

www.grupoinmotion.com

**VISUALTIME**  
powered by IN MOTION

NUEVO CORE DE SEGUROS + FRONT OFFICE + CX

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

**EVITA RIESGOS EN LA SUSCRIPCIÓN**

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

WWW.TOTALCHECK.MX

Solera | Audatex | TOTALCHECK

# El Asegurador

Publicación Quincenal <sup>®</sup>

Fundador: Genuario Rojas M.    Director General: César Rojas R.    ISSN-1561-2392    Número 849    Año XXXV    Ciudad de México, 29 de febrero de 2020



Pese a asignaturas pendientes **mejoran** perspectivas de seguros y fianzas

pág. 12



Lo afirman Manuel Escobedo Conover y Juan Carlos Lugo Escoriza, presidente de la AMIS y vicepresidente de la AMIG, respectivamente

En evento organizado por el Comité de Fianzas de la Amasfac, los directivos describen los factores que permitirían acrecentar la presencia del seguro y de la fianza en el país

## COLUMNISTAS



**SPP y el seguro de Vicios Ocultos**

Genuario Rojas

pág. 8



**Hoy y siempre, ellas**

Hugo Silva

pág. 14



pág. 16

**Reforma de pensiones requiere sustentabilidad financiera y actuarial, alerta la AMAC**

## SECCIONES

EDITORIAL	2	A PROFUNDIDAD	2	SE DICE...	6	Mundo del Asegurador	1	VENDIENDO SEGUROS	13
ASPRO GAMA MÉXICO	15	EL TÍO COOL	18	AMASFAC	20	LOS NÚMEROS CUENTAN	22	REFLEXIONES	23

#Prevención #Riesgos



## A PROFUNDIDAD

### Factores de prevención para automovilistas ante presencia de ciclistas

Entre las conclusiones del estudio denominado *La atención en la conducción: ciclistas invisibles para los conductores*, desarrollado por el Servicio de Estudios de Fundación Mapfre, se advierte que en la actualidad los conductores de automóviles tienen una mayor conciencia de prevención de riesgos ante aquellos ciclistas que usan chaleco fluorescente, que conducen con precaución y conservan la distancia; en cambio, los ciclistas que transitan sin chaleco provocan que los automovilistas conduzcan de manera más agresiva, ya que éstos perciben al ciclista como un elemento que invade su espacio.

En el estudio de referencia emergieron factores que son de especial relevancia en la convivencia del conductor de automóvil con el ciclista, entre los que sobresalen: el nivel de atención cognitiva de quien va al volante, el nivel de recuerdo y la percepción del riesgo, analizados todos ellos en función de si el ciclista llevaba o no un chaleco reflejante.

Otras conclusiones obtenidas son:  
En ciclistas con chaleco reflejante:

- El nivel de atención aumenta cuando se detecta al ciclista, y se crea un efecto túnel de concentración hacia él.
- Se genera un mayor nivel de recuerdo ante ciclistas con chaleco, pero menor respecto al entorno indirecto del foco (ciclista).
- Por lo que respecta a la percepción del riesgo, a mayor visibilidad del ciclista, mayor estrés en la conducción y mayor conciencia del peligro que corre el pedaleador.
- En ciclistas sin chaleco reflejante:
- El nivel de atención disminuye alrededor de 33 por ciento en la conducción ante ciclistas sin chaleco.
- Hay menor visibilidad en ciclistas que no llevan una prenda reflejante.
- Percepción del riesgo: a menor visibilidad del ciclista, menor percepción del riesgo, mayor conducción temeraria y más peligro para quien va en bicicleta.

Los conductores, perciben más al ciclista cuando éste lleva chaleco llamativo y, por ende, tienden a ser más precavidos y cautos, dejando más distancia y, por lo tanto, evitando con mayor probabilidad un posible accidente.

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

# EDITORIAL

## CUESTIÓN DE SABER MIRAR POSIBILIDADES Y OBSTÁCULOS

En días pasados, representantes de la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías (AMIG) y de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) coincidieron en un evento organizado por el Comité de Fianzas de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (Amasfac) para hablar acerca de las perspectivas que para este 2020 se vislumbran respecto a tales servicios financieros.

De acuerdo con las declaraciones externadas por los dirigentes, las expectativas de desarrollo para los sectores asegurador y afianzador se fueron diluyendo conforme transcurría 2019. La cancelación del que sería el Nuevo Aeropuerto de Ciudad de México (NAIM), el cese de la obra del tren México-Toluca, así como otras decisiones que tomó el jefe del Ejecutivo y que se resolvieron a mano alzada derivaron en un ambiente de total incertidumbre, descontento y falta de apetito para la inversión.



Como consecuencia del freno puesto a los grandes proyectos, el volumen de primas del sector afianzador decreció 4 por ciento el año pasado, en comparación con el registrado en 2018; en tanto, el sector asegurador experimentó un crecimiento de 5.8 por ciento, cifra que se coloca por debajo de los índices que había venido mostrando en los años previos.

En el caso de seguros, además del efecto de las cancelaciones ya mencionadas, este sector sufrió los efectos de la anulación de las coberturas de Gastos Médicos y de Separación Individualizada que protegían a los funcionarios públicos, hecho que, aunque en su momento se percibía como devastador para la aseguradora encargada de proveer ese servicio, tuvo una afectación relativa en lo económico; lo verdaderamente grave fue el mensaje que mandó el Gobierno a la sociedad respecto a la importancia que se le concede a este mecanismo de protección en la esfera del poder.

Quiénes representan a la AMIG nuevamente depositan sus esperanzas de reactivación y crecimiento en la reciente firma del Acuerdo Nacional de Infraes-

tructura, signado entre el Gobierno Federal y el gremio afianzador. En virtud de este convenio se prevén proyectos muy ambiciosos que repercutirán en el desarrollo del negocio afianzador.

A pesar de la buena noticia que representa lo anterior, una preocupación constante es lo que ocurre con el seguro de Caución. El riesgo de no colocar al seguro de Caución como parte de una oferta enriquecida para uso de la administración de la 4T es que a este sector se le considere arrogante e indiferente a los objetivos del Gobierno obradorista, y ello puede arrojar efectos contraproducentes sobre las fianzas; peor aún, repercutiría en las instituciones que se convirtieron en aseguradoras de Caución.

Y, si hablamos de lo que les depara a los seguros, las perspectivas no estuvieron ligadas al descubrimiento del hilo negro. El conferencista ligó el panorama de crecimiento de esta industria a la oportunidad que emana de hacer cosas mínimas para acercar el beneficio del producto a la sociedad en ramos de gran sensibilidad y poca penetración, como Casa Habitación, Gastos Médicos, Vida y Autos, que cubren apenas 7, 9, 16 y 29 por ciento de la población total, respectivamente.

En ese tenor, se destacó la importancia del papel que los agentes de seguros deben desempeñar en la sociedad, responsabilidad que los compromete a brindar una asesoría que eduque sobre la importancia de administrar integralmente los riesgos, más que solo ofrecer y vender una cobertura.

En ambos sectores se vislumbran oportunidades de desarrollo si se hace un poquito más por promover comprometidamente los seguros; si se replantean o reenfocan los productos hacia lo que el nuevo consumidor hoy necesita; si los canales de distribución se dejan de ver como competidores para entenderlos como aliados; y si se piensa, como en el caso de las fianzas, fuera de lo tradicional, centrándose sobre todo en la idea de depender de lo que el Gobierno invierte en obra pública.

México está viviendo un esquema de administración pública distinto de aquello a lo que estábamos acostumbrados, pero eso no debe provocar que la carreta se atasque, sino al contrario, éste podría ser una buena oportunidad si se introduce la fórmula de la adaptación, de la acción y del verdadero compromiso.

Es cuestión de concentrarse más en las posibilidades y vías para lograrlo, y no tanto en los obstáculos que se presentarán.

#Editorial

## DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

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

**FUNDADOR 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  
Jozabeth Hernández Barrón  
José Abraham Sánchez

**DIRECTOR GENERAL**  
César 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)

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

**PUBLICIDAD**  
Patricia Álvarez Rivera  
Xanath Sánchez Ceballos

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

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

**ASESORÍA JURÍDICA**  
Lic. Gerardo Trigueros Gaisman

EL ASEGURADOR, periódico quincenal con circulación entre profesionales y empresas de los sectores asegurador, afianzador y ejecutivos de la industria, el comercio y los servicios de la República Mexicana y de 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 en trámite. Registro postal Núm. PP09-1528. Autorizado por Sepomex. Impreso en: INKO IMPRESORES S.A. DE C.V. Breña 134, Col. Zacahuitzco, Iztapalapa, 09440, CDMX. Tel. 5555709454

Año XXXV No. 849

Miembro activo de



Visítanos en:

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


**HDI SEGUROS**

Hemos valorado tu accidente...

# Simple, rápido y remoto: Ajustador Digital.

¿Cómo funciona?

Reporta el siniestro llamando al \*434

Si es un accidente menor, recibe un SMS con acceso a la plataforma

Toma fotos, describe brevemente lo sucedido y envía el reporte

Descarga el resultado de la valuación

Recibe ubicación del taller asignado

Todo a través de su celular, ¡que un golpe no los detenga!

Conoce más en [hdi.com.mx](http://hdi.com.mx)

## Repunte de brotes epidemiológicos obliga a rediseñar protocolos de suscripción



Claudia Rodríguez

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

El repunte de brotes epidemiológicos, como el Síndrome Respiratorio Agudo y Grave (SARS), la Influenzavirus A (subtipo H1N1) y la reciente aparición del 2019-nCoV (coronavirus); así como la cristalización de riesgos emergentes, como la revolución digital, la transformación del bono demográfico y la disforia de género, obliga a que se diseñen de forma inaplazable protocolos de suscripción rigurosos, pero sobre todo proactivos y preventivos, de modo que no se descuiden los márgenes de rentabilidad y siniestralidad de las aseguradoras ni se dejen de atender las nuevas necesidades de aseguramiento de la población.

Así lo señaló en entrevista exclusiva con *El Asegurador* Claudia Rodríguez, presidenta de la Asociación de Seleccionadores de Riesgos en el Seguro de Personas (Aserp). En esta charla, la funcionaria apuntó que es imperativo que la suscripción, un eslabón indispensable en la operación del seguro, tome en cuenta las nuevas condiciones del mercado en materia de riesgos epidemiológicos, sociales y demográficos.

La funcionaria de la Aserp indicó que la propagación de brotes epidemiológicos inéditos, como el mortal coronavirus en China, es una señal irrefutable de que se deben tomar medidas proactivas desde ahora en los departamentos técnicos de las instituciones de seguros, de manera que se lleven a cabo análisis minuciosos que permitan hacer frente a eventos que podrían ser inevitables, como una pandemia, la cual irremediablemente repercutiría directa y colateralmente en la operación de las aseguradoras.

"Todos los eslabones de la cadena de

valor del seguro deberían tomar casos como la aparición del coronavirus, un ejemplo categórico de que se deben evaluar las nuevas tendencias asociadas a los riesgos emergentes, ya que éstas nos demuestran que las necesidades de aseguramiento están cambiando; entonces, como sector, estamos obligados a diseñar estrategias y coberturas que también tendrían que ser novedosas, de manera que logremos edificar una sociedad mucho más resiliente en materia de protección financiera", explicó Rodríguez.

En opinión de Rodríguez, la suscripción hoy en día se enfrenta al desafío de

sugerir, desde su trinchera, nuevas soluciones de aseguramiento, sin que se descuide un aspecto vital, como el nivel de riesgo de la institución. En tal sentido, puntualizó que, frente al exigente panorama que se avizora en el corto plazo para la administración de riesgos, el seleccionador debe cimentar su actuación en los básicos del oficio; a saber, analizar con detalle aspectos como la definición de invalidez, las tarifas y el riesgo asegurable.

La presidenta de la Aserp puntualizó que el ensamblaje de cualquier cobertura novedosa diseñada para sortear los cambiantes riesgos emergentes, cada vez más frecuentes, tendría que considerar asimismo los datos estadísticos que permitan suscribir con sustento este tipo de amenazas. Realizar este proceso sin rigor, alertó, afectaría negativamente a los índices de rentabilidad de las aseguradoras.

### COVID-19 no es asegurable... por ahora

Consultada sobre la postura del sector asegurador frente al coronavirus que asuela China, Rodríguez fue enfática al afirmar que por ahora no existen las estadísticas médicas ni de mortalidad suficientes para que la industria aseguradora suscriba y brinde cobertura a personas que sufran esta mortífera afección.

"El 2019-nCoV es una nueva cepa de microorganismo que todavía no se conoce a ciencia cierta. Tampoco se sabe cómo enfrentar la enfermedad que produce. Frente a esta realidad, los departamentos de suscripción no tienen otra opción sino rechazar por el momento a cualquier prospecto que posea un síntoma asociado a dicho padecimiento, debido a que es muy difícil predecir su evolución o desenlace. En definitiva, para poder ofrecer una cobertura asociada a este riesgo sanitario se necesitan más datos clínicos que nos permitan una evaluación y tarificación correcta, de manera que se desarrollen protocolos que blinden desde todo punto de vista la rentabilidad de las aseguradoras", amplió Rodríguez.

La presidenta de la Aserp consideró vital que, ante las consecuencias económicas que provoca el repunte de brotes epidemiológicos, el crecimiento de la esperanza de vida, el incremento de los costos en los servicios médicos y el aumento de las enfermedades crónico-degenerativas, la industria aseguradora mejore su capacidad y agilidad para idear y distribuir seguros novedosos,

que incluso brinden cobertura bajo modalidades parciales o alternativas.

"Cuanto más temprano nos adaptemos a estos cambios, mejor preparados estaremos. Los seleccionadores podemos ser una pieza fundamental en esta nueva dinámica del mercado, ya que debido a nuestra experiencia y a la habilidad y pericia que hemos alcanzado tenemos la capacidad para delimitar aspectos no solo médicos, sino también sociales, demográficos, económicos y naturales, e incluso políticos, y por ello somos capaces de confeccionar soluciones de aseguramiento que tendrían que ser en muchos casos preventivas, desde el punto de vista de la administración de riesgos, sin que por eso se descuide el rigor en la suscripción", expresó Rodríguez.

### Un cambio sectorial

Rodríguez dijo que, como consecuencia del progreso de las sociedades y de la evolución en la mentalidad de las nuevas generaciones, tanto las áreas técnicas como las comerciales de la industria aseguradora deben unir esfuerzos para que se diseñen nuevos modelos de negocio que le permitan a este sector instrumentar soluciones asegurables adaptadas a las exigencias del mercado actual. En resumidas cuentas, sentenció, se trata de un cambio cultural y de una cooperación sectorial que no debe tener cortapisas, sobre todo si se apunta a mitigar los nuevos riesgos con una visión mucho más amplia.

La presidenta de la Aserp exhortó a los suscriptores a abrazar la especialización y la actualización como dos prácticas inaplazables que les permitirán seguir desempeñando un papel protagónico e insustituible en la cadena de valor del seguro, de tal manera que al final se instrumenten protocolos proactivos que permitan evaluar los riesgos de una forma mucho más asertiva.

"A lo que debemos tender como gremio es a que nuestra labor sea cada vez más eficiente; sin embargo, conseguir dicho objetivo solo será posible si mantenemos una postura profesional proactiva y multifacética, entendiendo que los cambios que experimenta la sociedad, las enfermedades y la economía son muy dinámicos; por lo tanto, la fórmula para sortear estos factores consiste en no detenernos y movernos hacia la actualización y la especialización constante", finalizó Rodríguez.

**La especialista define la postura que deben asumir los suscriptores en el nuevo contexto sanitario, social y demográfico**

**La cristalización y mutación de riesgos emergentes exige desarrollar estrategias preventivas, afirma Claudia Rodríguez**

**La nueva presidenta de la Aserp habla en entrevista y afirma que los protocolos de suscripción deben ser rigurosos y proactivos**

## Sensibilización, primer paso para hacer evolucionar al seguro

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

En tiempos en los que la tecnología parece acaparar todos los reflectores no se puede dejar a un lado uno de los factores de mayor relevancia a la hora de comercializar instrumentos de protección financiera. Hablamos de la sensibilización. Generar conciencia de una manera mucho más amigable es el primer paso que el sector asegurador debe tomar en cuenta para lograr una mayor penetración de mercado en el país.

Ésta es la apreciación que tienen cinco emprendedoras del sector financiero y que expusieron durante una amena plática con *El Asegurador*, en la que además tocaron diversos temas relacionados con la industria, desde una perspectiva ajena a su operación diaria.

Mariana Garza, Founder de Inverkids; María Luz Martínez, CEO y Founder de ValePay; Andrea Segura, Country Manager de Alfi; Giovanna Muñoz, Co-Founder y CEO de Flotify; y Larisa Moreno, Co-Founder de Smart Beta Fix, manifestaron su visión particular sobre la actualidad del sector asegurador y a su vez plantearon diversas propuestas para que el seguro llegue a más mexicanos.

"Considero que tienen que pasar dos cosas. La primera es que el usuario sea consciente y tenga esa apertura de que necesita un seguro y que desde las aseguradoras exista mayor sensibilidad de entender a su cliente, y hasta de ser flexibles a la hora de ofrecerles ciertos productos", explicó María Luz Martínez (ValePay).

En ese sentido, Mariana Garza (Inverkids) coincidió en que el sector asegurador debe mostrar una cara más amigable y ser mucho más accesible para el cliente. "Si se logran unir esas dos variables, es indudable que el seguro crecerá de forma exponencial".

Otro tema que se puso sobre la mesa durante la conversación fue la educación financiera, considerada parte importante en el ecosistema asegurador. En opinión de Andrea Segura (Alfi), la industria debe adaptarse a la realidad actual e ir creando conciencia en la población sobre la importancia de contar con un respaldo en los momentos inesperados.

"Es una realidad que debemos ser conscientes de que los accidentes e imprevistos pueden suceder en cualquier momento, pero para lograrlo es necesario que tengamos esa cultura de aseguramiento para que entendamos que cualquier cosa nos puede pasar, porque los riesgos están a la vuelta de la esquina", recalzó Segura.

En ese orden de ideas, Larisa Moreno (Smart Beta Fix) fue enfática al reconocer que el mexicano en general le resta importancia a la funcionalidad y a los beneficios que otorga el seguro. "Ésa es una de las razones por las que la industria aseguradora no logra un crecimiento mayor".

Finalmente, Giovanna Muñoz (Flotify) recomienda al sector asegurador es-

cuchar las necesidades de su cliente, ya que en la medida en que se comprenda lo que éste desea podrán crearse productos personalizados y adaptados a la realidad de los consumidores.

Así lo aprecian desde fuera las emprendedoras del sector financiero



Larisa Moreno, María Luz Martínez, Mariana Garza, Giovanna Muñoz y Andrea Segura



**Nuestra meta es su seguridad**

Gracias a tu esfuerzo cumplimos nuestro compromiso de asegurar el futuro de las familias mexicanas.

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

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



## SE DICE...

Genuario Rojas M.  
@GenuarioRojas

César Rojas  
@pea\_crojas

La Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), llevará a cabo el 19 de marzo el evento denominado Congreso Internacional de Garantías. La presidenta nacional del organismo, Elisabeth Vogt López, señala que el temario incluye conferencias sobre motivación y talleres encaminados a transmitir las habilidades para innovar, como respuesta, dice, a todos aquellos que cuestionan el hecho de que hagamos las cosas siempre de la misma manera.

Saludamos a Elisabeth Vogt López en el desayuno de trabajo organizado por el Comité de Fianzas de la Amasfac, encabezado por Miguel Cruz Reséndiz. Durante esa reunión hablaron el presidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), Manuel Escobedo Conover, y el vicepresidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías (AMIG), Juan Carlos Lugo Escoriza, quienes expusieron las perspectivas de estos sectores.

Por lo pronto, hay una coincidencia en los tres organismos, AMIS, AMIG y Amasfac, que consiste en el inminente cambio de consejo en cada uno de ellos. Si bien en el caso de la Amasfac ya las definiciones están listas y solo habrá que vivir el pase de estafeta el 4 de marzo del año en curso —celebra asamblea anual del 3 al 5 de ese mes— en un acto solem-

ne que se realizará en el Club de Banqueros, en las dos asociaciones empresariales aún hay tarea que hacer para elegir sucesores manteniendo la unidad.

En los terrenos de la AMIS, el tema de la elección de consejo tiene sus particularidades debido a varios factores: el auto-descarte, perfiles que no tienden a trabajar por el beneficio institucional, e incluso la conveniencia de que, por las características del gobierno actual, sea un personaje local el que asuma la presidencia. Lo cierto es que la decisión está por tomarse. ¿Le gustan las apuestas? Apostaríamos a que será alguien con nombre, apellido y estatura aseguradora.

En cuanto a la AMIG, la selección de quien la presidirá tiene más tiempo para ejecutarse, pues será en junio cuando el cambio se haga efectivo. Las cartas están sobre la mesa, y pareciera que el elegido saldrá de entre los vicepresidentes. Esto podría lucir sencillo, pero no lo es. Ya en el pasado reciente las diferencias de opinión condujeron incluso a la escisión. Bien señalaba alguien que "son heridas cerradas", pero que todavía hacen sufrir con una simple gota de limón.

Las presidencias de la AMIS y de la AMIG son posiciones que implican retos, pues entre otras muchas cosas está la responsabilidad de trabajar muy de cerca con las autoridades para desahogar problemas torales, para proponer proyectos, para defender posiciones, lo que no resulta fácil, puesto que hay que lidiar con los intereses creados, en un empeño por preservar la imagen que las instituciones del seguro y de la fianza tienen no solo frente al ciudadano común, sino frente a funcionarios públicos y legisladores.

Los desafíos del seguro y de la fianza no son pocos. Dentro de las perspectivas que presentaron Manuel Escobedo Conover y Juan Carlos Lugo Escoriza afloran algunos temas (problemas



En breve se conocerá quién sustituirá en su cargo y funciones a Manuel Escobedo Conover, actual presidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)

ción Federal se ahorró 100 millones de pesos en primas, un resultado que encierra todo un mensaje en materia de transparencia para el empresario asegurado.

Si bien Escobedo Conover indicó que en la actualidad se trabaja con las autoridades para la renovación de 300 contratos que se dejaron de lado hacia finales de 2019 y muchos de los cuales probablemente terminarán manejándose por adjudicación directa, observó que en el terreno de la macroeconomía hay claroscuros que llaman a la reflexión.

Entre otros puntos, el presidente de la AMIS se refería a que el ingreso per cápita es de 12,000 pesos al mes; también, a la población económicamente activa, que es de 53 millones, pero con una desocupación de 3 por ciento. De hecho, la informalidad laboral alcan-

za 57 por ciento. Él considera que la desigualdad es un tema preocupante y que el empresario debe asumir su responsabilidad social de manera seria. Por ello, desde su perspectiva, al hablarse de brechas de aseguramiento se hace con verdades a medias.

Un tema que preocupa es el de la reputación de la industria. La imagen del seguro es todo un caso, dice Escobedo Conover, señalando que hasta los curas están por arriba. Lo considera un problema grave al que se debe prestar urgente atención. En esa ruta, por ejemplo, está el escuchar. Habría que hacer más caso a la Condusef, indica, ya que su información es el termómetro de lo que piensan y quieren los clientes.

Habría que ser más sensibles: ése es el mensaje. Por ejemplo, advirtió el funcionario de AMIS, el hecho de que del total de las quejas que se presentan ante la Condusef solo proceda 25 por ciento no debería alegrarnos. Sería mejor preguntarnos por qué el otro 75 por ciento se fue a inconformar. Quizás si como aseguradoras ofreciéramos "textos contractuales en español" y apoyáramos a los agentes para que éstos les dieran una asesoría adecuada a los clientes, ese 75 por ciento no existiría.

Vender seguros, dijo después el dirigente, no debe ser sino consecuencia de una buena asesoría en materia de administración de riesgos, en un ambiente en el que (tal como vemos ya a nuestro alrededor) los diferentes canales de distribución se relacionen. Los indicadores tradicionales de ventas pronto serán anacrónicos, agregó, porque habrán de combinarse los conductos físicos con los digitales.

En lo que hace a las perspectivas de

pendientes, deficiencias, errores, asuntos que exigen actitudes más diligentes) que requieren una atención continua y otros que han sido identificados pero cuyas acciones de resolución no han sido definidas al ciento por ciento.

Veamos enseguida, de manera muy sintetizada, algunos señalamientos "sueltos" de los dirigentes mencionados, comenzando por Escobedo Conover, quien habló de que el crecimiento de 5.8 por ciento en términos reales del volumen de primas propició que el seguro represente 2.2 por ciento en el Producto Interno Bruto de 2019, considerando solo cifras de las aseguradoras asociadas a la AMIS.

Por otra parte, el dirigente no prevé un endurecimiento de tarifas en el corto plazo, aunque reconoce que en mercados de reaseguro y en algunos ramos, segmentos y nichos sí se está registrando este incremento en cierta medida. Se trata, explicó, de ámbitos en los cuales una alta siniestralidad ha sido evidente, lo que orilla a revisar las tarifas, con la consecuente repercusión en las primas.

Escobedo Conover también dijo que el comportamiento de la economía en 2019 ya comienza a mostrar sus efectos adversos en el sector seguros. Si el año pasado el seguro creció 5.8 por ciento en términos reales, se espera que para 2020 dicho avance se traduzca en 3 por ciento, es decir, un incremento de casi la mitad, de un periodo a otro. Alienta, sin embargo, que el Gobierno esté comprando seguros.

No obstante, el funcionario hizo hincapié en que la compra de seguros por parte del Gobierno se está realizando con una estrategia que ha privilegiado la asignación directa, con lo cual en 2019, solo en Gastos Médicos, la Administra-

las fianzas, el vicepresidente de la AMIG comenzó diciendo que en este organismo están afiliadas 15 afianzadoras y aseguradoras de Caución, así como cuatro reaseguradoras, y que lo mejor de 2019 es que ya se acabó, aunque diciembre mostró una gran mejoría. De ese modo, precisó, con poquito que se haga, el panorama lucirá más optimista.

Lugo Escoriza reveló enseguida que el volumen de primas del sector afianzador decreció 4 por ciento en términos reales, unas empresas decreciendo más que otras, lo que arroja una composición que indica elevada concentración, puesto que más de 80 por ciento de las primas fueron capturadas por tres grupos afianzadores: Sofimex y Dorama; Chubb y Monterrey; Aserta e Insurgentes.

En medio de todo esto, el vicepresidente de la AMIG dijo que una revisión de cifras correspondientes al periodo 2015 a 2019 indica que el sector afianzador está sumido en una guerra de precios. En este ambiente hostil, agregó, es responsabilidad de todos, incluidos los intermediarios, lograr que las tarifas sean las más adecuadas y mantenerlas así.



La Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías (AMIG), que actualmente lidera Gerardo Sánchez Barrio, elegirá a su nuevo presidente, pero el proceso de sucesión ya comenzó

Hay renglones preocupantes para la fianza. Otro de ellos es el que se refiere a la inversión de capitales extranjeros en México, que es una variable muy delicada. Es claro que mes tras mes esos recursos salieron en 2019 y que regresaron a su nivel en el cuarto trimestre de ese año. Se trata de dinero que solo aprovecha las tasas que ofrece el Gobierno para sus papeles, lo que le imprime a estas prácticas un riesgo grande de volatilidad si por alguna razón esos inversores sienten incertidumbre.

Luego de expresar que sería negativo que Pemex perdiera su grado de inversión en 2020, porque sin duda tal empresa mueve a la economía, Lugo Escoriza tocó un tema más que relevante: la respuesta que los afianzadores convertidos en aseguradoras de Caución han dado

dentro de esta cobertura. "Al Gobierno no le gusta que, habiéndonos transformado, se evidencie que hemos hecho nada para vender este seguro".

Las autoridades, precisó, quieren un mercado afianzador y asegurador que se mueva más rápido, y esperan propuestas de esta industria para usarlas en licitaciones y cubrir también otras necesidades. Si no encuentran una respuesta, pueden concluir que los actores responsables del seguro y de la fianza

en el país son pasivos, arrogantes e indiferentes frente a las estrategias de la Cuarta Transformación, con todo lo que ello implicaría. Desde la perspectiva de Lugo Escoriza, aseguradoras y agentes deberán aprender a vender el seguro de Caución.

Y luego, como en el caso del seguro, el vicepresidente de la AMIG expresó que

en el campo de los retos y oportunidades no solo hay que entender la nueva forma de administrar de este Gobierno, sino también mejorar la imagen de las garantías, acercándose no solo a las autoridades, sino sobre todo a los clientes, de modo que se entienda que la manera de hacer negocios con el nuevo poder político ya cambió.

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



## Si tu cliente conduce habitualmente un auto distinto al suyo...

Quálitas le ofrece la **Extensión de Cobertura**, que incluye:

- 📍 Responsabilidad Civil por Daños a Terceros
- 📍 Gastos Legales
- 📍 Gastos Médicos al titular del seguro (incluye también su atención médica a consecuencia de atropello hasta por 1,000 UMAS\*)
- 📍 Asistencia Vial Quálitas

\*UMAS: Unidades de Medida y Actualización.

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



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

Vivir Seguros es, a todas luces, una aspiración natural para todo aquel que compra una vivienda nueva o para quien renta una no nueva. Solo que esas construcciones a veces pronto o más tarde manifiestan vicios ocultos que ponen en riesgo el patrimonio y la vida de las personas, peligros que se magnifican cuando ocurre una catástrofe natural, como se ha comprobado con sismos de regular intensidad.

Acerca de este tema platicamos con Juan Carlos Merlo Bello, Eduardo Zesati Andrade y Verónica Alcántara Trejo, presidente, director general y responsable financiera de SPP Institución de Seguros, S. A. de C. V. Una conclusión fue que es indispensable que el Gobierno afine reglas para frenar prácticas que atentan contra la vida y el patrimonio que muchas personas han construido a lo largo de su vida y están en riesgo.

SPP Institución de Seguros maneja el seguro de Vicios Ocultos anclado en el ramo Diversos. Recibe en su operación el apoyo de Enemon, una firma de ingeniería altamente especializada. Aunque esta empresa aseguradora vive apenas su primer año de operación, recoge la experiencia aseguradora de sus dirigentes y de un trabajo que había venido haciendo con el Infonavit, entidad que en 2014 le expresó su deseo de cubrir la calidad de la construcción. Esta colaboración con el Infonavit aún se mantiene.

Al trabajar en la idea de diseñar un producto que respondiera a las necesidades del Infonavit, primero, y luego a los requerimientos de otros organismos, Merlo Bello comenzó a imbuirse de un tema que enfrentaba (y sigue enfrentando) muchos retos en un país que está lejos, por ejemplo, de que a una propiedad le sea reconocida una identidad legal propia, lo que la llevaría a tener derechos. Esto sí ocurre en otras naciones.

Nuestro propósito, dice el presidente de SPP, fue crear un producto de garantía que no requiriera culpabilizar a nadie para pagar o reparar. En ese proceso se pensó en el ramo apropiado, el que le diera más derechos al consumidor, y la decisión los llevó a elegir Diversos, iniciándose así un proceso que los llevó a crear SPP Institución de Seguros.

Surgió así un seguro de Vicios Ocultos decenal. Es un hecho que, generalmente, a partir del tercer año de existencia una vivienda presenta vicios. Esas fallas se presentan por varias causas, entre ellas por varillas defectuosas, cemento mal revuelto, fallas humanas al ir construyendo y cosas semejantes.

La estadística le permite ahora a SPP



# VIVIR SEGUROS®

con Genuario Rojas

@GenuarioRojas Genuario Rojas Mendoza

## SPP y el seguro de Vicios Ocultos

Institución de Seguros estimar lo que puede ocurrir dentro de los 10 primeros años de vida de la construcción, a la vez que actuar, sobre todo, en el terreno de la prevención, en busca de eliminar el riesgo al ciento por ciento. Y lo hace supervisando de cerca el trabajo de los desarrolladores, vigilando que se ciñan a un reglamento de construcción que es de los mejores.

Con el apoyo de Enemon, explican los directivos de SPP Institución de Seguros, la suscripción es de altísima calidad. Estar cerca del proceso de construcción

cuando ya no está el que construyó. Entonces los usuarios tienen que pagar las consecuencias. Se trata, en cierta forma, de un fraude. El desarrollador sabe que utilizando materiales diferentes a los que se comprometió a usar el defecto en la estructura emergerá tiempo después, pero no se aplica ninguna sanción verdadera, a pesar de lo que dispone la ley.

De ahí que los funcionarios de SPP Institución de Seguros afirman: "Nosotros pretendemos garantizar con un seguro decenal que, cuando surja un vicio, los propietarios reclamen y logren no



Juan Carlos Merlo Bello, Eduardo Zesati Andrade y Verónica Alcántara Trejo

permite detectar desviaciones. Es natural entonces que a muchos no les guste esa cercanía. Aunque hay desarrolladores muy serios, también existen aquellos que continuamente quieren manejarse por debajo de la norma: no cometen errores, sino que es su modo de operar. Pero, se dijo en la conversación, SPP Institución de Seguros siempre ve como sí. De ahí que se haya liberado un curso en línea con la Universidad La Salle que, gratuito, podrá tomarlo todo aquel desarrollador que lo quiera. Se busca ayudar para que se construya siguiendo la norma. La idea es que se construya mejor sin que esto equivalga a más caro y sin sacrificar la calidad.

Todas las viviendas enfrentan el problema consistente en que el vicio oculto aflora entre el tercero y quinto año,

solo que se les repare o pague, sino que hasta se les sustituya la vivienda sin pasar por el complicado proceso de esperar a que se demuestre la culpabilidad".

La intención de la póliza de vicios ocultos es intervenir en las fases en las que se puede prevenir el vicio. Si el seguro va a ser contratado como inversionista, como Gobierno, la institución de seguros, a través de su firma especializada, buscará detectar ese vicio antes de que se construya, pues, si éste no es corregido, el seguro no será emitido y además habrá denuncia.

Si en el proceso de evaluación algo se nos escapa y las cosas salen mal, la aseguradora pagará hasta la suma asegurada contratada. Estamos convencidos de que, si se siguen las normas de construcción existentes, la siniestralidad se ubi-

### #Opinión #Seguros

cará en los niveles previstos, afirman los entrevistados, indicando que la virtud del seguro de Vicios Ocultos es que éste se puede aplicar no solo para vivienda nueva, sino también para la no nueva.

En la venta de seguros para lo no nuevo SPP Institución de Seguros usa los servicios de Enemon. Ésta, mediante un costo, inspecciona y, tras la evaluación, se decide a emitir o no emitir. Además, no solo ofrece productos para vivienda. La calidad de todo lo constructivo puede ser asegurada si se siguen las reglas de construcción correspondientes.

Por lo pronto, el grueso de la operación se concentra en Ciudad de México, Querétaro, Jalisco y Nuevo León. SPP Institución de Seguros está abierta a otra sede si el tamaño de los proyectos lo hace costoso.

### Reglas más claras

Juan Carlos Merlo Bello afirma que SPP Institución de Seguros alienta las buenas prácticas en la construcción y en el manejo de su aseguramiento, y sobre todo contribuye a abatir la corrupción, al fomentar que se cumplan las reglas y haya una garantía si después de todo ello algo fallara. No obstante, demanda regular más y mejor la oferta de estos productos para hacerla más homogénea.

La necesidad de afinar las reglas obedece a que 80 por ciento de los desarrolladores desaparece de un año a otro; y, cuando se les quiere reclamar, ya no hay maneras de encontrar una respuesta positiva. El otro 20 por ciento no va a desaparecer, pero tiene un cúmulo enorme de vicios ocultos en sus desarrollos que no les han sido reclamados.

Esas reclamaciones no presentadas hasta ahora podrían sumar miles de millones de pesos, y entre tanto las malas prácticas en la construcción no cesan. En tales circunstancias, si por algunas circunstancias esas reclamaciones fueran presentadas, no habría cómo hacerles frente financieramente, advierte el presidente de SPP Institución de Seguros.

Con las reglas adecuadas, la advertencia final es que el sector asegurador jugaría un rol influyente en la calidad de la construcción en México. Por ello, recalca, es indispensable que las autoridades correspondientes evalúen el tema para que, por un lado, los compradores de una vivienda tengan protegido su patrimonio y, por el otro, los usuarios la habiten sin riesgos innecesarios para su integridad física.



En el mes de febrero como cada año AARCO dio cita a sus mejores agentes en la Junta Anual, en donde se presentaron diferentes programas de incentivos, el panorama de la empresa, objetivos, resultados y en especial el concurso estelar 2020, con un atractivo esquema de viajes a elegir a nivel mundial al llegar a la meta establecida.



Participaron invitados especiales como el Dr. José Villela, quien nos recordó la importancia de tener razones para vivir, motivando a toda la Fuerza de Ventas. El evento contó con más de 600 asistentes, en compañía de las mejores aseguradoras de México con las que colaboran.

Cerraron con broche de oro, celebrando a los ganadores del concurso estelar Misión Espacial y de ventas, donde el Lic. Rodrigo Avendaño Garza MBA, Socio - CEO y el Lic. Francisco Alatorre y Fierro Presidente de Consejo, entregaron los diferentes reconocimientos.

**¡Felicidades a todos nuestros ganadores!  
Juntos vamos por más éxitos.**



PROPORCIONANDO SOLUCIONES  
A LA MEDIDA

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

Médica Vial

24 hrs  
365

SOMOS ESPECIALISTAS EN CONTENCIÓN DE COSTOS

## Insabi no solventará problemática en salud; su creación colapsará al sistema

Daniel Valero Andrade  
dvalero@elasegurador.com.mx

El Instituto de Salud para el Bienestar (Insabi) como sustituto del Seguro Popular no cuenta con las condiciones necesarias para su pleno funcionamiento debido a que el país no posee la infraestructura médica ni el capital humano ni los recursos necesarios para financiar un sistema de salud universal gratuito; por ese motivo es imperativo que se instrumenten mecanismos que potencien la oferta de servicios tanto en medicinas como en servicios médicos para que esta promesa deje de ser irrealizable.

Así lo afirmó en entrevista exclusiva con *El Asegurador*, Carlos Ramírez Fuentes, director del área de Servicios Financieros de Integralia Consultores, firma especializada en riesgo político, conflictividad social y planeación estratégica. En ese sentido, el exfuncionario añadió que la creación del Insabi con las condiciones anteriormente mencionadas generará en el corto plazo mayor presión al sistema mexicano de salud pública.

Ramírez Fuentes insistió en que la transición del Seguro Popular hacia el Insabi fue muy abrupta. Criticó que no se hayan firmado acuerdos de coordinación que permitan tener claridad y certeza en cada uno de los servicios que se les proveerán a los ciudadanos que requieran la atención de este órgano descentralizado de la Secretaría de Salud.

“El Seguro Popular, a pesar de todos sus defectos, contaba con un marco institucional que permitía la operación del sistema de salud por medio de una serie de convenios y reglas establecidas. Desde nuestra perspectiva, el Insabi se lanzó sin un paracaídas y con promesas imposibles de cumplir, como aquello de proveer de servicios gratuitos a la población. Creemos que por este motivo será un año complicado para el sector público; habrá mucha presión por servicios médicos, escasez de medicinas y una insuficiente oferta de servicios”, recalcó el director del área de Servicios Financieros de Integralia Consultores.

En lo que respecta al Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR), el economista

indicó que prevé un año estable y con buenos rendimientos para los ahorradores, como sucedió en 2019, periodo en el cual se pagaron utilidades con rendimientos históricos. Esta situación, dijo, se debió a que los niveles en las tasas de interés siguen siendo muy atractivos y además no se espera una volatilidad que genere una caída en los mercados.

“Hay gran expectativa por la aprobación este año de una posible reforma de pensiones. Tomando en cuenta lo que hasta el momento nos espera en materia de ahorro para el retiro, ésta sería una gran noticia para todos”, precisó Ramírez Fuentes.

### Economía tendrá ligero repunte

En otro punto de la conversación, el expresidente de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar) sostuvo que para este 2020 se espera una ligera mejora en el crecimiento de la economía mexicana en comparación con el año anterior: crecerá alrededor de 1 por ciento.

**El país no cuenta con la estructura adecuada para financiar un régimen universal gratuito, advierte Carlos Ramírez Fuentes**



Carlos Ramírez Fuentes

**Se prevé un año estable en lo que respecta a los rendimientos del Sistema de Ahorro para el Retiro**

“Sabemos que el sector financiero está expuesto igualmente al riesgo país; pero, en lo que se refiere a política pública y política regulatoria, este Gobierno no lo ha atacado negativamente. Hasta

ahora no se ha marcado una ideología respecto al sector financiero, como sí ha ocurrido en otros sectores del país”, destacó Ramírez Fuentes.

Por último, el director del área de Servicios Financieros de Integralia Consultores señaló que la inversión privada tendrá un leve repunte en el presente año. Agregó que ese crecimiento será gradual debido a que aún existe incertidumbre en el sector empresarial respecto a algunas políticas públicas que propone la actual Administración Federal.

“La inversión privada es el principal componente de la inversión total del país, tomando en cuenta que la inversión pública solo representa 20 por ciento del total. Es por ello por lo que en nuestro análisis consideramos que habrá una ligera reactivación, y a la vez no anticipamos caídas significativas, como sucedió en 2019; todo ello aunado a que la incertidumbre existente no se disparará del todo. En cuanto a la inversión pública, creemos que será un mal año; no prevemos una recuperación llamativa”, cerró Ramírez Fuentes.

### Principales riesgos para 2020 que afectarán al entorno de negocios y la gobernabilidad del país



Activismo legislativo de Morena.



AMLO refuerza su influencia sobre el Poder Judicial y órganos autónomos.



Aumento de conflictividad social.



Mayor fiscalización a finanzas empresariales.



Continúa desmantelamiento de la reforma energética.



AMLO refuerza su influencia sobre Banxico.



Continuarán altos niveles de inseguridad.



Reforma electoral vulnera autonomía del INE y se reduce financiamiento para partidos políticos.



Amenazas contra México en el contexto del proceso electoral en Estados Unidos.

Fuente: Diez riesgos políticos 2020, elaborado por Integralia Consultores.



## SEMINARIO TÉCNICO 2020

LOS PASADOS 12 Y 13 DE FEBRERO, **DORAMA** ENALTECIÓ LA EXCELENTE LABOR DE SUS AGENTES AL LLEVARLOS A LAS PLAYAS DE CANCÚN, QUINTANA ROO; RECIBIÉNDOLOS CON UN EMOTIVO VIDEO ALUSIVO A LOS 10 AÑOS DE **DORAMA**, DESTACANDO SUS RAÍCES, SUS LOGROS Y POSICIONAMIENTO A LO LARGO DEL TIEMPO.

Cada Seminario Técnico de **DORAMA** pretende capacitar y motivar a sus agentes como parte de su compromiso con México, al velar por ofrecer un servicio con calidez humana y eficiencia acorde a las necesidades comerciales, manteniéndolos a la vanguardia e innovación en mejores prácticas y últimas tendencias del mercado.



Este año, el Seminario Técnico 2020 se llevó a cabo en el hotel Live Aqua donde se dieron cita más de 230 agentes de ventas para presenciar importantes conferencias de los speakers nacionales e internacionales: Francisco Martín Moreno, José Villela, Carlos Elizondo, Engel Fonseca y Javier Tello, bajo la conducción —por segundo año consecutivo— de Luz Blanchet.

Además, el Panel de los agentes expertos Genaro Villarreal, Javier Villa, Héctor Elizarrarás y Adrián Ibarrola, fue muy enriquecedor con el apoyo y expertise del Consejero Juan Arturo Altamirano como moderador.

Esta edición promovió la mentalidad de reinventarse, ya que lo único constante es el cambio. Por ello, para cerrar con broche de oro, el anfitrión Flavio Dávila habló sobre los “Resultados 2019, estrategia y perspectivas 2020”.



Aprovechó para lanzar formalmente PROTEGE, el nuevo producto de fidelidad de **DORAMA**, cuyo objetivo es simplificar los procesos operativos y generar certidumbre en sus coberturas.

A través de un mensaje alentador y positivo, el Presidente del Consejo de Administración de **DORAMA**, el Lic. Jorge Rodríguez Elorduy, agradeció la asistencia de los presentes e invitó a las nuevas generaciones de agentes a reinventarse de cara a las exigencias del mercado y la situación política del país.



**EL ANFITRIÓN FLAVIO DÁVILA HABLÓ SOBRE LOS “RESULTADOS 2019, ESTRATEGIA Y PERSPECTIVAS 2020”**



**CON ESTE SEMINARIO TÉCNICO 2020, DORAMA DEMOSTRÓ QUE HA SABIDO REINVENTARSE Y APRENDIDO A MANEJAR A SU FAVOR LAS CONDICIONES ACTUALES DEL ENTORNO.**

## Aun con asignaturas pendientes, mejoran las perspectivas de seguros y fianzas

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Aunque los representantes de los sectores asegurador y afianzador coincidieron en señalar que las perspectivas y oportunidades de desarrollo para tales gremios son más optimistas en 2020 que en 2019, también reconocieron que hay asignaturas pendientes que, de atenderse, favorecerán la consecución de resultados aún mejores. Un ejemplo a la vista es promover el seguro de Caucción, así como propiciar el desarrollo de ramos de seguros en los que prevalece la desatención, a pesar de que tales coberturas ofrecen un amplio potencial de desarrollo.

Esto es parte de los señalamientos que Manuel Escobedo Conover, presidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), y Juan Carlos Lugo Escoriza, vicepresidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías (AMIG), hicieron al presentar sus consideraciones respecto a la ponencia *Perspectivas de los sectores de seguros y de fianzas 2020*, durante el desayuno organizado por el Comité de Fianzas de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac).



Juan Carlos Lugo Escoriza



Manuel Escobedo Conover

empresas decidieron convertirse en aseguradoras para manejar ese producto, la realidad es que poco o nada se ha hecho para poder venderlo, lo que podría mandar un mensaje a la autoridad en el sentido de que el sector de las fianzas es ante todo "pasivo, arrogante e indiferente" frente a las estrategias del Gobierno de la 4T.

Lugo Escoriza hizo igualmente un llamado a mejorar la imagen de las garantías. Hay que aceptarlo, dijo, "somos pésimos para comunicar lo que sí hacemos y conciliamos en materia de garantías en este país, por lo que, si queremos una percepción diferente de nuestro papel, todos tenemos la obligación de hacer algo en favor de ese objetivo".

El vicepresidente de la AMIG y el presidente de la AMIS hablan en evento organizado por el Comité de Fianzas de la Amasfac

### Perspectivas del seguro

Por su parte, el presidente de la AMIS, Manuel Escobedo Conover, subrayó que las posibilidades para acrecentar la presencia del seguro en la economía se multiplicarán con solo hacer algo más para asegurar al enorme segmento de personas que carecen de él en este país, cuyos porcentajes, por citar algunos, indican que solo 7 por ciento de la población tiene la póliza de Casa Habitación, 9 por ciento de Gastos Médicos, 16 por ciento de Vida y 29 por ciento de Autos.

No obstante, el presidente de la AMIS refirió también que, aunque estos indicadores muestran algunas de las posibilidades de crecimiento del sector, el papel del seguro hoy tiene que ir más allá de solo asesorar y motivar a los prospectos para que compren seguros, puesto que, desde su perspectiva, el verdadero desafío es enseñarlos a administrar integralmente sus riesgos.

Finalmente, Escobedo Conover indicó también que mucho se habla acerca de cuál es el canal de distribución puntero de las ventas; y, aunque los agentes de seguros siguen llevando la delantera, hay que tomar en cuenta que en un ambiente *Figital* (una combinación de lo mejor de lo físico y de lo digital) la separación de los canales de distribución desaparece porque siempre habrá preferencias de consumo y porque tras la venta de una póliza siempre habrá una persona y algo tecnológico que colaboraron para lograr el cierre del negocio.

### El ADN del nuevo cliente



**Valora su tiempo.**  
No quieren esperar, exigen soluciones rápidas y eficientes  
¿Me pagarán rápido?  
¿El servicio será excelente?



**Socializa e influye**  
¿Confío en las aseguradoras?  
¿Las recomiendo?

**Independientemente de la generación, se encontró que los nuevos consumidores comparten características y variables conductuales**



**Usa Smartphone**  
Se mantiene conectado, busca y se comunica constantemente con sus compañías



**Investiga, busca información, compara.**  
No es suficiente lo que dice la compañía sobre sí misma.



**Quiere ser leal**  
¿Es diferente a las demás?  
Me ofrece valor?  
¿Puedo trascender siendo su cliente?



EL MUNDO DE EL ASEGURADOR®

AFIRME SEGUROS SE CONSOLIDA CON LAS PYMES EN CDMX

PRESENTA LA LATINO SEGUROS SU PALI 2020

CELEBRA GRUPO ÁVICO KICK OFF 2020

ARRANCA EL PROGRAMA QUE BUSCA POTENCIAR LÍDERES PROFESIONALES EN EL SECTOR ASEGURADOR: BEST ORIHUELA

GNP SEGUROS CELEBRA POR 11° AÑO CONSECUTIVO CAMPAMENTO DE AGENTES 2020

MAPFRE INAUGURA NUEVAS OFICINAS EN MONTERREY

MAPFRE MÉXICO PREMIA A SUS ALIADOS CON EL EXCLUSIVO PROGRAMA SÚPER PAI

GRUPO SS, SERVICIOS SEGUROS INAUGURA SU NUEVA CASA MATRIZ

## Afirme Seguros se consolida con las PyMEs en la CDMX

El pasado 28 de enero de 2020, AARCO-Afirme y la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México firmaron un acuerdo de colaboración, por medio del cual asociados especializados de AARCO Agente de Seguros y de Fianzas –con los productos de Afirme, creados y rediseñados específicamente para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs)– realizarán la labor de difundir la cultura del seguro en este nicho de negocios.

Estas empresas son consideradas como el principal motor de la economía en México. Las PyMEs son las empresas que más empleo dan, siendo la columna vertebral de la economía mexicana. Las micro, pequeñas y medianas empresas generan el 72% del empleo y el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

Es por esto que AARCO, a través de su área especializada en Mercados Masivos, y Afirme Seguros, por medio de su área de Afinidad, decidieron unirse para crear un plan de acercamiento y aseguramiento para este nicho tan importante en México.

Con la firma de este acuerdo que busca proteger a todas las PyMEs de la Ciudad de México, Afirme Seguros continúa con su sólido crecimiento y expansión para tener una mayor presencia en el mercado de seguros mexicano.

Agradecimientos especiales a los participantes del equipo que hicieron esto posible:

Eduardo Contreras, Presidente de la CANACOPE CDMX.  
Francisco Alatorre y Fierro, Presidente del Consejo de AARCO.  
Eduardo Nava, Subdirector de Mercados Masivos en AARCO.  
José Manuel Torres Villalobos, Subdirector Comercial de Afirme.  
Christian Arón Aparicio Ramírez, Gerente Comercial de Afirme.



Eduardo Contreras, Francisco Alatorre y Fierro y José Manuel Torres Villalobos.



Daniel Gil, José Manuel Torres, Eduardo Contreras, Francisco Alatorre y Fierro, y Christian Aparicio.

AFIRME Seguros

Estamos aquí.



## Presenta La Latino Seguros su PALI 2020



Enfocada en brindar a su Fuerza de Ventas las mejores herramientas, La Latino Seguros, dio a conocer el pasado 12 de febrero en el Hotel Hilton de la Ciudad de México, su optimizado Plan Anual de Incentivos (PALI 2020), el cual se ha mejorado en un cien por ciento en comparación con otros años.

“Muchas gracias por acompañarnos hoy, para nosotros es un día muy importante porque da inicio un nuevo ciclo, en el que vamos a darles poderosas oportunidades de realizar grandes cosas con nosotros”, dijo durante la bienvenida

Miguel Amerlinck, Director General de la aseguradora.

Dentro de los planes que tiene la compañía para este año, se encuentra la realización de un Seminario y el lanzamiento de dos nuevos productos, los cuales contarán con un importante diferenciador que los usuarios podrán percibir. Asimismo, realizará adecuaciones a su producto de GMM, provocando un empuje más sólido en sus Líneas de Negocio y robusteciendo a la compañía.

Su principal reto consiste en proporcionar un servicio de calidad y hacer que la experiencia que vivan con Latino Seguros sea única, para que juntos alcancen el principal objetivo de proporcionar seguridad a las familias y empresas mexicanas.

Con este competitivo cuaderno de bonos e incentivos, los Agentes podrán potencializar sus ingresos y alcanzar las metas que los llevarán a disfrutar de los fascinantes des-



tinios seleccionados para las próximas Convenciones 2021: ¡El Chepe y Costa Este & San Francisco!

Asimismo, el Club de Protección Latino está diseñado para brindar seguridad a la Fuerza de Ventas y sus familias, a través de una póliza que los beneficiará con una tarifa especial. Además, se invitó a los presentes a promover entre clientes el uso de la App Latino, la cual les permitirá administrar sus pólizas, realizar pagos, monitorear al ajustador, etc...

Por su parte, Edgar Cuéllar, Subdirector Comercial de La Latino Seguros, presentó la Campaña vigente que impulsará la parte de Líneas Individuales, con premios como un viaje a Holbox o un Smartwatch para todos los ganadores, para concluir agradeciendo por la concurrencia a este evento y por ser partícipes de la gran familia que La Latino conforma.

De igual forma, La Latino Seguros celebró este evento con su Fuerza de Ventas en las Ciudades de León y Chihuahua.

## Arranca el programa que busca potenciar líderes profesionales en el sector asegurador: Best Orihuela



El pasado 13 de febrero dio inicio el programa “Best Orihuela”, como parte del desarrollo profesional de los agentes y administrativos que forman parte de la promotoría. El tema del primer bloque fue “Liderazgo Consciente” y tuvo como objetivo potenciar las habilidades de cada uno de los participantes.

El taller fue impartido por Claudia Castillo, profesional de las relaciones interpersonales con más de 20 años de experiencia en el desarrollo del potencial humano, y estuvo conformado por diferentes actividades y charlas sobre temas como empatía, conflictos, amistad, metas y felicidad.

Los colaboradores tuvieron que enfrentarse a situaciones difíciles como cruzar un campo de obstáculos con los ojos vendados; poner en práctica la “Fórmula de la Asertividad” que consistía en escribir un conflicto real con algún compañero de trabajo y pos-



teriormente solucionarlo frente a frente; así como también redactar una carta de gratitud a la persona que más admiran, misma que tuvieron que entregar personalmente y leer en voz alta.

Al respecto, Elena Neri, Gerente de Reclutamiento comentó: “Este primer módulo me ha gustado mucho, ya que iniciamos el año con nuestros aprendizajes. Las actividades que más podría destacar son aquellas que nos hicieron reflexionar y agradecer a aquellos que han hecho algo significativo para nosotros y que tal vez nunca nos tomamos el tiempo de demostrar gratitud.”

Las actividades desarrolladas en el bloque estuvieron enfocadas al

trabajo en equipo, por lo cual, esta vez los participantes, más que competir tuvieron que compartir experiencias, sentimientos y preocupaciones.

Juan Moreno, capacitador de Orihuela destacó: “¡Fue un taller muy bueno! Me brindó información relevante y me dejó lecciones que posteriormente podré aplicar en mi vida personal y laboral. Lo mejor que tuvo este primer bloque fue que aprendí a desarrollar mis hábitos mentales para poder ser más feliz.”

Este programa contará con 8 bloques de talleres y dos conferencias que serán desarrolladas durante todo el año. Algunos de los temas que se abordarán posteriormente son comunicación asertiva, visión estratégica de negocios y ventas consultivas.



#SomosOrihuelaSeguros

@orihuelaagentedeseguros





Vista panorámica del salón de sesiones plenarias

# GNP SEGUROS CELEBRA POR 11° AÑO CONSECUTIVO

# CAMPAMENTO DE AGENTES 2020

## "VISIÓN QUE TRANSFORMA"

GNP Seguros, la aseguradora mexicana más importante de México, celebró por 11° año consecutivo su **Campamento de Agentes 2020** en la bella ciudad de Guadalajara en un evento que reunió a 2 mil Agentes de Seguros y Directores de Agencia. Bajo el slogan **"Visión que transforma"** los asistentes disfrutaron de un programa integral desarrollado para fortalecer aún más su potencial y sus habilidades de venta.

La bienvenida estuvo a cargo de Raúl Kuri, Director de Canal Agentes de GNP Seguros, quién compartió datos importantes del Sector enfatizando que GNP se ha mantenido en constante cambio durante la última década, que le han permitido fortalecer su Estructura Comercial, su Oferta de Valor y la incursión a nueva tecnología para mejorar procesos como el manejo de Aulas Virtuales y lo más relevante, el constante fortalecimiento y crecimiento de su fuerza productora.

Por su parte, Eduardo Silva, Director General de GNP Seguros y quien se presenta por primera vez en este foro, reconoció a todos los presentes por el gran equipo que han consolidado, por su talento y trabajo hacia el bien común "debemos trabajar juntos, cada quien desde su trinchera". Mencionó también que la tecnología no va a sustituir a los agentes, pero sí los va a enfrentar a nuevos retos, "somos aliados de los agentes en su proceso de inmersión en la tecnología, enfrentaremos juntos este nuevo reto". Finalmente enfatizó que GNP significa profesionalismo, calidez, tecnología, productos y la importancia de trabajar juntos para hacer realidad el sueño de ser la mejor empresa de este país.



Raúl Kuri, Director de Canal Agentes de GNP Seguros.

## GNP SEGUROS LA EMPRESA No. 1 DE MÉXICO

Uno de los momentos más emblemáticos de la intervención de Eduardo Silva, Director General de GNP Seguros, fue el anuncio de GNP como líder del mercado asegurador al ser oficialmente la número 1° en protección a las familias mexicanas.



Eduardo Silva, Director General de GNP Seguros.

## RECONOCIENDO EL TALENTO

A lo largo de estos 11 años de campamento de Agentes, uno de los momentos más importantes y representativo ha sido siempre el reconocimiento a los **Campeones de los Torneos y Standings de ventas GNP 2019**, el cual se llevó a cabo rodeado de un ambiente al estilo entrega de premios Oscar



Dentro del **Torneo de Campeones** se reconoció a: Pedro Méndez en Novelas, Erick Caneado en Vida Individual, Elite Brokers Agente de Seguros en Agrupados de Vida, Patricia Barba en GMM Individual, Grupo de Asesores en Protección en Agrupados de GMM, Rafael López en Patrimoniales, Grupo de Asesores en Protección en PyMES.

De igual forma se reconoció cómo **Campeones de Standing de Ventas** a: Desarrolladora Integral de Agentes de Vida y Patrimoniales, Administradores en Beneficio a Patrimonios en Desarrollo de Agentes, Asesoría Profesional en Seguros ganador de GMM y GERJAM ganador de PyMES.

Un reconocimiento especial fue a la nueva generación de **Agentes Masters en Seguros** quienes demuestran su gran dedicación en la preparación académica que se requiere para obtener el grado máximo de estudios como Agente de Seguros.

## ¡MUCHAS FELICIDADES A TODOS ELLOS!



Alberto Mañón, Alejandro Paniagua, Allan Roberto Handal, David Armando Castillo, David Cardenas, Diego Manuel Larios, Fausto Amaro Villarreal, Frida López, Guillermo Jiménez Labora, Guillermo Lara Torre, Herman Colin, Jesús Zavala, Jesús Guillermo Izabal Espinoza, Jorge Eduardo Camacho, Luisa Janet González, Maguilda Morfin, Manuel Cervantes, Marcela Villanueva, Martha Ramírez, Oscar Rolando Palazuelos.

## JUNTOS POR UNA MISMA VISIÓN

Así fue como se vivió un año más del Campamento de Agentes, lleno de energía, dinamismo y colaboración, un evento lleno de aprendizaje y reconocimientos que hicieron vivir de forma increíble un gran inicio de año.

Vivir es increíble®

## PREPARÁNDOSE PARA LOS NUEVOS RETOS

A lo largo del Campamento se llevaron a cabo más de 40 sesiones con Agentes y Directores de Agencia destacados por sus mejores prácticas con el fin de potencializar el negocio a través de su experiencia y conocimiento.

El programa también estuvo enriquecido con la participación de 5 destacados expositores: Francisco Campoy, Carlos Islas, Álvaro Aldrete, Daniel Urias y Ramón Torre-Lemus, quienes a través de su experiencia ofrecieron nuevos conocimientos para desarrollar habilidades de venta, logrando inspirar, ilustrar, motivar y concientizar a cientos de los Agentes GNP.

Expositores de las sesiones de Desarrollo de Habilidades



Carlos Islas, Álvaro Aldrete, Daniel Urias, Ramón Torres-Lemus, Francisco Campoy

Las pláticas en plenario contaron con la participación de expositores de primer nivel como: Sergio Sarmiento con el tema "Visión 2020: los retos de México", Felipe Gómez con su plática "Virtuoso", Pablo Viti, quien es miembro de la MDRT presentó su plática "Productividad 4.0" y David Gómez con "Bueno, Bonito y Carito". Entre las pláticas inspiracionales resaltó la participación de Omar Chaparro.

La pleneria cerró con broche de oro al disfrutar un momento muy emotivo con la participación de Isaac Hernández, quien mostró cómo su dedicación y tenacidad lo han llevado a cumplir sus más anhelados sueños, invitando a alcanzar la cima a través de su mensaje "Vivir con propósito".

Expositores de las sesiones plenarias



Sergio Sarmiento, David Gómez, Isaac Hernández, Omar Chaparro, Pablo Viti, Felipe Gómez

## UNIDOS POR UNA CAUSA SOCIAL



Participación de los Agentes en la dinámica con causa social.

El campamento se vistió también de unión y solidaridad al llevarse a cabo por 2do año consecutivo una dinámica con causa social. Este año en beneficio del Hospital de la Luz para la atención de niños con problemas de la vista. La participación de los Agentes y de GNP Seguros logró beneficiar a 29 niños con tratamientos y cirugías para que puedan recuperar su salud visual.



## MAPFRE inaugura nuevas oficinas en Monterrey

Jesús Martínez CEO de MAPFRE México, asistió como invitado especial para el corte de listón



El día martes 4 de febrero se llevó a cabo la inauguración de nuestras nuevas oficinas en la ciudad de Monterrey sede de la Dirección Territorial Norte por nuestro CEO MAPFRE LATAM Norte y CEO MAPFRE México Jesús Martínez Castellanos, quien fuera acompañado por el Director Ejecutivo Comercial Paulo Butchart, así como la Directora Territorial Norte Adriana Acevedo; en este magno evento se recibió la distinguida asistencia de Gerentes de Desarrollo, Promotores, Delegados, APM, Corredores y Clientes.

Jesús Martínez dirigió a los asistentes un discurso en el que hizo énfasis en los buenos resultados del 2019 de MAPFRE México y las expectativas de crecimiento de este año, el cual se espera sea aún mejor ejercicio que el 2019 sobre todo porque es el año del 30 aniversario de MAPFRE México en el país.

Adriana Acevedo comentó: "La inauguración de estas nuevas oficinas dan inicio a una nueva etapa de MAPFRE en Monterrey alineados a los pilares de estratégicos de MAPFRE principalmente al Enfoque al Cliente con lo cual se distinguirá MAPFRE en la Ciudad y en la Territorial".

Esta nueva oficina de MAPFRE en Monterrey se encuentra en una de las zonas de mayor dinamismo empresarial en la ciudad. Este nuevo punto de encuentro con clientes y aliados tiene un concepto Open Space por lo que proveerá un servicio más abierto y personalizado fortaleciendo la presencia de la aseguradora en la región, así como facilitará la comunicación entre todos los que en él convivan.

## MAPFRE México premia a sus aliados con el exclusivo programa Súper PAI

Los premios incluyen una camioneta del año y un viaje a París

En un desayuno realizado en SEDE MAPFRE, se hizo la premiación del cuarto trimestre del Súper PAI 2019. El evento estuvo presidido por Paulo Butchart, Director Ejecutivo Comercial y Bernardo Klinge, Director Ejecutivo Técnico,

así como Abraham Villagómez, Director Ejecutivo de Desarrollo de Negocio. Los premios se entregaron a los mejores agentes en el ramo de autos durante el último trimestre del 2019, de acuerdo a las bases del Súper PAI.

Los aliados del interior de la República también fueron partícipes del evento a través de una videoconferencia en cada oficina territorial, ya que los agentes reconocidos en esta ocasión fueron el top 10 de cada territorial.

Paulo Butchart hizo una felicitación y compartió su emoción por develar quiénes se llevarían los premios. Finalmente los aliados que fueron reconocidos son: Fernando Alonso Mendivil, de la territorial norte, quien fue el ganador de la camioneta Nissan Kicks; seguido por Abraham Jesús Aguilar Álvarez de la territorial sur, que ganó un viaje a París para dos personas; Daniel Vega González de la territorial occidente, se llevó el reconocimiento por 25,000 tréboles; Efrén Demetrio Patiño Guerrero, 15,000 tréboles de la territorial centro y finalmente Emmanuel Gutiérrez Piscina de Grandes Promotores, acreedor a 10,000 tréboles. MAPFRE continúa desarrollando



campañas innovadoras que reconocen el esfuerzo de sus aliados más importantes en todo el país, dándoles incentivos que los motiven a superarse continuamente y continuar desempeñándose con la excelencia que hasta la fecha los ha destacado.



## Celebra Grupo ÁVICO KICK OFF 2020



Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a 11 de febrero de 2020- Grupo ÁVICO, Soluciones Patrimoniales Agente de Seguros S.A de C.V, presentó a su fuerza de ventas, un novedoso KICK OFF 2020, bajo el lema "TRASCENDER". El evento se llevó a cabo en el Salón Jardines de San Cristóbal.

Encabezó el evento la Lic. Gabriela Dinah Viveros Cortés, Directora General de la compañía, quien dio una cordial bienvenida a todos los asistentes. En su mensaje reconoció el compromiso y profesionalismo de los agentes, promotores y colaboradores de Grupo ÁVICO por los excelentes resultados

alcanzados.

La presentación del plan de negocios, estrategias y objetivos estuvo a cargo del Ing. Manuel Trujillo Solís, Director Comercial, acompañado por Viridiana Rivera, Gerente Comercial. Convocando a su Fuerza de Ventas a emprender para conquistar los objetivos planteados.



3, 4, 5 Y 6 JUNIO GDMX 2020 MEXICO

SÚBETE AL RING

SEGUNDA CAÍDA

SESIONES PLENARIAS DE LOS CAPÍTULO DE AIDA

SEDE: HOTEL PRESIDENTE INTERCONTINENTAL

subetealring.org Teléfono: 55 1102 3570

MEDIA PARTNER El Asegurador





# GRUPO SS<sup>®</sup> SERVICIOS SEGUROS

## inaugura su nueva casa matriz



El pasado 31 de enero y tras 30 años de experiencia Grupo SS Servicios Seguros inauguró sus nuevas oficinas en un edificio propio, hecho que los consolida en el mercado y les permitirá multiplicar su producción integral. Acompañados de familiares, amigos y funcionarios de aseguradoras así como del equipo de colaboradores de la empresa, Grupo SS Servicios Seguros dio apertura a este espacio ubicado en la Avenida Mariano Otero 5203, Colonia Arboledas en Zapopan, Jalisco. Un proyecto que inició hace tres años y que hoy es una realidad. Su Director General, Ing. Gildardo Ordaz, agradeció a todos los presentes por su apoyo incondicional durante todos estos años en este gran paso que da el grupo con el estreno de esta nueva sede corporativa.

“Estamos muy honrados por su presencia, estamos con la gente que día a día está con nosotros apoyándonos y dando su mayor esfuerzo para que cada meta se cumpla. Aprovecho este momento tan especial para agradecer a mi hija Cynthia Paola por estar conmigo en todo momento dándome la fortaleza para seguir adelante, a mi hija Esmeralda quién se mantendrá

siempre en nuestros corazones a pesar de no estar físicamente con Nosotros; éste importante logro también es gracias a ella y desde luego mi madre Lupita quien siempre me ha dado sabios consejos y aquí están los resultados”, agradeció el Ing. Ordaz.

Grupo SS Servicios Seguros es una agencia integral que maneja todos los segmentos de seguros como son: Agropecuario, Daños, Personas, Autos y Crédito. Además, a partir de este año 2020 se integra una nueva área de operaciones con la creación de una Promotoría que permitirá generar mayor fuerza de ventas y se suma a las otras empresas del Grupo SS Servicios Seguros; MAESCY especialista en Seguros para Transportes de Mercancías y CONTIGO AMIGO, con la especialidad de seguros de vida masivos.

“Gracias a todos nuestros clientes y amigos, sin ustedes nada de esto hubiese ocurrido. Nos llena de mucho orgullo abrir las puertas de esta gran oficina, ya que son 30 años de experiencia en esta industria. Los invito a disfrutar de este importante momento, esta es su casa y son todos bienvenidos”, agregó el Ing. Gildardo Ordaz.

Aunque la oficina matriz se encuentra en la ciudad de Zapopan, Jalisco, Grupo SS Servicios Seguros también tiene presencia en otras regiones de la república mexicana, como: Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, Coahuila, Nayarit, San Luis Potosí y Zacatecas, así como una cartera de Clientes que se ubican en prácticamente todos los estados del País.

Sin duda, la inauguración de estas nuevas oficinas será un gran impulso para la consolidación y crecimiento de Grupo SS Servicios Seguros en la industria aseguradora y a su vez los afianzará como líderes en productos enfocados en el sector agropecuario.

Para amenizar la celebración los invitados degustaron de bocadillos, de un brindis para disfrutar este histórico momento y concluyó con un gran ambiente musical.



### CONSOLIDADO

## Satisfacción al cliente, un principio básico para multiplicar las ventas en seguros

#Ventas



Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

La competencia para intermediar seguros es cada vez más exigente, ya que los productos comercializados son similares y los consumidores desean calidad y buen servicio; de ahí que resulte esencial que los asesores centren sus esfuerzos en la satisfacción de sus clientes por medio de una atención sobresaliente y personalizada, una estrategia que los ayudará a conquistar su lealtad y les permitirá multiplicar sus índices de ventas, afirma Odín Castillo García, agente consolidado de la promotoría Aarco Agente de Seguros y de Fianzas.

Con cinco años de trayectoria como agente, Castillo García inició su carrera en el sector como empleado en el departamento de Atención a Reclamaciones de una aseguradora. En esa fase de su periplo laboral pudo percibir que el oficio de colocar pólizas se perfilaba como un trampolín para dar el salto hacia el emprendimiento, de manera que intuyó que sería posible cristalizar una historia personal exitosa en lo que se refiere a remuneración salarial.

Convencido de las enormes posibilidades de conseguir un ingreso económico sobresaliente, Castillo García, administrador de empresas de profesión, decidió convertirse en agente.

Señala que simultáneamente descubrió el elemento que marcaba la diferencia en cuanto a la prospección, retención y conservación de asegurados: la calidad del servicio.

“La clave para evolucionar en este negocio estriba en brindar un servicio óptimo, el cual tiene que estar acompañado de una comunicación clara y una empatía sobresaliente. En la medida en que como agentes acompañemos al asegurado con constancia, profesionalismo y buena actitud —sobre todo en el momento del siniestro— construiremos el camino para conquistar su lealtad; por consiguiente, se multiplicarán las ventas y se proyectará una imagen que tendrá como resultado más recomendaciones”, explica Castillo García.

Las recomendaciones por el servicio ofrecido han sido el motor para que Castillo García se haya desarrollado como agente. Reconoce que la capacitación constante y la especialización se perfilan como los principales aspectos que lo catapultaron para convertirse en un asesor sobresaliente, el cual aporta un valor diferenciado frente a los diversos canales de distribución disponibles hoy en día en la industria aseguradora.

“En nuestra carrera requerimos acumular conocimientos que van más allá de la administración de riesgos. Hoy en día, el mercado es cada vez más dinámico; por lo tanto, tenemos que esforzarnos para tener conocimientos integrales sobre finanzas, leyes y hábitos de vida saludables, sin perder de vista que debemos comprender a profundidad los procesos administrativos para la atención de cada siniestro. En definitiva, la especialización es un compromiso inaplazable que debe cultivarse constantemente”, apunta Castillo García.

Por último, Castillo García alerta que uno de los factores determinantes para que cualquier agente alcance un rendimiento sobresaliente en la carrera es la constancia y disciplina con la que asuma su profesión. En tal sentido, concluye, un intermediario exitoso es aquel que tiene la habilidad de poder medir sus resultados, pero más vital es que se trace metas que lo desafíen a mejorar su desempeño.

### CLAVES BÁSICAS PARA BRINDAR UN SERVICIO SOBRESALIENTE AL CLIENTE

- Ofrezca una **asesoría empática y clara**.
- Sea **disciplinado** en sus labores diarias.
- **Dirijase** a sus clientes con **cordialidad** e interés.
- **Haga su trabajo** con ánimo y entusiasmo.
- Rétese a brindar una **asesoría cada vez más integral**. Así aumentará la lealtad de los consumidores.
- **Sugiera** el producto o servicio que mejor se **adapte a las necesidades** de su prospecto.

### EN EXPANSIÓN

## Métricas y autogestión permiten que tomes el mando de tu negocio

#Ventas

Luis Adrián  
Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Aprender a autogestionarte y a tener métricas que te revelen con claridad cuál es el grado de avance de los resultados alcanzados cada año, para contrastarlos con el anterior, es la mejor manera de ir creciendo a tu ritmo, de evaluar si tu dinámica de trabajo fue mejor de un periodo a otro, de ajustar o complementar lo que se requiera en capacitación, en citas de trabajo.

Así lo considera Wendy Conchello, asesora financiera y de seguros de Conchello Consultores, para todo aquel agente que desee un desarrollo firme y placentero en la intermediación de seguros. Aunque siempre es saludable tener un referente de inspiración, para efectos de desarrollo personal, sugiere evitar compararte con los resultados del agente top, cuyas características pueden ser muy distintas de las tuyas, pues tratar de alcanzar un desempeño semejante desgasta y puede convertirse en la ruta más segura hacia el desánimo y la frustración en esta actividad.

Wendy Conchello entendió que la carrera de agente es una profesión de perseverancia, no de tiempo, en la que importan la disciplina, la tenacidad y los parámetros que permiten conocer la intensidad de nuestro esfuerzo. En este oficio, un aspecto importantísimo que se debe controlar son las emociones, ya que cada póliza vendida y no pagada, cada cita concedida y cancelada, cada negocio ya casi hecho y anulado o pospuesto constituyen una guerra constante contra la frustración.

Conchello señala que desde su punto de vista hay muchas formas de tener éxito en este negocio. Solo hay que precisar si es uno o son varios los ramos que nos llaman la atención y capacitarnos fuertemente para poder sumarle a ese gusto la preparación adecuada. Hay que escuchar el consejo del promotor y tomar con seriedad su asesoría; aunque sugiere también tener cuidado de evitar ser forzado a comercializar un ramo que no nos llama la atención, solo porque de ahí dependen los resultados. El éxito está en no parar y en vender lo que verdaderamente nos gusta.

“Si un ramo no te gusta, no lo vendas solo porque alguien te lo impone, ya que te la vas a pasar pésimo, y ese malestar se convertirá en un círculo vicioso que no te llevará a ninguna parte. Un ramo de seguros te tiene que hacer ojitos. Te tiene que gustar. Es como una derivación de tu vocación. No tienes que seleccionarlo solamente por perseguir el dinero, porque, aunque trabajamos por ello, no sé si a lo largo



WENDY CONCHELLO

del camino ese éxito monetario rápido te haga permanecer y ser feliz como agente. Elige porque te gusta, que ya el dinero vendrá por añadidura”, señaló Conchello.

“Hace siete años que estoy en esta actividad. Me gusta lo que hago y valoro la cartera que tengo. Hasta ahora no he sido la campeona de campeonas en ventas, y no me preocupa porque, como ya dije, mi éxito es que logre vender más que el año anterior, que aprenda más que el anterior; de ahí la importancia de tener métricas, parámetros de orientación, escalas que nos sitúen en saber qué tanto avanzamos. Creo que deberíamos medirnos así, y no con los resultados de los demás”, aconsejó.

Conchello se asume como una persona sumamente disciplinada, y su apego a las automediciones le arrojan que ha sido mucho mejor cada mes. Es por ello por lo que aconseja que no le tengamos miedo a medirnos, pues ésa es la base del crecimiento con enfoque; tampoco debemos tener miedo de llamar a un cliente, de intentar. No nos deben frenar historias que solo existen en nuestra cabeza. “Hasta que escuches del cliente lo que suponías que diría, no creas que así es la historia”.

Finalmente, Wendy Conchello comparte algunas directrices laborales que le han funcionado para tener éxito y permanecer en esta profesión:

- 1 Fortalece tu lado emocional, lo cual no quiere decir que seas invulnerable, sino que te hagas resistente a los no, a las cancelaciones, a las promesas de compra que nunca llegan.
- 2 Ten paciencia porque, aunque es posible que te vaya bien rápido, para la mayoría no es así.
- 3 Aprende a autogestionarte para que veas la actividad con una visión empresarial.



## TE LO ASEGURO

Hugo Silva

@hsilva@globalab.com.mx

En la conferencia de prensa “mañanera” —o, mejor llamada, “liturgia de la palabra”— correspondiente al 18 de febrero fuimos testigos, una vez más, de la indudable habilidad que tiene el presidente Andrés Manuel López Obrador para desviar la atención ciudadana.

No es menester recordar que la fecha consignada fue un día después de la muy triste noticia de la muerte de Fátima, una pequeña que, a su muy temprana edad, fue objeto de inenarrables y execrables actos, dignos de un sátrapa enfermo a quien el infierno le queda corto como castigo.

Podríamos, con justa razón, apurar la copa de odio y exigir encolerizados la pena capital por este muy lamentable hecho; lo malo es que caeríamos en una borrachera ilimitada, ya que no estamos frente a un hecho aislado; por el contrario, forma parte de un sinnúmero de desapariciones de niños, niñas y mujeres que con su ausencia han entristecido, y en la mayoría de las ocasiones enlutado, los hogares que ahora los lloran, incrédulos, inconsolables y sedientos de justicia.

Llegando al punto, la sociedad toda requiere un Gobierno solidario —no asistencialista— que muestre por lo menos un atisbo de legítimo interés en los asuntos de esta naturaleza. Regreso a la “mañanera” en la que se nos informó

## Hoy y siempre, ellas

(con cierta pretensión de adiestramiento) de que el caso no caerá en impunidad, pero el presidente pidió “que la autoridad encargada lleve a cabo la investigación y se resuelva conforme a la ley”. Hasta ahí todo medianamente bien.

Acto seguido comenzó el proceso de desvío de atención desvirtuando la importancia del tema: el mandatario señaló que “a los conservadores queremos decirles que no somos iguales; ahora en los medios —casi todos— hay sobre estos lamentables hechos mucho oportunismo, zopilotean”. Y aprovechó para retomar el tema del Fobaproa que, de acuerdo con él, ha costado dos billones de pesos, acompañando de paja y verbosidad su infortunado dicho.

Volvimos a escuchar las muy desgastadas cantaleas: “gritaban como pregoneros” o “callaban como momias”, y aquí la justificación entre líneas: “Como si lo que está pasando hubiese surgido de la nada, desde que llegó Andrés Manuel”, cuando “se agravaron todos los males”.

No es el caso, señor presidente López. No conozco a nadie que pretenda que a México le vaya mal; por el contrario, el cambio en la dirección del país tuvo, en la intención de mejorar, la potencia necesaria para impulsarlo —a usted— a la máxima responsabilidad y mayor honor que un mexicano puede ostentar.

Sabemos que heredó, al asumir la presidencia, los errores y desaciertos de quienes lo antecedieron, pero también los aciertos y buenas prácticas. No lo hacemos responsable de los desaparecidos en los gobiernos panistas y priistas previos al suyo. Pero ¿qué puede decirnos respecto de las 3,093 mujeres y 2,720 menores de edad reportados como desaparecidos —en total 5,813— en 13 meses de su gobierno? ¿Nada más 447 desaparecidos al mes, en promedio! (la información fue proporcionada por la Secretaría de Gobernación, con corte al 6 de enero de 2020).

Otra cifra de terror, tomada de *El Financiero* en su edición digital del 18 de



IMAGEN: EFE

febrero de 2020, dice que “todos los días asesinan a 3.6 menores en el país, y siete niñas desaparecen diariamente en total impunidad”. “El caso de la niña Fátima es uno de estos casos que demandan la atención urgente del Gobierno”, señaló Juan Martín Pérez (de la Red de los Derechos de la Infancia) en entrevista con Susana Guzmán.

Por lo visto, como van las cosas, la seguridad de nuestra familia es exclusivamente asunto de particulares, de nosotros. Hemos interpretado finalmente el “sentido social” de la 4T, el cual consiste —desde mi personal punto de vista— en que al Estado le incumben todos los asuntos, menos los de los gobernados.

Ya no es solo la preocupación por la seguridad patrimonial (casa, negocio, empresa) la que debe correr a cuenta y cargo del particular; ahora debemos sumar la que corresponde a la seguridad familiar (cónyuge, hijos, padres y hermanos, y hasta las mascotas). “¿Y el Estado, apá?”.

Es gratificante apreciar la solidaridad que nos caracteriza, campañas

como “Cuido a tu hijo, tu cuida al mío”, “Ni una más” y las que se sumen. Son muestra de la preocupación y deseo por adoptar medidas que acaben con este flagelo. Sin embargo, el desconsuelo y la desilusión nos pegan en la nariz cuando apreciamos el desdén de nuestras autoridades, la falta de tacto, el abandono a las víctimas y la justificación constante por la ausencia total de resultados.

Esto es un antes y un después de Fátima para el Gobierno, y no solo el de la Ciudad de México, sino también para el federal. La sociedad está en plena resaca electoral. El vino dulce de la alternancia hacia un esquema “social” nos lleva a una terrible e inabarcable “cruda” cuyos síntomas son el estancamiento económico, la pretensión centralista, la fuga de capital, carencia de inversiones, quedar cortos en el gasto y largos en la promesa. Y ahora, además, a la fatiga por la inseguridad, que, de mantenerse, generará una cascada de solicitudes de asilo en países que ofrezcan por lo menos la esperanza de que nuestras niñas regresarán a casa.

¡Que época aquella en que disfrutábamos de salir a jugar de sol a sol, de hacer pausa para comer y seguir hasta muy noche en la cuadra! Aquel tiempo en que la instrucción de mamá —en caso de que nos perdiéramos en algún paseo— era “acércate con un policía”. Largos viajes en palomilla a Chapultepec, y los más osados a Plaza Satélite (y salíamos de Coapa!) ..., todo ello con la absoluta seguridad de que regresaríamos a casa.

Ahora, salir a la tienda de la esquina, tomar un vehículo de alquiler, abordar el transporte público o pretender retirar dinero en un cajero automático por la noche son verdadero deporte extremo, más aún si se es mujer. ¡Las mujeres no merecen esto! Levantemos la voz por nuestras mujeres (madre, esposa, hijas, nietas, compañeras de trabajo, amigas). Todos tenemos una mujer en nuestra vida. Garantícemos su seguridad, acompañemos su recorrido, estemos alertas... Las circunstancias lo exigen. ¡Te lo aseguro!

#Opinión

#Agentes #Seguros

## Falsos agentes defraudan a asegurados con el cobro de su póliza

Luis Adrián Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

El Consejo Ciudadano para la Seguridad y Justicia de CDMX, presidido por Salvador Guerrero Chiprés, reveló que en lo que va del año ha recibido 81 denuncias de personas que han sido visitadas por defraudadores que se presentan como agentes de seguros de algún banco y que les solicitan datos y además el pago de su cobertura. De esta cifra, en alrededor de 12 por ciento de los casos el hampa logró su cometido, por lo que Guerrero Chiprés consideró importante alertar a la población asegurada sobre esta modalidad delictiva.

Lo anterior fue destacado por el funcionario capitalino durante la firma de un convenio celebrado entre dicho Consejo Ciudadano y la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), presidida por Manuel Escobedo Conover. Ante esta alarmante situación, Guerrero Chiprés subrayó la importancia de que los ciudadanos corroboren la autenticidad de cualquier institución o persona que la represente, con la finalidad de no ser sorprendidos por esta forma de robo.

Escobedo Conover refirió que la firma de este convenio entre ambas institucio-



Manuel Escobedo Conover y Salvador Guerrero Chiprés

nes tiene como objetivo el intercambio de información y estadísticas que lleven a promover tanto la seguridad vial y la protección a víctimas de accidentes viales como la mayor resiliencia de la población ante catástrofes naturales. El objetivo final de todas estas acciones es la seguridad ciudadana, los derechos humanos y la prevención del delito en sus diferentes modalidades.

El presidente de la AMIS precisó que por lo que respecta a los accidentes viales, éstos provocan en la actualidad 44 víctimas mortales por día, además de que sus consecuencias económicas le cuestan al país alrededor de 1.7 por cien-

to del Producto Interno Bruto (PIB), lo que se traduce en 5 por ciento del gasto total en materia de salud.

La AMIS tiene el registro de que la víctima de un percance vial paga en promedio 15 000 pesos, cantidad que representa una merma importante, sobre todo para las familias con menos recursos; pero el problema no se queda ahí, puesto que solo tres de cada 10 autos están asegurados en este país, por lo que las lesiones ocasionadas a las personas por los automovilistas carentes de seguro terminan siendo atendidas en organismos como la Cruz Roja, lo que genera gastos que deterioran la estabilidad financiera y el desarrollo económico del país.

Otro tema de gran importancia que mencionó Escobedo Conover es la necesidad de impulsar la resiliencia de la población ante catástrofes naturales, y más aún después de la experiencia que dejaron los sismos de septiembre de 2017 (que causaron daños totales al país por 61 000 millones de pesos, de los cuales el sector asegurador indemnizó daños asegurados por un monto de 31 000 millo-

nes). Constituye una dolorosa paradoja el hecho de que, a pesar de las graves repercusiones de los eventos catastróficos, la penetración del seguro de Incendio no registró incremento, refirió.

El presidente de la AMIS indicó asimismo que con la firma del convenio esperan contribuir también a fortalecer la seguridad ciudadana, los derechos humanos y la prevención del delito. Un tema sensible al respecto es el robo vehicular, que en el año anterior registró 230 vehículos asegurados robados por día, una cifra importante, aunque a la baja si se la contrasta con los 259 casos diarios que se presentaron en 2018.

Escobedo Conover consideró que mediante este intercambio de información que realizarán la AMIS y el Consejo Ciudadano ambos organismos podrán identificar y evaluar aquellos riesgos a los que están expuestos y en consecuencia tomar mejores decisiones para lograr su correcta administración.

El funcionario de la AMIS subrayó el compromiso de esta institución por contribuir a difundir temas prioritarios de la agenda del Consejo Ciudadano en temas relacionados con la seguridad: los programas Juntos Contra la Trata, Juntos Contra el Bullying y la app No + Extorsión.

#AsproGama #Ventas



## El ejercicio correcto en la venta de seguros

En caso de siniestro, una póliza bien analizada, revisada y explicada siempre se paga en tiempo y forma.

Cuando un asesor de seguros honesto, responsable y profesional cierra un negocio con un cliente, sabe que contrae una gran responsabilidad. Los clientes ponen en las manos de los asesores no solo unos cuantos papeles, sino también bienes, empresas y hasta su futuro; sin embargo, a menudo se topan con problemas serios al momento de un siniestro. Por ejemplo, la póliza no coincide con el bien asegurado, contiene información incorrecta, incluye ciertas exclusiones, entre otros.

Todos los clientes son personas ocupadas. Nosotros, como agentes, lo que menos queremos es molestarlos; no obstante, ¿cuántas veces nos podríamos haber ahorrado un problema serio en nuestra carrera si hubiéramos tomado el tiempo de explicar claramente las condiciones de las pólizas que intermediamos?

En Asesores Asociados HCR creemos que nuestra responsabilidad como asesores empieza incluso antes de la asesoría. El primer paso en nuestro oficio estriba en realizar una investigación que permita identificar para qué quiere cada cliente la cobertura que va a adquirir. Este proceso nos permitirá manejar las expectativas del consumidor. Por ejemplo, el cliente cree que al afirmar “Deseo asegurar mi empresa”, por arte de magia se logran cubrir por completo todos los riesgos a los que está expuesta una organización.

En el sector, todos sabemos que siempre hay un sinnúmero de exclusiones como riesgos, los cuales se pueden cubrir

mediante convenio expreso; por esta razón, es importante conocer lo que realmente necesita el cliente empresarial, visto que conoce de primera mano los verdaderos riesgos que enfrenta su negocio.

Lo que prosigue es un paso que seguramente como agente conoces a la perfección: solicita el seguro en las condiciones pactadas. Además, revisa lo que envía la aseguradora. Por último, entrega la póliza al cliente y explícale con claridad cuál es la protección que está contratando.

Si, es cierto, nuestros clientes son corresponsables de leer, revisar y pedirnos el tiempo para que les expliquemos con claridad lo que están firmando; sin embargo, el verdadero trabajo del asesor profesional consiste en que sean conscientes de que sus expectativas serán cumplidas o no en caso de siniestro.

Es indiscutible que no somos adivinos, pero muchas veces como asesores no le solicitamos al cliente procedimientos básicos, como el acuse de recibo, de tal manera que quede claramente establecido si la póliza enviada es la adecuada y si él está conforme con la cobertura que se le ofreció.



Alejandra Muñoz León, directora de Asesores Asociados HCR

Por otro lado, ¿qué pasa cuando un cliente no tiene tiempo o es una persona muy nerviosa? ¿Cómo comportarse frente a los clientes que premian la rapidez y no desean dar información? Es vital que alertemos, como asesores, respecto a las consecuencias que podrían sufrir en caso de que no reciban una asesoría integral; es necesario advertirles que, por lo tanto, sus bienes estarían en riesgo.

Está comprobado que bajo estos pilares los clientes reaccionan muy bien. Recuerden que la comunicación franca siempre es un elemento poderoso; por lo tanto, no sientan temor a perder la venta. Como asesores, con esta práctica siempre ganaremos credibilidad y confianza y nos mostraremos como profesionales de la intermediación que brindan un servicio diferenciado.

En Asesores Asociados HCR estamos comprometidos con esta praxis y pensamos que la conciencia de los clientes es nuestra responsabilidad; de ahí que mantener un compromiso con la asesoría y la capacitación constante de nuestros asesores sea una tarea vital.

Por todo esto, y desde nuestra trinchera, nos esforzamos por darles sentido a nuestras siglas: HCR, que representan honestidad, compromiso y responsabilidad.

## El prisionero

Nissim Mansur T.  
mansurnissim@gmail.com

#DesarrolloHumano

Este artículo lo escribí en el mes de mayo de 2005. En ese tiempo estudiaba yo psicología; así que el texto está empapado de esa materia.

Voluntariamente entré en prisión. Era ya mucho el miedo, la angustia existencial de que era víctima, como para poder seguir siendo libre.

La libertad se había tornado una gran responsabilidad; su vida, una pesada carga.

Se buscó la llave desesperado. Ahí estaba, en su bolsillo trasero, y la tomó.

Con alivio buscó la chapa de la puerta de su celda; la abrió; entró lentamente en su celda; después cerró la puerta.

Se dejó caer en la losa fría que era su cama. Empezó a sentir cierta tranquilidad al estar ya preso. Así pasaron muchos días, meses, años...

La sola idea de abrir la cerradura de su celda lo aterraba.

Rechazaba la idea de tener que salir nuevamente al mundo. Una sensación de impotencia se adueñaba de su alma.

No, no. ¿Salir de su celda? ¿Qué necesidad había? Ahí estaba “protegido”. Aunque aislado totalmente, estaba más tranquilo dentro que fuera.

Se había empezado a desarrollar en su ser la depresión, cosa que él no advertía.

Meses después la depresión dominaba ya todo su desnudo entorno, y para ese entonces su deseo de vivir se extinguía; y una debilidad inexplicable, sin causa aparente para el prisionero, se hacía presente en su ser.

Podía, si quería, sacar esa llave tan celosamente guardada en su bolsillo, abrir su celda y liberarse a sí mismo. Pero el compromiso con la vida sería grande, ¡y él tenía tanto miedo...!

Erich Fromm decía: “Solo aquel ser que no ha crecido tiene necesidad de seguridad”.

# Requiere reforma pensionaria fundamentos actuariales, advierte la AMAC

#Ahorro #Retiro

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

Garantizar el ingreso suficiente del adulto mayor durante su etapa de desahorro es el objetivo principal de la tan esperada reforma de pensiones; sin embargo, más allá de la voluntad que exista entre las autoridades y el sector privado para concretar un rediseño adecuado del actual sistema de ahorro para el retiro, de poco servirán estos esfuerzos si no se lleva a cabo un proceso de incubación razonable, que además considere estrictos fundamentos actuariales. De lo contrario, esta iniciativa no tendrá viabilidad en el corto plazo ni conseguirá reivindicar socialmente a los mexicanos jubilados.

Lo anterior es parte de las consideraciones que declaró en entrevista exclusiva con *El Asegurador* Ernesto Rosas García, coordinador de la Comisión de Difusión de la Práctica Actuarial de la Asociación Mexicana de Actuarios Consultores (AMAC). En la conversación, el especialista apuntó que en la reforma de pensiones que pretende instrumentar la administración federal que preside Andrés Manuel López Obrador (AMLO) es vital que se tome en cuenta la opinión de los expertos en materia de ahorro y retiro y se debatan y analicen todas las propuestas que diversas organizaciones gremiales y sectores productivos han aportado, de manera que se logre ensamblar un sistema que responda a las necesidades financieras de los mexicanos que llegan a los años crepusculares.

A continuación, estimado lector, los planteamientos y reflexiones más destacados de nuestra charla con Rosas García respecto a la reforma de pensiones, un compromiso inaplazable pero que también, según advirtió, requiere el compromiso y consentimiento no solo del Gobierno Federal, sino de los empresarios y el ciudadano de a pie, de modo que esa retribución se financie en el largo plazo sin arrepentimientos.

■ **Sabemos que una vez que se inició el mandato de AMLO la AMAC le hizo llegar a éste una propuesta integral para reformar la actual plataforma pensionaria. En tal sentido, ¿cuál es el estatus de esta iniciativa y qué perspectivas se desprenden de ella?**

Efectivamente. Nuestra propuesta fue entregada al Gobierno Federal por medio de Carlos Noriega Curtis, titular de la Unidad de Seguros, Pensiones y Seguridad Social de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). Lo que ocurrió posteriormente es que hemos asistido a las mesas de trabajo que se han llevado a cabo para discutir este tema, que es de importancia nacional. Nuestro objetivo, como asociación, siempre ha sido que se conozcan nuestros esquemas y se tomen en cuenta al más alto

nivel, de manera que se logre ensamblar un sistema que brinde beneficios similares a todas las capas poblacionales.

Estamos enterados de que nuestra propuesta ha sido parte de la discusión que se ha tejido acerca de la reforma pensionaria. Lo que confeccionamos es un elemento más que la actual Administración Federal está considerando, de modo que muy seguramente se integrarán algunos aspectos a la propuesta final que se logre concretar.

A pesar de lo que se decide, me gustaría subrayar que nuestra postura sobre esta coyuntura continúa siendo muy firme, y no es otra que simplemente potencializar e incrementar las bases actuariales fundamentales, ya que éste es el único camino posible para armar una reforma que le convenga a la mayoría de los mexicanos. Recordemos que este trabajo es muy amplio y deben analizarse todas las aristas, de forma muy rigurosa y con profundidad.

Dicho lo anterior, es importante precisar que la reforma pensionaria que se logre diseñar tendría que ser muy amplia; por lo tanto, pensar que se terminará en los próximos meses no es realista. En tal sentido, dicha iniciativa debe tener un periodo de incubación razonable y, más importante aún, contar con fundamentos actuariales, puesto que ésta es la única forma de que la propuesta tenga viabilidad en el largo plazo.

■ **¿Cuáles son los factores que necesariamente debe incluir la reforma pensionaria en discusión?**

La versión final debe exigir un replanteamiento del sistema pensionario actual, visto que, como se sabe, éste es caótico, está fragmentado, es inestable financieramente y corre el riesgo de que en algún momento colapse y no cuente con los recursos financieros para cumplir con sus obligaciones. Incluso los riesgos podrían expandirse tanto que quizá afecten al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y a otras instituciones que brindan seguridad social.

Inquestionablemente que el primer punto que se debe considerar para solventar la coyuntura estriba en analizar la situación, así como los compromisos y beneficios que otorga el actual sistema pensionario, que depende del financiamiento público. No conocer esta radiografía sería un costoso error, que inevitablemente pondría en riesgo la viabilidad de la naciente plataforma de ahorro y retiro.



Ernesto Rosas García

*El organismo advierte que el tema demanda incubación de largo plazo, o no habrá justicia social*

Por otro lado, incluir en la discusión lo referente a la pensión universal es un gran acierto. Se trata, en suma, de un beneficio que debe adicionarse inequívocamente a la nueva plataforma; sin embargo, algo que debe cuidarse con amplio detalle actuarial es blindar su financiamiento a largo plazo, sin importar la inestabilidad económica que pueda sacudir al país.

Recordemos que los recursos para financiar este tipo de planes actualmente ya están bajo presión. En tal sentido, cuanto más se incremente la esperanza de vida de la población, es posible que las finanzas públicas no sean suficientes; por lo tanto, se correría el riesgo de que la capacidad para cumplir con las obligaciones se esfume. Dicha situación sería muy lamentable, sobre todo porque brindar una pensión universal es una política loable y necesaria.

Por último, pero no menos importante, no debemos perder de vista que el diseño del nuevo sistema pensionario debe responder a la realidad y necesidad de los mexicanos; de manera que es imperativo que se cuente con las garantías financieras para que se ponga en marcha una plataforma sólida, sin perder de vista que debe contar con un gobierno fuerte que vele por su correcto funcionamiento y transparencia. Es vital que este nuevo engranaje de ahorro y retiro no dependa de los deseos y caprichos de un gobernante, por lo que tendría que ser un mecanismo que opere de forma autónoma para que cumpla con su objetivo principal, que no es otro sino brindar seguridad económica a las personas.

■ **Una de tantas promesas del presidente de la república apunta a que el sector empresarial sea un eslabón vital para conseguir que la pensión que reciban los mexicanos sea digna. Desde el punto de vista actuarial, ¿cuáles son las condiciones básicas para que esto sucediera?**

Otorgarles seguridad económica a los mexicanos es un compromiso serio y muy grande.

Ahora bien, creo que anunciar de forma tajante un monto y que se afirme simultáneamente que equivale a una pensión digna para sortear los embates de la vejez es una discusión que todavía carece de maduración; se necesita mucho tiempo para consolidarla, afinarla.

Una vez que se defina el monto de la pensión, tendríamos que pasar al factor financiero, un aspecto que muchos no quieren ver. ¿Cuánto cuesta el sistema?, ¿a cuánto asciende la deuda? ¿A qué nos comprometemos como sociedad? Éstas son preguntas que deberían tener respuesta no solo del lado del Gobierno Federal, sino también en el seno de los grupos de empresarios y también entre la sociedad en general.

Conocer cuánto nos costará financiar la nueva plataforma pensionaria es un principio básico si realmente queremos llevar a cabo una reforma integral y sustentable a largo plazo. El principal compromiso de la actual Administración Federal debe ser justamente el descrito, y ha de trazarse como objetivo blindar el sistema para que se sostenga financiera-

mente a lo largo del tiempo. Recordemos que esta modificación estructural afectará a muchas generaciones del futuro; por lo tanto, reitero, debemos ser conscientes de todas las implicaciones y estar comprometidos con su financiamiento sin arrepentimientos posteriores.

■ **Días atrás, la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar) anunció que tiene lista una propuesta para rediseñar el actual sistema pensionario. ¿Tiene conocimiento de dicha sugerencia?**

Tengo entendido que la propuesta que han ensablado tiene como piedra angular el incremento de la tasa de ahorro. Dicha idea me parece que es clara y categórica, pero no novedosa, debido a que, si se quieren mejores pensiones, se necesitará indudablemente un fondo acumulado mayor al actual para financiarlas.

También se ha dicho que es obligatorio que se reduzcan los costos de administración de las cuentas que gestionan las afores. Frente a esta situación, no me parece serio que tengamos más de dos décadas diagnosticando esta tendencia y que simplemente se llegue a esta conclusión como solución a la problemática del ahorro y retiro que acusa el país.

Incrementar las aportaciones es una medida acertada, por supuesto. Concluir que la comisión de las afores se reduzca también es algo que se debe buscar; no obstante, lo que se sigue perdiendo de vista es que, cuando se instrumentó la actual plataforma pensionaria, se afirmó que una aportación de 6.5 por ciento del salario del trabajador sería suficiente para que cualquier mexicano gozara de una pensión digna durante su retiro. Año después confirmamos que no es así.

Frente a esta realidad, creo que tenemos en nuestras manos una oportunidad histórica para no cometer el mismo error. No prometamos reivindicaciones sociales con base en medidas como el aumento de la tasa de ahorro; y, más importante todavía, no pensemos que esto es la solución para evitar que el ahorro para el retiro se convierta en una bomba de tiempo a punto de estallar.

Aclaro: es bien importante que se escuchen y debatan todas las propuestas; sin embargo, es necesario que en el momento en que se tomen decisiones se analicen con cuidado los aspectos actuariales si realmente queremos ensamblar un sistema que responda a las necesidades financieras de los mexicanos en los años crepusculares.

■ **Algunos expertos consideran que la oferta de productos que la industria aseguradora tiene en lo que se refiere a rentas vitalicias es un esquema poco accesible y caro. ¿Qué papel podrían desempeñar estos instrumentos financieros en la coyuntura pensionaria actual?**

Comparto la afirmación de esos especialistas; sin embargo, las rentas vitalicias son un producto necesario en cualquier sistema pensionario. Lo que ocurre es que, cuando se lanzaron al mercado, las condiciones en el país no

estaban dadas para que se masificara su comercialización.

A pesar de lo anterior, pienso que con el punto de inflexión por el que estamos transitando actualmente, como consecuencia del rediseño de la plataforma pensionaria, el gremio actuarial y la industria aseguradora tienen en sus manos una oportunidad sin precedentes para desarrollar un amplio catálogo de soluciones competitivas, plétoras de novedades y adaptadas a las necesidades actuales de la población en lo que se refiere a ahorro para el retiro.

■ **¿Qué acciones impostergables se deberían implementar para revertir la crisis pensionaria en México?**

En primer lugar, reitero, se debe conocer con profundo detalle la situación ac-

tual del sistema pensionario. Cualquier decisión que se tome para rediseñar la plataforma sin el sustento actuarial y sin el debate necesario generaría que no se solvente la problemática; por lo tanto, se seguirá desconociendo la insuficiencia que tiene el país en cuanto a pensiones dignas.

En segundo lugar, se tendría que diseñar un sistema pensionario integral; por consiguiente, es inaplazable que se examine la capacidad financiera actual de la plataforma existente. Llevando esto a cabo, se determinará el compromiso económico que deberán asumir el Gobierno, los empresarios y los ciudadanos, de tal manera que el sistema se financie con garantías en el largo plazo.

Por último, la reforma pensionaria que se edifique debe ser producto de una discusión que permeé todas las es-

feras de la población. No estaría permitido que una decisión de esta magnitud se debata en foros cerrados ni tampoco que solo obedezca a un interés en específico. Los mexicanos deben estar enterados de lo que ocurrirá con su ahorro para el retiro y también tendrían que estar al tanto de las consecuencias que ocasionará la propuesta final del rediseño de la plataforma.

En conclusión, la reforma pensionaria requiere una socialización real entre todos los mexicanos, porque la experiencia nos confirma que, en este tipo de casos, siempre se instrumentan acciones que son decididas por solo unos cuantos. En esta ocasión no deberíamos comportarnos así, puesto que el sistema de ahorro para el retiro que se ensamble no solo debe sostenerse financieramente, sino también resolver la problemática actual de la vejez con justicia social.

mejor  
Del Lat. *Melior*

1. *Comp.* de bueno. *Adj.* Superior a otra cosa y que la excede en una cualidad natural o moral.
2. *Adj.* Preferible o más conveniente.

Definir cuáles son las mejores aseguradoras de México empieza por preguntar qué significa "mejor".

Ranking  
El Asegurador 2020

El primer reconocimiento del mercado donde se mide mucho más que el tamaño

Marzo 28, 2020.  
Riviera Cancún, México



## EL TÍO COOL

Luis Lara

@beafreesoul.bb@gmail.com f LuisLara.FreeSoul

Hay dos temas que siembran insomnio en el sector asegurador: la atracción y la retención de talento. Otra asignatura pendiente estriba en el ciclo de vida del asesor, pero eso lo analizaremos en una entrega posterior.

Diseñar nuevas realidades es la solución para el misterio de los jinetes del Apocalipsis que azotan al sector asegurador mexicano. En tal sentido, la fórmula para revertir la problemática de la atracción de talento consiste justamente en la transformación de las emociones; mientras que la receta para incrementar la retención de capital humano tiene como piedra angular la sintonía entre los estados emocionales.

En el artículo anterior analizamos la relación entre los asesores —nuevos mutantes— que sobrevivirán en el sector, producto de los clientes que logren cautivar como consecuencia del valor que aportan por medio de la asesoría. A continuación, desarrollaré mi tesis acerca de cómo debe evolucionar la relación entre el promotor y el asesor del futuro.

La relación entre los elementos mencionados dejó atrás la dinámica que involucraba a un ser casi legendario, que lo sabía todo, como era el promotor, para dar paso a lo que catalogo como un *entendedor de emociones*.

Hace 19 años, cuando comencé mi periplo profesional en el sector asegurador, se definía al promotor como un profesional responsable del desarrollo de los asesores, que debía tener la capacidad de determinar con actitud prácticamente feudal —lo expreso con gran respeto— la vida de sus súbditos, o sea, los agentes. Era, en suma, un ser mítico que acumulaba una serie de conocimientos y pócimas con cuyo reparto ponía a vibrar al mundo y los alrededores de los intermediarios.

En contraposición a lo anterior, me gustaría precisar que el promotor de esos tiempos se proyecta como un polímata, es decir, una persona que “sabe muchas cosas”, que incluso se perfila como un erudito de amplio espectro —así lo define internet— que tiene un conocimiento plerórico. En concreto, lo podríamos calificar como un “Homo universalis”. En otras palabras, el ideal renacentista de un maestro, e incluso un doctor especializado en distintas artes.

Podríamos afirmar que el mundo se separaba entre los asesores y los promotores. Si se observa en retrospectiva,

## El nuevo mutante y el entendedor de emociones

va, imagino la promotoría como una comuna de la Edad Media en la que el maestro —casi un genio del Cincuecento— compartía su experiencia con sus aprendices y éstos a su vez se planteaban nuevos caminos gracias a las enseñanzas de su maestro, que por supuesto premiaba la tradición oral. No encuentro muchas referencias acerca de esta relación, ni he descubierto libros clásicos del saber, puesto que no existe una biblia del seguro, sino solo tradición oral. ¡Que tiempos añorados con nostalgia!

Es indiscutible entonces que los agen-



tes se acercaban a un promotor porque éste era un profesional que sabía mucho. Los agentes pensaban que con el tiempo y por medio de las charlas iban a conseguir emular su conocimiento; sin embargo, llegó el momento en que esta capacitación básica —por catalogarla de alguna forma— se suplió con cursos y conferencias. Estimado promotor, ¡te tengo noticias! Todas las anécdotas que dominas ahora se pueden encontrar en internet. La experiencia, tal como se conocía, ahora está a disposición de todo el mundo, y a solo unos clics.

Al cristalizarse lo anterior, la promotoría se convirtió simplemente en un centro de servicios. En definitiva, se trataba de una especie de *desatorador de entuertos*, ya que, como el promotor conocía a la perfección la operación de las aseguradoras, era capaz de obtener los trámites con mayor velocidad que cualquier humano —el asesor—; por ese motivo, el intermediario confiaba ciegamente en que su promotor le daría siempre la anhelada mano del cielo.

Es indudable que posteriormente los servicios de las aseguradoras funcionaron muy bien. Los trámites se realizaban con facilidad y las pólizas se emitían con relativa agilidad. Entonces los promotores hicieron algo que cambiaba la óptica tradicional e irrumpieron como las personas que atraían el talento a la aseguradora.

En ese momento, el hechicero logró que su magia se hiciera pública y dejó atrás los tiempos del conocimiento oscuro. Se convirtió categóricamente en una persona capaz de ser una aspiración en el mundo de los seguros. “Empezó desde abajo, y mira ahora qué bien le va”, se escuchaba en los pasillos de las

aseguradoras. “Yo quiero ser como él”, se susurraba a su paso, dada la baja retención en el sector. La atracción de talento estaba garantizada a largo plazo en el devenir del sector asegurador.

En definitiva, la relación promotor-asesor se iniciaba con una aspiración. Con en el transcurrir del tiempo se volvía una “exigencia”; es decir, las conversaciones tenían como eje medular la experiencia; todo ello con el objetivo de brindar consejos, los cuales eran aplicados para sortear a un cliente enojado. Recordemos que usualmente

las personas que reclaman un siniestro tienen algún tipo de pérdida. En razón de una exigencia, en algunas ocasiones la relación entre un asesor y un promotor no genera acuerdos que cambien la realidad.

Estos idilios dieron lugar a conversaciones neutras que no cambiaban la realidad. “Te amo”, “te odio”, “sin ti no forjaría nada” y “el asesor no es de nadie” fueron parte de las interacciones clásicas entre los asesores y promotores.

El promotor se transformó básicamente en un expositor de conocimientos y en un gran motivador; sin embargo, es sabido por todos que la motivación es una exigencia que con buenas palabras nunca sobra, pero tampoco es suficiente para alcanzar objetivos. La motivación es un vaso de agua cuando se cruza el desierto. La inspiración es cruzar el desierto junto al río que atraviesa lo inhabitable. La inspiración nos da la capacidad para entender emociones y regresar nuestro intelecto a un nivel de vibración donde la abundancia nos bendice.

Por todo lo comentado, es indudable que hoy el promotor mutó y se posiciona como un entendedor de emociones. Yo concibo al promotor como un generador de entornos para catalizar las emociones de los asesores. Recordemos que las promotorías que más talento atraen son aquellas que vibran en sintonías diferentes y dan respuesta a la exigencia de sus colaboradores, logrando así edificar un

ambiente de apatencia.

Estoy firmemente convencido de que aquellas promotorías que se concentran solamente en el servicio, en la entrega y en la adecuación constante de sus instalaciones no verán crecer su negocio, a menos que se enfoquen en desarrollar su capital humano. Cuando cambia la cultura organizacional, se modifica todo a su alrededor. Cuando esto ocurre, la deserción será mínima debido a que se diseñarán planes y metas diferentes, que tendrían que ser desarrollados por personas diferentes. Se trata, indiscutiblemente, de trazar metas nuevas a un colaborador que labora con otra visión.

Los asesores que han cambiado su forma de vivir tienen mayor abundancia. El secreto: entender sus emociones. El promotor, por supuesto, seguirá siendo el maestro del agente. Eso sí, es vital que se comprenda que los mentores que brillarán en la nueva era del seguro serán aquellos que entiendan las emociones y desarrollen sus capacidades para usar la tecnología. El éxito en la retención, por lo tanto, gravitará en el aspecto de comprender las emociones y saber sin cortapisas qué es lo que quiere el asesor.

Por otro lado, es momento de que en el oficio del promotor se aplaste al monstruo profesional que solo sabe dar consejos. Cuando damos un consejo, nos convertimos en parte del problema; por lo tanto, si la idea no funciona, nos convertimos en el villano de la película. En cambio, cuando coexistes como coach, estás pensando fuera de la caja y consigues que el agente sea responsable de su futuro.

En el pasado, los promotores más pujantes de la industria contaban con más tierras —amplias oficinas—; sin embargo, es inevitable avizorar que los que dominarán el mercado serán aquellos que sepan usar la tecnología.

Me preguntan constantemente: ¿qué lugar es ideal para brindar el acompañamiento? Mi respuesta: no importa el sitio, ya que lo importante es que apuntemos a nuevas realidades. Ya no es relevante el lugar físico de la oficina. El promotor del futuro cercano tiene que ser capaz de encontrar nuevas realidades y soluciones a problemas que por ahora pareciera que tienen una solución única.

La nueva mística en la relación del promotor-asesor convertirá las emociones en acciones; a los nuevos emprendedores en leyendas; a los promotores en entendedores de emociones, de tal manera que canalicen las energías y logren sintonizarlas bajo elevados niveles de conciencia

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

#Seguros #Ventas

**El promotor del futuro tiene que encontrar nuevas realidades a problemas que tienen una solución única**

#Autos #Prevención

## La era cibernética desafía la reparación automotriz, concluye Cesvi México

Marcos Medina  
@MmedinaMarcos

Los Sistemas Avanzados de Asistencia al Conductor (ADAS, por sus siglas en inglés) están ocasionando que como nunca antes los vehículos cuenten con un sinnúmero de sensores y dispositivos de conectividad que ayudan a prevenir accidentes de tránsito; sin embargo, estos adelantos digitales son altamente complejos en lo que se refiere a su reparación y mantenimiento. Por ello, los profesionales de la hojalatería y pintura, así como los talleres de reparación mecánica están obligados a mejorar sus capacidades técnicas y a actualizar sus instalaciones con tecnología de punta, de modo que la compostura de las unidades siniestradas se realice bajo un alto estándar de calidad y a bajo costo.

En entrevista con *El Asegurador*, afirmó lo anterior Osiel Velázquez, director de Operaciones del Centro de Experimentación y Seguridad Vial (Cesvi). En la conversación, el funcionario apuntó asimismo que ante la acelerada evolución que experimenta el diseño y ensamblaje de automóviles los talleres no tienen otra alternativa que proveer a las aseguradoras de soluciones novedosas y sustentables, de manera que las restauraciones sean ágiles, pero sobre todo seguras, eficientes y que tengan como resultado final restituir el vehículo afectado a las condiciones que tenía antes del accidente.

“Los vehículos que hoy en día se comercializan en el mercado cada vez incluyen más innovaciones basadas en sensores que están ubicados en la parte delantera de las unidades y el parabrisas, sin olvidar que además utilizan una variedad muy extensa de radares, cámaras e infrarrojos. Frente a esta realidad, la reparación automotriz debe hacer un esfuerzo mayúsculo para cerrar la brecha que existe actualmente en lo que se refiere a las nuevas tecnologías. Encima, es obligatorio que crezca el nivel de tecnificación en los centros de reparación”, abundó Velázquez.

El directivo de Cesvi indicó que incuestionablemente los Sistemas Avanzados de Asistencia al Conductor generan que los vehículos sean más seguros; no obstante, alertó que esta nueva tecnología vehicular aumenta drásticamente los costos promedio de cada unidad siniestrada.

Frente a este panorama, Velázquez detalló que el secreto para sortear esta coyuntura con éxito es llevar a cabo la restauración del vehículo logrando un equilibrio entre las piezas que se pueden reparar y las que deben ser sustituidas.

**El director de Operaciones de Cesvi dice que los nuevos autos incluyen sensores y una variedad de radares, cámaras e infrarrojos, lo que dificulta su reparación**



Osiel Velázquez

“Si los talleres hacen el esfuerzo de invertir en tecnología de punta e instrumentación técnicas de vanguardia, se disminuirán los gastos de recursos económicos; por lo tanto, se logrará un costo promedio y equitativo que tanto el sector asegurador aceptará y la proveeduría de reparación podrá brindar. En definitiva, se trata de una ecuación ganar-ganar y de una nueva oferta de valor que debe emerger en lo que respecta a la reparación automotriz”, explicó Velázquez.

**Inversión, apuesta inevitable**

El director de Operaciones de Cesvi detalló que uno de los principales desafíos que tendrán que atender de forma

inaplazable los talleres profesionales de reparación y pintado de autos durante 2020 consiste en invertir en equipos que les permitan realizar las reparaciones con los estándares que exigen los fabricantes, ya que un gran porcentaje de los vehículos que se comercializan en la actualidad requieren diversas tecnologías y herramientas para poder resarcir los daños de una colisión.

Velázquez advirtió que para reparar unidades siniestradas que cuentan con Sistemas Avanzados de Asistencia al Conductor se necesitan instrumentos muy especializados que permitan calibrar todos los sensores. En caso de no repararse correctamente este mecanismo, dijo, se generarían fallas críticas en la unidad, y la posibilidad de reducir accidentes gracias a esta tecnología estaría descartada.

“Es vital que el nivel de equipamiento de los centros de reparación se incremente. Por otro lado, el sector asegurador también está entendiendo esta nueva dinámica en lo que se refiere a la

reparación automotriz, puesto que para lograr una reducción considerable en el porcentaje de accidentes es obligatorio que luego de un siniestro la unidad se repare bajo estrictos estándares, una práctica que solo se logra con equipos profesionales y técnicas avanzadas que blinden el proceso de calibración de los sistemas dañados”, sostuvo Velázquez.

**Moverse con responsabilidad, deuda pendiente**

Velázquez informó que la afectación económica que sufre México como consecuencia de los accidentes de tránsito representa 1.5 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB). Además, advirtió que este país ocupa el séptimo lugar en la lista mundial de las naciones en donde ocurren más muertes por percances viales.

“En México, lamentablemente la cultura vial no es un tema prioritario dentro del ámbito gubernamental. Por si fuera poco, del lado organizacional tampoco se le ha dado la importancia que requiere, en materia de las nuevas normas que existen para poder evaluar y mitigar los riesgos que se enfrentan cuando se conduce un vehículo. En definitiva, es obligatorio seguir sumando esfuerzos tanto en el sector público como en el privado con el objetivo de que los accidentes viales disminuyan y las nuevas generaciones tengan un concepto diferente en cuanto a prevención y seguridad”, especificó Velázquez.

Por último, el colaborador de Cesvi detalló que la industria aseguradora seguirá desempeñando un papel muy importante en aras del incremento de la educación vial en el país, de modo que se pueda ensamblar un plan integral entre autoridades, sector privado y sociedad que permita abatir los porcentajes de siniestralidad por colisión.

“La capacitación y conocimiento se perfilan como los principales puntos de la agenda obligatoria que se tendrá que atender para lograr que los accidentes viales disminuyan. En tal sentido, la concienciación y la especialización es lo que permitirá que talleres, técnicos, la industria aseguradora y el Gobierno puedan trazar estrategias, ya que se conocerán a profundidad no solo los riesgos asociados a la conducción, sino también lo que se requiere para conseguir una reparación eficiente de los sistemas que hoy en día incluyen los vehículos y que podrían hacer la diferencia para salvar la vida en una colisión”, finalizó Velázquez.



## Tecnología: importancia del intermediario e invitación al cambio

El agente de seguros y fianzas sigue siendo el más importante dentro de la cadena de distribución del sector, existen otros canales alternos, la principal diferencia con ellos es el agente le confiere un trato humano a una interacción en donde los asegurados son y han sido su principal razón de ser.

Es evidente que la tecnología ha influido en la manera de interactuar entre los seres humanos y ha impactado en la manera en que realizamos las cosas, al decir de algunos directivos de aseguradoras, esta debe jugar a favor de la relación entre los agentes, las aseguradoras y los asegurados.

Se facilita y agiliza la comunicación entre las partes, se lleva un mejor registro estadístico de comportamientos que influyen en la evaluación del riesgo y se logra con ello información más completa para evaluar y tarificar riesgos, desarrollando esquemas de protección novedosos que se adecuan a las características de cada asegurado. Se eleva de manera significativa la eficiencia de los procesos operativos.

En este entorno, el agente de seguros está comprometido a influir constructivamente, su conocimiento de primera mano de las necesidades de los clientes lo convierten en un elemento valioso para aportar creatividad a las nuevas maneras de atender los riesgos, debe también abandonar su rol tradicional y entender que las cosas evolucionan día con día y ello lo obliga a actualizarse de los cambios que se presentan en el mercado e identificar el impacto que estos tienen en sus clientes y en sus propias formas de operar.

No todos los productos se pueden comercializar de la misma forma, de ahí la necesidad de asumir la omnicanalidad como algo inherente a estos tiempos en donde la tecnología podrá apoyarnos en procesos repetitivos y previsible, habrá otros sin embargo que requerirán de la preparación y conocimientos de un experto que brinde asesoría en la toma de decisiones.

Ante este entorno, es una muy buena noticia concluir que la tarea del profesional de seguros y fianzas presenta grandes retos y oportunidades, y como casi todo en esta vida, los que tengan mayor preparación y protagonismo serán los líderes que construyan el cambio que habremos de vivir en el futuro. AMASFAC será un foro ideal para estimular intercambios que apoyen el desarrollo de nuestro sector, para escuchar y hacer escuchar las voces de nuestros líderes para marcar un rumbo que nos fortalezca y beneficie nuestro crecimiento.

### Aporte del Agente de Seguros y Fianzas al sector:

- Fuente de retroalimentación por el contacto directo con asegurados y aseguradoras.
- Apoya la evolución ante los cambios en las necesidades de protección y en los riesgos a los que estamos expuestos.
- Posición imparcial en la evaluación de un siniestro.
- Experto en asesoría para casos complejos.
- Conocimiento del mercado y de sus productos.
- Facilita enlace e interacción aseguradora/asegurado.
- Trato humano y personalizado.

### Aporte tecnología:

- Eleva la eficiencia operativa en procesos programables y repetitivos.
- Facilita y agiliza la interacción aseguradora, asegurado y agente.
- Mejora la medición estadística de los asegurados y de los riesgos cubiertos.
- Facilita el acceso a manuales y guías de acción
- Mejora el estilo de vida y fomenta una mejor calidad de vida.



Colaboración de  
**Elisabeth Vogt de Weber**  
Presidenta Nacional AMASFAC

## Comprar tecnología no convierte en disruptiva a una empresa

Luis Adrián  
Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

Las aseguradoras han invertido millones de pesos para convertirse en una industria tecnológica, pero han omitido que, para serlo, primero hay que transformar cada uno de los procesos de la organización. Adquirir tecnología no te hace avanzado, y menos si en tu procedimiento habitual continúas pidiendo una y otra vez los mismos datos, imprimiendo, sellando, capturando, teniendo plataformas "tecnológicas" que terminan siendo atendidas por una persona, etcétera; en realidad, hay un camino largo por aprender antes de ver a los seguros como un sector realmente tecnológico.

Lo anterior fue señalado por Ricardo Zermeño González, director general de Select, al término de la conferencia *Perspectivas 2020 de la industria de la tecnología de la información y comunicación*, organizada por la Asociación Mexicana de la Industria de Tecnologías de Información (Amiti), al ser abordado para conocer su punto de vista acerca de la situación que guardan las aseguradoras en materia de tecnología.

Zermeño González agregó que, haciendo a un lado que es especialista en tecnología, como cliente y proveedor de algunas aseguradoras ha constatado que el trato de persona a persona es esmerado y atento; pero, cuando a ese primer acercamiento se le pretende sumar la agilidad y eficiencia del proceso de contratación o reclamo de algún siniestro, mucho de lo ganado en el primer contacto con el cliente se viene abajo, porque, aunque algunas empresas de seguros se asumen tecnológicas, la realidad en el servicio es que aún no están explotando la tecnología adecuadamente.

Lejos está la industria de los seguros de exhibir una auténtica disrupción en sus servicios, y mucho de ello obedece a que, cuando las empresas piensan en transformación tecnológica, existe la falsa creencia de que ésta tiene que ser espectacular, integral y a un mismo tiempo, y no necesariamente tiene que ser así. De hecho, la tendencia del cambio hacia lo digital parte de pequeños módulos respecto a lo que se quiere lograr en materia tecnológica, y esto es así para hacerlo mucho más manejable, en vez de perderse en la ola de la megatransformación digital, apuntó Zermeño González.

Al fragmentar el objetivo tecnológico macro (lo que Zermeño González denominó como *microservicios*), se consigue ir aterrizando de manera muy clara lo que se pretende conseguir en cada proceso de la organización, y de esa manera se dan pasos poco a poco en la construcción de la macrovisión tecnológica; ade-



más de que las inversiones, igualmente fragmentadas, son sustancialmente menores para las organizaciones, lo cual les permite avanzar mejor, de forma más rentable y con mejores resultados de cara a la meta.

Se trata entonces de romper la visión monolítica de entrar precipitadamente en la era tecnológica para convertirla en una arquitectura modular chiquita, que se va desarrollando de manera ágil con grupos de trabajo cercanos al cliente final y que introduce mejoras tecnológicas en pequeños pasos pero que efectivamente transforman la realidad organizacional, indicó el director general de Select.

Finalmente, Zermeño González recomendó a las aseguradoras que revisen muy bien cómo están diseñados sus modelos de seguros digitales y que vigilen la atención que dan al cliente, al tiempo que señaló: "La experiencia que tengo con algunas empresas del sector seguros me indica, como especialista en la materia, que están muy lejos de la atención que brindan negocios digitales de las características de Amazon o Netflix, por ejemplo, cuyo trato es muy fluido e impresionantemente natural y personalizado, camino que les falta construir a las aseguradoras".

"Una de las preguntas que habría que contestarse es: ¿cómo exigen ahora el servicio los millennials? Porque quienes pertenecemos a generaciones anteriores a ésta tenemos una piel muy gruesa alrededor del trato burocrático que nos han dado otras administraciones. Los millennials no tienen esa piel tan dura, por lo que, cuando se habla de transformación digital, ésta también consiste en evitar que haya fricción en la relación del cliente con la empresa, como sucedía en el pasado".

"Conozco aseguradoras que han invertido alrededor de 300 millones de dólares en transformación digital y en las que basta con hacer una reclamación en ventanilla para advertir que han gastado mucho pero no hay una transformación real, pues hasta conservan

pintado en la pared el procedimiento para llevar a cabo dicho proceso; y no te puedes dar el permiso de hacer eso cuando por otro lado te promueves en el mercado como una organización transformada digitalmente. Es una contradicción inaceptable".



### La transformación digital es un proceso natural e irreversible

Segutrends reconoce a los asesores profesionales de seguros como el canal de distribución por excelencia y se compromete a ayudarlos a adaptarse y utilizar la transformación digital como la herramienta para:

- Conocer mejor a sus clientes
- Brindar un servicio personal y diferenciado
- Ofrecerles la mejor cobertura

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

Segutrends pone a tu alcance la Tecnología para que tus clientes puedan cotizar, solicitar y emitir sus pólizas EN LÍNEA.

segutrends El Futuro de los Seguros, Hoy

## LOS NÚMEROS CUENTAN

Antonio Contreras

@gar2001@hotmail.com

## Crecimiento



Durante décadas escuché el mismo dato: "El sector asegurador mexicano necesita crecer hasta representar 2 por ciento del Producto Interno Bruto del país". Los años han pasado, y la afirmación está vigente. No hemos logrado despegar, atados al tamaño de nuestra economía, pero, sobre todo, a la desigualdad del ingreso, que obliga al sector asegurador a concentrarse en el segmento que puede pagar un seguro de Gastos Médicos de 70,000 pesos al año para una familia de cinco miembros.

Después de un difícil 2019, año de nulo crecimiento, e incluso de un pequeño retroceso, la pregunta que flota en el aire es cuánto crecimiento necesitamos y qué relación existe entre crecer y desarrollarse.

Crecer por crecer, ahora sí plenamente demostrado, no es la ruta. Después del Brexit, la elección y posible reelección de Trump, los disturbios en Chile, la expulsión de Evo y el giro a la extrema derecha en varios países europeos, es claro que la opción de seleccionar a las grandes fortunas y sus empresas como único motor y regulador de la economía nos queda a deber.

De acuerdo con Joseph Stiglitz, premio Nobel de economía, confiar en que el Libre Mercado generará mediante un efecto cascada la prosperidad que todos necesitamos no ha resultado. En Estados Unidos, el salario real está estancado: un trabajador promedio gana lo mismo que hace 40 años.

En México también confiamos, hasta hace poco, en la locomotora de las grandes empresas mexicanas remolcando los vagones de la prosperidad. ¿Qué sucedió? Las fortunas crecieron geométricamente, pero el crecimiento de la economía fue modesto, y la desigualdad en la distribución se acentuó.

Además, ya nos quedó claro que los ricos y los pobres aprovechan la coyuntura generada por la benevolencia oficial para pagar menos impuestos. Los números cuentan que México recauda un magro 14 por ciento del PIB, mientras que el promedio de la OCDE es de 35 por ciento.

La llegada del "tsunami" tabasqueño y su cruzada antineoliberalismo, anticorrupción, contra el nuevo aeropuerto y antitodo nos está llevando a un esquema voluntarioso pero carente de objetivo claro, estrategia y eficacia operativa. El panorama ya no deja mucho lugar a la duda: "Vamos a repartir lo que no estamos generando" y "vamos a distraerlos para cumplir los propósitos, que no metas definidas, de la Cuarta Transformación". Se aspira a Juárez, pero la realidad está mostrando a un Echeverría empoderado que ya empieza a hacer añicos los cristales del establecimiento nacional.

Los mercados, de acuerdo con el planteamiento de *Capitalismo progresista*, de Stiglitz, deben estar al servicio de la sociedad, y no al revés. ¿Qué espera a la clase media de México, escasa y temerosa, si se le exige contribuir al cumplimiento de un esquema de beneficio social a rajatabla, con un claro objetivo de acaparamiento del sufragio? Un inevitable viaje al exprimidor, con más impuestos, montos de pensión menores para

los mexicanos de segunda y mayores dificultades para generar el ingreso necesario para sobrevivir.

El propósito del *capitalismo progresista* es generar más clase media por medio de la regulación de los mercados.

¿Por dónde? No se ve meta, estrategia o acción encaminada a hacer más numeroso el grupo de contribuyentes que sí cumplen. Y sin mayor recaudación, los planes de beneficio social sólo podrán realizarse con las "cuentas del gran capitán". Ya es oficial que, si las cifras no apoyan los argumentos de avance, es que la fuente no es confiable. "Yo tengo otros datos" forma ya parte del acervo nacional de reciente adquisición.

Corrupción, inseguridad, impuestos, bancos que cobran tasas de interés mucho más altas que el promedio de la OCDE, monopolios que

calculan mediante algoritmos cómo cobrar el máximo a sus consumidores cautivos y rumores de próximos atentados al patrimonio o el ingreso presente y futuro de quienes sostienen la recaudación que no alcanza disminuyen la calidad de vida de los mexicanos, como ha sido el caso reciente de estadounidenses, chilenos, bolivianos y británicos.

México pretende instalarse nuevamente en un pasado obsoleto de un Pemex fuerte, cuando hoy en día la innovación es el factor que genera valor en este mundo millennial. El valor de Apple, una sola empresa, es mayor al producto anual de Suiza, y ya se acerca al mexicano.

La población mexicana crece 1.3 por ciento al año. Los números cuentan que la economía tiene que crecer por lo menos esa cifra para mantener el ingreso promedio sin cambios. Si el ingreso total del país no aumenta y somos más cada día, habrá que repartir lo mismo, o menos, entre más mexicanos. En otras (prosaicas) palabras, entre más burros, menos olotes, con todo respeto para los descendientes de la raza cósmica.

Y tampoco podemos estar muy lejos de la tasa de crecimiento del gigante. La razón principal que explica la migración al norte es la diferencia entre los salarios de uno y otro lado. Con el diámetro del "carnoducto" temporal o permanentemente reducido, el aumento poblacional, sin el respaldo de un crecimiento suficiente, generará mayor inquietud.

Entonces necesitamos crecer al 3 por ciento anual. No hay duda. La siguiente pregunta es, por supuesto, cómo hacerlo.

La fórmula, pese al ir y venir de gobiernos de diferentes colores, es la misma: un pueblo que come y se educa progresará. Con un propósito y un programa ejecutado con disciplina, los resultados vendrán; tal vez no los esperados, pero de que habrá frutos, eso es seguro. Regular los mercados tendrá que estar en el paquete, por supuesto; tal vez los empresarios de México, ahora multimillonarios en dólares, consentan en moderar el crecimiento de sus ganancias en aras del interés de todos.

Si continúa la necesidad de no aplicar la sencilla fórmula del éxito, tendremos que recurrir a la navaja de Ockham, principio filosófico que sostiene que la explicación más sencilla suele ser la correcta.

### ¿Cuál es la explicación más sencilla cuando gobiernos van y gobiernos vienen, y las cosas no mejoran?

La explicación más sencilla es, por supuesto, que a los pocos que se ponen de acuerdo para ejercer el poder sin meta, sin estrategia y sin congruencia, sean del color que sean, les conviene que la mayoría no saque la cabeza. La minoría los incomoda; no existe gobierno mexicano, de antes o de ahora, que propicie el desarrollo de una minoría alimentada y educada que deje de creer en el atole que sin mesura proporcionan con el dedo.

Brutos los heredamos, brutos los queremos. Lo malo entonces es que, si el esquema de beneficio social de la 4T funciona, estamos fritos; y, si no funciona, también. Esto no es de mejora continua. O le entramos a la reingeniería del capitalismo progresista o enfrentaremos otra década perdida.

Un pueblo que come y se educa progresará

## Un mercado bonsái

(segunda parte)



## REFLEXIONES

Carlos Molinar Berumen

www.carlos-molinar.com

En el artículo pasado hablaba de un mercado bonsái (un mercado enano). Seguramente no les agradó el término a muchos, pero en mi opinión es una verdad incontestable. Voy a tocar a continuación las que, desde mi perspectiva, son algunas de las causas por las que tenemos un mercado así, y lo voy a dividir de la siguiente manera: en esta segunda parte me referiré sobre todo a aspectos que tengan que ver con la intermediación, y en una tercera parte hablaré de aquellos que emanan de manera más directa de las aseguradoras y autoridades.

Cuando nos referimos a un mercado enano que sin embargo tiene un gran potencial, principalmente es por lo siguiente: nuestro mercado tiene una penetración demasiado pequeña si observamos el gran potencial que tenemos como país y si nos comparamos con otros países de Latinoamérica y del mundo. Mientras que en otros países la penetración es envidiable, en México simplemente no despegamos.

Antes de entrar a comentar dichas causas, quisiera compartirles algunas cifras en cuanto a la penetración del mercado en varios ramos, con algunas consideraciones y cómo se comparan estos números con los de otros países.

En el caso del **seguro de Vida**, solamente **16 por ciento** de la población económicamente activa lo tiene.

#### Considerandos:

Muchos seguros de Vida son un requerimiento de instituciones financieras para cubrir un saldo insoluto sobre un préstamo hipotecario.

Los que creemos en el seguro tenemos generalmente más de un seguro de Vida.

En el **seguro de Daños** (Casa Habitación), solamente **7 por ciento** de las casas cuenta con un seguro de daños materiales.

#### Considerandos:

Existen una gran cantidad de casos en los que el seguro es requerido por una institución financiera y sólo se cubre el valor del saldo insoluto de un crédito hipotecario, por lo que en muchos casos existe un infraseguro considerable.

En el seguro de **Autos solamente 30 por ciento** del parque vehicular cuenta con seguro.



#### Consideraciones:

a) En muchos casos, el seguro es requerido por una institución financiera para cubrir el saldo de un crédito para bienes de consumo duradero otorgado para la compra del vehículo. b) La obligatoriedad de la contratación de un seguro de Daños a Terceros, no obstante, algunos intentos por legislar al respecto, por decisiones meramente políticas o se ha descartado su aplicación o no se ha implementado de manera adecuada.

En el seguro de **Gastos Médicos Mayores** solamente **9 por ciento** de la población cuenta con uno privado.

#### Consideraciones:

El sistema de Seguridad Social ha tenido algunos buenos intentos de mejorar; sin embargo, por razones políticas no se ha logrado congruencia en el tiempo.

Si lo vemos en términos del PIB, mientras que México apenas alcanzó 2.3 por ciento, Chile es el doble del tamaño del mercado mexicano; Alemania es casi tres veces; Suiza es casi cuatro veces; y no se diga Reino Unido y Estados Unidos, que son más de cinco veces más grandes que México en términos de participación del Producto Interno Bruto.

Ante tal perspectiva, se intuye que el potencial de nuestro mercado es extraordinario; sin embargo, existe una variedad de factores que coinciden para que el mercado no avance de manera sana y sostenida. Trataré de explicarlos desde mi personal perspectiva.

Cuando hablamos de penetrar el mercado, lo más lógico sería que pensáramos en la manera de vender un producto, y ello nos llevaría a considerar a los intermediarios; sin embargo, desde mi perspectiva ellos son los menos respon-

sables de que el mercado no haya crecido lo suficiente.

En cuanto a los **intermediarios**, empezaré por decir que tengo gran admiración por ellos, porque es una profesión nada fácil y que requiere una gran automotivación y mucha pero mucha dedicación.

El seguro es un producto intangible muy difícil de vender. Con excepción del seguro de Autos y el de Gastos Médicos, en los cuales ya existe cierta conciencia sobre su necesidad, cada vez hay menos conciencia en nuestra sociedad, y en cierta medida las aseguradoras contribuyen de manera importante para que se pierda cada día la poca confianza que se ha ganado en el seguro.

Se requiere preparación para vender de manera adecuada un seguro; se vuelve un arte ser un buen asesor, y con el tiempo y experiencia se va logrando una especialización, de la que cualquier asegurador debe sentirse orgulloso.

No sólo es un producto difícil de vender; en muchas ocasiones la falta de claridad de los productos provoca que los agentes tengan que lidiar posteriormente con muchas reclamaciones por parte de los clientes, lo cual se vuelve muy desmotivante.

A pesar de los obstáculos que tienen que superar los intermediarios de seguros, yo veo gran motivación en muchos de ellos. Además, cabe mencionar que la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas A. C. (Amasfac) es una de las asociaciones más sólidas y con mayor empuje de las creadas en torno a la institución del seguro, aun

cuando cuenta con pocos recursos económicos.

Realmente es admirable el esfuerzo que realizan muchos de sus dirigentes en las distintas plazas del país por desarrollar el seguro, por capacitar a los agentes afiliados, por apoyarlos en ciertos trámites y por crear un gremio sólido. Cabe mencionar solamente el programa la Semana de la Previsión, en el que muchos agentes afiliados visitan escuelas primarias con la idea de concientizar a los niños sobre la necesidad y la bondad del seguro.

Las aseguradoras y las instituciones bancarias que se han enfocado en la venta directa y por medio de empleados sin preparación y poco profesionalismo para vender seguros de Autos y hasta de Daños y Gastos Médicos, ya sea en un banco, en una distribuidora de autos o hasta en un aeropuerto por medio de algún acuerdo con alguna institución financiera, le hacen daño al seguro.

Es una verdadera pena que eso suceda, porque de ahí se derivan muchos problemas cuando sobreviene un siniestro, como resultado de una clara falta de asesoría de las personas que venden seguros de esa manera, lo cual debería estar mucho más regulado por parte de la autoridad.

Debemos pugnar por profesionalizar la venta de seguros; por ello, aun cuando yo no vendo seguros, y estoy certificado por la autoridad con una cédula "C", estoy muy cerca de Amasfac apoyando y contribuyendo en la medida de mis posibilidades para afiliar, capacitar y apoyar al mayor número de agentes.

Debido a esto aprovecho para felicitar por este medio a los directivos de todas las secciones de Amasfac por el gran esfuerzo que hacen para realizar bien las cosas; por trabajar de manera no remunerada, sirviendo de manera voluntaria a sus afiliados y logrando una Amasfac más sólida y trascendente.

En verdad es admirable el trabajo que hacen los directivos de la asociación para mantenerla fuerte y desarrollarla. Dan de manera voluntaria y por convicción, de manera generosa, todo su esfuerzo para fortalecer el gremio y dignificar la profesión.

¿Qué falta en el caso de Amasfac? Que todos los que estamos en el medio apoyemos y reforcemos la idea en todo intermediario de la necesidad de afiliarse y contribuir con ella; de convertirla en un motor que mueva al mercado en la dirección correcta.

En una tercera parte de este artículo me referiré a los problemas con los que a mi juicio contribuyen las aseguradoras y las autoridades para que nuestro mercado se mantenga del tamaño de un bonsái.

El mercado asegurador tiene una penetración demasiado pequeña

# 2<sup>a</sup> CUMBRE Latinoamericana de Innovación en Seguros by El Asegurador®

*Impulsores del cambio*

27, 28 y 29  
Mayo 2020

Hotel Now Sapphire  
Riviera Cancún



## INSCRIPCIONES

Lisbeth Calle: [lcalle@elasegurador.com.mx](mailto:lcalle@elasegurador.com.mx)



## PATROCINIOS

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

PATROCINADO POR:



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

 55 5440 7830 / 55 5440 7831 / 800 821 9393