

Soluciones Digitales para ASEGURADORAS

**IN MOTION**

www.grupoinmotion.com



**DATOS CORRECTOS.  
MEJORES DECISIONES.  
EN TODO MOMENTO.**

IMPULSANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA GESTIÓN DE SINIESTROS, INTRODUCIENDO TECNOLOGÍAS QUE CAMBIARÁN NO SOLO EL FLUJO DE TRABAJO ACTUAL, SINO TAMBIÉN EL DEL FUTURO.

Audatex.com.mx

Sotero | Audatex



# El Asegurador <sup>Publicación Quincenal</sup> <sup>®</sup>

Fundador: Genuario Rojas M.

Director General: César Rojas R.

ISSN-1561-2392

Número 879

Año XXXVII

Ciudad de México, 31 de mayo de 2021

José Alfredo Tijerina



Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez



Javier Llamosas Portilla



## Regulación e incentivos

### Dos retos del sector para comercializar seguros inclusivos

■ Autoridades y actores de la industria instan a que el marco regulatorio sea dinámico y responda a las condiciones del mercado

■ Trascendental, revisar si la legislación inhibe la penetración del seguro

pág. 4

#### COLUMNISTAS



**Seguros:  
historias que  
enamoran**  
Genuario Rojas

pág. 8



**Soy agente  
de seguros: el  
camino inicial**  
Wendy Conchello

pág. 20



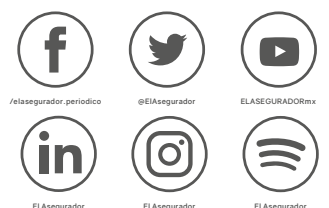
**Decrece primaje de seguros 2.8 % y  
aumenta la siniestralidad 13.3 %, a  
marzo de 2021: AMIS**

pág. 16

#### SECCIONES

EDITORIAL	2
A PROFUNDIDAD	2
SE DICE...	6
INSURTECH VIP LOUNGE	21
ASPRO GAMA MÉXICO	23

#### SÍGUENOS:



#Seguros #Prevención



## A PROFUNDIDAD

### Informe 2021 del Mercado Mundial de Seguros

Al primer trimestre de 2021, los precios de los seguros comerciales en el mundo aumentaron 18 por ciento, una medida producto del cambio en el precio de las primas de seguros comerciales globales en el momento de la renovación y que refleja el comportamiento de los principales mercados de seguros del planeta, señala el Informe del Mercado Mundial de Seguros 2021, difundido por Marsh.

De esta manera, vemos que continúa la tendencia de aumentos promedio interanuales, tendencia que significó un incremento de 20 por ciento y de 22 por ciento en el tercero y cuarto trimestres de 2020, respectivamente, agrega el documento.

Según el informe, los aumentos de precios en los diversos países se moderaron debido a los incrementos de tasas, generalmente más lentos en seguros de Daños Materiales y Líneas Financieras y Profesionales.

Otros hallazgos que se leen en el Informe del Mercado Mundial de Seguros 2021 son:

1. Los precios de los seguros globales de Daños Materiales aumentaron 15 por ciento en promedio, por debajo del aumento de 20 por ciento registrado en el cuarto trimestre de 2020. Y los precios de Responsabilidad Civil aumentaron 6 por ciento en promedio, en comparación con el aumento de 7 por ciento del trimestre anterior.
2. Los precios en las Líneas Financieras y Profesionales tuvieron la tasa de aumento más alta en las principales categorías de productos de seguros, con 40 por ciento, en comparación con el 45 por ciento del trimestre anterior.
3. Los precios de seguros Cibernéticos divergieron de la tendencia, con precios que aumentaron en el primer trimestre 35 por ciento en Estados Unidos, y 29 por ciento en Reino Unido, impulsados por un aumento en la frecuencia y gravedad de las pérdidas. En el trimestre anterior, las tasas de aumento en las coberturas cibernéticas fueron de 17 por ciento en Estados Unidos y de 26 por ciento en Reino Unido.

Si desea conocer A Profundidad este reporte de Marsh, por favor ingrese a [www.anuarioseguros.lat](http://www.anuarioseguros.lat) y busque la información en la categoría llamada Documentos.

# EDITORIAL

## INCLUSIÓN FINANCIERA HACE CONVERGER INTERESES ANTES OPUESTOS

En la historia del seguro, desde hace algunas décadas quedó sepultada la época en la que a las aseguradoras no les era permitido publicar nada que no pasara por la autorización de la entonces Comisión Nacional Bancaria y de Seguros (CNBS).

Después, al crearse la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), se consideró que el rol que ese organismo debería centrarse en regular la operación del seguro. La CNSF debía vigilar que las compañías del sector tuvieran la solvencia adecuada para responder a las obligaciones contraídas con los asegurados.

De esa manera, promover la actividad aseguradora y afianzadora se consideró como una función enteramente responsabilidad de las propias empresas, y éste era un tema en el que la entidad supervisora poco o nada debía intervenir.

Con el paso del tiempo, este discurso comenzó a cambiar veladamente, y de manera mucho más clara y acelerada tras la fuerte sacudida que las estructuras sociales y empresariales sufrieron por la pandemia de COVID-19.

Ya en la reciente 30.ª Convención de Aseguradores, de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, autoridades y aseguradores dialogaron con espíritu colaborativo acerca de las acciones encaminadas a impulsar una mayor inclusión financiera de la ciudadanía y la promoción del seguro entre la sociedad.

Se habló asimismo acerca de la importancia que para este fin tiene difundir la cultura de la prevención y, no menos relevante, de la conveniencia de analizar si hoy la regulación contiene algunos aspectos que inhiben el cumplimiento de dicha encomienda.

Todo lo anterior plantea el desafío de generar un ambiente colaborativo en el que autoridades y aseguradores construyan de manera armónica y diligente las condiciones ideales para que la industria responda con eficiencia a las nuevas condiciones del mercado.

En este contexto parece que la tecnología y la pandemia pusieron punto final (o al menos atenuaron) a la postura de "cada quien sus canicas".

Así, el futuro operativo de cualquier otro instrumento financiero o de servicios deberá estar ligado a la armonía y coordinación tan necesarias entre esferas industriales y administrativas para crecer sin apartarse de lo que la ley establece.

Hay que destacar que el discurso de las autoridades reguladoras y supervisoras refleja apertura para revisar y, de ser necesario, modificar aquellos clausulados jurídicos que constituyen un obstáculo para el desarrollo y fomento de la inclusión financiera de la sociedad y la expansión del seguro entre todos los estamentos que la conforman, ya que así se logrará acercar a más personas, familias y empresas al conjunto de beneficios que tales instrumentos brindan.

Para empezar, sobre la mesa se habló de que una de las acciones contenidas en la agenda de trabajo es desarrollar e incorporar incentivos que posibiliten a las compañías crear productos nuevos y paralelamente soluciones inéditas a los recurrentes problemas que aquejan a la distribución, atención de siniestros y suscripción. Todo ello deberá tener un costo nulo, y además dichas propuestas deberán gestarse en el seno de la propia industria.

Así como para los actores de la industria la pandemia propició la serie de acciones que han conducido al despertar de la conciencia de riesgo y de prevención entre la sociedad, la apertura expresada en el evento de la Convención de Aseguradores, de AMIS, movió la conciencia de las autoridades y los aseguradores.

Una conclusión natural de todo esto es que nada es mejor que la suma de las partes interesadas en solventar un problema: industria y autoridades deben actuar en consonancia para que un sector industrial tan relevante esté a la altura de la nueva realidad, circunstancia que exige asumir una actitud de cooperación, sin quedarse en la mera fiscalización.

El ejercicio realizado por autoridades y aseguradoras permite abrigar esperanzas de que el sector fluya de manera que productos, canales, agentes, cultura de seguros, inversiones, tecnología, etcétera, tiendan hacia el fomento de la inclusión financiera de la sociedad con una clara comprensión de lo que ésta requiere.



#Editorial

## DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

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

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

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

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

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

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

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

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

**PUBLICIDAD**  
Patricia Álvarez Rivera  
Xanath Sánchez Ceballos

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

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

**ASESORÍA JURÍDICA**  
Lic. Gerardo Trigueros Gaisman

EL ASEGURADOR, periódico quincenal con circulación entre profesionales y empresas de los sectores asegurador, afianzador y ejecutivos de la industria, el comercio y los servicios de la República Mexicana y de seguros y fianzas en el extranjero.  
Número de reserva al título en Reservas de Derechos de Autor 04-2011-121613243100-101; núm. de Certificado de Licitud de Título y Contenido número 17401.  
Registro postal Núm. PP09-1528.  
Autorizado por Sepomex.  
Impreso en: Multigráfica Publicitaria S.A. de C.V. Democracias 116, Col. San Miguel Amanita, Alcaldía Azcapotzalco, C.P. 02700, Ciudad de México, México. Tel. 55 54451590.

Año XXXVII No. 879

Miembro activo de



Visítanos en:

# WWW.ELASEGURADOR.COM.MX



#AMIS #Seguros

# Considera SHCP vital hacer converger regulación de seguros con los cambios que se gestan en México

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

Es innegable que México cuenta con una industria aseguradora importante, y no quedan dudas de que ésta tiene un papel relevante como inversionista institucional. Sin embargo, mejorar su participación de mercado frente al Producto Interno Bruto (PIB) es una tarea pendiente, por lo que es vital hacer que confluyan el estricto marco regulatorio que rige su operación y los cambios demográficos, financieros y sociales que se gestan en este país, afirmó Gabriel Yorio González, subsecretario de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

Yorio González participó en la 30.ª Convención de Aseguradores, que celebra anualmente la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), y ahí dijo que es obligatorio impulsar una agenda de adaptación normativa que permita la creación mucho más dinámica de un abanico de coberturas simples, de bajo costo, cuya propuesta de valor principal sea el rasgo digital.



Gabriel Yorio

"Hemos confirmado que la tecnología ayuda a disminuir costos operativos y contribuye a incrementar la inclusión financiera. Por ese motivo, es apremiante confeccionar una agenda de trabajo que promueva el desarrollo de aseguradoras que consideren la creación de ecosistemas digitales y que tomen en cuenta la labor de jugadores como las insurtech", expresó el funcionario de la SHCP.

Expandir el seguro en México, precisó Yorio González, exige perder el miedo a innovar y tener el apetito de crear plataformas de acceso que forzosamente sean virtuales. Al respecto, recordó que por ejemplo en México la Ley Fintech, instrumentada en 2018, regula los servi-

cios financieros ciento por ciento digitales y asociados a la administración de riesgos. Así pues, consideró crucial revisar dicha regulación, de tal suerte que se incentive el diseño de productos que tomen en consideración las necesidades y posibilidades económicas de los consumidores.

### Oferta incipiente

En otro punto de su alocución, Yorio González señaló que el sector asegurador mexicano sigue teniendo una oferta incipiente de productos y servicios, sin perder de vista que solo unas pocas instituciones concentran un porcentaje significativo del mercado. En tal sen-

tido, precisó que al cierre de 2019 los microseguros representaban tan solo 3 por ciento del universo total de pólizas colocadas por la industria.

"Es fundamental seguir promoviendo la competencia en el sector asegurador. Por lo tanto, insisto, es imperativo que la industria en colaboración con las autoridades trabaje en el diagnóstico de áreas de oportunidad y mejoras regulatorias que fortalezcan la inclusión financiera", abundó el subsecretario de la SHCP.

Yorio González declaró que el perfil de riesgo de los consumidores de seguros está cambiando de forma inexorable y que de forma paralela los miembros de la generación millennial se están convirtiendo en el grueso de la población económicamente activa de México, contexto que, sentenció, orilla a las aseguradoras a reaccionar con rapidez, visto que los grupos etarios dominantes esperan de las instituciones practicidad y constante innovación tecnológica.

Casi al término de su intervención, el servidor público aplaudió la presencia cada vez mayor de mujeres en el seno del sector asegurador, inclusión que, añadió, ayudará a desarrollar coberturas que propicien la equidad de género.

"México se encuentra muy rezagado en lo que se refiere a la incorporación e inclusión de mujeres en la toma de decisiones. No obstante, el talento de las personas pertenecientes al género femenino es primordial para conseguir el crecimiento del sector seguros. Por eso es ineludible fomentar la presencia de funcionarias en las aseguradoras, maniobra que convertirá a la industria en un espacio de inclusión e innovación", cerró Yorio González.

**7.8**  
GRADOS RICHTER ✓  
El límite, lo decidimos juntos.

PRESENTAMOS EL PRIMER SEGURO PARAMÉTRICO EN MÉXICO BASADO EN TECNOLOGÍA.  
Una vez que se confirma que la magnitud del sismo alcanzó los parámetros acordados, indemnizamos al asegurado para que haga frente a los daños que sufrió.

Mediciones validadas por un ente externo | Pago más rápido que una póliza tradicional | Repara tus daños de inmediato

Grupo Valore

Especialistas en Seguros de Responsabilidad Civil y Daños / [www.gmx.com.mx](http://www.gmx.com.mx) / (55) 5480.4000

## Regulación e incentivos, dos retos del sector para avanzar en comercialización de seguros inclusivos

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

Sin lugar a dudas, México es un país con mucha necesidad de seguros que muestra un amplio potencial de oportunidades. No obstante, para lograr una mayor participación de los instrumentos de protección financiera es imperativo que la regulación tenga un enfoque dinámico y que responda a las condiciones actuales del mercado, ya que de esa forma se logrará incluir a más personas, familias y empresas en las bondades de los productos que la industria aseguradora comercializa.

Así lo afirmaron Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez, presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF); José Alfredo Tijerina, titular de la Unidad de Seguros, Pensiones y Seguridad Social de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); y Javier Llamosas Portilla, presidente de Grupo Valore, durante su participación en el panel *El rol de la regulación en los seguros inclusivos*, el cual se llevó a cabo dentro de la 30.ª Convención de Aseguradores, organizada por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) y transmitida de forma virtual.

Los expertos indicaron que tanto el sector como la autoridad deben buscar mecanismos que ayuden a cubrir las necesidades del ciudadano mexicano. En tal sentido, añadieron que es trascendental revisar si la regulación inhibe la penetración del seguro o contribuye a ella.

“La prioridad es aumentar la inclusión en la cobertura de seguros. En la coyuntura actual, la inclusión se hace más relevante, por lo que debemos acortar la brecha de protección. En la CNSF seguimos trabajando arduamente para facilitar a las compañías mecanismos que potencien la inclusión en sus productos, especialmente los relacionados con la COVID-19”, aseguró Ochoa Rodríguez.

El presidente de la CNSF añadió que en el organismo regulador mantienen su compromiso de puertas abiertas para dialogar con las instituciones respecto

### Autoridades y actores de la industria debatieron en la 30.ª Convención de Aseguradores, de AMIS

a obstáculos en la regulación que posiblemente inhiban la participación del seguro.

“Una de las acciones que hay que analizar es la incorporación de un tipo de regulación que discrimine pero de forma positiva; es decir, que se coloquen incentivos para que así las compañías hagan cosas nuevas con un costo nulo y que sean propuestas por ellas mismas. Insisto: la prioridad es aumentar la inclusión y la penetración del seguro en el país”, recaló Ochoa Rodríguez.

### Vital, fortalecer la educación financiera

Al tomar la palabra, Tijerina indicó



Javier Llamosas Portilla y Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez

seguro.

“Como autoridad y como sector asegurador, en conjunto, debemos continuar fortaleciendo la educación financiera tanto en finanzas personales como en cultura de aseguramiento. Para lograrlo se necesita combinar la regulación con incentivos. De ese modo se incrementarán también los índices de participación”, aseveró el funcionario de la SHCP.

En opinión del funcionario de Hacienda, es fundamental monitorear a su vez las líneas de negocio, porque eso permitirá observar el crecimiento y la calidad de los productos comercializados.

“Hay que entender el mercado al que nos dirigimos para saber hacia dónde queremos llegar. Debemos estar convencidos de lo que se busca con la inclusión, de lo que necesita una persona para estar asegurada, porque a lo mejor las características de los productos no están ajustadas a los requerimientos de cada individuo”, reflexionó el titular de la Unidad de Seguros, Pensiones y Segu-

ridad Social de la SHCP.

### Sector debe buscar nuevas soluciones

En la mesa de análisis se mencionó el potencial de crecimiento que tiene el seguro en México. Por ello, Llamosas Portilla aprovechó su intervención para profundizar en este tema y señaló como trascendental que los productos sean accesibles y se distribuyan por todos los canales necesarios.

“Debemos cuidar que cada peso que pague el asegurado sea para una prima de riesgo. Por esa razón tenemos que ser eficientes y contribuir a la protección del patrimonio de los mexicanos y ofrecerles herramientas que nos ayuden a ahorrar”, planteó el presidente de Grupo Valore.

Finalmente, Llamosas Portilla hizo un llamado al sector asegurador en general para que como industria incursione en nuevas cosas y se aboque a instrumentar soluciones que favorezcan a la sociedad.

“Cada día se tiene que priorizar la inclusión. Debemos esforzarnos al máximo para que la inclusión sea un elemento fundamental. Como industria estamos en la obligación de cubrir las eventualidades de las familias y ayudarlas a evitar que caigan en la pobreza”, concluyó el veterano asegurador.

que para aumentar la inclusión es necesario fortalecer la educación financiera de los mexicanos, ya que esto es el método ideal para que los ciudadanos entiendan la importancia de contar con un



José Alfredo Tijerina y Juan Ignacio Gil Antón

## La diversidad permitirá a la industria expandirse y obtener mejores resultados

#AMIS #Seguros

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

Incluir a personas que piensan diferente y que analizan la realidad de forma distinta permitirá al sector asegurador expandir su potencial e incrementar sus límites; y en consecuencia los resultados que obtendrá serán superiores a los esperados, afirmó Jorge Rosas, Co-Founder & CEO de We Wow, empresa consultora de capital humano.

Dicha aseveración la expresó el especialista en liderazgo y recursos humanos en la 30.ª Convención de Aseguradores, evento que fue organizado por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) y transmitido de forma virtual.

Rosas indicó que nadie crece solo; que la teoría de que el hombre se hace a sí mismo es mentira, ya que todas las personas evolucionan gracias a las relaciones, consejos, ayuda y apoyos que reciben durante su vida.

“Hay que entender que nadie crece solo, y en la medida en que establezcamos mejores conexiones con otras per-



Jorge Rosas

### Las relaciones personales potencian el crecimiento organizacional, señala Jorge Rosas

sonas que no piensan igual que nosotros, que no vean la realidad igual que nosotros, en esa medida nuestro horizonte se expandirá”, destacó el ejecutivo de We Wow.

Rosas sostuvo que en las compañías se premia y se sobrevalora el trabajo individual. En tal sentido, añadió que no necesariamente el más fuerte, inteligente o rápido es quien tiene el mejor desempeño.

“La gente que tiene mejor desempeño es la que hace mejor fit en la organización, la que logra conectarse con otras personas en el interior de la compañía. Es por ello por lo que la teoría de que sobrevive el más fuerte no es necesariamente correcta, porque en realidad sobrevive quien hace mejor fit”, recaló el especialista.

A modo de corolario, Rosas mencionó que el escenario ideal para crecer y obtener mejores resultados estriba en que cada individuo reconozca la importancia que tiene entender el poder de otros, ya que, resaltó, las perspectivas de otras personas nos hacen más fuertes.

## El cibercrimen está en el top cinco de los riesgos más importantes del planeta: Deloitte

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Vivimos en un mundo abrumado por cambios tecnológicos que generan riesgos en muchos sentidos, pero es posible mitigarlos si se detectan aquellos rubros que generan vulnerabilidad, para después estar en condiciones de implementar un programa integral de ciberseguridad que entrelace y blinde cada uno de los factores de riesgo. “La misión de proteger los datos frente a los riesgos cibernéticos es posible, pero es necesario hacer la tarea construyendo la ruta para su protección”, dijo Santiago Gutiérrez.

Gutiérrez es socio líder de Ciberseguridad de Deloitte Spanish Latin America, y dijo lo anterior al hablar de *Misión posible: protegiendo nuestros datos* durante la 30.ª Convención de Aseguradores (CAM), organizada por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

Gutiérrez señaló que para proteger adecuadamente los datos de una organización resulta fundamental ir al corazón de cada una de las partes del negocio expuestas a sufrir un ciberataque. De esa manera se reduce el temor a ser víctima de la ciberdelincuencia y además se reducen las posibilidades de entrar en caos o quedar fuera de control de la situación en caso de padecer una intrusión cibernética.

### La ciberseguridad se construye blindando cada factor de riesgo de la empresa

“El ecosistema que se ha construido alrededor de la tecnología es complejo de entender; y, si bien trae consigo muchos beneficios para la sociedad y las empresas, también incluye un sinnúmero de amenazas que han ido madurando en los últimos años de manera paralela al desarrollo de la tecnología y ante las cuales hay que estar atentos para abatirlas”, dijo el ponente.

No es un tema menor que la cibertecnología se haya convertido en un tema global que las empresas han llevado hasta sus consejos de administración. Cada vez se es más consciente de que todo lo que ocurre a nuestro alrededor implica riesgos que, en el caso de la ciberseguridad, pueden poner en serios aprietos a una organización desde cualquier parte del mundo, indicó el expositor.

“La buena noticia es que a partir de 2010 existe la percepción de que las empresas han ido evolucionando y madurando respecto a los diferentes temas de ciberseguridad y a la importancia que implica proteger los datos. Estamos ante un mercado mucho más evolucionado y

maduro que ya entendió la importancia del cuidado de los datos”, dijo Gutiérrez.

El cibercrimen ha multiplicado sus formas de infiltrarse aprovechando la confusión y los cambios que de manera abrupta los negocios y las personas tuvieron que implantar durante la crisis sanitaria. El cibercrimen se ha convertido en una actividad ilícita muy rentable que ya está considerada en el top cinco de los riesgos más importantes del planeta, entre los que se encuentran

la extorsión, el secuestro y el narcotráfico.

Gutiérrez considera que para afrontar con éxito los riesgos que se desprenden de la tecnología es fundamental que las organizaciones estén siempre un paso adelante ante todos los factores de riesgo que hay en el mundo de la ciberseguridad. “Es mejor estar muy atento a cuando llegue el invitado incómodo y actuar en consecuencia que llegar tarde a la fiesta y ver que todo se acabó”.

Por todo lo anterior, Gutiérrez sugirió incorporar el hábito de observar cuáles son las amenazas reales y posibles a las que estamos expuestos en la organización, y cuáles de éstas podrían considerarse las “joyas de la corona”, aquellas que podrían poner en jaque mate al negocio, para así elevar el nivel de blindaje y las capacidades de los colaboradores para sortear dichos riesgos y de esta manera constituirnos como una empresa más segura, resiliente y vigilante.

Acumular grandes momentos es posible con



Insignia Life  
Universal



(55) 3088 3663 / 800 00 55555

www.insignialife.com



Insignia Life  
El seguro de tu vida

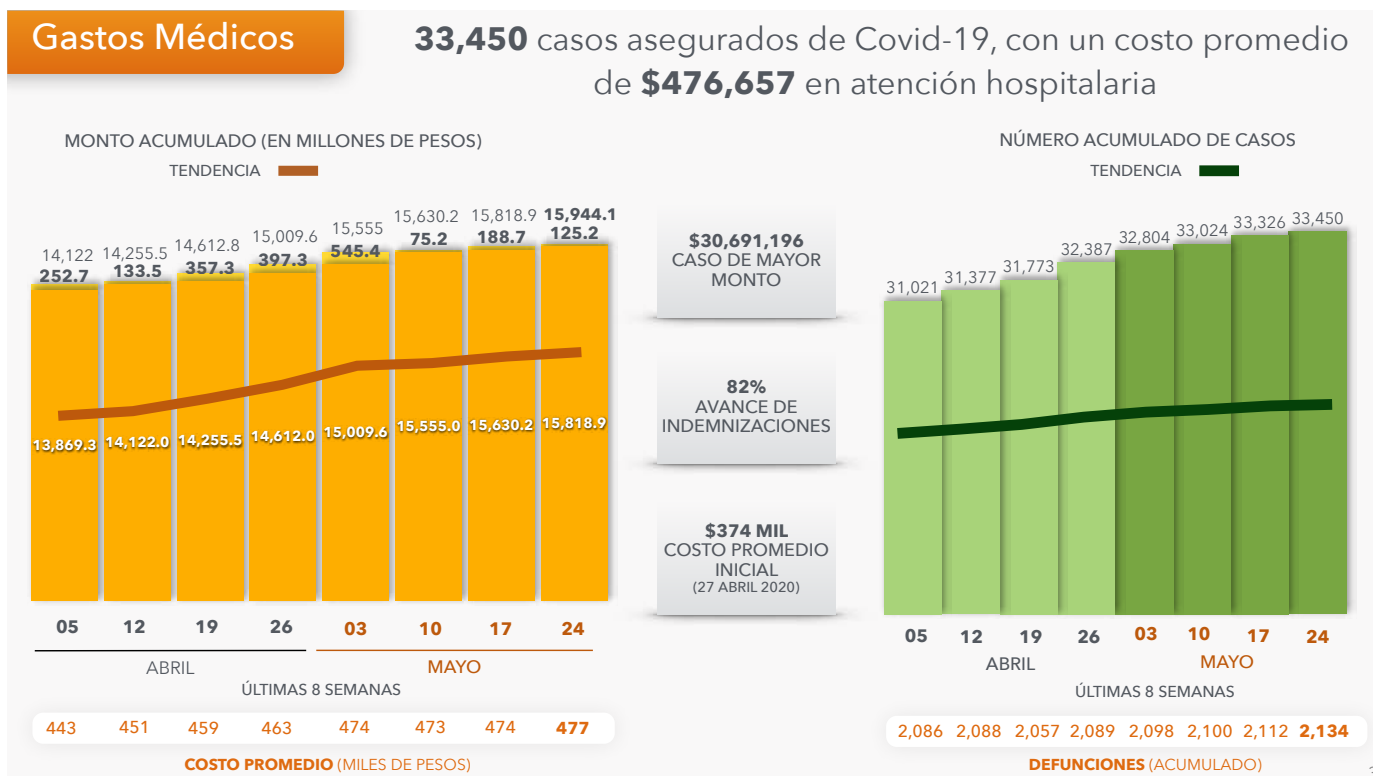
## SE DICE...

Genuario Rojas M.  
@GenuarioRojas

César Rojas  
@pea\_crojas

Al cierre de este número del periódico *El Asegurador*, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) hizo hincapié en la necesidad de generar conciencia de que la COVID-19 es una enfermedad que amenaza la salud y la vida no solo de los adultos mayores, sino de toda la población y que, por ende, se deben evitar aglomeraciones para evitar un rebrote. El organismo lanzó una alerta sobre el peligro que representa el regreso de los niños a clases y el peligro que se cierne sobre ellos y los padres jóvenes que no han sido vacunados todavía.

Por lo pronto, al 24 de mayo la cifra de fallecimientos de asegurados en Vida a causa de la citada enfermedad, que ya era de 89,457, permite prever que hacia la mitad del año en curso el número podría estar llegando a los 100,000 decesos. Esto es previsible en la medida en



que, como se indicó en videoconferencia para representantes de medios de comunicación el 27 de mayo, entre el aviso de fallecimiento de un asegurado y la entrega del finiquito correspondiente y el registro transcurren entre 30 y 40 días.

Aunque en esa videoconferencia, encabezada por Édgar Karam y Juan Patrio Riveroll Sánchez, vicepresidentes, y Norma Alicia Rosas Rodríguez, directora general de la AMIS, se remarcó que en el renglón de Gastos Médicos, y refiriéndose siempre a la COVID-19, parece ir aplanándose la curva que genera la cifra de casos, cupo también la advertencia de que se debe tomar esto no como un mensaje optimista, sino como un llamado a seguir cuidándose, sobre todo en los meses próximos, en tanto la población mexicana termina de ser vacunada.

Eso sí, en el caso del seguro de Gastos Médicos se hizo una recomendación puntual, consistente en que aquellos que renueven su póliza la lean cuidadosamente para conocer los alcances de las coberturas, algo en lo que, diríase, los agentes de seguros tienen una gran oportunidad de hacer la diferencia, siempre y cuando estén preparados, capacitados, para examinar los textos que se incluyen, pues no es raro caer en opiniones infundadas y utilizar el "supongo que sí está cubierto eso", cuando en realidad no se tiene certeza.

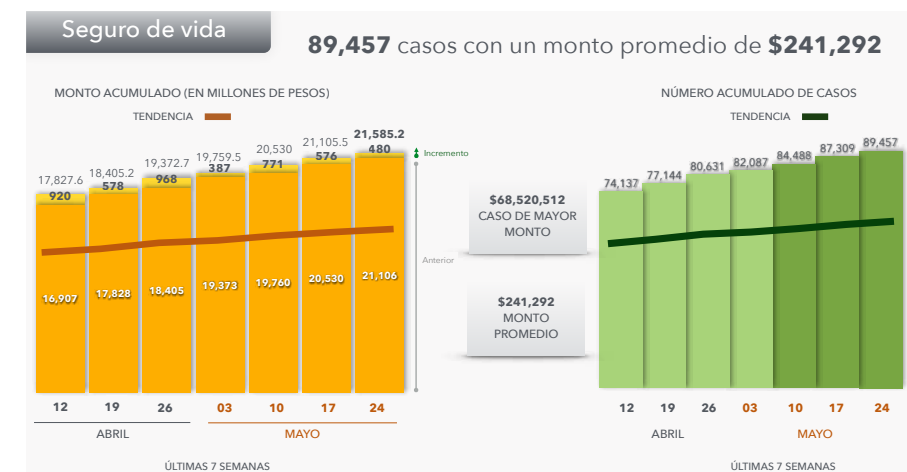
La Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) dio a conocer también en días pasados las cifras del sector al 31 de marzo de 2021, en comparación con igual periodo de 2020. Aunque en otro espacio de este número se ofrecen los pormenores de lo que

ha sucedido en el primer cuarto de este año, cabe mencionar que en igual periodo del ejercicio anterior no se sufrían los estragos de la pandemia, por lo cual no sorprende que en el ámbito del seguro de Vida haya crecido tanto la siniestralidad.

Los números que se presentan en los diversos ramos y de los cuales informó la AMIS permiten, sin embargo, examinar el efecto negativo que todos y cada uno de ellos están registrando. Así, por no salirnos del tema de Vida, se explica que el primaje captado de enero a marzo de este año sea menor que en idéntico periodo precedente por efectos de la afectación a la economía, que incide directamente en las condiciones de las personas y de las familias, y que incluso abrió las puertas para recurrir a beneficios de las pólizas; por ejemplo, los rescates. Los otros ramos tampoco la ven fácil.

Algunos podrían señalar que no es el caso de Gastos Médicos, pero lo cierto es que el número de asegurados no ha sido precisamente lo que ha influido en el crecimiento que se registra en este ramo, susceptible de ser mostrado; todo ello se debe más bien a los incrementos en los precios de las coberturas. Habrá que ser muy cuidadosos como agentes, como aseguradores, en el análisis de las cifras, ya que todos los números están sujetos a condiciones del entorno y a las medidas adoptadas por cada aseguradora.

De lo que no hay duda, y de ello se ha hecho reiteración constante, es de que el sector asegurador cuenta con el capital necesario y suficiente para hacer frente a sus obligaciones, tanto por el caudal



que tiene en sus diferentes cajones como por el hecho de que el reaseguro está presente; aunque hay otros aspectos que todavía habrá que examinar, por la clase de riesgos y siniestros, pues éstos tienen que ver más con Daños; por ejemplo, el evento que representa el colapso del Metro de Ciudad de México.

Con la vista fija en la mejora del primaje se apuesta, desde la AMIS, a la renovación del programa de seguros de Pemex, que se realiza este año, con Mapfre como asegurador. Otros seguros administrados por el Gobierno también están influyendo en las cifras. No obstante, hay riesgos de siniestros del Estado que podrían ser catastróficos y que, de ocurrir, no se tendría la facilidad de tomar decisiones como las que se adoptaron con montos de indemnización en el caso del siniestro ocurrido en el Metro de Ciudad de México.

En medio de los asuntos generales, gruesos, hay otros particulares, no menos relevantes, y uno de ellos es la plática que Funcionarios del Sector Asegurador, A. C. (FUSA), llevará a cabo el 8 de junio, de las 8:00 a las 10:00 horas, con el tema *Prioridades de los CFO en el 2021*. Asomarse a esta especialidad para conocer sus enfoques y preocupaciones vale la pena. La cuota de recuperación será de 200 pesos más Impuesto al Valor Agregado. Y los informes puede solicitarlos al correo [sandrafusa@infinitum-mail.com](mailto:sandrafusa@infinitum-mail.com)

En otro orden de ideas, habrá que seguir de cerca las actividades de los actuarios, sobre todo en lo que toca a las entidades que aglutinan a estos profesionales, cuyo papel en las instituciones de seguros y fianzas es relevante. Por lo pronto, enfrenta la enorme responsabilidad profesional y moral para opinar respecto de la inconstitucionalidad, y también la recreación de lo que sería el Instituto Mexicano de Actuarios. Veremos si los fines justifican los medios y las acciones. ¿Son políticas o técnicas las intenciones?

En otro orden de ideas, la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), ya promueve el congreso internacional que encabeza la Confederación Panamericana de Productores de Seguros (Copaprose) y del cual será anfitriona del 3 al 5 de noviembre de 2021 en Ciudad de México, ya en un formato presencial. La Amasfac está ofreciendo facilidades para el pago del costo, diferenciado entre miembros del organismo y personas ajenas a él. Los interesados podrán encontrar más

información en las redes sociales de la Amasfac.

Mientras llega ese día, del 1 al 3 de junio se llevará a cabo el noveno Congreso de Seguros de Costa Rica, que será ciento por ciento virtual: Se tocarán temas como Tecnologías disruptivas en la industria de seguros; Tendencias globales

de sostenibilidad en el sector seguros; Época de reinventarse: presente y futuro del mercado de seguros; Gestión digital: poniendo la tecnología a nuestro servicio, y Sustentabilidad y seguros. El costo de inscripción es de 65 dólares. Escriba por favor a [gchacon@ciscostarica.com](mailto:gchacon@ciscostarica.com) para solicitar más información.

No olviden seguirnos en twitter @elasegurador y @pea\_crojas

## ¡Qué tan segura hace más seguro el camino de tus clientes!

Ya que le ofrecemos los mejores paquetes y coberturas para servicio público:

### PAQUETES

 <b>Paquete Amplia</b> Daños Materiales Robo Total Responsabilidad Civil Responsabilidad Civil Pasajero Gastos Médicos Gastos Legales Asistencia Vial Muerte del Conductor	 <b>Paquete Plus</b> Daños Materiales Solo por Pérdida Total Robo Total Responsabilidad Civil Responsabilidad Civil Pasajero Gastos Médicos Gastos Legales Asistencia Vial Muerte del Conductor	 <b>Paquete Limitado</b> Robo Total Responsabilidad Civil Responsabilidad Civil Pasajero Gastos Médicos Gastos Legales Asistencia Vial Muerte del Conductor	 <b>Paquete Básico</b> Responsabilidad Civil Responsabilidad Civil Pasajero Gastos Médicos Gastos Legales Asistencia Vial
---	--	---	---

### COBERTURAS ACCESORIAS

 Responsabilidad Civil Complementaria Personas	 Reducción de Deducible por Robo Total y Servicios de Asistencia Satelital	 Responsabilidad Cruzada
 Equipo Especial	 Responsabilidad Civil Complementaria Pasajero	
 Adaptaciones y Conversiones		



**Qualitas**  
COMPAÑÍA DE SEGUROS

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

Genuario Rojas, César Rojas y el equipo de

El Asegurador

Nos unimos a la pena que embarga a **Gerardo Trigueros**, nuestro asesor legal y amigo, por el fallecimiento de su hermano

**Eduardo Trigueros Gaisman**

Le expresamos a toda la familia nuestro más sentido pésame.

Descanse en Paz

Mayo 2021, Ciudad de México



**VIVIR SEGUROS®**  
con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

## Seguros: sucesos que enamoran

Vivir Seguros es, más que el mero título de una columna, una invitación a reflexionar sobre cómo vive su papel cada uno de quienes trabajan en la industria aseguradora.

Esta vez abrimos nuestro espacio para compartir un momento memorable que refleja no solo qué es y qué hace un seguro, sino cómo logra un agente que el seguro sea lo que es.

Es un hecho que un agente de seguros profesional

pone sobre la mesa todas sus cartas no solo a la hora de vender una póliza, sino también de actuar al ocurrir un siniestro.

Agradecemos por ello al autor que autorizó publicar la siguiente carta, producto de un ejercicio realizado y entregado durante la segunda sesión semanal de un mastermind sabatino.

Demos por cierto que la mayoría de los agentes, promotores, aseguradores y reaseguradores, en ge-

neral, han vivido experiencias susceptibles de considerarse sucesos memorables.

¿Cómo no enamorarse de una actividad que conocemos, entendemos y comprendemos a cabalidad, por medio de la prueba del ácido que representa el pago de un siniestro?

Ojalá que el texto que hoy compartimos inspire a más de uno a adentrarse en el seguro y en el papel que éste desempeña en el sector asegurador.

## Nunca olvidaré esa mañana de domingo

francisco.sepulveda@eliteseguros.mx

Nunca olvidaré esa mañana de domingo en que sonó mi celular y del otro lado la voz de mi esposa me decía: "Acabo de ver en una escuela del periódico que falleció tu amigo Jorge, ¿sabías eso?". Yo estaba en el hoyo 16, casi a punto de acabar la ronda de ese día. Me quedé en shock, y sólo se me ocurrió pedirle al amigo con quien iba que nos detuviéramos un momento para elevar una oración por el eterno descanso de Jorge, mi amigo.

Jorge era un verdadero tipazo. Desde la primera llamada que entablamos hubo una buena química; y, cuando lo conocí aquel día junto con su esposa, supe que eran especiales y que aquello era el principio de una bonita amistad. Nos reunimos una tarde en un Vips para platicar de seguros, y recuerdo que ella llevaba en el vientre a su primer hijo, con seis meses de embarazo. Llevaban poco tiempo de casados. Jorge era un hombre atlético, con una excelente condición física; de hecho, pocos años atrás lo habían calificado para representar a México en justas internacionales de natación. Tenía un puesto importante en una empresa trasnacional de manufactura tecnológica, y en una promoción tuvieron que mudarse a vivir a Memphis, donde la empresa tiene una de sus plantas, para que él se hiciera cargo de la logística.

El último contacto que tuve con él fue en enero de 2010, mediante un correo electrónico en el que me preguntaba si su póliza de seguro estaba en orden y sus pagos al corriente. Yo no noté nada raro, pues lo consideré como una consulta rutinaria. Para entonces, era obvio que él ya sabía que su cáncer había avanzado mucho y que sus días estaban contados, pero no me mencionó nada de su condición de salud. Cinco meses después de ese correo, pidió que lo llevaran a su natal Guadalajara a dar su última exhalación.

Supe el día y la hora de la misa por el amigo que me refirió a Jorge, y allí estuve puntual. Me acerqué a Paty, su viuda para darle el pésame. Ella me abrazó y lo agradeció. Le pregunté si se acordaba de mí, pero evidentemente no, por la cara que hizo. Ya habían pasado varios años desde la última vez que nos habíamos visto. Le dije: "Soy Francisco Sepúlveda. Yo le vendí a tu marido su primera póliza de seguro, y estoy aquí además para ayudarte con los trámites para que cobres el seguro". Ella volvió a abrazarme con el abrazo más fuerte y sincero que nunca voy a olvidar.

En ese momento comprendí lo que era realmente mi trabajo.

Zapopan, Jalisco, mayo de 2021.

¿Qué es el seguro de Vida sino un montón de papeles aburridos, amarillentos por el tiempo, con cifras y frases legales?

Pero, cuando este montón de papeles es bautizado por las lágrimas de una viuda, se convierte en un verdadero milagro. El seguro de Vida es la lámpara de Aladino de los tiempos modernos. Es la comida, el techo y la cobija; es la colegiatura y los libros; es la paz y la tranquilidad de la esposa y de los hijos; es su comodidad y la promesa cumplida de un padre de su amor perenne. El seguro de Vida le da dignidad a la viuda para que ella pueda seguir viviendo como esposa; constituye los sueños que los padres tienen para sus hijos y la promesa de que los cumplirán, con ellos o sin ellos.

El seguro de Vida pone sobre la mesa dinero para un evento predecible que siempre ocurre en forma y tiempo impredecibles.

Gracias, Jorge, porque me diste la oportunidad de comprender que mi trabajo no fue venderte esa póliza, sino ayudarte a escribir esa carta de amor para tu familia.

Entregar el cheque de ahorro con el que los padres le darán el privilegio a su hijo de estudiar una carrera universitaria es una gran emoción que he vivido muchas veces. Pero también más de una vez he tenido que entregar el cheque a una viuda para cumplir la promesa de amor que le hizo su esposo de que siempre cuidaría de ella y de sus hijos.

Aquel día en que le di el cheque a Paty le pedí permiso para abrazar a su hijo, ya de siete añitos, quien tenía además una hermanita dos años menor que se había quedado en casa. Me agaché, lo abracé y le dije en voz bajita: "No te preocupes amigo, todo va a estar bien". En ese momento sentí al mismo tiempo un cálido abrazo, como si Jorge estuviera allí sonriendo y diciéndome: "Francisco, no llores por mí. Lo que has hecho para proteger a mi familia nadie en el mundo lo pudo hacer, y realmente te quiero agradecer por ello".

Esos son mis momentos de la verdad; son los momentos mágicos que se quedarán siempre aquí conmigo. Para mí no tienen precio. Y, más que un trabajo, esta labor es un llamado, una misión. Mi misión.

Soy Francisco Andrés Sepúlveda, y desde 1999 mi misión como agente de seguros es ayudar a personas, familias y empresas a proteger lo más valioso que tienen y a transformar su visión financiera en realidad.

PROPORCIONANDO SOLUCIONES  
A LA MEDIDA

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

Médica Vial

24 hrs  
365

SOMOS ESPECIALISTAS EN CONTENCIÓN DE COSTOS

## Chubb celebró el Master Fest, un evento de moda dirigido a sus Agentes de Seguros y Fianzas

Chubb celebró el Master Fest, un evento de moda que reconoce el compromiso de sus agentes de seguros y fianzas, así como la importancia de difundir el arte y cultura de artistas y diseñadores mexicanos.



Nelson Amaya Director de Marketing y Comunicaciones Chubb en México y Gloria Calzada

Chubb organizó el Master Fest, un evento de moda, tendencias y estilo de vida, donde se presentaron los más de mil artículos y experiencias que ofrece la plataforma del programa de lealtad Chubb Master Rewards. En esta plataforma los agentes de Chubb pueden adquirir dichos artículos y experiencias Premium al redimir sus puntos dentro de la plataforma.

Chubb Master Rewards es el primer programa de lealtad en México, con más de 15 años en el mercado. Cuenta con un amplio catálogo de productos, servicios y experiencias canjeables mediante los cuales Chubb agradece la lealtad y preferencia de sus más de 4000 agentes de seguros y fianzas. En el catálogo de recompensas se pueden encontrar: convenios con tiendas departamentales y plataformas tecnológicas de streaming, productos de marcas Premium, admisión a eventos deportivos y de entretenimiento, boletos de avión, entre otros.

"El programa de lealtad Chubb Master Rewards reafirma nuestros lazos con nuestros socios de negocio. Con la celebración del Master Fest, buscamos seguir premiando a nuestros agentes, así como brindar una plataforma para la difusión de proyectos y diseños creados por artistas mexicanos que aporten al desarrollo de comunidades en el país", indicó Nelson

Amaya, Director de Marketing y Comunicaciones de Chubb México.

El evento fue conducido por la presentadora de televisión Gloria Calzada, quien fungió como asesora de estilo para los agentes y sus invitados. El Master Fest contó con la participación de la diseñadora mexicana Patricia Govea, quien ha sido reconocida en la semana de la moda de Nueva York en 2020 y quien presentó aspectos básicos de su modelo de emprendimiento social, durante el evento. La cumbre de este se alcanzó al subastar una pieza premium de la diseñadora: "Blazer Freddy con cuentas" de su colección Wixárikas, la cual busca recuperar el arte y las técnicas artesanales de esta comunidad en el occidente mexicano. Govea agradeció su participación, así como el espacio para dar a conocer su labor con las comunidades indígenas de Nayarit y Jalisco.

"La Colección Patricia Govea nos permite brindar empleo sostenible, aliviar la pobreza, al mismo tiempo que promovemos y preservamos el patrimonio cultural de las comunidades indígenas", mencionó Govea.

Chubb apoya el talento de artistas mexicanos y reconoce la importancia de difundir el arte y cultura de las comunidades indígenas. El Master Fest fue el foro perfecto para enaltecer las costumbres, símbolos y colores más representativos de la comunidad indígena Wixárika. Esta fusión de la alta costura y métodos ancestrales contribuyen a un modelo sostenible de salarios justos, que financian los servicios de educación y salud de la mujer en esta comunidad.

Chubb agradece la lealtad y compromiso de sus socios comerciales, por ofrecer el asesoramiento y protección de calidad que sus clientes necesitan.



Gloria Calzada

CHUBB®



Patricia Govea



Patricia Govea

## Autoconfianza y seguridad

Marcela Heredia

Be Human Skills

Es bien sabido que se requiere una fuerte autoestima y valoración personal para lograr sentirnos plenos y satisfechos en nuestra vida. En muchos lugares se habla de valorarnos, amarnos y respetarnos. Todas las teorías apuntan a obtener una inteligencia emocional equilibrada y poderosa para transformar nuestra vida en una experiencia que valga la pena vivirse cada día. Pero ¿cómo podemos obtener esta confianza en nosotros mismos? ¿Cuál es la fuente de automotivación y autoestima?

¿Te ha pasado sentirte inseguro o dudoso de quién eres? ¿Qué es lo que sucede cuando la inseguridad y la falta de confianza en nosotros mismos nos rodea y no nos permite brillar desde la verdadera esencia de cada ser humano?

Todas las personas venimos a buscar un espacio de plenitud. Pero, si no podemos confiar en nosotros mismos, en realidad tampoco podremos confiar en ninguna otra persona. Nosotros somos la base en la que comenzamos nuestras relaciones con los demás. Si no puedes



probablemente no las conoces lo suficiente. Hoy en día, las redes sociales y los medios de comunicación hacen que sea muy fácil que personas concretas ofrezcan sólo su mejor lado y guarden bajo candado muchas otras cosas.

Darse cuenta de que la autoestima, sea positiva o negativa, es algo que puede aprenderse y desaprenderse y que es un rasgo en el que influyen elementos mediáticos y culturales sirve para entender que una autoimagen negativa no refleja nuestra propia

naturaleza. Por lo tanto, considerar las presiones sociales que influyen en nosotros es imprescindible para conservar la

autenticidad y no dejar que la publicidad nos hunda emocionalmente.

Asegúrate de poner especial atención en tu salud. Aunque la autoconfianza es algo subjetivo, es más fácil hacer que sea positiva si introduces pequeños cambios objetivos en tu vida. Mantener unos buenos hábitos de ejercicio regular, alimentación adecuada e higiene es algo sencillo de conseguir y, además de aportarte beneficios de todo tipo, puede mejorar tu autoestima de manera indirecta.

Cuando nuestro cuerpo funciona mejor, lo nota todo el mundo (y también uno mismo). Hay múltiples estudios que relacionan el bienestar físico con el mental; así que no deberías hacer caso omiso de este punto.

Si quieres trabajar tu autoconfianza, deberías enfocar tus acciones pensando en la repercusión que éstas van a tener sobre tu autoestima.

Por eso deberías ver qué metas u objetivos, lejos de resultar útiles, no hacen más que dañar tu autoimagen por ser poco realistas. Si quieres hacer avances en este sentido, céntrate en los objetivos que puedas conseguir y lánzate por ellos, sin dejarlo para el día siguiente.

Alimenta tu seguridad desde la virtud de conocerte profundamente. No podemos amar lo que no conocemos; así que dedica tiempo a observarte y conocerte a fondo. Esto te ayudará a percatarte de tus fortalezas y hacerlas notar a todo el mundo brillando desde tu interior.

Distanciarte de tu propia persona y analizar las cosas que haces como si fueras un observador externo te ayudará a reconocer aquellas situaciones y hábitos en los que te haces autosabotaje. Si hace tiempo que te notas con poca autoestima, es muy probable que hayas entrado en un círculo vicioso de ansiedad y mala autoimagen del que es difícil salir sin proponérselo. Por eso, tomar un punto de vista en tercera persona te ayudará a ver este círculo vicioso completo y será más fácil tomar cartas en el asunto.

¿Cómo hacer esto? Muy sencillo. Cuando notes que hay algo que te crea angustia y que mina tu autoconfianza, párate a pensar en las distintas opciones con las que puedes afrontar esta situación y elige la que crees que vaya a beneficiarte a medio o largo plazo.

Si en realidad quieres hacer las cosas

distintas de como las sueles hacer, tendrás que salir de tu zona de confort.

Otra cosa que debes hacer es dejar de compararte con otras personas. Si no puedes evitar compararte, es porque

## Baja 21.5 % robo de autos asegurados a abril de 2021; la recuperación crece 46 %

#AMIS #Autos

De mayo de 2020 a abril de 2021 se robaron en México un total de 64,831 vehículos asegurados (alrededor de 178 al día), cifra 21.5 por ciento menor que la registrada en el periodo precedente; y se lograron recuperar 29,628 unidades, es decir, 45.7 por ciento del total de los autos robados en el plazo mencionado, informaron en conferencia de prensa Norma Alicia Rosas Rodríguez y Juan Patricio Riveroll Sánchez, directora general y vicepresidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

Riveroll Sánchez indicó que este acto delictivo registró un comportamiento más o menos lineal durante el periodo de referencia (entre 162 y 194 unidades robadas diariamente), y mucho de eso se debió al confinamiento, a la poca afluencia vehicular y baja exposición al riesgo que los vehículos asegurados tuvieron durante la pandemia; sin embargo, consideró que conforme se regularicen las actividades económicas es probable que haya un repunte en el volumen de la siniestralidad.

Por otra parte, el vicepresidente de la AMIS indicó que el Estado de México, Jalisco, CDMX, Guanajuato, Puebla y Veracruz son las entidades en las que se robaron siete de cada 10 unidades aseguradas.

Al hablar del uso de la violencia durante el delito, Riveroll Sánchez apuntó que en 61 por ciento de los casos el asegurado sufrió el despojo de su unidad mediante la coacción y que el mayor porcentaje de autos arrebatados con ese modus operandi se ubica en

los estados de Guerrero, con 80.2 por ciento; Sinaloa, con 80 por ciento; y Guanajuato, con 76.7 por ciento.

Riveroll Sánchez agregó que tres de cada 10 vehículos asegurados se roban en Jalisco, el Estado de México, CDMX, Sinaloa, Puebla y Guanajuato.

Por lo que respecta a las marcas preferidas por los ladrones, figuran: Versa, de Nissan, con 3,632 unidades; la camioneta NP300, también de Nissan, con 2,598 robos;

**El confinamiento y la poca exposición al riesgo por la pandemia influyeron en resultado positivo de la siniestralidad**

Aveo, de Chevrolet, con 2,215 unidades siniestradas; Tsuru, de Nissan, con 1,877; y Beat, de Chevrolet, con 1,855 unidades sustraídas, lo que hace que Nissan y General Motors concentren la tercera parte del total de vehículos robados.

Al hacer uso de la palabra, Rosas Rodríguez señaló que en cuanto al robo de equipo pesado, durante el periodo de referencia el hampa desa-

pareció 7,384 vehículos asegurados, y el sector recuperó 4,897, lo que representa un decremento de 27.5 por ciento.

El top cinco de estados con mayor número de robos en equipo pesado son: el Estado de México, con 1,530 robos; Veracruz, con 856; Guanajuato, con 750; Puebla, con 635; y Jalisco, con 489 robos.

Finalmente, la directora general de la AMIS refirió que en materia de accidentes vehiculares diciembre de 2020 (con 28,212 eventos) y marzo de 2021 (con 29,298) fueron los meses en los que se registró el mayor número de percances automovilísticos.



Norma Alicia Rosas Rodríguez



## EL ASEGURADOR CELEBRA SU QUINTA COPA ANUAL DE GOLF BAJO ESTRICTOS PROTOCOLOS SANITARIOS

Bajo estrictos protocolos sanitarios y respetando las medidas de distanciamiento social, el pasado 3 de mayo se realizó en el Club de Golf Los Encinos la **Quinta Copa El Asegurador**, evento que reunió a más de 100 profesionales de los sectores asegurador y afianzador en el majestuoso campo ubicado en el Estado de México.

En esta ocasión, nuevamente **El Asegurador** organizó este encuentro con el objetivo de recabar recursos que apoyarán la labor del Fondo para la Paz en distintas localidades de nuestro país que sufren de pobreza extrema.

Tras más de un año de la pandemia COVID-19, los participantes del evento se reencontraron y aprovecharon la ocasión para convivir, estrechar vínculos de amistad y afianzar relaciones de negocio, todo ello en un ambiente cordial y de belleza natural, en el que se respetó la sana distancia.

La **Quinta Copa El Asegurador** se disputó bajo la modalidad "A go go", en la que hubo atractivos premios por Hole in One, así como para los mejores "O Yes". Además, se otorgaron numerosos y llamativos regalos a los ganadores de una rifa que se llevó a cabo en medio de un agasajo gastronómico con aforo reducido.

En la gala de premiación, Alfredo Sánchez Gaitán, representante de In-fogolf, fungió como maestro de ceremonias y estuvo acompañado por César Rojas, director general de **El Asegurador**.



A favor de

**FONDO PARA La Paz**





José Aguilar, Francisco Martínez, César Rojas y Ricardo Martínez



Raúl Pérez, Edgar Borgaro, Diego de la Mora y Gabriel Landero



Rogelio Sáenz, Francisco Gómez, Manuel Gurza y Alejandro Padilla



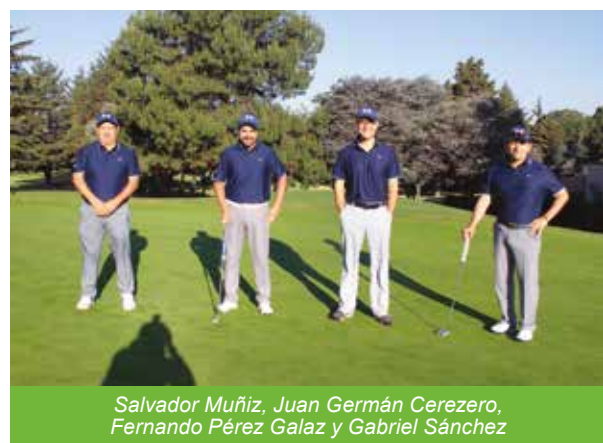
Iván Ramírez, Javier Rosas, Fernando Puente y Rodrigo Avendaño



Marco Anaya, Pablo Monroy y Luis Olvera



Shinobu Tsuboi, Martha Nayeli Lara, Ismael Campos y Danna Ocampo



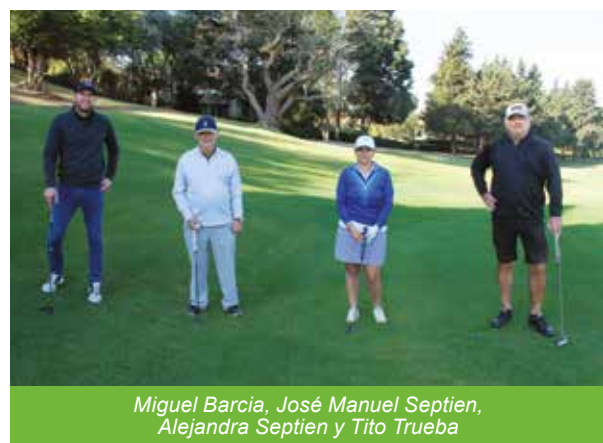
Salvador Muñoz, Juan Germán Cerezero, Fernando Pérez Galaz y Gabriel Sánchez



Iván Ocampo, Luis Ríos, Jesús Mendoza y Raúl Tapia



Rafael Rebolgar, Alberto Ibañez, Elias Kayal y Edgar Sánchez



Miguel Barcia, José Manuel Septien, Alejandra Septien y Tito Trueba



Mauricio Moreno, Adrián Puig y Daniel Peralta



Leonardo Estrada, Pedro Elizondo, Álvaro Salamanca y Juan Carlos Sánchez



Arturo Lozada, Antonio Dorantes, Luis Enrique González y Helmuth Wogau



Adel Meza, Francisco López, Héctor Pastrana y Federico Toro



Xavier Hernández, Alejandro Sobera, Elisabeth Vogt, Roberto Castellanos y Claudio Castañeda



Federico Basso, Juan Cruz, Mario Aguilar y Genuario Rojas



José Harfuch, Abraham Karam y Gerardo Garza



Íñigo Muñoz, J. Andoni Aguirre, Imanol Aguirre y Andoni Aguirre



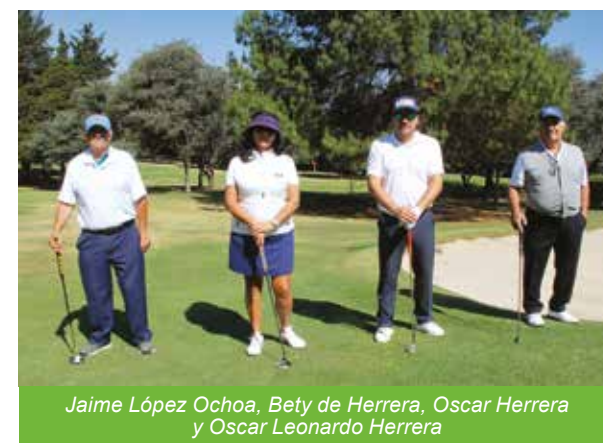
Guillermo Sánchez, Carlos Martínez, Rodrigo Melgar y Lauro Sánchez



Fernando Mendoza, Pablo Bunge, Carlos De La Torre y Roberto Aguilar



Alexis Hagembeck, Norma Velázquez, Stephani Hagembeck e Imelda Guzmán



Jaime López Ochoa, Bety de Herrera, Oscar Herrera y Oscar Leonardo Herrera



René Vázquez, Mario Vela y Santiago Pérez



Alejandro Ibarrola Jr., Alejandro Ibarrola, Sergio Ruesga y Diego Ruesga



Germán Arenas, Felipe Sánchez, Josías Luna e Iván Sánchez



Guillermo Lamar, Carlos Muñoz, Oscar Chávez y Gustavo Scheffler



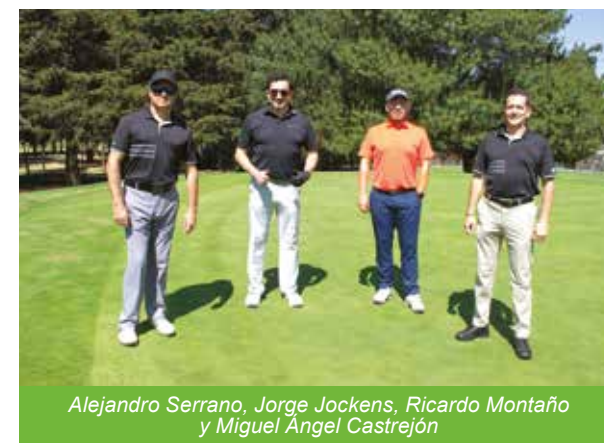
César Trejo, Gabriel Buzo, Natalia Valdéz y Miguel Ángel Cornejo



Eduardo San Antonio, Rodner Vivas, Carlos Gómez y Raúl Losana



Giovanni Alegria, José Luis Ordas y Edgar Álvarez



Alejandro Serrano, Jorge Jockens, Ricardo Montaña y Miguel Ángel Castrejón



PRIMER LUGAR



GANADORES

PRIMER LUGAR

- Pablo Monroy
- Luis Olvera
- Marco Anaya

SEGUNDO LUGAR

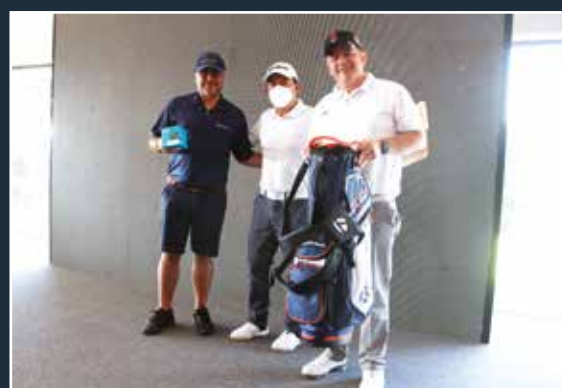
- José Aguilar
- Francisco Martínez
- Ricardo Martínez
- César Rojas

TERCER LUGAR

- Iván Sánchez
- Germán Arenas
- Josías Luna
- Felipe Sánchez



ALGUNOS GANADORES DE LA RIFA



AFIRME Seguros | Estamos aquí.



Destaca Afirme Seguros en Copa El Asegurador

Con una notable participación, **Afirme Seguros** estuvo presente como patrocinador en la **Quinta Copa El Asegurador 2021**, el pasado 3 de mayo en el Club de Golf Los Encinos, ubicado en Toluca, Estado de México.

En un entorno campestre, un gran ambiente y con todas las medidas de seguridad, los agentes participaron con gran entusiasmo en esta nueva edición del torneo de golf del **sector asegurador de México**.

Disfrutando de un día claro y soleado, la atmósfera del torneo se vistió de los colores y la presencia de **Afirme Seguros**.





## Decrece primaje de seguros 2.8 % y aumenta la siniestralidad 13.3 %, a marzo de 2021: AMIS



Al primer trimestre de 2021, en comparación con igual periodo de 2020, el volumen de primas de la industria aseguradora decreció 2.8 por ciento en términos reales, y el índice de siniestralidad aumentó 13.3 por ciento. Estos resultados tienen una relación directa con el desempeño de la economía y con los estragos que ocasionó la emergencia sanitaria, explicó en conferencia de prensa Norma Alicia Rosas Rodríguez, directora general de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS). Rosas Rodríguez indicó que los ramos con decrecimientos en el periodo referido son: Vida, con -5.1 por ciento; Automóviles, que presentó -14.3 por ciento; y Daños sin Autos, con -2.8 por ciento, indicadores afectados asimismo por el confinamiento. "Supusimos que volveríamos pronto a la normalidad, y hoy sabemos que no regresaremos muy rápido y que en el corto plazo todavía estaremos enfrentando situaciones tal vez un poquito complicadas", dijo la funcionaria.

Por lo que respecta al ramo de Vida Individual, éste presentó una disminución en su primaje de 15.4 por ciento en términos reales. Fundamentalmente, esto obedece, dijo Rosas Rodríguez, a que por un lado el sector no está captando mucho más pólizas, por la contingencia sanitaria; y, por el otro lado, debido a que algunas sucursales bancarias, en las que se vende mucho esta cobertura, permanecen con horarios muy limitados, "además de la situación económica que están enfrentando algunas familias".

Sin embargo, observó la directora del organismo que representa la voz de la industria aseguradora, "si vemos la parte de Grupo y Colectivo, tenemos buenas noticias, pues apreciamos crecimientos en términos reales de 14.8 por ciento, lo cual refleja una mejoría con respecto a los trimestres pasados; todo esto porque algunas empresas comienzan a retomar su ritmo de trabajo y también se han sensibilizado sobre la importancia del seguro, volviendo a incorporarlo entre las prestaciones que ofrecen a sus empleados".

En tal sentido, los montos de las primas emitidas por el sector en el trimestre de referencia alcanzaron los 175,564 millones de pesos, mientras que las indemnizaciones se situaron en 96,000 millones de pesos. La operación de Vida fue la que mayor monto registró, con 50,439 millones de pesos, apuntó la directora de la AMIS.

La actuario Rosas Rodríguez señaló que un ramo que se debe destacar es el de Pensiones, ya que presentó un incremento de 33.7 por ciento en su volumen de primas, que en buena medida se explica porque se es-

tán regularizando aquellos trámites de pensiones que por la pandemia habían quedado suspendidos y también porque se está comenzando a presentar un comportamiento natural de las pensiones que emanan de la transición generacional, es decir, cada vez más pensiones se derivan de la Ley 97, y ese efecto se comienza a apreciar.

En cuanto a los seguros de Accidentes y Enfermedades, éstos registraron un crecimiento total de 7 por ciento, y el porcentaje mayor fue para la cobertura de Salud, con 20.1 por ciento. La parte más importante aquí, en cuanto a participación, es de los seguros de Gastos Médicos, que registran un incremento de 8.6 por ciento en términos reales con respecto al mismo periodo del año anterior. Solo Accidentes Personales registró un decrecimiento de 25.5 por ciento, informó Rosas Rodríguez.

La directora de la AMIS confió en que dicho incremento en el primaje de los seguros de Accidentes y Enfermedades no sea solamente un efecto temporal, sobre todo porque México tiene retos demográficos y epidemiológicos (envejecimiento y obesidad) que incidirán en las necesidades de salud en los próximos años.

Según cifras del Consejo Nacional de Población (Conapo), añadió la directora general de AMIS, en 2050 22 por ciento de la población estará conformada por adultos mayores de 60 años, y casi tres cuartas partes de todos los adultos mostrarán sobrepeso u obesidad. Recordemos, precisó, que México ocupa el segundo lugar entre los países de la OCDE en ese renglón y que, en

este contexto, los mexicanos demandarán una mayor atención médica y por ende mayor financiamiento.

Es por esta razón por la que Rosas Rodríguez hizo un llamado a continuar impulsando la utilización del seguro de Gastos Médicos, porque actualmente solo 9 por ciento de la población mexicana lo tiene, porcentaje que equivale a alrededor de 11 millones de pólizas, un número que se debe hacer crecer como tarea fundamental.

### La siniestralidad

Al abundar en el tema de la siniestralidad, la directora de la AMIS destacó que Accidentes y Enfermedades mantuvo una tendencia al alza durante el primer trimestre, registrando en términos reales un incremento de 20.1 por ciento, en buena medida por la situación que se presentó por la COVID-19, principalmente en enero y febrero, por los contagios de las fiestas de fin de año.

La actuario refirió que el seguro de Vida también acusó incrementos muy importantes en la siniestralidad al situarse en 31 por ciento en términos reales, si bien subrayó que este crecimiento no obedeció únicamente al número de fallecimientos, sino que también se considera siniestro cuando las personas hacen algún rescate o realizan algún retiro de los beneficios que les ofrece el seguro con algún componente de ahorro.

En resumen, Rosas Rodríguez indicó que las primas directas a marzo del año 2021 quedaron de la manera siguiente: Vida colocó 76 000 millones de pesos; Accidentes y Enfermedades, 31,712 millones de pesos; Autos, 28,714 millones de pesos; Pensiones, 10,345 millones de pesos; y Daños sin Autos, 29,190 millones de pesos.

Por lo que respecta a la distribución de las primas en el mercado durante el periodo de referencia, Vida representa 43.1 por ciento; Daños sin Autos, 16.6 por ciento; Autos, 16.4 por ciento; Accidentes y Enfermedades, 18.1 por ciento; y Pensiones, 5.9 por ciento.

**Volumen de primas de Gastos Médicos registra un aumento que se espera que no sea solo temporal**

## Insurtech y la necesidad de una cultura digital

Juan Medina

jmedina@grupoinmotion.com

La industria de seguros ha venido gestionando las cosas de manera muy parecida por muchos años, y su velocidad para transformarse ha sido lenta. Evidentemente sí han existido algunas mejoras en procesos con la llegada de la automatización, equipos electrónicos, telecomunicaciones e internet, y más recientemente la digitalización como parte del mejoramiento continuo.

Sin embargo, estamos ya en un punto de inflexión digital en el que la propia pandemia ha sido un acelerador en el cual convergen elementos que presionan fuertemente a las aseguradoras a transformarse, como los siguientes:

- ▶ Aparición de nuevos protagonistas en la industria de seguros que hacen más difusas las fronteras en el rol que desempeña cada participante. Por ejemplo, brokers digitales en seguros y reaseguros, comparadores, Managing General Agents (MGA), aseguradoras tecnológicas, Managing General Underwriters (MGU), agregadores de valor, disruptores y reaseguradores, e incluso grandes grupos corporativos no aseguradores que empiezan a intervenir en la cadena de valor por medio de su influencia y su propia base de clientes.
- ▶ Aparición de nuevos modelos de negocio y nuevas formas de interactuar (P2P, B2B, B2B2C).
- ▶ Los clientes, que ahora tienen más acceso a herramientas y tecnología, demandan productos que combinen coberturas a la medida de sus riesgos y servicios personalizados a menores costos.



de insurtech se van posicionando con soluciones tecnológicas en nichos específicos a menor costo.

- ▶ Las que son nuevas aseguradoras e innovan en toda la cadena de valor y experiencia del cliente mediante combos o productos específicos y personalizados al mercado, identificando mercados desatendidos o insatisfechos en sus necesidades puntuales de coberturas por medio de una oferta exactamente como la requieren y a un costo razonable, a la vez que brindan unos servicios e interacción en la experiencia del cliente que les facilitan todo. Se trata de aseguradoras especializadas "full stack" que comienzan desde cero y con talento humano preparado para salir al ruedo con productos de seguros innovadores e intuitivos.

- ▶ Los canales de distribución que innovan en la llegada al cliente final digitalizando su experiencia y ganando su confianza, actuando como un asistente personal digital y confiable que concentra todo en un solo sitio. Esto por medio de herramientas de contacto y una grata experiencia del cliente donde le ofrecen las mejores opciones disponibles en el mercado a sus reales necesidades.

Para poder avanzar y minimizar esta brecha de innovación en una aseguradora tradicional, se hace necesario introducir un enfoque digital en la cultura del personal para poder fomentar esa transformación que se necesita en términos de diseño de productos con riesgos más personalizados, interacción con canales y clientes, adopción de nuevas tecnologías disruptivas y modelos emergentes de negocios, entre otros. Es importante

**La pandemia ha sido un acelerador que presiona a las aseguradoras a transformarse**

cuenta es que ya los reguladores de la industria de seguros en varios países (España, Brasil, México (fintech)) se están preparando frente a esta realidad digital y comienzan a implantar lo que se conoce como un *Sandbox regulado*, el cual representa un ambiente controlado de interacción digital donde se ponen a prueba los nuevos productos, planes, modelos de negocio, la relación entre los actores y la sostenibilidad, de manera que se pueda evaluar tanto los riesgos como los beneficios que aporta dicha transformación y la posibilidad de homologarla y regularla.

Finalmente, no olvidemos que la tecnología históricamente ha sido factor fundamental para modelar el comportamiento humano, e incluso el sentido común, que es tan necesario en la vida cotidiana para interpretar, crear y reaccionar. En este sentido, son las personas las que pueden cambiar y transformar su forma de pensar a un esquema más digital, lo cual es crucial para garantizar la relevancia en el futuro.

que en forma paralela la ciberseguridad se agregue también a ese cambio cultural para hacer escalar aún más los equipos de trabajo.

Otro factor que se debe tener en

**CENTRO DE EVALUACIÓN PARA INTERMEDIARIOS SEGUROS Y FIANZAS**

**Durante toda la pandemia, hemos mantenido nuestra operación a pesar de las adversidades y los retos de la nueva normalidad, gracias a un equipo de trabajo comprometido totalmente con Agentes, aspirantes y el sector en general.**

**Debido a su preferencia, llevamos 17 años satisfaciendo los requerimientos de aplicación de exámenes de los Agentes de Seguros y Fianzas.**

**CONTACTO**

<p><b>Ciudad de México</b> Miguel Ángel de Quevedo 8 Desp. 102 Colonia Guadalupe Chimalistac. Delegación Álvaro Obregón. ☎ 55 56614052 ✉ informes@examencei.com.mx</p>	<p><b>Guadalajara, Jalisco</b> Edif. OFFI-SMART Av. Niños Héroes 2285 Int. 305 Colonia Moderna, Entre Av. Unión y Av. Circunvalación Agustín Yáñez C.P. 44190 ☎ 33 3615 5239 ✉ guadalajara@examencei.com.mx</p>
--	---

[f](#) ExamenCEI    [t](#) @examenCEI    [in](#) CEI Centro de Evaluación para Intermediarios

[www.examencei.com.mx](http://www.examencei.com.mx)  
Autorizado por la CNFS

#AMIS #Seguros

# Los sectores público y privado no están uno en contra del otro: Guillermo Torre

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

Si buscamos resolver la gran problemática de salud en el país, tenemos que entender que el sector público y el sector privado no están en contra uno del otro y que deben trabajar en conjunto para encontrar las mejores soluciones, expresó Guillermo Torre, director general de TecSalud y vicepresidente de Investigación TEC, durante su participación en el panel *Salud incluyente*, que formó parte del programa de la 30.ª Convención de Aseguradores, organizada por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

Torre estuvo acompañado en este foro por Sofía Belmar Berumen, presidenta de la AMIS; Fátima Masse, directora de Sociedad Incluyente del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO); y el senador Américo Villarreal Anaya, presidente de la Comisión de Salud del Senado de la República. Belmar Berumen aseveró que uno de los retos para el sistema de salud en el país, incluyendo al sector asegurador,

consiste en garantizar el acceso de todos los mexicanos a los servicios de salud y la necesidad de asegurar la viabilidad financiera de dicho sistema.

En tal sentido, la funcionaria de AMIS invitó a construir y trabajar en equipo, "poniendo una agenda común para lograrlo, porque esto es sentido humano, de accesibilidad y de inclusión, es decir, el asunto que tanto nos preocupa no solo a los mexicanos, sino a la humanidad en general".

En tanto, Torre dijo que la COVID-19 ha evidenciado los altos costos de la salud privada en México y aseveró que es indispensable "lograr una mejor afiliación, pues no todo el sector privado tiene un objetivo de lucro en una forma perversa. También hay oportunidades grandes en el sector público para crear mejores servicios de salud; y el reto que tenemos es alcanzar una mayor inclusión, pero no buscando lo que nos separa, sino los factores que nos hacen similares en ambos sectores", subrayó.

El reto estriba, explicó Torre, en cómo financiar aquellos servicios que no tienen una fuente de financiamiento gubernamental. Por ello, una posibilidad es crear nuevos modelos de afiliación que sean más económicos. El sector privado y las compañías de seguros deben trabajar en dar mayor volumen a aquellas instituciones que sean más eficientes, que den mejor servicio y mayor calidad.



Sofía Belmar Berumen y Guillermo Torre

ciudad y mayor calidad.

"Una responsabilidad compartida debe ser definir con claridad los costos y solo favorecer instituciones privadas que estén a la par de calidad y eficiencia, tanto en el servicio médico como en calidad y calidez de atención, pero también en la parte económica", destacó el vicepresidente de Investigación TEC.

Por su parte, Villarreal Anaya refirió que la COVID-19 vino a exponer y a demostrar las grandes deficiencias que sufre el sector salud en México, con la fragmentación y la institucionalización que en su momento se da y la diversidad de la capacidad operativa y resolutoria que tiene.

"Éste es uno de los retos de financiamiento de la atención médica dentro de un país, y los gobiernos tienen que ser sensibles a las necesidades sociales", indicó Villarreal Anaya.

El representante del Senado también dijo que el cambio climático ahora permite el desarrollo de enfermedades emergentes, virales y bacterianas, lo cual es un llamado a fortalecer nuestros sistemas de salud: "Y esto es por una presión social que hace ver a los gobiernos la necesidad de incrementar la inversión en salud que deben dar de su presupuesto general. Seguramente se debe aumentar este Producto Interno Bruto (PIB) que destinamos a la preparación del sistema de salud, pero ahora privilegiando la promoción y prevención de las enfermedades que se dejaron de lado por mucho tiempo", subrayó.

"Necesitamos volver a ejercer influencia en la necesidad de la población, de la percepción y sensibilidad del gobierno de una mayor inversión en salud para poder acotar estas necesidades. Que los países de todo el mundo entiendan que ahora no necesitamos ejércitos o capacidad bélica, sino ejércitos de batas blancas que hagan caso y que procuren el bienestar de su población", dijo tajante Villarreal Anaya.

En su participación, Fátima Masse se refirió a lo que representa el gasto de bolsillo para las familias y cómo mejorar la transparencia en beneficio del paciente.

"El gasto de bolsillo es tremendo y puede llegar a quebrar a cualquier familia. En primer lugar, porque no tenemos transparencia, no hay un tabulador en el hospital o consultorio donde se tenga claridad; y en segundo lugar, porque se habla de un escenario de incertidumbre en el cual no se sabe si se va a complicar la situación, si serán necesarias cada vez más cosas, e incluso si el diagnóstico fue correcto", detalló el representante de IMCO.

## La COVID-19 vino a exponer y a demostrar las grandes deficiencias que sufre el sector salud en México

Masse añadió que desde el lado de la regulación es complicado, pero tiene que haber una manera en que el sector privado reporte más información alrededor de la infraestructura disponible, de los resultados que hay y del volumen de pacientes que se tratan. Hay información en el sector público, pero es difícil compararla con la del sector privado, porque prácticamente no hay.

"Por otro lado, y esto es algo que no existe en México, nadie está vigilando los intereses del paciente. Debería haber una institución que esté vigilando, informando y preparando a los pacientes, porque a fin de cuentas ellos no distinguen entre privado y público", señaló la directora de Sociedad Incluyente del IMCO.

"Me parece que en México hay un área de oportunidad enorme para cubrir las necesidades de los pacientes y para prepararnos mejor y con ello empoderarlos y que realmente tomen decisiones mucho más informadas. Y esto, en gran medida, se tiene que desprender de la información, información que hoy en México todavía no tenemos de manera homologada entre los dos sectores", concluyó Masse.

# El impacto positivo de las promotorías en el sector asegurador

## ¿Cuáles son los beneficios de contar con un plan de cobertura dental?

■ Por Juan José Anduaga, Director de Innovación y Alianzas Estratégicas en dentalia

Actualmente, y gracias al gran trabajo que hacen las **promotorías** en su día a día para crear una conciencia sobre la importancia de una cultura de prevención en salud, podemos observar que en promedio han aumentado un 81 por ciento la cantidad de empresas que ofrecen a sus empleados la posibilidad de contar con un plan dental. Ofrecer este tipo de beneficios a los trabajadores es de gran importancia para las empresas, pues además de invertir en su principal activo que son los colaboradores, invierten en la calidad de salud de estos.

A lo largo de **15 años** de experiencia y, gracias al modelo de fomentar el uso del plan dental y a las alianzas con el sector asegurador en México, Grupo dentalia se ha logrado consolidar como la compañía número uno en el mercado de beneficios dentales en el país, otorgando a cerca de 2 millones de personas el beneficio de un plan dental con cobertura en toda la República Mexicana, a más de 6 mil empresas que han visto un claro beneficio en el uso del mismo.

Del mismo modo, para dentalia es de gran importancia contar con alianzas con socios estratégicos de negocio como las **aseguradoras y los brokers**, pues es gracias a este equipo de trabajo que actualmente dentalia se ha logrado posicionar como el dentista número uno del país, además, de haber logrado conquistar al sector asegurador y el mercado de beneficios dentales al ser la compañía que mayor utilización de estos genera, posicionándose como el grupo dental privado más grande y con la mayor infraestructura propia en el país, con presencia en más de 691 poblaciones en todo el territorio mexicano.

Con la finalidad de reconocer a las promotorías que buscan marcar la diferencia y generar un cambio hacia una cultura de la previsión y promoción de una salud integral en su entorno, dentalia, entregó la primera edición del **Premio Bienestar dentalia**, que tiene por objetivo reconocer y empoderar a todas las organizaciones que han cuidado el bienestar y la felicidad de sus colaboradores en uno de los años más desafiantes en la historia.

Para empresas especializadas como la promotoría **AARCO Agentes de Seguros y Fianzas**, es de gran importancia poder aportar como organización para ayudar a más personas para crear una cultura de cuidado y prevención dental. A través de la combinación en una póliza de gastos médicos con el beneficio dental aporta mucho para la fuerza de ventas de las empresas. De la mano de la capacitación como herramienta para dar a conocer los beneficios de un plan dental, se convierte en un pilar para llegar al cliente final, dando a conocer la relevancia de contar con estos beneficios.

Por otra parte, para **BPatrimonial** un diferenciador es generar empresarios en seguros, es decir, se debe tener la capacidad de poder materializar las pólizas con coberturas de beneficios dentales. Es importante tener una gran penetración con los clientes para que las pólizas tomen mucha mayor fuerza, a través del uso de los beneficios con los que cuentan para la cobertura en enfermedades, pero principalmente para la prevención. Es importante capacitar al personal en la promoción de los beneficios que brindan los seguros de gastos médicos para que los agentes conozcan los beneficios de las pólizas, entendiendo el valor de estos y los puedan comunicar.



En **Tovar Galván Agente de Seguros**, lo más importante es poder sembrar una cultura de prevención en salud, lo cual se logra a través de la difusión hacia los clientes, de los beneficios que tienen las pólizas de seguros como los beneficios dentales y que se vea algo tangible en la cobertura. Adicionalmente, se debe contar con la retroalimentación de los clientes para hacer mejoras conjuntas con los socios de negocio como dentalia, quienes están abiertos a escuchar en todo momento para mejorar los servicios dentales que brindan.

A través de un trabajo continuo, dentalia se ha ganado la confianza de las principales aseguradoras del país, quienes han logrado verificar que el éxito de un modelo de **beneficios dentales** radica en su utilización, lo cual agrega un valor adicional a las pólizas de gastos médicos mayores.

En la actualidad, las aseguradoras están apostando en incluir los planes de beneficios dentales en sus pólizas de seguros, gracias a que permite y promueve el uso en todo momento, para poder impactar y mejorar la salud y bienestar de las personas a través del uso. Sobre esta base las promotorías, capacitan a sus agentes en las coberturas y los beneficios, pues son los indicados en asesorar al cliente final.

Podemos concluir que, el éxito de los planes dentalia radica en ser un servicio basado en **concientizar, atraer y atender** a los pacientes. Son más de 6 mil compañías en México las que cuentan con un beneficio dental a través de los planes de dentalia y, son pocos los beneficios laborales que generan un alto valor para las empresas y sus colaboradores, como son los planes dentales a través de dentalia, con un índice de renovación del 99%.

Tenemos una gran oportunidad, ya que en México, tan solo el 25% de las **empresas** cuentan con un tipo de seguro de gastos médicos que incluye un plan dental, lo cual representa para nosotros y nuestros aliados una oportunidad importante de integrar al sistema de salud dental al 75% que no cuenta con este beneficio.





Wendy Conchello

@ConchelloWendy

## Soy agente de seguros: el camino inicial

La "factura" por empezar esta carrera la pagamos todos. Así es como yo lo denomino: todos pagamos esa factura. Lo que quiero decir es que ese camino cuesta arriba del inicio lo transitamos todos. Me refiero a aquellos aprendizajes de la industria, ir construyendo cartera, ganar la confianza de los clientes y, sobre todo, aprender a tener tolerancia para recibir los "no", "lo voy a pensar", "lo voy a consultar con mi esposa", "deja que pase la crisis", "yo te llamo" o "cuando termine la COVID". Todos pasamos por ahí.

Es todavía un reto mayor no venir de una familia de empresarios ni agentes de seguros; y, cuando llegas a este sector por casualidad, los primeros meses, o incluso los primeros años, pueden ser un reto demasiado complejo, razón por la cual un alto porcentaje de agentes tira la toalla, como se dice coloquialmente. Así es. Para las aseguradoras, el costo de capacitar a un agente de seguros es carísimo, considerando que la mayoría de ellos abandona el sector antes de cumplir dos años.

Aunado a todo esto, cuando le agregas esa incertidumbre de no saber si tomaste una buena decisión, de querer regresar a tu empleo anterior, e incluso que todo el mundo descalifique tu decisión porque "eres el primero en la familia que empieza a vender seguros", es sorprendente.

Como en muchos negocios, el inicio puede ser sumamente duro. Hay mucho

#Agentes #Ventas

por aprender y, además, al principio los ingresos pueden no cumplir con tus expectativas. El no tener tu quincena segura es algo que pocas personas quieren experimentar. Aunque en realidad ningún empleo es seguro, muchos de nosotros crecimos en esta cultura en la que conseguir un buen empleo es parte de la receta del éxito profesional.

Cuando empiezas en este negocio, puedes deslumbrarte con muchas historias de éxito, que por otra parte son reales. Sin embargo, siempre en estos relatos faltan piezas que nos den la visión completa del cuadro. Pocas personas te dicen lo que les tomó llegar al lugar en el que están.

Sin planearlo, con el tiempo vas conociendo a más y más personas con una vida espectacular que vive de este negocio. Los ves felices, seguros y prósperos. Así es más fácil hacerte a la idea de que hay una luz al final del túnel. He oído decir a grandes personalidades que esa luz tarda en llegar, lo que nos lleva sencillamente a deducir que la diferencia entre ti, que vas empezando, y algunos de tus colegas, que ya cosechan frutos jugosos, es tiempo; tiempo dedicado a aprender, vender, tocar más puertas y no dejar de intentar. Así de simple. Aquí no gana el que el primer año vende la póliza millonaria; aquí gana el que todos los días va buscando esa póliza y en el entretanto cierra muchas otras pólizas más.

El monto es "lo de menos"; lo que hay que aprender a capitalizar es el aprendizaje y las estrategias de cómo vender más y mejores pólizas.

Así que, si tú vas iniciando en esta carrera o no has logrado despegar como esperabas, solo sigue adelante. Rodéate de los mejores. No hay reglas ni recetas mágicas. Generalmente tampoco hay una subida por elevador porque tal atajo no existe. Hay que ir por las escaleras. Es constancia, trabajo inteligente y dedicación. Y recuerda que la tortuga te puede contar mucho más del camino que la liebre. De manera que cada día que pase considera que, si lo aprovechaste al máximo, hiciste llamadas, tuviste citas, cobraste pólizas o tomaste un curso, ese día subiste otro escalón; y de eso se trata: de avanzar sin prisa pero sin pausa.

Me va a encantar si decides leer mi primer libro, \* que habla mucho sobre este tema y algunos otros retos personales que enfrenté en este camino. Estoy segura de que te servirá de inspiración para ir por tus sueños sin que nada ni nadie te detenga. Esto último no lo digo yo, sino los lectores. Nos leemos en el siguiente artículo.

\*La magia sucede cuando te atreves. (Disponible en Mercado Libre.)



## El entorno influye en el comportamiento y decisiones económicas de las personas

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

Los estímulos que nos rodean, las preocupaciones diarias y la costumbre de atender más de un asunto a la vez influyen en el comportamiento y en las decisiones finales que toman las personas. El entorno se vuelve retador para las personas más vulnerables al momento de tomar decisiones complejas, como las económicas, lo cual demuestra la brecha que existe entre las intenciones que albergamos y las acciones que ejecutamos los seres humanos.

Esto es parte del mensaje que Hans Frech y Toni Castro, investigadores del Common Cents Lab, ofrecieron durante la conferencia *Marketing y ciencias del comportamiento y su aplicación en el sector financiero*, que fue parte del programa de la 30.ª Convención de Aseguradores, organizada por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

A lo largo de la charla, moderada por Daniella Gurra, directora general de Genworth, los oradores explicaron que las personas no hacen lo que quieren hacer. Por ello, las ciencias del comportamiento han llegado como un set de herramientas que pueden ayudar a construir estos puentes entre intenciones y acciones, y así lograr cambios en nuestra conducta que nos lleven a alcanzar el bienestar financiero.

Frech detalló que "hemos desarrollado mecanismos de atajos que nos llevan a tomar decisiones que en la mayoría de los casos nos dan beneficios económicos en el corto plazo; pero, cuando se trata de decisiones más complejas, estos beneficios pueden ser perjudiciales para las situaciones a largo plazo".

Frech añadió que por ello es necesario cambiar el entorno actual por uno más amigable y así tomar mejores decisiones económicas.

"Para diseñar esos productos y servicios financieros, hay que tomar en cuenta la fricción (los procesos com-

plejos que influyen en la toma de decisiones) y el combustible (motivación e incentivos que tenemos para tomar esas decisiones, lo que vemos en el entorno)", indicó el investigador.

En su participación, Toni Castro refirió que, si todos fuéramos perfectamente racionales, viviríamos en un mundo en el que todos prevendríamos riesgos y tendríamos la infraestructura de riesgos adecuada para protegernos a nosotros mismos y a los nuestros ante un imprevisto.

Sin embargo, indicó, la teoría económica clásica asume que el individuo acumula información, calcula probabilidades, estima costos y beneficios de manera correcta, maximiza su utilidad y tiene preferencias estables.

"En el mundo real, nosotros tomamos el camino fácil en lugar del correcto, estamos hiperenfocados en el presente, somos egocéntricos, frugales en el uso de los recursos cognitivos y somos seres inherentemente sociales", afirmó Castro.

Castro explicó que las personas le dan un valor demasiado alto y poco realista al hoy y al ahora, y un valor muy bajo al futuro. En tal sentido, dijo que existen estrategias para resistir la tentación ante cierto estímulo. Aquí es donde las ciencias del comportamiento pueden ofrecer herramientas útiles para las aseguradoras.

En cuanto a cómo se han intensificado los retos de salud económica durante la pandemia de COVID-19 según las ciencias del comportamiento, Frech dijo que muchas personas usaron sus ahorros para poder sufragar los gastos. "Otras comenzaron a ahorrar más y se incrementó la apertura de cuentas específicas de ahorro para emergencias. Esto nos muestra que, cuando estamos en situación de crisis, esto se vuelve visible y respondemos tomando acciones para prevenir. Todos pudimos estar mejor preparados para esta crisis, y ésta es una oportunidad para prepararnos ante una situación similar en el futuro", concluyó.

#AMIS #Seguros



Hans Frech



Toni Castro



INSURTECH VIP LOUNGE

Hugues Bertin

@bertin@digitalinsurance.lat

www.digitalinsurance.lat

in Hugues Bertin

El mundo insurtech es fabuloso. En cada parte del continente aparece un tremendo equipo de emprendedores. Perú es un país que me fascina tanto por su historia y su cocina como por su sector asegurador. Dicha nación, con su gran acceso al océano Pacífico, posee un gran volumen de importación y exportación de mercancías.

Desde el bloqueo del canal de Suez, que costó cerca de 400 millones de dólares por hora, hoy más que nunca me encanta reunirme en Perú con Gianmarco Scarsi, CEO y Founder de ZURU LatAm, la insurtech que quiere reinventar el seguro asociado al transporte de mercancía de comercio exterior en América Latina.

Para comenzar, ¿ZURU es única en Latam! Es la primera insurtech que se basa en una plataforma ciento por ciento digital para la cotización y emisión de seguros de transporte de mercadería para operaciones de importación y exportación. La principal problemática que busca resolver es mejorar la experiencia y rapidez que necesita el mercado comex (comercio exterior) para asegurar sus operaciones las 24 horas y los 365 días del año; por ello ofrecen las mejores coberturas de las principales reaseguradoras a escala mundial y de compañías locales de seguros a precios competitivos; todo a partir del modelo digital.

Gianmarco me cuenta que se clasifican como una plataforma de distribución multiproducto de seguros y multicompañías. Ofrecen asimismo un servicio de asesoramiento digital en todo el proceso de compra y la asistencia ante siniestros de la mano de ajustadores locales e internacionales expertos en la materia.

Los KPI de ZURU LatAm son muy interesantes. En menos de cinco minutos, cualquier cliente puede cotizar y autogestionar el seguro de transporte internacional de su mercadería; y justamente lo que buscan con este modelo digital es que la experiencia de cotización y emisión sea intuitiva y rápida. Gianmarco me comenta también, en cuanto a la conversión de clientes, que de 10 clientes que ingresan a la plataforma tres autogestionan el seguro para sus embarques. Sobre la recurrencia de compra, los clientes que ya han adquirido en algún momento

## ZURU LatAm, insurtech peruana, reinventa los seguros para pymes de comercio exterior

algún certificado de seguros por medio de ZURU mantienen un porcentaje de recompra de más de 50 por ciento de sus embarques. En cuanto al tráfico en la plataforma, han logrado mantener un promedio de 500 clientes mensuales que ingresan a ella. A partir de las novedades que tienen, deben lograr un aumento de 25 por ciento de clientes que ingresen a ZURU LatAm.

Es muy interesante entender que ZURU fue bien aceptada por el mercado de intermediarios. La insurtech es de un grupo empresarial que mantiene un broker de seguros, SECUR Corredores, y a partir de la experiencia que han vivido con los procesos tradicionales y lentos de atención a los seguros que demanda el sector comex consideraron que una plataforma digital brindaría los beneficios que necesita dicho sector. Una vez más, vemos que el sector insurtech es una vía natural de la evolución de la intermediación.

Ahora ZURU quiere ir por más lanzando su nueva plataforma. ¿Qué hay de nuevo? Gianmarco me comenta que se lanzó el 5 de mayo junto con muchas novedades a favor de los importadores y exportadores. Primero, se incluyen dos nuevos seguros bajo una metodología offline y por medio de sus asesores de venta digital: seguros de transporte internacional para perecibles y refrigerados y seguro de transporte local. Segundo, ofrecen una revolución para la parte del medio de pago, con descuentos para pronto pago vía tarjeta de crédito o débito y línea de crédito de hasta 30 días para clientes calificados.

También cuentan con dos secciones muy relacionadas con la inclusión aseguradora: el "ABC del Comex", portal educativo y de asesoramiento de temas importantes del comercio exterior para las mipymes importadoras o exportadoras; y las "Noticias", espacio en el que se contará con las novedades del mercado

nacional e internacional relacionado con el sector de comex.

La relación de ZURU LatAm con el ecosistema es importante. Perú es un mercado con dos grandes actores principales: aseguradoras y reaseguradoras. En el grupo empresarial que Gianmarco representa se mantiene muy buena relación con todas las compañías de seguros locales. A la fecha tienen mucho interés por parte de dos principales actores para integrarse a ZURU y ofrecer sobre todo el seguro de transporte local. El papel de su principal reasegurador es muy importante, ya que le brinda mucho conocimiento del mercado internacio-

nal en lo que se refiere a tecnología, capacidades, coberturas y costos que trasladan a los clientes de ZURU.

En cuanto al ecosistema insurtech, mi entrevistado considera que éste tiene mucho potencial en Perú. Sin embargo, no hay muchos actores que hoy quieran ingresar al mundo del emprendimiento digital de seguros. Se necesita mayor conocimiento de tecnología para desarrollar nuevos modelos de negocios que permitan la escalabilidad de distintos seguros masivos. Es asimismo muy importante que las compañías locales tengan la apertura para asociarse con dichos emprendimientos.

"Por otro lado, la relación que mantenemos con Hello Zum es constante; tenemos muchos proyectos en desarrollo y por desarrollar de forma conjunta". ¡Qué increíble este espíritu emprendedor! Cada vez más colaboran las insurtech entre ellas. Gianmarco me dice que la plataforma tecnológica de ZURU se ha creado de forma conjunta con Hello Zum, partner estratégico de TI para la

integración a su principal reasegurador alemán, y próximamente de nuevas compañías de seguros locales. Cuenta que el aprendizaje logrado es óptimo, ya que ha sido un proceso muy enriquecedor sobre cómo trasladar un seguro y proceso muy tradicional al mundo digital. Consideran que han encontrado una forma disruptiva para lograr una gran transformación para el sector de comex.

Son pocos los casos en Latam que abarcan los riesgos que son ajenos a las líneas personales, y pienso que es solo un tema de tiempo. Confortando mi reflexión, Gianmarco piensa que la tecnología permite abarcar todos los sectores

**La tecnología permite abarcar todos los sectores relacionados con seguros, tanto en personas como en empresas**

relacionados con seguros, tanto en personas como en empresas. Hoy en día, el sector empresarial de todo tamaño busca mayores eficiencias en lo que conlleva el mundo de seguros. ZURU demuestra que una plataforma digital bien estructurada y elaborada soluciona la problemática que ya se vivía en el mundo del comercio exterior de seguros de transporte.

¿Y ahora cuáles son las próximas etapas? La ambición de ZURU no tiene techo. Como dice su nombre comercial, la plataforma digital llegará a expandirse a varios países de LatAm. En el corto plazo ingresarán a nuevos países, como Colombia, Bolivia, México, Guatemala y El Salvador, entre otros; se encuentran en el proceso de análisis de mercado y partners estratégicos.

Encantado de poder tener esta charla con ZURU LatAm. Los espero en el Insurtech Latam Forum 2021, gran evento de innovación del sector, apoyado además por *El Asegurador*. Y los espero el mes próximo en otra edición de Insurtech VIP Lounge.

#DesarrolloHumano

## La envidia | Nissim Mansur T.

mansurmansur@gmail.com

"No tengamos envidia de los que están en la cima, porque lo que nos parece altura es despeñadero. Nunca será feliz aquel a quien atormenta la felicidad del otro", dijo Séneca. Se dice y se asegura que no existen dos seres humanos iguales. Todos somos distintos. Esto resulta ser una ventaja y un privilegio.

La envidia es ignorancia. La envidia es un sentimiento que disminuye notablemente al ser humano; obstaculiza su desarrollo al impedirle verse como lo que puede ser: un ente único, auténtico y pleno.

Al envidiar al otro, me olvido parcialmente de mí ser; le resto a mí ser la potencia que le es inherente, que tiene.

Intenta ser tú. Sé auténtico, sé honesto contigo.

Trata de llegar a ser lo que aspiras a ser; aunque no es fácil, sino todo lo contrario.

Para finalizar, un pensamiento de Juan de Dios Legorreta: "Sé siempre tú en todos los momentos de la vida; que de ti pueda decirse, al menos, 'no es un hombre inteligente, pero sí de carácter y responsable de sus acciones'".



## Un seguro moderno y relevante, con esencia original, en la agenda del sector en la nueva realidad



Gustavo Cantú, Nicole Reich, Rafael Audelo y Daniel Bandle

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

Hacer del seguro un producto más accesible, moderno y relevante debe convertirse en el principal objetivo que persiga la industria aseguradora tras finalizar la COVID-19, propósito en el que este virtuoso instrumento no debe perder elementos clave de su esencia original, que giran alrededor de valores como la empatía, cercanía, confianza y solvencia financiera.

Éstas fueron algunas de las consideraciones que compartieron Gustavo Cantú, director general de Seguros Monterrey New York Life; Daniel Bandle, CEO de AXA Seguros México; Nicole Reich, CEO de BNP Paribas Cardif México; y Rafael Audelo, director general de Seguros Inbursa, durante su participación en el foro de discusión denominado COVID-19 y la industria de seguros: los retos ante la nueva realidad, que formó parte del programa académico de la 30.ª Convención de Aseguradores, que organizó la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

Al hacer uso de la palabra, Cantú pronosticó que una vez que logre mitigarse por completo el virus SARS-CoV-2, muchas cosas cambiarán en el día a día de gobiernos, empresas y personas. Sin embargo, en el mundo pospandémico la necesidad de contar con instrumentos de protección financiera que ayuden a gestionar adecuadamente los riesgos no se disipará.

“Una de las grandes lecciones que nos deja la cepa vírica consiste en que indubitablemente la industria aseguradora tiene que ser mucho más ágil en su operación, de manera que reduzca sus tiempos de respuesta en procedimientos críticos, como la suscripción y la reclamación. Ahora bien, en esta transición que hoy registra la sociedad, la necesidad de protección seguirá siendo crucial, como en los últimos 2000 años de la humanidad”, corroboró el director general de Seguros Monterrey New York Life.

Cantú explicó que, al revisar los eventos trascendentales en la historia del planeta, se corrobora de forma contundente que la industria aseguradora ha ayudado a los países a recuperarse de los embates producidos por eventos muy graves, como las devastadoras catástrofes naturales, las desoladoras guerras mundiales y las pandemias que irrumpieron antes de la COVID-19. Por esa razón, agregó, las instituciones de seguros se configuran como aliados de negocios que respaldan y acompañan a la sociedad y

a los mercados financieros para sobreponerse de los tiempos difíciles.

“Todos los eslabones que forman parte de la extensa cadena de valor del sector asegurador son conscientes de que su labor va más allá de cubrir riesgos. En concreto, la misión del seguro consiste en acompañar a familias y negocios con soluciones que les permitan salir adelante después de un episodio de adversidad. Por consiguiente, sobran los ejemplos de que hemos cumplido con nuestras obligaciones contractuales pese a la enorme afectación de la COVID-19, contexto que demuestra que, más allá de la transformación que vive la industria, la promesa sigue siendo un básico fundamental de nuestros modelos de negocio”, apuntó Cantú.

### Prioridades impostergables

Por su parte, Daniel Bandle indicó que incentivar la prevención en medio de lo incierto también debe formar parte de las prioridades que de forma impostergable deben atender las instituciones de seguros en un mundo trastocado y que experimenta cambios muy visibles y abruptos como consecuencia de la neumonía atípica que provoca el nuevo coronavirus.

“La alta tasa de mortalidad de la COVID-19 en México, y que tuvo una relación directa con padecimientos como la hipertensión y la obesidad, sacó a la luz que este país enfrenta considerables desafíos en relación con la aparición y control de enfermedades crónico-degenerativas. De modo que la industria aseguradora está obligada a contribuir en la lucha contra este flagelo con la creación de esquemas de protección que incentiven la prevención y, más importante, que aceleren la colocación de seguros, anhelo en el que habrá que analizar la posibilidad de implementar coaseguros y deducibles más bajos y ajustar las tarifas”, ratificó el CEO de AXA Seguros México.

**Tras la COVID-19, muchas cosas cambiarán, menos la necesidad de contar con instrumentos de protección financiera, estiman**

A pesar de que actualmente la conciencia de riesgo de los mexicanos se ha incrementado a causa de la pandemia, las altas tasas de desempleo, la profunda crisis económica en marcha y la irreversible cristalización de riesgos emergentes (como el clima extremo y los ataques cibernéticos) también son coyunturas que no deben subestimarse, indicó Bandle.

“No cometamos el error de pensar que el virus SARS-CoV-2 es la única amenaza que pone en vilo a la sociedad. Las catástrofes naturales y la ciberseguridad, por ejemplo, también son retos que siguen sobre la mesa, entorno que exige a las instituciones adaptarse con velocidad

### Así plantean el reto líderes de la industria en panel de discusión de la Convención de Aseguradores

ante este nuevo panorama de riesgos en constante evolución”, aseguró el funcionario de AXA Seguros México.

Por su parte, Nicole Reich destacó que es cada vez más evidente que los consumidores desean coberturas de seguros más accesibles, integrales y que incluyan servicios adicionales.

“La gran meta es conseguir que los clientes palpén el valor del seguro más allá del siniestro. Por lo tanto, la

industria no tiene otra opción sino volcarse hacia la confección de soluciones más modulares, a la medida, personalizables y que formen parte de un ecosistema de servicios digitales”, declaró la CEO de BNP Paribas Cardif México

### La calidad no debe sacrificarse

En su turno, Rafael Audelo consideró que el futuro del sector asegurador aún es difícil de pronosticar, puesto que se desconoce con veracidad cuándo terminará la expansión de la COVID-19. Dijo que, independientemente del desenlace del episodio epidemiológico, es imperativo que las instituciones centren esfuerzos en el replanteamiento de aspectos como la tarificación y las políticas de suscripción; todo ello con el objetivo de que se confeccionen contratos de seguros sin áreas grises que generen controversias contractuales y confusión en el usuario.

“La industria aseguradora tendrá que transitar el forzado camino de modificar y hacer converger su catálogo de productos y servicios con los nuevos tiempos producidos por el virulento esparcimiento del coronavirus, procedimiento en el que la tecnología se perfila como una poderosa herramienta que ayudará a las instituciones a responder a esas exigencias no solo con rapidez, sino también con calidad”, admitió el director general de Seguros Inbursa.

Por último, Audelo apuntó que frente al inaplazable compromiso de hacer evolucionar al seguro, las instituciones no deben descuidar tareas fundamentales dentro de su operación, como lo concerniente a la liquidez financiera, los índices de solvencia y las estrategias de inversión.

“Es crucial que el sector mantenga el respeto por las prácticas sanas y la transparencia de mercado. Por ello, dichos factores se constituyen como pilares que deben vigilarse con rigor mientras se descifran los elementos que permitirán ensamblar una propuesta de valor mucho más innovadora. De forma simultánea, la industria debe seguir ofreciendo el alto nivel de servicio que la caracteriza”, concluyó Audelo.



## Doble o nada

Renata Guerra

Asesoría Profesional en Seguros, S. C.  
Dirección de Agencia 775, GNP

Ante la incertidumbre y la vulnerabilidad financiera en las empresas, la reacción natural de protección es cuidar los recursos, bajar los gastos y hasta eliminar todo lo que se pueda, posponer los proyectos y ser cautelosos, e inclusive despedir personal si fuera necesario.

La crisis es una invitación a buscar nuevas formas, pues aparece la destrucción de lo que tradicionalmente hacemos y el dolor tecnológico; aparecen por un lado la prisa y por el otro la presión de no precipitarse.

Una vez más, frente a la paradoja de la vida, renovarse implica invertir; invertir significa arriesgar; y arriesgar implica esperar mejores momentos. ¿O es la crisis la que nos ofrece la mejor plataforma para doblar la apuesta en estos momentos?

Soy mucho más atrevida que capaz. Mi naturaleza me obliga a centrarme, a centrarnos como empresa, en las grandes oportunidades que nos da el privilegio de ser parte de un sector a prueba de balas, a prueba de crisis, e incluso a prueba de pandemias.

Estamos viviendo, de forma paralela a las malas noticias políticas y económicas, potenciadas además por la COVID-19, grandes oportunidades dentro del sector:

- 1 Cambio de prioridades en el consumo. Los seguros de Vida y de Gastos Médicos Mayores dejaron de ser los últimos en la lista.
- 2 Las malas noticias son tan virales como la propia pandemia. El hecho de conocer el número de contagios, muertes y falta de hospitales nos ha dejado en una frecuencia de conciencia y sensibilización tal que nuestros propios asegurados manejan sus objeciones para mantener en vigor sus seguros de Vida y Gastos Médicos.
- 3 El dinero sigue circulando, esto es, cambiando de manos. Unos sectores se ven afectados y al mismo tiempo muchos otros sectores no atendidos resultan beneficiados y tienen necesidades no solo personales o familiares. Se hace presente la demanda de coberturas empresariales.
- 4 La reforma en materia de subcontratación y la regularización de las empresas y sus trabajadores son una gran oportunidad para colaborar en la construcción de los planes de beneficios para los empleados.



Renata Guerra

¿Y los impuestos? Para aquellos a quienes les va mejor, es momento de recibir un agente de seguros para revisar las plataformas de la propia LISR, que invitan a iniciar planes de retiro deducibles; o incluso revisar la cobertura de Hombro Clave para el bienestar del presente y futuro de las empresas.

Respecto a las aseguradoras, éstas aceleraron el futuro para traerlo al presente beneficiando no solo a los asegurados, sino también a la fuerza de ventas, que somos parte de las fuertes inversiones para estimular las ventas y los procesos. Agentes y promotores decidimos en qué momento subimos al vagón del tren que pasa frente a nuestros ojos. Unos antes, otros después; algunos han decidido solo verlo pasar... Campañas, lanzamientos tecnológicos, aplicaciones, firma electrónica, eventos presenciales que se convirtieron en eventos virtuales... Mucho más personas tenemos acceso a noticias, celebraciones y lanzamientos.

MDRT, Kinder Brothers International; Universidad Hoopis y Limra están a la distancia de nuestro iPad; hay programas al alcance de promotores y agentes. Esto nunca antes fue imaginable.

Optimización del tiempo. Mientras que en el pasado en la capital de nuestro país la aspiración era poder sobrellevar el tráfico, el estacionamiento y la espera en recepción, ahora salir de una cita y entrar en otra implica solo algunos movimientos en el teclado.

Más de 1000 pymes han cerrado sus puertas, y con ello millares de personas buscan una oportunidad de trabajo. Nuestro sector necesita sumar personas a la fuerza de ventas para alcanzar una mejor penetración de mercado y con ello crear mayor cultura de previsión.

Pensando en la tecnología, nunca antes había encontrado una cantidad tan grande de ofertas de soluciones. O quizás ahí estaban, también durmiendo, y llegó el momento en el que salieron a exponerse en todos los medios para ofrecer centenares de soluciones.

Accesibilidad. Estamos tan lejos y tan cerca de poder escuchar a los grandes del sector. Cientos de entrevistas y exposiciones de los grandes agentes de seguros, de los directores generales de las aseguradoras, de los funcionarios de AMIS, CNSF, Amasfac, Aspro, coaches empresariales, cursos de ventas y el mismo periódico *El Asegurador*. Tan lejos como decididas no participar y tan cerca como seleccionar el evento y participar desde tu sala de TV.

Desde mi personal experiencia, estos tiempos nos invitan a la reinversión, a la apuesta por nuestros despachos de seguros o promotorías, porque son tiempos de doble o nada.

La luz se empieza a ver al final del túnel; y, cuando llegue ese momento,

será tarde pensar en el nuevo modelo para regresar a la muy nombrada nueva normalidad. Pensemos desde ayer cómo regresaremos, qué necesidades tendrá nuestra fuerza de ventas hablando de espacios. El trabajo a distancia permanecerá, y debemos definir anticipadamente cómo equilibrar lo virtual y lo presencial; cómo influirá la ubicación física de empleados o agentes, o incluso de clientes, en tu nuevo modelo de negocios. La forma de contratar se replantea.

No invertir lo suficiente en nuevas tecnologías podría significar la desaparición.

Debemos justificar cada metro cuadrado de oficinas pensando en la empresa que se quiere ser.

La educación ya nunca será igual, y la capacitación de nuestra fuerza de ventas tomará otras modalidades.

¿Los grandes eventos presenciales deberán tomar un rumbo distinto? Los seminarios, las convenciones, las premiaciones...

Apostemos por el sector, por generar empleo, por las nuevas tecnologías, por mantener nuestras relaciones humanas frente a los agentes y los clientes, y especialmente por invertir en tu promotoría o tu despacho de seguros.

Doble o nada por un 21 negro, ¡aunque en la ruleta sea rojo!

**En segutrends contamos con diversas soluciones que te ayudarán a incrementar tus ventas desde casa**

 Multicotizador de Seguros de Auto y Hogar	<b>Podrás cotizar con hasta 14 aseguradoras en cuestión de minutos</b>
 Segubot	<b>Un robot que atenderá a tus clientes a través de WhatsApp o en tu portal de Internet</b>
 Widget de Seguros	<b>Mini aplicación con la que tus clientes podrán cotizar el seguro en cualquier momento</b>
 seguipago	<b>Realiza el cobro de las pólizas en cualquier momento</b>
 seguipoliza	<b>Poderoso administrador de clientes</b>

Desarrolla tu **MarketPlace de Seguros con Segutrends** y convierte a las herramientas digitales en tu mejor aliado.

Contáctanos en:  
[www.segutrends.com](http://www.segutrends.com)

8118031414

# 1,000,000

DE **ASEGURADOS** SATISFECHOS



Un millón de asegurados atendidos y rehabilitados en más de 60 ciudades en la República Mexicana, durante veinte años. ¡Muchas, muchas gracias!