Contaminación Gradual. Es decir, la distinción entre limpieza de contaminación existente y la prevención de una mayor contaminación es a menudo muy complicada".

Busenhardt hizo referencia también a la Contaminación Gradual, que puede ser causada por la calidad del aire interior/microbacteriana, que ocasiona daños a personas o bien pérdidas consecuenciales en hoteles o departamentos.

También puede ser ocasionada por químicos, ya sea retardadores de incendio, glifosato (pesticidas), aditivos de gasolina o fertilizantes (estiércol).

El especialista detalló que es más sencillo manejar

pólizas con base claim made (manifestación de hechos) que con base en ocurrencia. Además, las inspecciones de riesgo son importantes para evaluar la situación ambiental antes del incidente. Por otro lado, las pólizas de seguro basadas en ocurrencia no aseguran "contaminación antigua", pero pueden causar problemas difíciles de asignación si se aseguran las pérdidas que se desarrollan gradualmente.

A lo largo de su exposición, Juerg Busenhardt se refirió a las tendencias en Responsabilidad Ambiental, una de las cuales es incrementar la conciencia pública de la exposición ambiental y disminuir la aceptación pública de la contaminación. Las otras tendencias se enumeran a continuación:

- Contaminación del aire.
- Seguridad alimentaria y disponibilidad de agua potable.
- Iniciativas para el cambio climático.

En segundo término, citó el aumento en conocimiento de bienes peligrosos y capacidad para medir la relación causa-impacto. El tercer punto son los cambios rápidos en el marco legal para la protección del ambiente y responsabilidad ambiental; por ejemplo, pasar a la responsabilidad estricta y enfocarse más en la limpieza y restauración del daño al medio ambiente (biodiversidad y compensación por daños a terceros).

La última tendencia importante es el incremento en la demanda de seguros de Responsabilidad Ambiental, que son obligatorios en países como México, Corea del Sur y en algunos europeos como resultado de la ad-

ministración de riesgos ambientales u obligados por accionistas e inversionistas.

En la exposición, Guadalupe Sánchez acompañó a Juerg Busenhardt. Ella se refirió a las disposiciones administrativas para el requerimiento mínimo de los seguros.

Sánchez comentó que estas actividades deberán contar con seguros con coberturas que amparen la Responsabilidad Civil y la responsabilidad por Daño Ambiental en la ocurrencia de cualquier evento. Tales pólizas deberán cumplir con los requisitos y límites de responsabilidad que se establecen en las siguientes disposiciones:

- Compresión, licuefacción, descompresión y regasificación, así como el transporte, almacenamiento, distribución y expendio al público de gas natural.
- El transporte, almacenamiento, distribución y expendio al público de petrolíferos.
- Transporte por ducto y almacenamiento que se encuentre vinculado a ductos de petroquímicos producto del procesamiento de gas natural y de la refinación de petróleo.

Sánchez comentó que las pólizas de seguro que registren los regulados ante la agencia en términos de las presentes disposiciones deberán garantizar los límites de responsabilidad determinados para cada actividad por concepto de:

- Responsabilidad Civil.
- Responsabilidad por Daño Ambiental.

## APLICACIONES TECNOLÓGICAS

PRESENTAMOS EJECUTIVO INTELIGENTE, EL CHATBOT EXPERTO EN SEGUROS.

Soluciones tecnológicas para los sectores

FINANCIERO

ASEGURADOR

AUTOMOTRIZ

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


## EJECUTIVO INTELIGENTE

- Consulta directa al sistema de pólizas.
- Disminución de recursos humanos.
- Sensación cálida y humana.

## Debe crearse estrategia que reduzca responsabilidad financiera de siniestros con cargo al Estado



Rubem Hofliger

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

En años recientes, personas y gobiernos han absorbido enormes pérdidas derivadas de catástrofes ocasionadas —muchas de ellas— por el cambio climático y en las que el mercado asegurador no ha tenido prácticamente participación. Por lo cual, cerrar la brecha financiera entre pérdidas aseguradas y no aseguradas es de vital interés para el sector público, que busca diseñar una adecuada estrategia de administración de riesgos, incluyendo su transferencia.

Al respecto, Rubem Hofliger, Senior Risk Officer para América Latina en Swiss Re, ofreció la conferencia *Soluciones innovadoras de transferencia de riesgos para el sector público*, en la que comentó que México ha sido pionero en la materia desde 2006, cuando emitió un bono catastrófico contra un terremoto, que en 2009 renovó mejorando la cobertura: empezó con Terremoto cubriendo ciertas regiones del país, y después agregó Huracán.

En el marco de las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, organizadas por Swiss Re, el expositor destacó que ante las catástrofes naturales en materia de seguros se cuenta con soluciones de tipo indemnizatorio, bonos catastróficos y mediciones paramétricas para solventar riesgos climáticos, energéticos y agropecuarios. Incluso, dijo, ya se tiene prevista una cobertura contra pandemias.

En cuanto a los seguros indemnizatorios, Hofliger dijo que después de cada declaratoria de desastre natural el Fondo Nacional de Desastres Naturales (Fonden) paga el 100 por ciento de la infraestructura federal afectada y hasta 50 por ciento de la infraestructura local afectada. En este sentido, el pago se efectúa cuando el parámetro o índice contractualmente acordado es excedido (por ejemplo, la intensidad de terremoto o cantidad de lluvia acumulada).

Por otro lado, el especialista detalló que el seguro paramétrico es una herramienta innovadora de transferencia de riesgos para el sector público que se basa en la medida de un fenómeno natural o índice, como terremoto (magnitud/ intensidad), inundación o sequía, exceso o falta de lluvia u olas de calor o frío.

El ejecutivo de la reaseguradora suiza indicó que con este tipo de protecciones se cubren diversos activos, como escuelas, hospitales y puentes, y en ellas el

Gobierno tiene la responsabilidad social de ayudar a las personas de bajos recursos; a esa población que no puede regresar a la normalidad o a su casa por alguna inundación o terremoto o cuando el agricultor pierda sus cosechas por una helada o una inundación.

Finalmente, Hofliger se refirió a las ventajas de los seguros y los enlistó como se citan a continuación:

- ✓ Forma eficiente de hacer frente a las consecuencias financieras de los desastres naturales.
- ✓ Prima predeterminada que brinda certeza presupuestaria en la planeación anual, evitando afectar las finanzas estatales.
- ✓ Pagos rápidos, principalmente con esquemas paramétricos.
- ✓ No hay obligación de devolver las indemnizaciones, ya que los seguros no funcionan como los créditos.
- ✓ Pueden utilizarse para apalancar los fondos de desastres locales que tienen fuente anual determinada de ingresos.
- ✓ Incrementa la resiliencia de la calificación crediticia, disminuyendo el riesgo de una baja de la calificación ante una situación de desastre.
- ✓ Limita la presión de reorientar recursos de otros programas para atender los costos del desastre.

### El Sector Público absorbe una gran porción del riesgo Los presupuestos públicos son doblemente presionados



## SUSCRÍBETE A

# El Asegurador®

Recibe la publicación quincenalmente durante todo un año.

Contáctanos: msolis@elasegurador.com.mx  
Tels.: 55-3626-0495, 55-3626-0498, 55-5440-7830

www.elasegurador.com.mx

## Poner la ética en el centro del seguro fortalece la confianza de los clientes

Luis Adrián  
Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Para Alberto Correa, director de Ética y Cumplimiento en Seguros Monterrey New York Life, posicionar el valor de la ética en el centro de todas las actividades que realizan las personas y las empresas constituye el factor principal que genera confianza con los clientes y además incentiva las buenas prácticas del mercado.

En entrevista, el funcionario de Seguros Monterrey New York Life dijo también que en la actualidad la firma que representa está fomentando que la ética figure de manera contundente en el centro de la relación con los asegurados, con los proveedores y en cada una de las operaciones, hasta lograr convertirla en "una cultura del ser y el hacer que nos transforme en mejores trabajadores y vendedores de seguros, al tiempo que fortalezca las relaciones de negocio a largo plazo".



Alberto Correa

Por otro lado, Alberto Correa precisó lo trascendente que resulta fortalecer la ética de las personas dentro de un entorno en el cual el manejo de los datos personales se ha convertido en un tema altamente delicado, puesto que el resguardo adecuado de los datos que le confía un asegurado a la organización puede significar ya sea fortalecer y extender los lazos de confianza, o bien desencadenar la separación del cliente de la compañía simplemente por el mal uso de ese aspecto.

Detalló el entrevistado que la legislación de datos personales, que lleva más de 10 años en México, cada vez toma mayor fuerza e importancia para el consumidor. Para el usuario de seguros, que brinda abiertamente su información personal, es crucial que respeten esa parte de su privacidad, y en ese sentido, señaló Alberto Correa, "en esta organización nos sentimos tranquilos de que estamos haciendo un buen trabajo en cuanto al resguardo eficaz de los datos personales".

Correa señaló asimismo que para fortalecer esa parte de la cultura de protección de datos han puesto mucho énfasis en instruir mediante capacitación en torno al tema a todos sus empleados

y fuerza de ventas, de manera que se sensibilicen y tomen conciencia de la trascendencia que conllevan sus obligaciones, y no solamente frente a la aseguradora, sino también con el asesor y, por consiguiente, con el asegurado.

Alberto Correa consideró que es un hecho que todas las aseguradoras en la actualidad se enfrentan al desafío de transformarse tecnológicamente, y en ello la ética juega un papel igual de importante como lo es que ante un cambio

tecnológico hacerse acompañar por especialistas en ciberseguridad, así como en privacidad de los datos. Conjugar la ética y la tecnología favorece lograr mejores resultados.

En ese aspecto de ciberseguridad es mucho el riesgo que implica manejar y salvaguardar los datos de los asegurados. Se dice que la información es el nuevo activo clave de las organizaciones, por lo que tenemos que desarrollar los conductos, los hábitos y crear la estructura

suficiente para poder hacer esa labor sin afectar los intereses del cliente, apuntó el representante de Seguros Monterrey New York Life.

El entrevistado indicó que la ética no solamente consiste en enunciar lo que no se debe hacer, sino que debe guiar positivamente nuestro comportamiento. Para que ese conocimiento se traduzca en situaciones positivas, resulta fundamental emprender las acciones necesarias que le permitan a la organización escalar al siguiente nivel, esto es, vivir la ética, e insistir y persistir hasta que todos logren desarrollar una visión ética de las responsabilidades y objetivos del negocio.



## Cuidamos lo más importante

Con nuestros seguros cumplen sus sueños y protegen a su familia ante situaciones inesperadas.

**Insignia Life**  
El seguro de tu vida®

www.insignialife.com (55) 3088 3663 800 00 55555



## SE DICE...

Genuario Rojas M.  
@GenuarioRojas

César Rojas  
@pea\_crojas

Convocados por Som.US, grupos de profesionales ligados al reaseguro se reunieron a finales de enero en dos eventos muy particulares: la comida anual que organiza esta empresa y que se lleva a cabo en las instalaciones de Reaseguradora Patria y una jugada de golf con la participación de reaseguradores locales y procedentes de diversos países de América Latina.

Som.US reúne en un único grupo la más completa consultoría y canal de distribución de seguros y reaseguros de la región, y su finalidad es simplificar y facilitar el acceso a productos aproximando ofertas y demandas y conectando a clientes, corredores directos, aseguradoras y reaseguradoras para encontrar soluciones a necesidades específicas y garantizar los mejores resultados.

El evento se llevó a cabo incorporando la celebración de aniversarios de las firmas TBS y Summa Re, que son grupos de intermediación de reaseguro; y en ese marco se dio a conocer a todos los presentes la intención de reforzar la Semana del Reaseguro en México para efectuarse en enero de cada año, todo ello con el apoyo de EL ASEGURADOR.

Pasando a otro tema, diremos que —como ya es tradicional a principios

de cada año— reporteros y columnistas de EL ASEGURADOR se reunieron para compartir el pan y la sal en un comida en la que no faltaron las risas y las carcajadas ni, sobre todo, los comentarios relacionados con los retos que el periodismo y la comunicación tienen hoy en día cara al futuro.

¿Cómo ir más allá de las “costumbres y tradiciones”, tanto en materia de cobertura de eventos como respecto a entrevistas y análisis de documentos, muchas veces producidos por verdaderos expertos, para impulsar con ello el crecimiento y desarrollo de los sectores asegurador y de garantías? El desafío pudiera parecer fácil, pero hay verdaderas creencias limitantes, y están muy arraigadas.

Otra reunión que cabe mencionar es la efectuada a principios de febrero por el grupo conocido como ASEG, que aglutina a exdirectores generales y directores generales de empresas de los sectores de seguros y de fianzas y entidades relacionadas. Fue la primera del año y, por el nivel y lo nutrido de la concurrencia, se advierte que hay varios puntos que les llaman la atención.

Siempre es interesante escuchar de primera mano a todos aquellos que expresan su sentir abiertamente ante sus pares sobre puntos relacionados con las



La ASEG, grupo que aglutina a exdirectores generales y directores generales de empresas de los sectores de seguros y de fianzas y entidades relacionadas, efectuó su primera reunión del año

actividades a las cuales han entregado su vida profesional o empresarial; y más en estos tiempos, en los cuales los factores críticos que facilitan tomar decisiones asertivas se están moviendo, en especial por la política.

Las preocupaciones han llamado a los personajes reunidos en las comidas organizadas al amparo de ASEG a explorar ideas que antes no generaban mayores inquietudes. Al margen del acomodamiento natural que se da en todas las industrias, en seguros y fianzas los temas que se deben abordar no son solo técnicos o políticos de industria, sino que tienen proyecciones hacia todo lo que afecta al país entero.

Y es que, pasando a otro orden de ideas, no basta ya, para hacer crecer y desarrollar las instituciones del seguro

de la fianza, con atender los asuntos propios del riesgo y su manejo desde un punto de vista tradicional, sino que existe el reto de simplificar lo que se comunica al público usuario, que se las ve con contratiempos emanados, muchas veces, de la oscuridad de la terminología.



Falta muy poco tiempo para que salga humo blanco de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) y se conozca quién sucederá en el cargo de presidente a Manuel Escobedo Conover. Mientras, Escobedo Conover será conferencista en desayuno de la Amasfac Ciudad de México

A veces hay preguntas que parecen perogrulladas. Un ejemplo lo vimos en la presentación que el Servicio de Estudios de Mapfre, dirigido por Manuel Aguilera Verduzco, hizo del trabajo denominado *Panorama económico y sectorial 2020*, donde se pronosticó un crecimiento de 0.9 por ciento para la economía del país y de 8 por ciento para el sector asegurador.

Alguien preguntó que cómo era posible que algo así sucediera. La explicación se dio en el sentido de que en un país desarrollado el seguro vive una saturación, en tanto que en uno subdesarrolla-



Som.US llevó a cabo su acostumbrada comida anual en las instalaciones de Reaseguradora Patria, con la participación de reaseguradores locales y procedentes de diversos países de América Latina. En la imagen, de izquierda a derecha, Francisco Martínez Cillero, Alejandro Serrano, Alejandro Padilla, Mario Beltrán y Francisco Martínez del Río



El 9 de marzo de 2020 se realizará la Copa El Asegurador, evento realizado por esta casa editorial y que tendrá como escenario el Club de Golf Los Encinos, ubicado en el Estado de México. El evento está abierto a todo aquel que trabaje en los campos del seguro y de la fianza

fungir como orador en el desayuno de la Sección Ciudad de México de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), el 20 de febrero del año en curso. Esa mañana compartirá el escenario con Juan Carlos Lugo, vicepresidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías (AMIG).

Pasamos a otros asuntos para comentarles que el 9 de marzo de 2020 tenemos una cita con ustedes en el Club

de Golf Los Encinos, allí, en el Estado de México, para participar en la Copa El Asegurador. El evento está abierto a todo aquel que trabaje en los campos del seguro y de la fianza. Así que contáctennos vía Lisbeth Calle García, cuyo correo es lcalles@elasegurador.com.mx

Más allá de que sus hándicaps estén por las nubes, lo atractivo de la jornada será reunirse con amigos y colegas para estrechar lazos amistosos y profesionales jugando bajo un formato que privilegia el desempeño como equipo. También habrá una comida, en la que, como todos saben, reina la camaradería. Claro, no hay que desestimar los premios al Hole in One, los Oyeses y otros más. Así que... ¡a inscribirse ya!

No olviden seguirnos en twitter @elasegurador



## ¿El auto de tu cliente ocasionó daños a su patrimonio?

La **Cobertura de Responsabilidad Civil Cruzada** cubre cualquier imprevisto o daño que pueda ocasionar tu cliente a sus bienes, autos, propiedades o familiares, con el vehículo asegurado.

Para mayor información, contacta a tu ejecutivo de cuenta. Aplican Condiciones Generales de la Póliza.



Qualitas  
Aseguramos autos  
cuidamos personas

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

do la brecha de aseguramiento es tal que siempre hay espacio para la venta, para la captura de mercado. Cosas muy simples indican la necesidad de comunicar más y mejor.

En terrenos de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) diremos que su director general, Recaredo Arias Jiménez, se reunió con representantes de medios de comunicación para reportar cifras de robo y recuperación de vehículos asegurados robados, dando a conocer que en el primer año del presidente Andrés Manuel López Obrador el robo estuvo a la baja; en tanto que, en números relativos, la recuperación de unidades aseguradas robadas se mantuvo en el mismo nivel de 2018.

Ahí mismo, Arias Jiménez comentó la participación de la AMIS en una de las mesas instaladas por el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) cuyo propósito es trabajar con las autoridades para tomar medidas que se conviertan en acciones coordinadas para reducir el delito en general. A esas mesas de trabajo quien más asiste, dijo, es Carlos Jiménez, responsable de Daños y Autos en el organismo.

Por cierto, ya casi es hora de que salga humo blanco de la AMIS, que dará a conocer quién sucederá en el cargo de presidente a Manuel Escobedo Conover, el cual ha llevado las riendas del organismo en los años recientes y ha reintroducido el tema de la administración de riesgos en las esferas del seguro privado y del gobierno federal. Mientras eso ocurre, este dirigente sigue cumpliendo con las tareas propias del puesto.

Una de esas responsabilidades de Escobedo Conover, se lo recordamos, será

Repasando en fechas recientes la obra titulada *La seducción de las palabras*, me quedé pensando en los discursos políticos y económicos que solemos vivir no solo como reporteros, sino como ciudadanos. En su obra, Álex Grijelmo hace lo que llama "un recorrido por las manipulaciones del pensamiento".

Ya desde su inicio, el contenido advierte al lector que "nada podrá medir el poder que oculta una palabra", y menos, por supuesto, cuando ésta se combina con otras con el propósito de presentar ideas de una forma que el receptor sea víctima de su propia historia, de creencias que lo llevan a interpretar a su modo la información que recibe.

Habla el libro de sonidos seductores, de palabras de amor, de símbolos de la publicidad, y entra luego en terrenos de la contradicción eficaz, las palabras grandes, las palabras largas, las metáforas mentirosas, las ideas suplantadas..., y en el capítulo encargado de analizar el poder de las palabras se enfoca en los "transmisores poseídos". ¿Qué es esto? Lo veremos líneas adelante.

Cuando el texto habla sobre los transmisores poseídos, se refiere sobre todo al conjunto de aquellos que, dice, ejerciendo el periodismo terminamos acomodándonos a la forma en que estructuran y comparten sus mensajes quienes están el poder, ya sea económico o político, y todo ello con un lenguaje que no informa, sino que manipula.

El autor apunta: "La seducción y la fascinación (la primera precede a la segunda) puede servir, pues, tanto para fines positivos como negativos... Pero, en cualquier caso, se producen dulcemente, sin fuerza ni obligación, de modo que el receptor no advierta que está siendo convencido o manipulado, para que no oponga resistencia".

Y es que cada sílaba tiene una misión,



# VIVIR SEGUROS®

con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

## El poder oculto de las palabras



señala Grijelmo. Y ejemplifica: "Las sílabas hacen que *patraña* sea más grave que *mentira*; y *mentira* (con su fámélica *i* resaltada), menos que *embuste*, y dejan en venial la acusación de 'falsear la verdad' frente al contundente insulto sonoro de la *manipulación*".

Pero ¿cuántos nos detenemos a evaluar la fuerza que encierra una letra, una

sílaba, una palabra? Tan habituados estamos a escuchar ciertas palabras que antes de que alguien termine de hablar nosotros ya hemos completado la frase, sin que escapen de ello los vocablos combinados que aparentemente expresan mucho, pero dicen poco.

Va el autor por un ejemplo básico: se habla de *caída del empleo*, en lugar de tratar este fenómeno como *aumento del desempleo*; y, así, nos encontramos con "crecimiento negativo" y otras combinaciones que podemos escuchar o leer cada mañana en los discursos presenciales o en los diarios. Finalmente, quienes escribimos no nos salvamos de caer en el juego de los que nos hablan cotidianamente desde una posición de poder.

¿Cuántas veces hemos escuchado "reajuste de personal", en lugar de "despidos", por ejemplo? Escuchemos con atención las palabras y su combinación cuando un político o un líder empresarial o un vocero hablen, y nos daremos cuenta de todo lo que puede encerrar su mensaje, que solo podemos entender si

### #Opinión #Seguros

uno se detiene uno un momento a pensar.

Así, en un mundo en el que pocas cosas se plasman con claridad, terminamos todos leyendo "entre líneas", una habilidad que, por cierto, tampoco está exenta del riesgo de ser manipulado. Se precisa *aprender a pensar*, como ha sugerido muchas veces y de varias formas el escritor Edward de Bono.

Sin embargo, hoy en día las prisas nos ganan. Y, así como muchas cosas "son para ayer", la lectura de libros y de otros textos serios también se va aplazando indefinidamente. Los espacios para la reflexión prácticamente no existen para la mayoría. Solo unos cuantos pueden darse el lujo, y se lo dan, de hacer un alto y pensar, reflexionar, examinar.

Y nos dejamos llevar, incluso arrastrar, sobre todo si aquel que nos comunica algo ha recurrido al conocimiento que ya existe sobre nuestra manera de recibir los mensajes. Así, frases hechas, muchas veces corrientes, pero finalmente seleccionadas, terminan llenando nuestros días e influyendo también en nuestro pensamiento.

Diríase que todo esto resulta inofensivo, pero no es así. Incluso en el círculo cercano, amanecer con una persona tóxica puede deshacernos el día casi al comenzar, algo que, lastimosamente, se agrava si la víctima es un menor que no encuentra enseguida un elemento que lo catapulte de esa circunstancia sacándolo de la incomodidad o, peor aún, de la depresión.

Puede haber un gran espacio para no caer en el juego de las palabras que escuchamos o leemos, esas palabras que contienen tintes de manipulación consciente o inconsciente, y ese espacio sería el de la reflexión, de manera tal que es muy recomendable que no vivamos reaccionando, sino que pensemos y consideremos tanto el fondo como la forma.

¿Y qué hay de los "transmisores poseídos" mencionados al principio de esta entrega? Pues esa expresión de Grijelmo se refiere, nada más y nada menos, a los que se desempeñan como reporteros. ¿Cuántas veces no hacemos sino "copia y pega", en lugar de analizar el tema y escribir como se debe, es decir, precautionando caer como víctimas de los discursos malintencionados?

Léannos —y lean a los demás— con la sospecha que merecen los textos entrecuillados y la combinación de palabras trilladas, tanto expresadas por las fuentes como aportadas por el autor. Hoy más que nunca son necesarios los espacios de reflexión.

### #Seguros #Tecnología

## Evalúan la conveniencia de agrupar los ataques cibernéticos en un nuevo ramo de seguros

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

Las eventualidades de índole cibernética cada vez son más frecuentes tanto en empresas como en personas; pero, por ser un concepto nuevo y totalmente diferente de lo que se observa hoy en Daños, resulta imperativo que sea tratado como un nuevo ramo, con el objetivo de diseñar coberturas especializadas en la administración de los riesgos asociados a los activos digitales, principal valor de las aseguradoras en la actualidad.

Esta aseveración fue parte de las consideraciones de Fernando Ibarra Posada, director del área Jurídica de Grupo Nacional Provincial (GNP), durante su participación en las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, organizadas por Swiss Re. El ponente además sostuvo que en estos momentos los cuestionarios para suscribir seguros cibernéticos son muy básicos y pierden de vista el cúmulo de riesgos, que siguen creciendo exponencialmente.

"El riesgo cibernético no debe ser subestimado, considerando que la frecuencia y severidad de los ataques están incrementándose como consecuencia de la irrupción de hackers que son cada vez más expertos en delitos digitales. Además, éste es un riesgo que muchas veces tenemos en nuestros sistemas; pero, como es silencioso, ni cuenta nos damos, y solo nos enteramos de su existencia en el momento en que sucede el siniestro", afirmó Ibarra Posada.



Fernando Ibarra Posada

El abogado especialista también indicó que uno de los aspectos más importantes que se debe considerar en el entorno cibernético es la cuantificación de sus peligros y el valor que a éstos se les pueda otorgar, debido a que las empresas son atacadas por delincuentes cibernéticos primordialmente para robar los datos personales de los clientes.

"El principal activo de una aseguradora no es el dinero; son los datos personales de cada uno de sus clientes, y en el momento en que éstos contenidos son secuestrados y se hacen públicos nos adentramos en un problema gravísimo. Por ello debemos profundizar y como especialistas validar la pericia que cada uno de nosotros debe ir adquiriendo

para manejar todos los conceptos que nos generará este nuevo ramo", subrayó Ibarra Posada.

Para finalizar su intervención, el director jurídico de GNP señaló que actualmente existen ajustadores que son expertos tecnológicos y que la mayoría de los que se encuentran en las áreas de Ciberseguridad son especialistas informáticos que saben cómo identificar, reconocer y encontrar un malware (código malicioso) dentro de los sistemas de cómputo.

"Normalmente, el que genera el siniestro cibernético es un experto en tecnología, pero es ahí donde el ajustador especialista va a determinar con sus avanzados conocimientos toda la situación y detectar la afectación que pueda generar el virus que sea esparcido en los sistemas. Con esto no quiero decir que el ajustador experto que hoy usamos vaya a desaparecer, sino que su labor estará más dirigida a determinar los daños económicos y su alcance dentro de la empresa", cerró Ibarra Posada.

Los cuestionarios para suscribir ciberseguros son muy básicos y no abarcan el amplio abanico de riesgos, afirma Fernando Ibarra Posada

**EL AGUILA**  
COMPAÑIA DE SEGUROS

SEGURO  
EL MEJOR TRATO

**Comisión Básica hasta 20%\***  
\*Desde la primera póliza (Negocio Nuevo y Renovación).

**Nuestro Seguro para Automóviles ofrece:**

- 100 COBERTURA**: No se paga deducible en los DOS primeros accidentes.
- Ter-ssa**: La primera cobertura contra Terceros Sin Seguro de Auto.
- Auto de Repuesto**: Si el auto estará en reparación, damos un Auto de Repuesto por 5 días.

Ciudad de México • Monterrey • Guadalajara • Puebla • León • Mérida

agentes@elaguila.com.mx

elaguila.com.mx

PROPORCIONANDO SOLUCIONES  
A LA MEDIDA

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

**Médica Vial**

24 hrs  
365

SOMOS ESPECIALISTAS EN CONTENCIÓN DE COSTOS

## Es común que las improcedencias de reclamaciones de fianzas sean por ignorancia o abuso del beneficiario

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Desconocimiento del proceso y requisitos para reclamar el pago de una fianza, así como renunciar a la cláusula de proporcionalidad del contrato por parte del fiado, son algunos de los factores recurrentes que hacen improcedente el pago de la reclamación de una garantía y que además indebidamente distorsionan la imagen del sector afianzador ante el beneficiario, el cual, ante la improcedencia del reclamo por las circunstancias ya descritas, percibe a la fianza como un instrumento que busca cómo no pagar.

En el marco de las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, organizadas por Swiss Re, José Antonio Espinoza y Francisco López señalaron lo anterior al compartir con los asistentes algunas de las claves para ejecutar adecuadamente el pago de una reclamación de esta naturaleza.

Los expositores destacaron cinco puntos para facilitar la procedencia de la reclamación y anular con ello la creencia de que este instrumento no funciona:



José Antonio Espinoza



Francisco López

1. Recomendarles a los clientes que cumplan el contrato conforme a los plazos, tiempos y características que se acordaron, o de lo contrario el garante no les va a pagar.
2. Cuando se presente una reclamación, ésta debe hacerse dentro de los 180 días que se establecen en el contrato.
3. Si dentro del periodo de vigencia de la fianza requieren gestionar prórrogas o ampliación de tiempos, sugerir que se pare la obra hasta obtener el endoso respectivo que acredite tal solicitud.
4. Revisar que la solicitud de pago tenga concordancia con lo establecido en el contrato.
5. Que el beneficiario le solicite a la afianzadora una lista detallada de los documentos que debe presentar. La cercanía y la comunicación son fundamentales para agilizar el objetivo.

Por otro lado, Espinoza y López coincidieron en señalar que tanto el bróker como la afianzadora tienen la obligación de ofrecer asesoría y capacitación tanto al fiado como al beneficiario acerca del producto que venden. De esa manera habrá mucha más claridad en cuanto a qué debe hacer cada quien para lograr la procedencia en el pago de una reclamación.

José Antonio Espinoza y Francisco López precisaron que renunciar a la cláusula de proporcionalidad, por ejemplo, es una práctica que inevitablemente va a causar improcedencias a la hora de una reclamación, ya que podría traducirse en una práctica a todas luces abusiva consistente en que, ante el incumplimiento del contrato, el afectado quiera cobrar la totalidad de la obra, cuando ésta ya está avanzada, en vez de exigir solo el pago de la parte proporcional que falta concretar.

En tal sentido, agregaron, la fianza es un instrumento que jamás fue diseñada para encontrar el camino de no pagar, sino para garantizar el cumplimiento de las obligaciones del fiado ante el beneficiario pero siempre precisando las razones para hacerlo con base en el principio de equidad: a cada quien lo que le corresponde. Se incumplió tanto, te pagamos eso.

Finalmente, los expositores hicieron un llamado a acercarse a las partes para establecer en el contrato qué desean garantizar y ante qué escenarios pretenden blindar el procedimiento del cobro de la garantía. Abrir los canales de comunicación aclara enormemente el camino hacia la procedencia de una fianza, concluyeron.

## Protestas sociales en Latinoamérica obligan a aclarar coberturas por riesgos políticos

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

Las manifestaciones de orden público que recientemente sacudieron a Chile ocasionaron que muchos de los seguros que cubrían los daños materiales en inmuebles y sus contenidos experimentaran inconvenientes en el momento de la reclamación, debido a cláusulas confusas y ambigüedades en los contratos; por ese motivo, sería recomendable revisar las definiciones, exclusiones y limitaciones de las coberturas asociadas a riesgos políticos, de manera que el asegurado no quede a la deriva frente a un polvo social que es cada vez más frecuente, severo y que se extiende por todos los países de América Latina.

El anterior planteamiento corresponde a Sebastián Mardones, gerente del área legal y corporativa del Estudio Jurídico Goñi & Cía, durante una plática que ofreció en conjunto con Aarón Martínez Marchant, gerente técnico en SGC Ajustadores, denominada *La violencia social en Chile y sus efectos en seguros*, que fue parte del programa académico de las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, que organizó Swiss Re.

Mardones señaló que el sector asegurador latinoamericano acusa un importante grado de imprecisión respecto a cómo se entienden los riesgos políticos y sociales, una situación que, según dijo, ha provocado que en algunos casos no se atiendan con agilidad las reclamaciones por daños causados por conmoción civil o tumulto popular.

"Respecto a los conceptos y definiciones que se utilizan en las coberturas asociadas a determinados riesgos políticos y sociales, es incuestionable que existe un grado de impresión importante. Todo esto ocurre porque se trata, en suma, de situaciones y circunstancias que son difíciles de determinar; sin embargo, lo que debe prevalecer en el proceso de reclamación, más allá de la complejidad de los eventos, es el sentido común en la labor de ajuste", explicó Mardones.



Aarón Martínez Marchant

Mardones detalló que en Chile la responsabilidad de analizar las definiciones, exclusiones y limitaciones de las coberturas recae sobre los ajustadores, tal como sucede en la industria aseguradora mexicana. En tal sentido, subrayó

que en aras de una mayor transparencia en la labor de ajuste, y frente a la posibilidad de que la naturaleza violenta de los disturbios se repita en otros países de América Latina, el profesional del peritaje está obligado a laborar bajo un estricto marco técnico que fundamente su actuación y procedimientos.

El experto en derecho apuntó que, pese a las múltiples controversias derivadas de las reclamaciones que generaron las protestas vividas en el país sudamericano, han sido pocos los casos que produjeran un litigio serio entre los usuarios y las aseguradoras.

### Un evento catastrófico y de costo millonario

Por su parte, Martínez Marchant recordó que las protestas que pusieron en jaque al gobierno que preside Sebastián Piñera tuvieron como origen el rechazo al incremento del pasaje del metro de Santiago (aumento de 3.75 por ciento) en las horas pico. Detalló que, pese a que dicha medida fue anulada, las manifestaciones se radicalizaron en la capital, norte y sur de este país, al punto de que el jefe de Estado se vio obligado a decretar el estado de emergencia.

Las violentas protestas, prosiguió Martínez Marchant, provocaron que cientos de miles salieran a las calles del país andino. Entre los daños más significativos destaca el incendio del edificio de la compañía Enel, originaria de Italia y encargada de distribuir la energía eléctrica. También centenares de comercios pertenecientes a la pequeña y mediana empresa, agencias de autos nuevos, farmacias, cadenas de supermercados y sucursales bancarias sufrieron afectaciones. Encima, afirmó, más de 100 estaciones pertenecientes al ferrocarril metropolitano quedaron fuera de operación por los actos vandálicos.

El directivo de SGC Ajustadores especificó que el estallido social en Chile generó pérdidas millonarias para la industria aseguradora de ese país. Indicó que los daños asegurados en el metro de Santiago ascienden a 380 millones de dólares; sin embargo, aclaró, las pólizas adquiridas por este sistema de transporte no brindan cobertura a las estaciones ni tampoco a los trenes en tránsito.

Martínez Marchant subrayó que las protestas en Chile generaron que más de 300,000 puestos de trabajo se perdieran. Declaró asimismo que la pequeña y mediana empresa de esa nación fue el segmento productivo más afectado. "Los microcomerciantes se vieron obligados a interrumpir su actividad, ya que corrían el riesgo de que les incendiaran sus locales o fueran víctimas de un saqueo", amplió.

En concreto, Martínez Marchant informó que, producto de las protestas en Chile, las pérdidas aseguradas totales ascienden a 2,000 millones de dólares. Aseveró que han sido solventadas 7,500 reclamaciones y que el costo promedio de cada siniestro supera los 300,000 dólares.

Por último, Martínez Marchant afirmó que las protestas en Chile en la actualidad no han cesado; por lo tanto, se trata de un conflicto social en pleno desarrollo, lo que ha ocasionado, lamen-



Sebastián Mardones

tó, que la imagen próspera de uno de los países con mayor crecimiento en América Latina se haya escumado.

"Nadie se imaginó que este evento ocurriría. Es importante resaltar que las protestas continúan y todos los días algo nuevo se destruye, no solo en Santiago, sino también en otras regiones importantes, como Concepción, Valparaíso y Viña del Mar. Lo más lamentable es que un gran porcentaje de las pérdidas económicas serán indemnizadas por medio de impuestos que saldrán de los bolsillos de los ciudadanos", finalizó Martínez Marchant.

*La naturaleza violenta de los disturbios en la región orilla a que el ajuste se realice bajo un estricto marco técnico*



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

f t in

@SeguTrends | Segutrends



SÚBETE AL RING

3, 4, 5 Y 6 JUNIO 2020 GDMX MÉXICO

PRIMERA CAÍDA

Sesiones de Grupos de Trabajo de la Asociación Internacional de Derecho de Seguros (AIDA) y del Comité Ibero-latinoamericano de la Asociación Internacional de Derecho de Seguros (CILIA)

SEDE: HOTEL PRESIDENTE INTERCONTINENTAL

subetealring.org  
Teléfono: 55 1102 3570

MEDIA PARTNER  
El Asegurador

## Para ser competitivas, aseguradoras deben perderle el miedo a la creatividad

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

Ante una transformación sin precedentes del mercado y frente al drástico cambio que experimenta la sociedad en materia de hábitos de consumo, resulta vital que las aseguradoras pierdan el miedo a procesos como la creatividad y la innovación si realmente pretenden seguir siendo competitivas en el corto plazo, de modo que consigan un crecimiento sostenido en términos de rentabilidad.

Así lo señaló Clara Kluk, fundadora del Grupo Piensa, consultora especializada en desarrollo organizacional, entrenamiento creativo e innovación, al dictar una conferencia titulada *Creatividad y su impacto en la organización*, que formó parte de las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, organizadas por Swiss Re. En dicho evento, la expositora reveló que apenas 15 por ciento de las empresas a escala global lleva a cabo procesos para fomentar la creatividad entre sus colaboradores.

Por lo anterior, Kluk exhortó a las instituciones de seguros a no caer en el costoso error de subestimar la creatividad, ya que se ha comprobado que los equipos multidisciplinarios que la adoptan como una práctica habitual son más innovadores, ingeniosos y consiguen mejores resultados.

“Si la alta dirección de las aseguradoras no acepta la innovación y el cambio

como un proceso transversal e inaplazable, será muy difícil que evolucionen y sobrevivan a un mundo y mercado que exige productos y servicios ágiles y diferentes”, explicó la fundadora del Grupo Piensa.

Para que el capital humano de las organizaciones, dijo Kluk, pueda aprovechar su potencial creativo, es indispensable que los líderes de cada departamento consideren las ideas de sus colaboradores y, más aún, tomen en cuenta su opinión. Solo así, agregó, se dará solución a problemáticas internas, de modo que se dejen atrás posturas y mentalidades que inhiben la innovación en los espacios corporativos.

En opinión de Kluk, en la actualidad hay casos contundentes de organizaciones que confirman que sí es posible confeccionar soluciones diferenciadas y sobresalientes; sin embargo, puntualizó que más allá de los importantes esfuerzos que se han llevado a cabo en muchas industrias, incluyendo la aseguradora, solo unas cuantas empresas han conseguido crear productos y servicios realmente innovadores, lo que confirma que los procesos creativos no son concebidos aún como motor del desarrollo corporativo en muchas empresas.

### La especialización marcará la diferencia

Durante su exposición, la directiva de Grupo Piensa alertó que la digitalización provocará cambios categóricamente drásticos en las organizaciones y en las profesiones en el futuro próximo. Detalló asimismo que la puesta en marcha de algoritmos sofisticados sustituirá a 140 millones de trabajos especializados en 2023 a escala mundial. Además, advirtió que disrupciones como la robótica y la inteligencia artificial no serán utilizadas solamente para labores rutinarias y repetitivas.

Frente a esta realidad, Kluk sostuvo que todas las labores que tengan como eje medular la creatividad seguirán siendo insustituibles en el corto plazo. Instó en su plática a todos los miembros de la extensa cadena de valor de los seguros, en especial a los agentes, a realizar su trabajo con un alto valor y especialización, con el objetivo de que sigan siendo útiles e irremplazables ante la metamorfosis indubitable que experimenta la sociedad.



Clara Kluk

“La creatividad, la inteligencia emocional y la capacidad para adaptarse con flexibilidad a los cambios se perfilan como los principales factores que permitirán que cualquier profesional siga siendo insustituible. Recuerden, las máquinas pueden imitar cualquier actividad humana, menos aquellas que requieren creatividad, resolución de problemas e innovación”, abundó Kluk.

### Creencias que restan

Kluk aseveró que el primer paso para llevar a cabo un proceso organizacional creativo y eficaz estriba en no juzgar negativamente ni estigmatizar las nuevas ideas. Al respecto, vaticinó que aquellas organizaciones que se nieguen a implementar estrategias novedosas impulsadas por la creatividad nunca podrán ser innovadoras; por lo tanto, predijo, quedarán rezagadas.

“Para poner en marcha procesos creativos dentro de las organizaciones se necesita forzosamente un cambio drástico en la mentalidad. En definitiva, si la alta dirección no está dispuesta a tomar riesgos, la creatividad y la innovación no emergerán”, expresó la especialista en entrenamiento creativo.

Kluk subrayó que muchas organizaciones en la actualidad se debaten en-

tre proyectar una imagen corporativa sólida o reaccionar con velocidad a los cambios que experimenta el mercado. Afirmó que la estrategia que permitirá a cualquier compañía marcar una diferencia en lo que se refiere a su propuesta de valor gravita en la agilidad que tenga cada uno de sus colaboradores para ser innovador, desde su trinchera, sin importar el cargo que ocupe.

Kluk aclaró que cualquier proceso creativo que se impulse en los espacios corporativos carecerá de eficacia si no se considera al cliente como piedra angular de cualquier transformación que apunte a crear una oferta que realmente se centre en el consumidor.

Por último, Kluk insistió en que la innovación es mucho más que una simple tarea cotidiana dentro de las empresas; por eso, instó a las aseguradoras a concebir esta práctica como un proceso estratégico en el que se deben analizar aspectos como el contexto político y social de un país, sin perder de vista que es obligatorio estar dispuesto a romper viejos paradigmas.

“No es cierto que la innovación es un proceso que desde el punto de vista de la rentabilidad no genera dividendos positivos. Les puedo asegurar que el éxito que alcanzan las organizaciones gracias a la creatividad es magnífico, sobre todo porque, si se tiene un método y se desarrolla constantemente, dicho proceso creativo deja de ser abstracto, de manera que se crearán productos y servicios que solucionan problemas”, concluyó Kluk.

**Patrones de pensamiento establecidos, principal inhibidor de la creatividad en seguros, afirma Clara Kluk**

### Mitos y realidades de la creatividad



Es falso que la creatividad es el resultado de un talento innato.



La creatividad es consecuencia del esfuerzo, la disciplina y la dedicación constante.



Es erróneo pensar que la creatividad está principalmente asociada al arte. La creatividad existe en todas las esferas de la vida.



No es correcto afirmar que la creatividad no se puede enseñar. La creatividad puede ser aprendida por medio del entrenamiento.

### Seis habilidades de pensamiento para la solución creativa de problemas en seguros

1



Identifique que tiene un problema que resolver.

2



Recopile datos.

3



Aclare más el problema.

4



Genere ideas y luego seleccione las mejores.

5



Diseñe soluciones.

6



Implementelas.



## KICK OFF GENKÔ 2020

### La transformación

## Incentivos 2020... ¡a la medida!

General de Seguros y General de Salud llevaron a cabo el pasado 16 de enero en el Centro Citibanamex el lanzamiento de sus Incentivos "GENKÔ 2020" (palabra japonesa que significa un viaje sin retorno), a través del cual, proponen nuevas experiencias que fomenten conseguir la mejor versión de toda su Fuerza de Ventas.

Ricardo Sinencio, Director Comercial Canal Tradicional, refrendó la importancia de este evento, que se traduce en incentivos fácilmente alcanzables y diseñados especialmente a la medida de cada Agente, permitiéndoles mayores oportunidades de participar y ganar.

Incentivos Genkô 2020 incorpora nuevos viajes, reconocimientos y premios en sus 3 novedosas categorías de Agentes: Junior, Senior y Master.

Además de los Bonos e Incentivos anuales se lanzaron las bases para el 1er. Concurso 2020, el Club HG, Esculturas por Producción, Premios por Antigüedad y Capacitación, así como para la MDRT (Million Dollar Round Table).

Para cerrar el evento, Juan Ignacio Gil Antón, Vicepresidente División Seguros, agradeció a los Agentes su presencia y destacó el propósito que tiene la compañía de ser la mejor opción para ellos, para los clientes y para la industria, con el objetivo siempre de brindar un mejor servicio y protección a sus Asegurados.

Donde tú estés...  
**estamos Contigo**





# Club de Empresarios en Seguros, A. C.

Febrero será el mes para presentar a los agentes de seguros y fianzas, funcionarios, proveedores, autoridades y asociaciones el proyecto que pretende acercar a los relacionados con el sector las herramientas empresariales que les pueden ser necesarias y útiles para iniciar, fortalecer y desarrollar su iniciativa y visión como empresarios.

Luego de años de interactuar con asesores de todo el país y algunos de otras partes del mundo, he tenido el gusto de enterarme de sus necesidades y además conocer a empresas y personas que les han podido apoyar con elementos tecnológicos, legales, contables, administrativos y muchas más áreas pertenecientes a su contexto empresarial, y he tenido el gusto de aconsejarlos y ver cómo en su gran mayoría han funcionado.

Así las cosas, y escribiendo (como prometí) para este año en términos de futuro más que de análisis de lo acontecido, hoy tengo el gusto de presentarles el Club de Empresarios en Seguros, A. C., institución que contará con una serie de socios oferentes de servicios empresariales a sus usuarios y que pretende complementar y aportar a la sociedad las herramientas para su evolución y desarrollo, al conjuntar a oferentes de reconocido prestigio con los asesores, promotores y todo aquel que en el sector asegurador y afianzador desee pensar emprendedoramente, empresarialmente, e incluso como el nuevo término acuñado para los que, siendo empleados, piensan con visión empresarial: los intrapreneurs.

La fecha de su anuncio a la sociedad a la que servirá es reflejo y simbolismo de uno de sus principales valores: el amor.

## Una necesidad patente

Como mencioné, durante mis viajes por todo el país y conociendo a los asesores en sus diversas etapas de desarrollo y madurez pude ir detectando que hay más que la certificación o conocimientos técnicos que se reciben por muchos medios, incluyendo la plataforma [www.soyagenteactualizado.com](http://www.soyagenteactualizado.com) que por cierto para estas fechas ya formó una alianza estratégica con este medio y juntos impactan y comunican a más de 20 000 asesores directamente en sus plataformas conjuntas.

Existe más también que la formación y capacitación en ventas, que es un principio rector de nuestra industria (y que a mi juicio debería incluirse en toda formación profesional o técnica), para llevar en un continuo de evolución y creación a los asesores, instituciones, promotorías, asociaciones y todos los participantes en esta gran orquesta empresarial que es parte viva de la sociedad y generadora de recursos para el bienestar y el bienestar de sus individuos.

Por ello, buscaremos también establecer lazos de unión y apoyo con las diversas asociaciones, autoridades y referentes del sector para apoyar su crecimiento y potenciar la gran labor que durante años han desarrollado para instituciones y agentes en nuestra patria.



## Una plataforma ágil

Su operación con base en menús de servicios y el poder tener acceso a una cuponera electrónica para acceder a ellos es la oferta fundamental de su operación. Así, los socios de este club podrán tener decenas de oportunidades de probar, consultar y usar los servicios de los oferentes y además tener acceso a sus productos y servicios con condiciones preferenciales y beneficios exclusivos.

[www.clubdeagentesempresarios.com](http://www.clubdeagentesempresarios.com) pretende, junto con sus redes sociales y alta tecnología, acercar a los usuarios miembros de este club servicios, productos, alianzas, educación, estrategias, información y todos aquellos elementos que apoyen su visión en el desarrollo y crecimiento de su marca.

Para favorecer además el contacto humano y emocional entre sus socios, el club fomentará charlas, chats, webinars y eventos muy especiales para sus socios, tanto de forma directa como por medio de las alianzas con sus oferentes.

El respeto a la diversidad y a los modelos de negocios, e incluso a las preferencias y afinidades de los oferentes será un factor fundamental, ya que con la aprobación y previo escrutinio de sus socios fundadores los socios podrán tener incluso en las mismas líneas de negocios diversidad de ofertas con estilos muy diversos, e incluso montos de inversiones y precios muy variados por el mismo tipo de servicio, poniendo con ello a su alcance múltiples opciones para satisfacer desde necesidades básicas hasta aquellas de pertenencia, seguridad y reconocimiento que hacen que haya diversos productos y servicios para diferentes mercados y preferencias.

## El poder de servir

Se dice que uno de los mayores privilegios que tenemos las empresas y las personas es el de servir a nuestro prójimo y con ello fortalecer la prosperidad y el libre flujo de las ideas para que cada uno a su estilo, a su forma y en su tiempo cubra las diversas necesidades que tenemos y además conozca más posibilidades de crear, disfrutar y aportar a nuestro entorno.

El servir, desde los más humildes puestos, como lavar ropa, transportar personas o mercancías, preparar y servir los alimentos, hasta las formas más complejas del servicio, como el ejercicio del poder político o gubernamental, la toma de decisiones y la elaboración y gestión de proyectos, representa una capacidad humana extraordinaria.

Hoy, cuando tenemos a nuestro alcance inteligencias artificiales, robots, redes y mucha tecnología que nos facilita la adquisición de productos y servicios y que nos resuelve los centenares de problemas con que la vida cotidiana nos rodea, no podemos resolver con ello el problema más humano y necesario que es inherente a nuestra naturaleza.

## Servir y ser servido

Así que con toda la actitud positiva, las mejores voluntades de equipos de trabajo, los mejores talentos a la disposición y las mejores herramientas que encontremos, la principal misión de este nuevo emprendimiento con un alto sentido social que me honro liderar será simple: servir.

Que este 14 de febrero del año 2020 nos llene del amor que requerimos para poder servir con valentía y oportunidad; el amor ágape a la humanidad que desde los filósofos griegos se ha descrito con vehemencia pero que pocos han encontrado en sus comunidades, o ni siquiera en su familia.

Que el club sea y que sea de los que son.

(Miguel Ángel Arcique Calderón)

# ANA Seguros presenta su innovador Plan de Incentivos Carrera de Titanes 2020 y celebra su 25 Aniversario

Ciudad de México, a 23 de enero de 2020.- ANA Seguros, especialista en seguros para autos, da inicio este 2020 con dos grandes celebraciones: el lanzamiento de su Plan de Incentivos "Carrera de Titanes" y el festejo de su 25 aniversario, compartiendo con promotores, agentes, clientes y amigos, teniendo como sede las instalaciones de Grupo Valore.

Durante la celebración el Lic. Javier Llamosas Portilla, Presidente del Consejo de Grupo Valore, dio una cordial bienvenida a todos los invitados, al tiempo que resaltó: "Hoy presentamos el Plan de Incentivos 'Carrera de Titanes 2020', el cual tiene muchos beneficios para todos ustedes. Este año en particular festejamos 25 años de ANA Seguros. Es un honor informarles que 2019 fue un año positivo, tanto en crecimiento como en rentabilidad. Muchas gracias por su confianza y gracias al equipo de colaboradores a nivel nacional por el apoyo que brindan a la compañía".

El Lic. Raúl Barba Cavazos, Director General, mencionó los resultados del 2019 y las nuevas estrategias para el 2020, quien expresó: "Agradecemos a todos nuestros socios comerciales por su lealtad durante estos 25 años y por su profesionalismo para lograr extraordinarios resultados. Me siento muy contento de anunciarles que al tercer trimestre de 2019 tenemos un crecimiento del 24 %. Muchas gracias por su confianza".



Continuó el Ing. Arturo Fernández Llamosas, Director Comercial de ANA Seguros, comentando los beneficios del Plan de Incentivos Carrera de Titanes 2020. Mencionó cada uno de los incentivos para su gran fuerza de ventas, destacando los valores agregados y los beneficios con los que cuentan sus socios comerciales al ser parte de ANA Compañía de Seguros. A nivel nacional con 105 oficinas en la República Mexicana, sumando para este año 20 oficinas más en las principales plazas. El directivo presentó la mascota conmemorativa para la celebración de los primeros 25 años en el mercado mexicano representada por un alebrije distintivo mexicano el cual engloba los valores de la compañía.

Los invitados disfrutaron de una maravillosa velada, acompañados del espectáculo y música de Andreas Zanetti ("el mejor showman de México"), quien estuvo a cargo del cierre de este gran evento.





# MetLife México celebra su Kick Off 2020



La primera foto del año con Negocio Privado

La Ciudad de México fue sede de la reunión que, como cada año, la compañía celebra con representantes del Negocio con Gobierno y Negocio Privado, dedicada a transmitir los principales puntos de acción en colaboración con los socios comerciales del todo el país.

El recibimiento estuvo a cargo de Marian Amezcua, Vicepresidenta del Negocio Privado y Hugo Mesa, Vicepresidente del Negocio con Gobierno; quienes retomaron la temática del año olímpico en el sentido de la unión y la lucha para conseguir un mismo objetivo. Cabe mencionar que este año, además del Comité de Dirección, se contó con la presencia de invitados especiales del equipo regional y global, quienes aportaron su experiencia en los diversos foros para ambas líneas de negocio.

Las palabras de Sofía Belmar, Directora General, recordaron el 2019 como un año que estrechó los lazos y la comunicación con los clientes; confirmó que la empresa se distingue por su solidez y solvencia financiera; y que hoy está a la vanguardia en temas de equidad, inclusión y sustentabilidad. Para finalizar, agradeció el esfuerzo de todos y destacó que el resultado es no sólo para cumplir las metas establecidas durante el año, sino para construir un negocio de largo plazo.



Convencionistas Prime Negocio Individual Privado



Jesús Quijarte, en representación de Daniel Guzmán de Grupo KC, Primer lugar en ranking de Producción 2019



Alejandra Altúzar de Alamo Seguros, Segundo lugar en ranking de Producción 2019 y ganadora de la Presea MetLife 2019



Rogelio Pérez Castro de Servicios Pecasa, Tercer lugar en ranking de Producción 2019



Arrancó el año del Negocio con Gobierno

Entre las actividades programadas y sesiones simultáneas para cada línea de negocio, hubo invitados que abordaron temas de innovación, entorno político – económico y la presencia de MetLife en los principales eventos del sector asegurador. Asimismo, los asistentes disfrutaron de una conferencia vivencial a cargo de Paola Espinosa, reconocida clavadora mexicana ganadora en Juegos Olímpicos.

La cena de clausura del Kick Off fue escenario para reconocer a quienes obtuvieron los mejores resultados del 2019; presentar el Hall de la Fama de la Compañía; y dar a conocer a la promotoría acreedora de la Presea MetLife 2019.



De izquierda a derecha, los Consejeros del Negocio con Gobierno: Daniel Guzmán, Eduardo Guerrero, Rogelio Pérez Castro, Roberto Rivero, Gabriela Viveros y Alejandra Altúzar, en compañía de Sofía Belmar y Hugo Mesa

**¡Muchas felicidades a todos los ganadores!**



De la O y Asociados, Primer lugar Nacional en Venta Vida y Campeón Nacional Vida, Desarrollo y Recluta, Promotor Consolidado



Antonio Blando Chávez, Segundo lugar Nacional en Venta Vida y Campeón Nacional MetLife, Promotor Consolidado



Trad Consultores, Tercer lugar Nacional en Venta Vida



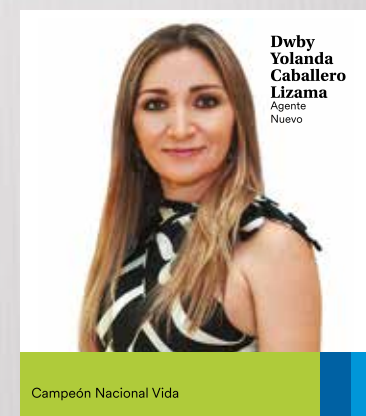
# HALL DE LA FAMA

MetLife México felicita a los integrantes del **Hall de la Fama del Negocio Privado y Negocio con Gobierno** por los resultados obtenidos en 2019.

## INDIVIDUAL GOBIERNO



## INDIVIDUAL PRIVADO



**¡Enhorabuena!**

# Promueve SomUS la unión de esfuerzos en la Comida de Reaseguradores 2020



Con el objetivo de fomentar una sana competencia y una labor con mayor profesionalismo y dedicación, Som.us Intermediario de Reaseguro, celebró el pasado 30 de enero en las instalaciones de Reaseguradora Patria, su concurrida Comida de Reaseguradores donde cada año destacadas personalidades provenientes de la región se reúnen desde hace más de 20 años.

Durante esta celebración, Alejandro Padilla Mariscal, CEO de Som.us, agradeció a Summa Intermediario de Reaseguro y a Reaseguradora Patria, por su apoyo y colaboración para la realización de este importante evento, el cual incorporó este año a dos nuevos patrocinadores, colegas y amigos: PWS y TBS, Intermediarios de Reaseguro.

“Los exhorto a que sigamos trabajando juntos, que siempre estemos bien comunicados y unidos; independientemente que haya competencia y de que cada quien busque sus propios objetivos, pero que sea un bien común el que siga desarrollándose esta gran industria” dijo Padilla Mariscal.

Por su parte, Mario Beltrán Aragón, Presidente de Summa, extendió su agradecimiento a los reaseguradores, por el respaldo que en el transcurso del año les brindan y compartió también con la audiencia, la reciente apertura de su nueva oficina en Miami.

Durante su intervención, Alejandro Serrano Salas, Director General de TBS Intermediario de Reaseguro, se mostró orgulloso de poder participar en este evento, destacando el afortunado décimo aniversario que su compañía está cumpliendo.

Para finalizar, Francisco Martínez, Director General de Reaseguradora Patria, refrendó la exclusividad de este evento realizado para Reaseguradores, con la premisa de robustecerlo para el siguiente año.

Es así como colegas, amigos y anfitriones, disfrutaron de una magnífica comida mexicana y una agradable convivencia.





## Grupo KC estrena nuevas oficinas con su sello personal



Agredidos a sus principios de empresa sustentable, Grupo KC Agente de seguros inauguró el pasado 27 de enero sus nuevas oficinas en un innovador edificio amigable con el medio ambiente, que cumple con todos los estándares de ecoeficiencia y los requisitos de sostenibilidad para ser premiado con la certificación LEED. El espacio, que está ubicado en la calle Lago Alberto 442, Torre B, piso 10, en Ciudad de México, contribuye con la reducción en la emisión de gases nocivos a la atmósfera, además de ayudar a la conservación de la energía y del agua.

La inauguración estuvo a cargo de Daniel Guzmán, Director General; Marta Ríos, Presidenta del Consejo de Administración y de Sofía Belmar, Directora General de Metlife México, quienes fueron los encargados de cortar el listón que oficializó el estreno de este moderno recinto que beneficiará a la gran familia de Grupo KC.

"Estamos oficinas las hicimos con el corazón, en un edificio que cumple con los principios en los que creemos, que es ser una empresa sustentable. Estamos súper orgullosos no solo de estas oficinas sino también de nuestro gran equipo y de pertenecer a Metlife, somos una gran familia", afirmó Guzmán.

Posteriormente, Marta Ríos, agradeció tanto a los directivos y amigos de Metlife como a todo el grupo de colaboradores que conforman a Grupo KC por el compromiso y el apoyo durante todos estos años.

"Para nosotros estar aquí el día de hoy en esta inauguración nos llena de mucho orgullo, tiene un gran significado porque es un logro de todos los que conformamos esta gran familia y porque son nuestras nuevas oficinas. Es un gran honor y les doy las gracias a todos por esto", agradeció Ríos.

Por su parte, Sofía Belmar, felicitó a toda la familia de Grupo KC por este gran paso y los invitó a seguir generando bienestar en centenares de familias mexicanas con esos valores y principios que siempre han conculgado.

"Estas nuevas oficinas nos habla de que Grupo KC es una empresa integral, que siempre busca generar bienestar en la comunidad. Celebro que estemos en estas preciosas instalaciones, estoy segura que Don Daniel Guzmán está orgulloso porque su familia esté continuando su legado. Este es el principio de muchos éxitos, felicidades", enfatizó Belmar.

En la inauguración también estuvieron presentes directivos de Metlife como Hugo Mesa, Alejandro Cruz y Héctor Mejía. Además, por parte de Grupo KC hicieron acto de presencia Iris Guzmán, David Guzmán, Jesús Quirarte, Gerardo Castro y un amplio grupo de promotores.



## Causan catástrofes naturales pérdidas generales de 150,00 mdd en 2019

Al evaluar las más recientes estimaciones de la reaseguradora alemana Munich Re, el año 2019 concluyó con 820 catástrofes naturales que causaron pérdidas generales de 150,000 millones de dólares, lo que en general coincide con el promedio ajustado por inflación de los últimos 30 años.

Un resumen del año que concluyó, elaborado por la reaseguradora alemana, indica que una mínima parte de las pérdidas estaba asegurada, en comparación con lo que sucedió en 2018. Esto es, alrededor de 52,000 millones de dólares, y ello se debió, entre otras cosas, a la alta proporción de pérdidas por inundaciones, que no están aseguradas en la misma medida en que lo están los daños causados por el viento en la mayoría de los países industriales.

"Los ciclones severos en 2019 resaltan la importancia de conocer acerca de los cambios en el riesgo. Las variaciones climáticas naturales influyen en las catástrofes climáticas de año en año. Los efectos del cambio climático a largo plazo ya se pueden sentir y ver. Los edificios y la infraestructura deben hacerse más resistentes para revertir la tendencia creciente de pérdidas. Esto permitirá que el seguro sea más efectivo y respalde las pérdidas financieras restantes", asegura Torsten Jeworrek, miembro del consejo de administración de la reaseguradora.

El análisis también establece que la parte asegurada de las pérdidas generales, ligeramente superior al 35 por ciento, coincide con el promedio de los últimos 10 años. Esto es evidencia de que grandes sectores del mercado permanecen sin seguro, especialmente en países emergentes y en desarrollo.

De este modo, se refiere que, a escala mundial, en 2019 alrededor de 9,000 personas perdieron la vida en catástrofes naturales, en comparación con las 15,000 de 2018. Esto confirma la tendencia general hacia un menor número de víctimas gracias a mejores medidas de prevención. En promedio, en los últimos 30 años, aproximadamente 52,000 personas por año han perdido la vida en catástrofes naturales.

Munich Re hace referencia a algunos de los eventos más devastadores de 2019, que se citan a continuación:

### Segundo año de pérdidas récord por los ciclones tropicales en Japón

Como en 2018, Japón se vio nuevamente afectado por tifones muy severos. *Hagibis* y *Faxai* fueron dos ciclones tropicales que azotaron el área de Tokio. Mientras *Faxai* barrió la bahía de Tokio con una velocidad del viento de 170 km/h y tocó tierra en la ciudad de Chiba, *Hagibis* golpeó más al noroeste, directamente sobre la conurbación Yokohama-Tokio.

Los ciclones fueron las dos catástrofes naturales más costosas del año en términos de pérdidas generales y pérdidas aseguradas. Según estimaciones preliminares, las pérdidas totales de *Hagibis*

ascendieron a 17,000 millones de dólares, con pérdidas aseguradas de aproximadamente 10,000 millones de dólares. En tanto, *Faxai* causó pérdidas generales estimadas en 9,000 millones de dólares, con pérdidas aseguradas de alrededor de 7,000 millones de dólares debido a la mayor proporción de pérdidas por tormentas más fuertemente aseguradas.

La temporada de tifones estuvo sujeta al efecto de *El Niño Modoki*, una fase particular de la oscilación del clima natural que causa variaciones en las temperaturas del agua en el océano Pacífico tropical. En estas condiciones, los tifones se dirigen con mayor frecuencia hacia Japón.

**Una mínima parte de las pérdidas estaba asegurada: alrededor de 52,000 mdd, indica Munich Re**

Al respecto, Ernst Rauch, geocientífico de Munich Re y responsable del área de Clima en esa empresa, aseveró que "la temporada de tifones muestra que debemos considerar las variaciones climáticas naturales a corto plazo, así como las tendencias a largo plazo debido al cambio climático. En particular, los ciclones se están asociando con mayor frecuencia a precipitaciones extremas, como con *Hagibis* en Japón en 2019 y el huracán *Harvey* en 2017 en los Estados Unidos. Reconocer estos cambios puede formar la base de nuevas medidas preventivas para reducir las pérdidas".

### Huracán Dorian: destrucción en Bahamas

El huracán más fuerte de la temporada del Atlántico, *Dorian*, causó daños catastróficos en Bahamas. El huracán, de categoría 5, azotó las islas Ábaco, en el norte del Estado insular, el 1 de septiembre, con una velocidad del viento de aproximadamente 290 km/h. A partir de ahí, la tormenta se trasladó a la vecina isla de Gran Bahama y se detuvo allí durante un día y medio mientras se mantenían las velocidades extremas del viento. Edificios, infraestructura, yates y barcos fueron completamente destruidos en muchas áreas.

Originalmente, se temía que *Dorian* también golpeará la costa sureste de los Estados Unidos. Pero una pista más al norte y al este evitó en gran medida la parte continental de ese país. *Dorian* causó pérdidas generales de aproxima-

**Los ciclones severos resaltan la importancia de conocer acerca de los cambios en el riesgo, según el reporte**

damente 5,600 millones de dólares, y solo una pequeña parte de estas pérdidas afectó a Estados Unidos. Las pérdidas aseguradas llegaron a unos 4,000 millones de dólares.

### Incendios forestales: leve alivio en California; enormes incendios en Australia

Después de las pérdidas récord de años anteriores, la temporada de incendios forestales en California fue menos severa. Un invierno húmedo mejoró las condiciones de sequía de verano en comparación con los veranos recientes. Todavía hubo muchos incendios, pero quemaron un área mucho más pequeña que el promedio de cinco años. Varios incendios amenazaron las ciudades, y millones de personas se quedaron sin electricidad durante días, ya que se cortó el suministro eléctrico como medida de precaución. Las pérdidas generales fueron de 1,100 millones de dólares, y alrededor de 800 millones de dólares estaban asegurados. A pesar de las pérdidas más bajas en 2019, esto no cambia la tendencia a largo plazo, que aumenta bruscamente para las áreas quemadas y las pérdidas de incendios forestales en los Estados Unidos.

### Ciclón Idai: catástrofe humanitaria en Mozambique

La mayor catástrofe humanitaria del año fue el ciclón *Idai*, que azotó Mozambique y los países vecinos en marzo. Murieron más de 1000 personas, y cientos de miles perdieron todo lo que tenían. *Idai* golpeó el puerto costero de

Beira, la segunda ciudad más grande de Mozambique (500,000 habitantes). Con velocidades de viento de aproximadamente 170 km/h, la tormenta destruyó una gran cantidad de estructuras, en su mayoría precarias. Además, la ola de inundación y las fuertes precipitaciones causaron inundaciones generalizadas que se extendieron hacia las tierras bajas planas, destruyendo los cultivos. Las pérdidas generales llegaron a 2,300 millones de dólares. Casi nada estaba asegurado. Las pérdidas en Mozambique corresponden a aproximadamente una décima parte de su Producto Interno Bruto (PIB), un enorme impacto en un país muy pobre. Mozambique fue golpeado por otro ciclón, *Kenneth*, solo unas semanas después.

### Daños climáticos severos en Europa

Una combinación de olas de calor y tormentas de granizo severas fueron la mayor causa de pérdidas en Europa. Un largo periodo de sequía provocó pérdidas de cosechas en muchos países. En el área de Munich, una tormenta en junio provocó granizo del tamaño de pelotas de golf, causando pérdidas por casi 1,000 millones de euros, de los cuales casi tres cuartos estaban asegurados. Incluso se causaron daños más extremos por granizo en el Adriático en julio. Granizos tan grandes como naranjas dañaron coches y techos. Muchas personas resultaron heridas. Las pérdidas generales de las tormentas de verano en Europa fueron de 2,500 millones de dólares, con pérdidas aseguradas de aproximadamente 900 millones de dólares.

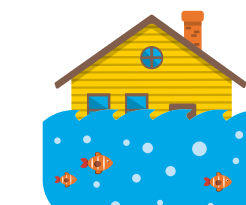
**Los ciclones tropicales que causan miles de millones en pérdidas dominan la imagen de catástrofes naturales de 2019**



Tifones severos en Japón causan las mayores pérdidas del año.



Las catástrofes naturales causan pérdidas generales de 150,000 millones de dólares, con pérdidas aseguradas de aproximadamente 52,000 millones de dólares, cifra congruente con el promedio a largo plazo.



El huracán *Dorian*, el huracán más fuerte del año, devasta Bahamas. La costa de Estados Unidos se salvó en gran medida.



Tragedia humanitaria causada por ciclones en Mozambique. Más de 1,000 muertes. Se necesita urgentemente una mejor protección.

## Ahorro para el retiro y seguros obligatorios reducirán brecha de aseguramiento



Jesús Martínez Castellanos y Manuel Aguilera Verduzco

Incentivar a la sociedad a ahorrar para su etapa de retiro y conseguir la aprobación del seguro obligatorio para Automóviles se perfilan como los principales elementos que ayudarán a reducir la brecha de aseguramiento en México, de modo que el sector asegurador se convierta en uno de los motores de la economía del país.

Así se considera en las reflexiones que se desprenden del informe titulado *Panorama económico y sectorial 2020*, realizado por el Servicio de Estudios de Mapfre y que fue presentado en nuestro país por su director general, Manuel Aguilera Verduzco, quien estuvo acompañado de Jesús Martínez Castellanos, CEO del área regional Latam Norte y CEO de Mapfre para México.

### Previsiones de crecimiento económico para 2020

Global **3.1 %**

Mercados emergentes **4.6 %**

América Latina **1.8 %**

México **0.9 %**

El encuentro, que organizó el área de Investigación de Mapfre, que lidera Aguilera Verduzco, se realizó en Ciudad México y contó con la presencia de más de 150 personas, entre invitados y representantes de los medios de comunicación.

Los ejecutivos señalaron que, pese a la constante reducción que ha experimentado la brecha de protección de aseguramiento durante la última década, ésta aún se encuentra en 71 por ciento. A su vez, indicaron que esa relación

está distribuida en 59 por ciento para el segmento Vida y 41 por ciento para No Vida.

Al tomar la palabra, Martínez Castellanos alertó asimismo que el nivel de ahorro para la jubilación en México es muy bajo, ya que la tasa de reemplazo no llega al 30 por ciento respecto al último salario.

"Estamos obligados a ahorrar, eso es un hecho; por ello debemos desarrollar los pilares de previsión, como sucede en otros países, donde se ha aplicado lo

### Previsión de crecimiento de primas en términos reales para 2020

México	Brasil	Chile	Colombia
<b>5.5 %</b>	<b>3.1 %</b>	<b>5.7 %</b>	<b>5.9 %</b>

Promedio de América Latina **3.6 %**

### Previsión de crecimiento de primas en términos nominales para 2020

México	Brasil	Chile	Colombia
<b>9 %</b>	<b>7 %</b>	<b>8.7 %</b>	<b>9.9 %</b>

Promedio de América Latina **10.5 %**



Fuente: *Panorama económico y sectorial 2020*, elaborado por el Servicio de Estudios de Mapfre.

### Manuel Aguilera Verduzco pronostica un crecimiento de la economía mexicana de 0.9 % en este 2020

que se conoce como la *pensión múltiple*: sus ciudadanos son conscientes de que van a recibir ingresos de tres fuentes diferentes, como es la pensión pública, lo generado por su actividad profesional y su ahorro de forma individual", enfatizó Martínez Castellanos.

En su alocución, el CEO del área regional Latam Norte y CEO de Mapfre para México también recalzó que es imperativo, en el segmento No Vida, que se apruebe el seguro obligatorio para Autos, como sucede en todos los países que forman parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Respecto al crecimiento que tendrá la industria aseguradora mexicana en 2020, Martínez Castellanos sostuvo que en términos nominales será de 9 por ciento y en términos reales de 5.5 por ciento, derivado principalmente del del bajo nivel de penetración de los seguros.

### México, víctima del estancamiento económico

Por su parte, Manuel Aguilera Verduzco expuso el panorama económico de México para el año en curso, en el cual prevé un crecimiento en torno a 0.9 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), luego de un 2019 marcado por un claro estancamiento (0 por ciento).

"A partir de 2018 notamos un estancamiento y ligera retracción. El problema de la economía mexicana está en el sector secundario; es decir, en la industria, principalmente en los sectores de la construcción y la minería (específicamente petróleo y gas), y esto se debe a malas decisiones en materia de políticas económicas. Otro factor clave de esta situación radica en la insuficiente inversión pública en infraestructura, que tiene mucho que ver con la planeación del gasto público en el país", explicó el director general del Servicio de Estudios de Mapfre.

A modo de corolario, Aguilera Verduzco advirtió que dicha estimación de progreso es pesimista, ya que México, en caso de cumplirse esta previsión económica, estaría creciendo la mitad del promedio del resto de los países de América Latina y alrededor de una quinta parte en comparación con los mercados emergentes.

"Cualquier dato que esté por debajo de ese 0.9 por ciento que consideramos que crecerá nuestra economía este año nos colocaría en una situación muy alejada de las economías que cuentan con características estructurales muy similares a la nuestra", cerró el funcionario.

La brecha de protección está estimada en 71 %, arroja investigación del Servicio de Estudios de Mapfre

## O se replantea la oferta en Gastos Médicos o su diseño seguirá siendo caro y desenfocado

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Conforme pasan los decenios y la población ingresa aceleradamente a formar parte de los adultos mayores, innumerables son los temores e incertidumbre que aquejan a este nicho poblacional respecto su destino en materia de salud, por lo que, ante tal escenario, la industria aseguradora debe actuar identificando y entendiendo cuáles son las necesidades y preocupaciones más profundas de dicha población a fin de replantear su oferta; de lo contrario, el seguro continuará diseñando coberturas con el enfoque equivocado y además económicamente inaccesibles.

Éstas son las conclusiones de Patricia Quintero y Sergio Pérez al exponer el tema Reto en la cobertura de adultos mayores y perspectivas del aseguramiento durante las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, organizadas por Swiss Re México.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), los cuatro padecimientos que merman la salud de los adultos mayores son los del corazón, seguidos por diabetes, tumores malignos y afecciones cerebrovasculares, y de lo que se trata es de que el sector aporte coberturas en cuyos elementos les permitan mantenerse lo mejor posible física y mentalmente. Se trata, en síntesis, de acompañarlos en su andar en esta etapa; y, más aún, cuando la esperanza de vida es ya de 75 años y seguirá en aumento, señalaron los expositores.



Patricia Quintero

En ese sentido, agregaron Patricia Quintero y Sergio Pérez, el modelo de aseguramiento para la cobertura de Gastos Médicos Mayores ha fincado su permanencia en el mercado con base en tres conceptos: monto, coaseguro y deducible, sin que hasta el momento se advierta alguna otra alternativa que supere este esquema, por lo que es necesario diseñar coberturas más amigables y creativas que le faciliten al adulto mayor tener acceso al seguro en las etapas de mayor vulnerabilidad.

Por citar solo un ejemplo de las variantes que pudieran marcar la diferencia, los expositores consideraron que incluir en las coberturas consultas médicas ilimitadas es un beneficio que favorece la prevención y facilita el monitoreo, seguimiento, atención, control y erradicación de enfermedades de orden común que, de no atenderse a tiempo, derivan en enfermedades catastróficas que afectan al asegurado y al costo de la cobertura.

Los ponentes consideraron que para poder contribuir de una manera decisiva como industria en la edificación de una sociedad de adultos mayores mucho más resiliente y menos propensa a enfermedades crónico-degenerativas apremia que el sector asegurador diseñe y ofrezca soluciones que abatan el sinnúmero de temores e incertidumbre del adulto mayor en esta etapa de la vida.

Quintero y Pérez indicaron que para lograr esto en definitiva habría que hacerle los ajustes necesarios al modelo actual del seguro de Gastos Médicos Mayores de manera tal que éste pueda albergar negocios nuevos que apoyen el pago de los siniestros actuales y fomenten el crecimiento del ramo.

Es claro que el actual esquema de costos trunca en muchos de los casos la conservación de la cobertura y desincentiva la intención de compra para nuevos asegurados, lo que es natural toda vez que los precios oscilan en alrededor de 20 000 pesos para usuarios con edades entre 30 y 49 años; y después, a partir de los 50, el costo aumenta a 35 000 pesos; y así progresivamente, hasta que al llegar a los 71 el monto puede ser de hasta 120 000 pesos de suma asegurada, lo que ocasiona que el asegurado se

Vital, entender cuáles son las necesidades y preocupaciones más profundas del adulto mayor



Sergio Pérez

se manifiesta en que los siniestros van a seguir dependiendo primordialmente de lo que ocurre dentro del hospital, aun cuando la aseguradora aplique todos los controles, porque si el hospital decide subir 10 por ciento sus honorarios por concepto de actualización de equipos, tecnología, etcétera, necesariamente esa decisión repercute en la tarifa del seguro, y al respecto cada vez es más frecuente que los hospitales encuentren en la industria aseguradora el camino ideal para allegarse una fuente inagotable de financiamiento.

En apreciación de los expositores, si existe un desafío hoy en el seguro de Gastos Médicos Mayores, es encontrar el justo medio entre diseñar coberturas atractivas y complementarlas mediante todo aquello que favorezca una mejor prevención del riesgo. Es

sienta incomprendido por parte de la industria sobre su etapa de vida y problemas que lo aquejan.

Por otro lado, los expositores señalaron que hay una clara tendencia que

momento de encontrar soluciones que le permitan al adulto mayor despejar sus temores y al mismo tiempo apoyar a este nicho para constituir una sociedad mucho más resiliente.

Te invitamos a nuestra conferencia - desayuno con el tema:

**CÓMO IMPACTA LA REFORMA FISCAL EN TU EMPRESA Y EN TU PATRIMONIO**

**ÁNGEL HERNÁNDEZ**  
Fundador y Director General de Heza Consultoría Integral  
Cambios relevantes y fiscalización

**FEBRERO**  
20 - MONTERREY  
27 - GUADALAJARA

Inscríbete en:  
eventos@asprogama.org.mx  
o contáctanos a los teléfonos: (55) 7261-6823 / (55) 7261-5643

www.asprogama.org.mx GAMA MEXICO @asprogama

DESDE EL



IMESFAC

Luz María Lefort Botello

**El sector microfinanciero representa un papel fundamental en la reducción de la brecha de protección y en el mejoramiento de la resiliencia de los microempresarios por medio de la promoción de seguros inclusivos.**

*Alejandra Díaz Agudelo, Head of Growth, Colombian, Microinsurance Catastrophe Risk Organisation*

Las instituciones de seguros se concentran únicamente en la población que ya se encuentra incluida financieramente.

A pesar de su importancia y beneficios, las personas de niveles socioeconómicos menos favorecidos o menos preponderantes y las empresas medianas y pequeñas no se aseguran. Las causas u

objecciones pueden ser muchas, pero entre las más comunes se encuentran:

- Los productos son poco entendibles para los mortales.
- Son productos caros debido a los gastos por comercialización.
- El pago de siniestros no es lo que se espera.
- Los requisitos para asegurarse o para reclamar el siniestro son interminables.
- Hay muchos obstáculos (exclusiones) para recibir el pago.

En algunos países (incluyendo México), 60 o 70 por ciento de la población no cuenta con un medio de pago para poder acceder a un seguro (obsérvese que digo que no tienen un medio de pago, no que no tengan dinero). La tecnología y la transformación digital están provocando cambios que dan paso a la innovación y al eclipsamiento del paradigma tradicional de comerciali-

zación y de oferta de seguros dirigidos a la clase alta de la población, paradigma que siempre ha olvidado a la mayoría por simplemente no poder pagar las sumas aseguradas establecidas o no contar con una cuenta bancaria o simplemente por vivir en la informalidad del trabajo.

Los seguros inclusivos son todas aquellas soluciones de seguros que buscan ofrecer protección a personas y empresas que, por diferentes razones, no han tenido acceso a este tipo de coberturas. Son contratos que brindan protección muy sencillos en su estructura, estandarizados y con frecuencia de corto plazo.

Su costo, como cualquier otro tipo de seguro, depende de la cobertura que se contrate, del valor asegurado y del canal por el que se compra el producto. Sin embargo, estos seguros son de bajo costo porque están diseñados para cubrir necesidades muy específicas de las personas, como:

- Gastos funerarios.
- Indemnización por invalidez.
- Ayuda para el hogar.
- Ayuda de desempleo.
- Accidentes personales en un transporte con boleto pagado y ruta establecida.
- Despensa para los beneficiarios.
- Ayuda de materiales escolares para los hijos de un asegurado.
- Inundación.
- Terremoto.
- Helada.

Todos son productos que ofrecen un valor al cliente, ya que retornan buena parte de las primas en el pago de siniestros.

¿Dónde está el negocio entonces? En los grandes volúmenes, y no mediante grandes márgenes por unidad, así como en la mayor eficiencia en la respuesta al cliente: no hay papeleos, pero en cambio hay pagos ágiles; no hay letras chiquitas; están automatizados y focalizados y son precisos.

#Ventas



GESTIÓN DE AGENCIA

Diego Chornogubsky

@dchornogubsky@kinderbrothers.com

Kinder Brothers International  
VP & Consultor Senior

Diego Chornogubsky representa a Kinder Brothers International en América Latina desde 2007, utilizando sus años de experiencia en capacitación de ventas y management. El profundo conocimiento que Diego posee de los sistemas, métodos y capacitación de KBI le permiten potenciar tanto a agentes como promotores. En México trabaja con las compañías más grandes del sector.

Monitorear y medir a los agentes es una función básica y crucial de los promotores y líderes de unidad. Junto con reclutar, capacitar en el aula y entrenar en el campo, el monitoreo y la medición es una de las cuatro actividades que tienen un impacto directo en los resultados. En KBI (Kinder Brothers International) a estas cuatro actividades las llamamos tiempo verde, es decir, las actividades vitales en las que los líderes deberían enfocar la mayor parte de su tiempo.

Muchas veces monitorear agentes resulta dificultoso para los promotores y líderes de unidad. Hemos visto que una

## Monitoreando y midiendo lo importante

de las principales causas por las cuales muchos agentes se resisten a ser monitoreados es que no hubo previamente un acuerdo de objetivos. No se establecieron con el agente objetivos en conjunto, sino que los objetivos les han sido impuestos a los agentes. Y, como ha dicho Henry Ford, nadie es apático excepto el que persigue objetivos ajenos. Resulta clave comenzar acordando objetivos junto con el agente que se basen en sus motivaciones, deseos y sueños para mantenerlo motivado y enfocado en las metas de actividad y resultados cada semana del año.

El monitoreo y la medición son dos funciones relacionadas, aunque distintas. El monitoreo es una función de capacitación, y la medición es una función de control. El punto de partida es el establecimiento de metas. Pero también nos encontramos con que la mayoría de los líderes se detiene en el establecimiento de metas, y se pierde lo más importante: obtener del agente un compromiso responsable con un plan de acción para lograr los objetivos establecidos.

Cuando un agente está comprometido con los números acordados, puede ser muy exitoso. En los años de formación es necesario que el gerente revise semanalmente con su agente el grado de avance hacia la meta anual.

Una vez que se establecen las metas y se logra un compromiso con el plan de acción, el monitoreo y la medición se ubican en el centro del escenario. Se monitorea a la gente, específicamente sus conocimientos, actitudes, habilidades y hábitos. Y, por otro lado, se miden números, lo que significa que el líder revisa la actividad y los resultados de los

agentes.

¿Qué es lo más importante: lo que se monitorea o lo que se mide? Lo que se monitorea es más importante porque lo que se está monitoreando está causando lo que uno está midiendo.

Muchas veces, todo lo que los gerentes hacen es medir los resultados, los resultados, los resultados..., y nunca consiguen resolver el problema.

Invierta su tiempo en el monitoreo. La parte fácil es medir los números. Lo difícil es averiguar qué es lo que está causando esos números. ¿Es la renuencia a hacer las llamadas? ¿Es falta de habilidad? ¿Es un problema de actitud? La respuesta correcta orientará al líder en términos de si lo que hace falta es capacitación o tal vez una conversación profunda.

Como líder, usted debe poner más énfasis en el monitoreo para ver lo que está causando los resultados.

### ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cómo?

Hay tres preguntas importantes para responder cuando se trata de monitoreo. ¿Qué se monitorea? ¿Dónde se monitorea? ¿Y cómo se monitorea?

¿Qué se monitorea? Se monitorea a la gente. Específicamente, usted monitorea su conocimiento, actitud, habilidades y hábitos. La base de todo esto es la relación que el líder desarrolla con su agente. Sin una buena y sólida relación, el tiempo que el líder pasa tratando de desarrollar o mejorar la actitud, las habilidades o los hábitos de un agente será tiempo desperdiciado.

¿Dónde se monitorea? Se monitorea en el campo, en las situaciones de ven-



ta en vivo. También se monitorea en la oficina en situaciones de role play, en sesiones individuales semanales de evaluación de desempeño y planeación y en la sala de reuniones cuando realiza juntas de equipo. El líder debe estar comprometido con el trabajo de campo conjunto con los agentes, especialmente en los primeros años. Descubrirá la información más valiosa sobre su gente cuando esté trabajando con ellos.

¿Cómo se monitorea? Se puede informar, instruir e inspirar en grupo. Pero se influye en la vida de los agentes y se cambian sus comportamientos supervisando uno a uno. Éste es el mejor escenario para convencer a sus agentes de sus habilidades, su futuro y la confianza que el líder tiene en ellos. Ya sea que halague la actitud, las habilidades y los hábitos de su agente, ya sea que ofrezca orientación y guía, la mejor manera de hacerlo es uno a uno.

El monitoreo y la medición hechos de forma regular y positiva siempre mejoran el desempeño.

Es una disciplina de gestión por la que se puede apostar.

#Capacitación

#Opinión #Seguros



REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen

carlos@molinar.com

El título de esta reflexión es un poco fuerte, y lo quise acuñar de esa manera porque a veces, solamente reflexionando seriamente sobre nuestro entorno, nos percatamos de ciertas realidades que nos afectan.

Cuando pienso en el tamaño de nuestro mercado mexicano de seguros —que algunos aseguradores llevamos más de 40 años intentando hacer crecer de manera sana y sostenida, sin lograr un cambio significativo—, me da tristeza, y considero que lo primero que deberíamos hacer es caer en la cuenta de que aquí existe un mercado que no hemos desarrollado como se debería. De ahí que se me haya ocurrido llamarlo un mercado bonsái.

En alguna ocasión escuché a un comisionado de seguros decir en una conferencia: "No se preocupen si ven que el mercado no crece en términos de participación del PIB (Producto Interno Bruto); mientras haya crecimiento del PIB, el mercado crece". El comentario en ese momento me pareció totalmente fuera de lugar. Hoy, todavía peor.

Si tomamos en cuenta que nos ha llevado más de cuatro décadas rebasar apenas el 2 por ciento de participación en el PIB y que hay muchos países que tienen cifras de dos dígitos y que comparados con México son entre cinco y 10 veces más grandes, vemos que no es exagerada la expresión que he utilizado.

En esta vida, todo tiene una consecuencia. La ley de causa y efecto opera siempre.

Así, cuando algo no resulta como hubiéramos querido, no debemos enfocarnos en el efecto, sino en atender y analizar las causas que lo originaron.

El arte del bonsái se originó en China hace unos 2 000 años. Allí se conoce como penjing, y es objeto de culto entre los monjes taoístas. Para ellos, el bonsái era símbolo de eternidad; el árbol representaba un puente entre lo divino y lo humano, entre el cielo y la tierra.

Este arte se llevó a Japón hace unos 800 años, donde se interpretó desde la concepción zen de "belleza de una austeridad severidad", por lo que los paisajes miniaturizados en maceta, nativos de China, se consideraron árboles únicos e ideales que representaban el universo.

Pero lo importante en todo esto es que un bonsái no es una planta genéticamente empuñada, sino que se mantiene así de pequeña dándole for-

## Un mercado bonsái



ma, podando el tronco, las hojas y ante todo la raíz central cada cierto tiempo, dependiendo de la especie. Si se cultiva adecuadamente, sobrevivirá el mismo tiempo que un árbol normal de la misma familia; pero, si se hace de forma incorrecta, probablemente morirá.

Haciendo la analogía, nuestro mercado de seguros tampoco es un mercado genéticamente empuñado. Igual que lo que sucede con el arte bonsái, son las acciones de nosotros, los aseguradores, lo que ha mantenido en miniatura a dicho mercado. Y tal prodigio se ha logrado cultivando con esmero la falta de condiciones adecuadas para que se desarrolle; sobre todo, tal acondroplasia es la consecuencia de las podas diarias que le hacemos. Y, claro, al igual que un bonsái del reino vegetal, si seguimos cultivándolo inadecuadamente, nuestro mercado asegurador terminará por morir.

**¿Por qué en México no crece la industria del seguro en términos de participación del PIB?**

Por lo que se refiere a las condiciones adecuadas, para crecer el mercado asegurador requiere ciertas condiciones, la más relevante de las cuales es una operación técnicamente sana, es decir, identificar los riesgos, medirlos para después tasarlos (tarificarlos), suscribirlos correctamente y respaldarlos de manera adecuada. Una vez lanzados al mercado productos perfectamente diseñados, habrá que hacer una promoción eficiente y manipular muchos riesgos de acuerdo con sus características especiales.

En cuanto a la poda de la que hablábamos, es vital responder adecuadamente a los clientes a la hora de la verdad (cuando ocurre el siniestro), porque cada vez que no se atiende bien a un asegurado y cada vez que no se le paga de manera justa un siniestro estamos podando agresivamente el árbol.

Por el contrario, cuando un asegurado se siente respaldado al ocurrir un siniestro, esto provoca que se vaya generando

confianza y una cultura de seguros en la sociedad. Entonces la gente entiende que el seguro es bueno, confiable, muy útil y necesario.

En los mercados desarrollados, todo el mundo se asegura contra todo, y no existe ni la menor duda de esas dos grandes características del seguro: bondad y necesidad.

La gente ni siquiera se cuestiona; el seguro es algo con lo que se debe contar indefectiblemente.

Yo veo a nuestro mercado como si fuera un árbol que tiene un gran potencial de desarrollo y crecimiento, pero queremos generar las condiciones propicias y que nuestras acciones de cada día apunten a engrandecer la institución del seguro.

Yo siempre me he referido a la gente que ha trabajado en seguros como aseguradores, pero en realidad cada día me convengo más de que éste no es el término correcto.

Para poder llamarse asegurador, hay que pasar por muchos procesos, y golpear con la realidad por años para entender el espíritu del seguro, su función y sus procesos, por lo que hay gente que puede haber trabajado por décadas en el medio de seguros pero quizá no llegue a comprender la esencia de dicha herramienta financiera; y menos sucederá esto si se la pasa podando al bonsái y concibiendo al seguro solamente como un negocio de ingresos y egresos.

Es una responsabilidad de todos los que trabajamos en este querido mercado volvernos genuinos aseguradores. No importa en qué posición nos encontremos, tenemos que evitar a toda costa que persista esta anómala poda.

¿Conoces las certificaciones CLI y FSCP?

Son Certificaciones Internacionales que contribuyen a desarrollar habilidades en la venta de Seguros de Vida y amplían el conocimiento en las ofertas de servicios financieros para un mejor asesoramiento.

The American College en alianza con el IMESFAC, han logrado impulsar el incremento de las ventas de cientos de agentes, a través del CLI y FSCP.

Para mayores informes:  
• Cd. de México: claudia.rodriguez@imesfac.com.mx  
• Cd. de Monterrey: alejandra.guadarrama@imesfac.com.mx



## ESPEJITO, ESPEJITO

Mariana Hernández Navarro

@marianahernandez@conlead.com.mx

En la mitología griega, Narciso era un joven con una apariencia bella, hermosa y llamativa. Todos los hombres y mujeres quedaban enamorados de él, pero siempre los rechazaba. Entre las jóvenes heridas por sus desaires estaba la ninfa Eco, de quien Narciso cruelmente se negó a aceptar su amor. Para castigar a Narciso por su engreimiento, Némesis, la diosa de la venganza, hizo que el joven se enamorara de su propia imagen reflejada en una fuente. En una contemplación absorta, incapaz de separarse de su imagen, acabó arrojándose a las aguas.

Hoy por hoy se juzga con mucha facilidad quién es narcisista; pero se requiere analizar con mayor profundidad el concepto para no "diag-

## ¿Narcisista yo?

nosticar" a la ligera.

Poseemos un ensimismamiento natural, ya que desde que nacemos necesitamos constantemente la atención de los demás. Nuestro deseo más primitivo es colocarnos ante el deseo del otro; ser visto por el otro.

Dependemos de los vínculos que construimos con los demás. La calidad de atención que recibamos en este aspecto nos coloca de una manera diferente ante nuestra existencia.

Así pues, el narcisismo no es amor propio, sino más bien el narcisista es aquel individuo que, al no tener un yo conformado, se confunde y requiere atención externa para poder validarse; y, cuando no se logra la aprobación de los otros, se echa a andar la maquinaria egotizada para demostrar a los demás quién es.

Todos tenemos alguna dosis de narcisismo; y, cuando esto se convierte en disfuncional, se concibe como narcisismo profundo.

Existen también los narcisistas ocasionales, aquellos que son capaces de abrazar la imagen completa de sí mismos; saben que pueden equivocarse y no se penalizan ante los errores cometidos. Poseen buen sentido del humor en cuanto a sus propias fallas y no necesitan de forma constante escuchar palabras de aliento para sentirse útiles en su trabajo.

*El principio fundamental de la naturaleza humana es el ansia de ser apreciado.*

William James



Los narcisistas profundos dependen totalmente de la opinión de los otros, ya que pudieron haber sufrido una huella de aceptación desde muy temprana edad, o puede ser que no tengan un yo totalmente definido, y por lo tanto se vuelven expertos en llamar la atención, teatrales y exhibicionistas; y llegan a convertirse en adictos a esta atención. Si poseen un perfil más introvertido, se generan un mundo propio en el que consideran que son superiores a los demás, poseen un yo imaginario y alejan a sus congéneres.

El gran secreto del narcisista profundo es que no quiere permitir que lo descubran en sus entrañas más profundas relacionadas con la vergüenza; por eso se defienden de manera constante.

Ante ello, he diseñado un narcisómetro, que nos permitirá revisar el nivel en el que podemos colocarnos. He aquí algunos rasgos:

1. Si alguien se atreve a desafiarlos, pueden presentar alto nivel de rabia e inconformidad.
2. Son hipersensibles a la crítica.
3. Expertos en hacer sentir culpables a los demás.
4. Búsqueda recurrente de los errores de los demás.
5. Gusto constante por ser reconocido en cuanto a los logros obtenidos.
6. Necesidad continua de ser retroalimentado (y, principalmente, de escuchar sus fortalezas).
7. Dificultad para reconocer errores cometidos.
8. Se considera especial y único, con fantasías de éxito ilimitado.
9. Puede aprovecharse de los demás para alcanzar sus fines.
10. Hipersensibilidad a todo aquello que interpretan como muestra de desdén: detectan constantes faltas de respeto hacia ellos.
11. Disposición crónica para compartir su "sabiduría".
12. Discurso colmado de autoexposición: "yo hice, yo fui, yo logré".

Probablemente, después de haber leído estos puntos, haya venido a tu mente alguien cercano a ti: tu jefe, tu par, tu colaborador, etcétera. Es cierto, tenemos que lidiar con las actitudes narcisistas de los demás. También implica un trabajo profundo de tu parte, porque deberás tocar con tu propia fragilidad y hacer las paces con el narcisista que mejor conoces...

Espejito, espejito, dime ¿quién es el más narcisista?

#Innovación #Ventas

## Equivocar el discurso para el nuevo consumidor podría resultar caro

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

El mundo experimenta un cambio social y cultural de género con hombres y mujeres en busca de igualdad, empoderamiento, oportunidades, etcétera, ante lo cual las marcas de todo tipo de insumos y servicios se enfrentan al desafío de replantear el discurso con el que les hablan a sus consumidores potenciales, ya que se han dado cuenta de que hoy excluir a uno u otro género puede ocasionar el rechazo total a la marca, lo que conlleva afrontar cuantiosas pérdidas económicas y de mercado o hasta el cierre mismo de la organización.

¿Qué están haciendo las marcas (en particular los seguros) en relación con los roles de género? ¿Cómo le hablan hoy al mercado potencial de consumidores? ¿El mensaje es incluyente y exalta la igualdad de género, o habría que revisar la estrategia? Éstas son algunas de las interrogantes para la reflexión que Roberto Rojas Reynoso, director de Mantra, agencia especializada en investigación de mercados, les planteó a los asistentes al desayuno anual del Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas (Imesfac) al hablar del tema En búsqueda de la equidad.

Rojas Reynoso indicó que hay estudios de mercado que revelan que los consumidores sienten que en la

actualidad los estereotipos de la publicidad ya no les hablan, por lo que ya no se sienten reflejados ni complacidos en cómo los hacen sentir como personas; de ahí la necesidad de reflexionar desde todos los ángulos sobre la manera en que las marcas están abordando el tema.

Ante el innegable cambio de la sociedad, agregó Rojas Reynoso, pretender conquistar a las nuevas generaciones usando el viejo discurso publicitario, en el que, de manera consciente o no, se delimitan las diferencias entre los géneros masculino y femenino, es la mejor fórmula para alejar al consumidor.

El punto es, insistió, ¿sabemos qué está pasando en nuestro sector? ¿Nos estamos adaptando a este nuevo entorno de masculinidad y feminidad, o seguimos haciendo publicidad bajo el guión tradicional? ¿Cómo queremos ser identificados por el nuevo universo de prospectos? ¿Qué efectos queremos lograr en su actitud de compra a partir de lo que les decimos? ¿Qué cosas tendríamos que ajustar para que la publicidad actúe a favor, y no en contra, de los objetivos?

La realidad es que las marcas de organizaciones de gran renombre se han dado cuenta de ello y se están abocando a la tarea de plasmar en sus mensajes escritos y visuales tanto a un hombre como a una mujer empoderados, y se han percatado de que han tenido una mejor respuesta del consumidor cuando posicio-

nan en sus mensajes a una mujer fuerte y puesta al mismo nivel que su contraparte de género, y no mostrándola en su rol tradicional.

La búsqueda de la equidad es un objetivo que está en el pensamiento y en la boca de todos; y, aunque en México uno y otro género coinciden y hasta aseguran que tienen los mismos derechos, en la vida real aún no los tenemos; más bien prevalece cierta estructura sexista y patriarcal para unos y matriarcal para otros que apremia erradicar, sobre todo si queremos conectar con la nueva ola de pensamiento social. La clave está en transformar el discurso, aconsejó Rojas Reynoso.

Asimismo, la conectividad global ha influido fuertemente para que las mujeres estén mejor enteradas de lo que sucede con su género en otras partes del mundo y exijan a partir de eso vivir situaciones semejantes. Hoy saben que pueden y tienen el derecho de reclamar un espacio y trato igualitario en la sociedad. Lo que está sucediendo en ese sentido es algo así como la creación de la tormenta perfecta, en la que la fusión de la igualdad entre los géneros en lugar de causar desgracias maximiza las oportunidades sociales de ambos, señaló el expositor.

Finalmente, tras su reflexión acerca de la igualdad de género, Rojas Reynoso sentenció que algunos de los presentes del sexo masculino se preguntarían: si se trata de caminar hacia la igualdad, ¿por qué casi todo lo que hay en el clóset es de ella?

## Pensiones no se rasurarán; nadie corre ese riesgo: IMSS



justo reducirlo a 10. Insistió en que "esta controversia de tesis de la segunda Sala no es de aplicación al Seguro Social".

*Aclara que la controversia de tesis emitida por la segunda Sala de la SCJN no es de aplicación obligatoria*

“Las pensiones continuarán calculándose en 25 salarios mínimos para quienes estén en el modelo de transición de la leyes de 1973 y de 1997”, afirmó tajante Zoé Robledo, director general del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), luego de la controversia que emitió la segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN).

El director del IMSS aclaró que dicha controversia no es de aplicación obligatoria y "no significa que estemos en un desacato, sino que ello no se aplica al Seguro Social", indicó durante la conferencia matutina encabezada por el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador.

El funcionario aseveró que nadie corre el riesgo de ver reducido el monto de su pensión; no se rasura nada, como se dijo en un medio; no hay recálculo; no hay disminución.

En este sentido, Zoé Robledo dijo que el IMSS seguirá calculando las pensiones de las personas que están en el modelo de transición entre las leyes de 1973 y de 1997 en 25 salarios mínimos, como se ha hecho durante los últimos años.

Robledo también explicó que la Corte, en particular la segunda Sala, estableció un criterio para sus juzgados, no para las instituciones de seguridad social. "Lo que estamos planteando es que el criterio de seguir calculando igual sea validado por el Consejo Técnico del Seguro Social, incluso lo digo, y ni siquiera sería necesario, pero más vale tener esa certeza por el órgano de decisión de carácter tripartito, que es el Consejo Técnico", recalcó.

Robledo finalizó diciendo que la institución seguirá calculando la pensión en 25 salarios mínimos, ya que esto es el trabajo de toda una vida y sería in-

## ¿El tamaño importa?

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

# Descúbrelo

28 de Mayo, 2020  
Riviera Maya

*Lo afirma Zoé Robledo, director general de la institución, y añade: sería injusto reducirlas*

AMASFAC

AMASFAC  
ASESORES

"Que todos SEAMOS UNO"

## Asegúrate que sea Certificado

Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas

Los agentes profesionales de seguros y fianzas afiliados a AMASFAC, le garantizamos confianza y certidumbre al contratar cualquiera de nuestros planes de cobertura, ya que además de la experiencia adquirida a través de los años, la Asociación nos ha permitido mejorar continuamente, brindándonos capacitación, información, actualización, contacto con autoridades e intercambio de ideas y experiencia con los mejores profesionales del ramo en el mundo, para poder llevar a ustedes los mejores servicios de protección.

Con nosotros estás seguro



## Tecnología revolucionará al seguro Agrícola; implementarla hará más eficaz el ajuste de daños

Adoptar estas herramientas le dará mayor agilidad y eficiencia operacional a este ramo, señala Rodrigo Soares

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

La incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de suscripción y siniestros y en el diseño de nuevos productos aumentará considerablemente el rendimiento y la eficiencia operacional del seguro Agrícola, informó Rodrigo Soares, Agro Underwriter de Swiss Re.

En el marco de las XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020, organizadas por la reaseguradora de origen suizo, Soares sostuvo que la tecnología permite priorizar por áreas y regiones todo lo relacionado con la siniestralidad y a su vez ayuda a gestionar la exposición de riesgos.

"Es prácticamente una obligación utilizar la tecnología en el seguro Agrícola, porque de lo contrario voy a sufrir graves problemas. Gracias a los avances tecnológicos podemos priorizar y ver dónde tenemos mayores índices de riesgo en cuanto a una catástrofe natural, como una sequía o helada", explicó el colaborador de Swiss Re.

De igual forma, el ingeniero agrónomo indicó que este ramo debe apoyarse constantemente en herramientas como las imágenes satelitales para lograr mayor eficiencia en su operación, puesto que el objetivo es ser más ágiles y rápidos antes, durante y después de un siniestro.

"Tenemos que ser capaces de desarrollar productos con perfiles más catastróficos, seguros de índices apoyados en la tecnología satelital. Hasta hace poco, la base de los seguros paramétricos eran

las estaciones meteorológicas, y ahora podemos ir más allá; solo debemos hacer una combinación de ambas opciones apoyándonos en nuestra base de datos, y eso sucede para el momento de la suscripción, ya que sin una buena base de información previa no se puede generar el análisis adecuado", recalzó Soares.

El especialista también señaló que el reconocimiento facial de cada animal que integra el hato es una herramienta vital para agilizar los procesos de siniestro, ya que existiría la posibilidad de reducir los tiempos, que normalmente varían entre 45 y 60 días, a un aproximado de tan solo siete días.

"La tecnología tenemos que verla como un aliado, y poco a poco tendremos que ser más atractivos para los clientes que hoy en día quieren obtener todo con tan solo unos clics. Ése es el principal reto al que nos enfrentamos y que podemos vencer si buscamos la manera de automatizarnos para ser más ágiles y eficientes", cerró el ejecutivo de Swiss Re.



Rodrigo Soares

### Beneficios de la tecnología en el sector agrícola



Permite monitoreo remoto de los cultivos.



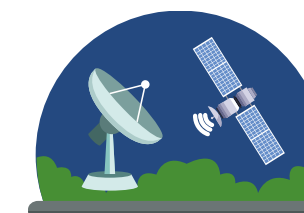
Disminuye el uso de agua, fertilizantes y pesticidas.



Reduce el daño en los ecosistemas naturales.



Aumenta la seguridad alimentaria.



### Ventajas de usar el método Humedad Satelital de Suelos

- Excelente correlación con rendimientos.
- Operación escalable.
- Datos independientes y transparentes.
- Costos reducidos.
- Pagos expeditos.
- Estimación homogénea de pérdidas.
- No es afectado por nubosidad.

Fuente: XVII Jornadas de Seguro y Reaseguro 2020 / sección Agro y Tecnología.

**Conversando** con El Asegurador

El podcast que seguro nadie escuchará

Escanea este código QR e ingresa al podcast

Conversando con El Asegurador en Spotify

Un punto de encuentro con César Rojas y personajes del seguro en México y América Latina

## Romper con la inercia, el camino obligado para encontrar soluciones innovadoras en el sistema financiero

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

La nueva década viene acompañada de grandes desafíos a escala global para todas las industrias. Tanto es así que la innovación desempeñará un papel clave en aras de encontrar las respuestas que nos ayuden a seguir evolucionando en la carrera humana. Sin embargo, los encargados de encontrar y ejecutar las posibles soluciones serán aquellos que tengan el deseo y el valor de dar un paso al frente y retar el statu quo y los paradigmas en los que hoy vivimos; es decir, los emprendedores.

Así lo afirmó Rafael Hernández, Program Director de Startupbootcamp FinTech, iniciativa para impulsar a los emprendedores que apuntan a mejorar la propuesta de valor en banca y seguros por medio de la tecnología, durante el Demo Day 2020, evento organizado por Finnovista, plataforma que impulsa el desarrollo de ecosistemas fintech e insurtech en América Latina. El evento se efectuó el 30 de enero pasado en una casona de estilo clásico de la colonia Juárez, ubicada en Ciudad de México.

En palabras de Hernández, Ciudad de México se consolida hoy como el mejor lugar de acogida y máximo referente de las fintech e insurtech en América Latina. Destacó que "luego de tres ciclos de aceleración se eligieron 10 startups de tres países (México, Costa Rica y Chile), las cuales juntaron sus talentos y unieron esfuerzos para crear servicios financieros que se adelanten a las necesidades de los consumidores".

El directivo mostró su beneplácito al comentar que "hoy presentamos a los 10 proyectos ganadores, que han trabajado con el equipo Finnovista durante tres meses para crear más y mejores servicios financieros. Sin más preámbulo, ésta es su noche".

Por orden, éstas fueron las 10 startups participantes y finalistas en el Demo Day 2020:

### Alfi

<http://soyalfi.com>

Andrea Segura explicó que Alfi está en el segmento fintech y es la primera plataforma de educación financiera basada en gaming que conecta a las personas con productos reales del sistema financiero.

"Estamos en una situación difícil; 90 por ciento de las personas desconocen los productos financieros y 70 por ciento de la población mundial se considera analfabetos financieros, lo cual desencadena graves problemas financieros y económicos. Alfi es el canal que conecta a las personas con instituciones financieras".

Andrea Segura, chilena, externó que la plataforma está diseñada bajo técnicas de economía conductual y gamificación, las cuales elevan el ratio de recurrencia y retención de usuarios; además de que sus métricas están basadas en estudios y recomendaciones de instituciones internacionales.

Segura añadió que buscan captar más de 25 000 usuarios y la oportunidad de mercado es de 375 millones de latinoamericanos con poder adquisitivo y que no han consumido ningún producto financiero.

### Atrato pago

<http://www.atratopago.com>

La startup mexicana y liderada por Rodrigo Rea tiene como propósito resolver los tres problemas fundamentales del online lending: "originamos créditos con bajos costos de adquisición, protegidos contra fraude y con alta defensibilidad".

Rea explicó que en México 90 por ciento de adultos no tienen una tarjeta de crédito y que millones de personas se ven forzadas a pedir prestada una tarjeta a un familiar para poder adquirir bienes, incluso a meses sin intereses.

La plataforma funciona mediante créditos fáciles, justos y accesibles en el punto de venta para Latinoamérica.

### Datafierce

<http://www.datafierce.com/>

Eduardo Williams dijo que proveer de soluciones a pequeñas y medianas empresas es su misión, por medio de una plataforma que ayuda a gestionar operaciones y finanzas en un solo lugar.

"Por ello, hemos creado un ecosistema cerrado alrededor de nuestra plataforma formando un círculo virtuoso para el crecimiento de todas las partes involucradas: contadores, instituciones financieras y empresas", detalló.

Williams añadió que la plataforma SAAS Contable y ERP es por medio de la cual se impulsa a empresas, contadores e instituciones financieras.

**Durante el evento se presentan 10 startups de tecnología que buscan cambiarle la cara al tradicional sistema financiero**

### Flotify

<https://flotify.mx/>

Giovanna Muñoz lidera esta startup mexicana del segmento insurtech, el primer multicotizador y administrador digital para seguros de pequeñas flotillas (2 a 99 vehículos) en México.

Muñoz explicó que, dado que siete de cada 10 automóviles no cuentan con un seguro, "nuestra meta es ser un ecosistema enfocado en proteger a las pymes que hoy son la columna vertebral de la economía de nuestro país".

También añadió que, hasta hoy, Flotify tiene un acuerdo preliminar con siete de las aseguradoras más reconocidas en el país y con una plataforma de más de 10 000 agentes de seguros listos para vender; así como con una de las promotorías más importantes en cuanto a cartera de flotillas.

### Hubex

<http://hubex.tech>

Alexander Morgan viene de Costa Rica para construir el primero y más grande marketplace de automatización de procesos para fintech e insurtech en el mundo.

El joven emprendedor explicó que más de 95 por ciento de los procesos bancarios y de seguros son ineficientes; de ahí surgió la intención de construir el primero y más grande marketplace de automatización de procesos para banca y seguros.

"Hasta hoy contamos con dos clientes cerrados y siete POC en Latinoamérica. Además, hemos logrado alianzas comerciales con empresas y startups mexicanas para fortalecer el producto e iniciar nuestra primera ronda de inversión. Buscamos levantar 850 000 dólares", dijo entusiasmando.

### Inverkids

<https://inverkids.mx/>

Mariana Garza habló de Inverkids dentro del segmento fintech, cuya meta es acompañar a las nuevas generaciones en sus primeros pasos financieros por medio de la tecnología, desarrollando capacidades financieras e incorporando a niñas, niños y adolescentes al sistema financiero.

En México, la oportunidad de mercado es inmensa, ya que existen 40 millones de niñas, niños y adolescentes a quienes se busca llegar con un programa de educación financiera mediante tecnología y tarjetas de ahorro.

"Entre nuestros logros está el lanzamiento de la plataforma educativa en colegios con 400 familias activas y la alianza con Banco Azteca y Flink para emisión de tarjetas de ahorro para niños y niñas", dijo Garza.

### LISA InsurTech

<https://www.lisainsurtech.com>

Gino Bustamante, líder de la startup chilena, expresó que "nuestro compromiso es brindar al asegurado una experiencia sublime en la industria del seguro y hacer crecer la industria, velando por los costos y eficiencias de los procesos con un time to market acelerado en toda nuestra estrategia".

Bustamante dijo que en la actualidad se presentan 30 000 siniestros por minuto y las aseguradoras tardan hasta 37 días en dar una solución.

El chileno comentó que "liquidamos siniestros de seguros automáticamente, usando inteligencia artificial y blockchain, ahorrando 80 por ciento del tiempo y 60 por ciento del costo".

### Score

<https://www.score.io/>

Daniel España hace hincapié en que la startup mexicana Score es la mejor herramienta de prevención de fraude que hace uso del análisis de la identidad digital. Su principal factor es la dirección de correo electrónico de los usuarios.

"Es eficaz, colaborativa y robusta para apoyar a banca, aseguradoras y al e-commerce. Somos la mejor opción para consultar el nivel de riesgo de tus usuarios digitales en México. Incorporamos a nuestro score de riesgo los resultados de consultas de perfiles online de asociados a la dirección de email de tus clientes para poder ofrecer información única y valiosa y así evitar fraude o poder enriquecer bases de datos", explicó.

### Smart Beta Fix

<http://sbfix.com.mx/>

El mexicano Óscar Roque Gómez explicó que su propósito fue construir la única plataforma inteligente de Cash Management Empresarial, 100 por ciento automatizada e integrada en sus canales de cobro y pago por medio de la ruta CoDi, que asiste con analítica avanzada al negocio para asegurar las mejores decisiones de optimización en los resultados financieros.

"Integramos un nuevo canal de cobro seguro, de bajo costo en transacciones y que sustituirá el uso de efectivo en los negocios, haciendo eficiente la gestión y conciliación de las transacciones, facilitando la cobranza de productos y servicios por la ruta CoDi", indica Roque Gómez, quien estima que su oportunidad de mercado es de 69 millones de negocios.

### Vale Pay

<https://valepay.com.mx>

María Luz Martínez explicó que su meta es ser el gateway líder de pagos complementarios entre métodos de pago tradicionales y no tradicionales en Latinoamérica.



"¿Cómo lo logrará? Migrando la industria de vales offline a online mediante un procesador de pagos que permita hacer los de tipo complementario entre tarjetas de crédito, débito y vales, así como con la creación del primer marketplace especializado para vales.

Hasta hoy, de la startup mexicana "ya funciona el piloto en dos e-commerce, aceptando pago mixto con su procesador de pagos. Cuentan con un marketplace listo para operación y un procesador de pagos mixtos también listo para operación", dijo Martínez.

## Baja 11 % robo de vehículos asegurados en 2019; prevalece uso de violencia

Marcos Medina

@MmedinaMarcos

De enero a diciembre de 2019, el robo de vehículos asegurados registró la cifra de 84,133 unidades, lo que se traduce en una reducción de 11 por ciento con respecto al mismo periodo precedente; el total de autos robados en 2018 totalizó 94,544 unidades. Así lo dio a conocer la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

En conferencia de prensa, Recaredo Arias Jiménez, director general de la AMIS, apuntó que, pese a la considerable reducción que experimentó el fenómeno de la sustracción de vehículos asegurados durante 2019, no se debe perder de vista que un total de 51,325 unidades fueron robadas con violencia, por lo que, lamentó, en 60 por ciento de los casos se arrebató el vehículo bajo esta modalidad de delito, lo que se traduce en una disminución de tal parámetro de apenas 2 puntos porcentuales respecto a 2018.

El funcionario de la AMIS reconoció asimismo que aún no existen los elementos suficientes para pronosticar que el índice de robo de vehículos asegurados experimentará una tendencia a la baja de forma constante y a largo plazo. Puntualizó que en los últimos seis años se robaron 459,597 unidades aseguradas. De ese universo, dijo, 18 por ciento de los casos se presentaron en 2019.

"Reconocemos que está mejorando el comportamiento del número total de vehículos asegurados robados; sin embargo, es importante que toda la información se analice bajo contextos específicos, ya que, si comparamos las mediciones, también nos daremos cuenta de que otros delitos están incrementándose en el país, como es el caso del homicidio", explicó Arias Jiménez.



**En más de la mitad de los casos el delito se cometió con uso de violencia, reporta la AMIS**

Según datos de la asociación, 2018 representa el año en el que el robo de vehículos asegurados registró su máximo histórico en los últimos seis años, visto que en los 12 meses de ese ciclo la cifra se situó en 94,544 unidades. Al respecto, Arias Jiménez advirtió que no se debe hacer caso omiso de dicha tendencia, puesto que está confirmado que este tipo de delitos alcanzan su

tope máximo en el último año de cada sexenio presidencial. En tal sentido y de forma categórica remarcó: "Por razón natural, dicho índice posteriormente empieza a tener un descenso".

En lo que se refiere a la tasa de recuperación de vehículos asegurados, el director general de la AMIS aseveró que de enero a diciembre de 2019 las unidades rescatadas representaron 42 por ciento del universo total de vehículos asegurados robados en ese periodo, índice que supera en 5 por ciento al registrado durante el año anterior.

### Los rincones más peligrosos de la república

De acuerdo con la información proporcionada por Arias Jiménez, en los 12 meses que sirven como periodo de referencia la entidad federativa en la que se presentaron más robos de vehículos asegurados es el Estado de México, con 22,781 unidades afectadas; sin embargo, resaltó

**De enero a diciembre de 2019 las unidades rescatadas representaron 42 por ciento del universo total de vehículos asegurados robados**

que esta zona reflejó un decremento del ilícito, puesto que en 2018 el monto fue de 26,228 automotores sustraídos.

Según datos de la AMIS, Jalisco es el segundo estado de la república donde más delitos de este tipo se cometen, con 12,328 vehículos; mientras que en la capital del país, Ciudad de México, el número total de autos afectados sumó 9,336 unidades.

El director de la AMIS detalló que los municipios del país con mayor cantidad de vehículos arrebatados entre enero y diciembre de 2019 fueron: Guadalajara, con 6,319; Ecatepec de Morelos, con 5,540; Puebla, con 2,426; Zapopan, con 2,294; y Tlalnepantla de Baz, con 2,203 unidades.



**Estado de México es, una vez más, la entidad donde más ocurre esta clase de ilícitos**



### Nissan, "campeón" indiscutible

En cuanto a las marcas de los vehículos asegurados más robados en México, la AMIS informó que el automóvil marca Nissan, modelo NP300 /pickup, fue el más sustraído en 2019. Destacó que de esta clase de autos las bandas delictivas arrebataron de enero a diciembre del año pasado un total de 4,657 unidades.

Arias Jiménez sostuvo que dos modelos más de la armadora de origen japonés están en el top 5 de los autos más robados en México: Tsuru (4,311 unidades) y Versa (3,803 unidades). Los otros dos automóviles que forman parte de este penoso ranking son: General Motors Aveo (2,945 unidades) y el vehículo de carga pesada tractocamiión Kenworth (2,430 unidades).

Por último, Arias Jiménez declaró que el robo de unidades para trasladar carga registró cifras más moderadas al cierre de 2019. Aseveró que de enero a diciembre del año pasado se robaron un total de 10,750 vehículos pesados, lo que representa una reducción de 7.6 por ciento con respecto al mismo periodo del año anterior, cuando el número fue de 11,635 vehículos pesados robados.



# EL TORNEO PARA EL SECTOR ASEGURADOR

9 DE MARZO DE 2020 | Club de Golf Los Encinos

A favor de



## 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:**

lcalce@elasegurador.com.mx

### PATROCINADORES

