



A M A S F A C  
siempre a tu lado



UN CICLO DE INSPIRACIÓN RENACE

**REVISTA AMASFAC**  
EDICIÓN CONMEMORATIVA 65° ANIVERSARIO

# Índice

## **Mensaje de Presidencia**

*Ing. Gerardo de la Garza Ramírez*

*Presidente Nacional AMASFAC* ..... 3

**En la AMASFAC es momento de celebrar**..... 9

## **El papel transformador del agente de seguros**

*Mtro. Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez*

*Presidente Comisión Nacional de Seguros y Fianzas* ..... 14

## **Reflexión sobre los aprendizajes e impactos de la pandemia**

### **COVID-19 en el Sector de Seguros y Fianzas**

*Lic. Oscar Rosado Jiménez*

*Presidente de la Comisión Nacional para la Protección  
y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros* ..... 17

## **Aprendizajes e impactos de la pandemia**

### **COVID-19 en el sector de seguros**

*Juan Patricio Riveroll Sánchez*

*Presidente de la Asociación Mexicana  
de Instituciones de Seguros* ..... 20

## **Sector asegurador y de fianzas afectado por la pandemia COVID-19**

*Ing. Eduardo Vargas Sanders*

*Presidente Consejo Directivo AMASAC* ..... 24

*Salud y bienestar en las organizaciones, pero ¿a qué costo?*

**AXA**..... 27

*Continental Assist, un viaje a la seguridad que habla de  
crecimiento constante*

**CONTINENTAL ASSIST** ..... 30

*El Instituto de Desarrollo y Especialización para Asesores  
en Seguros de GNP*

**GNP SEGUROS** ..... 33

*Black Tower Group*

**BTG** ..... 37

*Dentalia y AMASFAC ratifican su alianza para mejorar la  
salud dental de sus asociados*

**DENTALIA** ..... 41

# Índice

<i>5 Razones de por qué donar a una ONG</i>	
<b>FONDO PARA LA PAZ</b> .....	45
<i>Innovación: el camino hacia la recuperación en el Sector Seguros</i>	
<b>GMX SEGUROS</b> .....	50
<i>Quálitas es líder por su excelencia en el servicio, pero también por su formación de agentes</i>	
<b>QUÁLITAS</b> .....	54
<i>El seguro incomprendido</i>	
<b>LA DOC. DE LOS SEGUROS</b> .....	59
<i>Herramientas tecnológicas para agentes de seguros</i>	
<b>SICAS</b> .....	61
<i>¿Qué nos dejó la COVID?</i>	
<b>REVISTA SINIESTRO</b> .....	65
<i>Agentes de Seguros: Motor de la Industria Aseguradora</i>	
<b>HDI SEGUROS</b> .....	70
<i>Ana Volante Digital</i>	
<b>ANA SEGUROS</b> .....	73
<i>LuzIA y los organismos intermedios</i>	
<b>EL ASEGURADOR</b> .....	76
<b>XXVII Semana Nacional de la Previsión y Responsabilidad 2023</b>	
<i>Ing. Jorge Salas Fernández Presidente del Comité de la Semana de la Previsión de la AMASFAC</i> .....	80
<b>Amasfactón: La mejor manera de ayudar a México en el Sector Asegurador</b>	
<i>Zaira Luisa Ávalos Meléndez Presidenta del Comité de Responsabilidad Social de la AMASFAC</i> .....	83
<i>Impacto para los Agentes</i>	
<b>BINARIA</b> .....	85
<i>Agradecimiento a nuestros patrocinadores</i> .....	89



## Mensaje de Presidencia

Gerardo de la Garza Ramírez.  
Presidente Nacional  
AMASFAC 2022-2024

0.01250 pesos actuales por dólar. El PIB per cápita era de \$320 USD vs \$8,500 USD actuales. La población ascendía a 34.5 millones de habitantes, la esperanza de vida era de 55 años y la edad promedio de 16 años; hoy somos 130 millones en México y la expectativa de vida ahora es 71 años, en 2020 era 75... y la edad promedio actual es 29 años.

Cierra los ojos, imagínate, México en 1958...las elecciones en donde a la mujer se le permite votar por primera vez, Adolfo Lopez Mateos es electo Presidente de nuestra nación.

Se construye la carretera que conecta Baja California con el resto del país; el sindicato de ferrocarrileros estalla en huelga siendo reprimida por el ejército, se inaugura la primera tienda de descuento Aurrerá y estuvimos a punto de entrar en guerra con Guatemala.

A mediados de los 50s, inicia el periodo estabilizador o Milagro Mexicano que se mantuvo hasta 1971, con un crecimiento de la economía en promedio de 6.8% y el tipo de cambio tenía una paridad fija en 12.50 viejos pesos o

Ya en contexto del México de esos años, hablando de seguros, las primas emitidas anuales rondaban los mil millones de pesos, \$80 millones de USD. En ese escenario, 21 agentes se juntaron el 6 de septiembre de 1959 para formar la AMATSF, Asociación Mexicana de Agentes Técnicos de Seguros y Fianzas AC, que en 1990 cambia a la actual denominación, AMASFAC. El Chimalli (Escudo en náhuatl) fue seleccionado desde la fundación como el escudo de nuestra organización, teniendo una única modificación en los 90s donde se buscó estilizar la imagen.

Me emociono al recrear las primeras juntas de cuando inició nuestra asociación, la formación de los

primeros comités, el trabajo de invitar agentes de otras ciudades a formar las secciones, ¡Imagínate! las comunicaciones eran enviadas por correo postal y los viajes eran toda una aventura.

La ubicación donde se llevaban las juntas era en las oficinas de un agente, uno de los fundadores, Florencia 18; cuando mudó sus oficinas se le dejó el espacio a la AMASFAC que desde entonces ocupa.

En ese entonces, la Asociación buscaba agrupar solo a los más reconocidos, los agentes más grandes o distinguidos, estos tenían que ser recomendados por alguno de los ya asociados para que un comité los evaluara y aceptaba la membresía. Se hacía una ceremonia solemne para darles la bienvenida y eran los grandes corredores de la época los que presidían las mesas directivas.

Durante los 70s, me cuentan que los agentes individuales, que ya eran cientos, se organizaron para pedir ser tomados en cuenta en las mesas directivas logrando con ello, las primeras elecciones en los asociados votaron. La "planilla dorada" formada por los agentes persona física ganaron este privilegio por dos votos logrando desde entonces que la política sea alternar bienios donde un agente persona física y un agente persona moral intercambian la presidencia.

Compartiendo la necesidad gremial de

unir esfuerzos y conocimiento entre agentes, en marzo de 1967 se formó la COPAPROSE (confederación panamericana de productores de seguros) que agrupa a las asociaciones de agentes de Hispanoamérica, de la cual nuestra AMASFAC es socio fundador y hoy tenemos el honor de que un asociado de nuestra organización la preside. Y juntos formamos parte de la WII, la asociación mundial de intermediarios de seguros.

En los 80s, ya con más de 20 años y un buen trecho de historia con agentes muy comprometidos y entregados a la organización se creó la Orden al Mérito, que es un reconocimiento a los agentes y otras personalidades del sector que dejan huella en nuestro gremio, para que preferentemente en vida, se le otorgue en una ceremonia especial, la insignia y diploma agradeciéndoles que han dejado parte de su vida ofreciendo sus talentos y tiempo al servicio de la asociación.

Los estatutos que hoy rigen a la AMASFAC, son el resultado de la suma del trabajo de muchos agentes comprometidos que han venido desarrollándolos a lo largo de la historia. Se le han metido cientos de horas de trabajo con el único objetivo de mejorar la gobernabilidad, dejando claro que el poder y la autoridad son para servir al bien común.

En los 90s, para ser agente y refrendar la

cédula, se debía de comprobar tener ciertas horas de capacitación; AMASFAC impartía cursos y eventos donde se daban certificados que la CNSF acreditaba como válidos.

Cuando la autoridad decidió reformar el sistema para evolucionar al examen, varios agentes asociados participaron en la generación de reactivos para las evaluaciones. Así mismo, cuando la demanda de exámenes para ser agente de seguros creció, se logró un acuerdo con la autoridad para apoyar formando en sociedad con la AMIS y la AMIG el Centro de Evaluación de Intermediarios, el CEI, donde la AMASFAC tiene participación como socio fundador y sitio en el consejo; promovamos que el CEI siga apoyando agentes por todo nuestro país para lograr que nos certifiquemos de forma ágil, sin tener que gastar tiempo y dinero en viajes.

Cada día se valora más la figura del agente en la sociedad, es claro que tiene una labor social relevante al concientizar a los prospectos sobre lo que pasa si morimos prematuramente, si no ahorramos para el retiro y no protegemos nuestra salud y/o patrimonio; pero buscando llegar más lejos, nuestra primera presidente en 1996, inició la Semana de la Previsión, que desde entonces y hasta ahora, ha llevado a cientos de miles de niños pláticas y material para generar conciencia de los riesgos a los que estamos expuestos y despertar en ellos la previsión.

En la primera década de nuestro siglo, se presentó la iniciativa de mostrar claramente en las pólizas y recibos las comisiones que ganamos los agentes, esta idea más allá de generar transparencia, se amenazaba la imagen del agente, especialmente en los seguros de vida individual donde todos sabemos que son un instrumento financiero esencial para la economía, ahorro y protección. Una vez más, los agentes por medio de AMASFAC mantuvimos una posición conciliadora, ayudando al sector, proponiendo soluciones, logrando acuerdos con la autoridad y demás partes involucradas.

Al inicio de la pandemia vivimos una época inolvidable de incertidumbre pues la autoridad sanitaria solicitó que todas las actividades no esenciales cerraran sus operaciones, una vez más, la AMASFAC dialogó con la autoridad y se nos otorgó el certificado reconociendo nuestra actividad como esencial y pudimos atender a todos nuestros protegidos en sus inquietudes y necesidades, los acompañamos al usar sus seguros médicos, de vida y encontramos estrategias para mantener sus coberturas; hay una infinidad de historias y aventuras que todos tuvimos. Las aseguradoras y afanzadoras demostraron tener la solvencia para cumplir sus compromisos y juntos, cuidar y dar el servicio a nuestros protegidos, que son nuestra razón de existir.

Irónicamente, la pandemia y la tecnología nos acercaron más que nunca. Los agentes nos organizamos rápidamente; encontramos la forma para compartirnos conocimientos, experiencias, miedos, resultados, relaciones, estrategias y nos tendimos la mano unos a otros dando como resultado el intercambio y recopilación de la mayor cantidad de conocimiento reunido en la historia de los seguros y fianzas en México a través de video conferencias, agentes, ajustadores, funcionarios, autoridades y demás aliados del sector que hemos transmitido online para generar valor a la aportación de los agentes de AMASFAC, algunos de estos materiales hoy se han compartido en todo Hispanoamérica para el desarrollo de todo agente hispano parlante.

La conectividad digital y la facilidad de viajes ha generado que podamos difundir ágil y rápidamente información y así juntos, sin importar en donde estemos físicamente, nos enriquecemos al realizar foros, congresos y eventos entre secciones; así es como hoy, todos los asociados nos enteramos y participamos en este gran beneficio que es compartir el conocimiento al mismo tiempo de convivir entre colegas de otras regiones o partes del mundo.

Una vez que comenzó el final de la crisis

del COVID, hubo oportunidad de iniciar con los eventos presenciales, quizá el primero que tuvo relevancia internacional fue el Congreso de COPAPOROSE en octubre de 2021 realizado en la ciudad de México, seguido por una carrera virtual con causa a la que se denominó: AMASFACTÓN por el gran contenido social que tiene ya que todos los ingresos de inscripciones se entregan a las asociaciones civiles que cada sección decide apoyar; se llevaron a cabo también varios foros y congresos en México que marcaron el inicio de lo que sería el actual bienio; una época de transformación, convivencia, hermandad entre asociados y secciones, eventos de calidad y un compromiso por aportar a nuestro gremio lo mejor de cada uno.

Por primera vez en la historia de AMASFAC, la asamblea y congreso de cambio de mesa directiva se realizó fuera de la ciudad de México generando un magno evento con apoyo del gobierno local y una gran convivencia en la ciudad de Tampico en Tamaulipas. Durante los 18 meses del actual bienio, todas las secciones y comités se han mantenido muy activos, con un crecimiento constante, se realizan desayunos de sección de forma periódica y planeada, los lunes dañeros siguen generando contenido de valor sumándose al acervo actual, el calendario está saturado de eventos

regionales y nacionales cada día de mejor calidad, son 3 los torneos de golf que cada año se llevan a cabo de forma exitosa en diferentes ciudades; como estrategias de comunicación tenemos chats de WhatsApp de todos los temas y geografías, manejo de redes sociales, "Radio AMASFAC" que es la suma de esfuerzos de asociados emprendedores que han transmitido más de 40 programas de forma dinámica con temas de interés del sector y en general.

La difusión de todos los beneficios que tenemos al asociarnos a Amasfac es universal y vital para el éxito: Son recursos "invertidos" en cada uno de nosotros y debemos aprovecharlos pues están pensados para mejorar nuestra calidad de vida y del servicio que prestamos a nuestros protegidos.

En marzo 2022 recibimos una AMASFAC fuerte, sólida y con muy buena apreciación por parte de los agentes asociados, de las autoridades y otras organizaciones afines. Tenemos un Consejo Directivo Nacional muy participativo, multirregional, diverso y activo que ha generado acciones de operativa con un sistema colaborativo nuevo que promete conectar a todos los asociados, generar estadística, encuestas, registros, facturación y una mejora administrativa, así como un gobierno corporativo bien estructurado que transparenta los problemas, las

soluciones propuestas, unas finanzas sanas y auditadas que todo asociado pueda visualizar y tener una clara respuesta a la pregunta tan frecuente que nos hacemos: ¿Qué se hace con las cuotas que pagamos?

En Junio del 2023, contratamos a una Directora Ejecutiva que tiene los conocimientos necesarios para llevar una correcta gestión financiera, administrativa, operativa y de colaboración buscando llevar a la AMASFAC a la eficiencia total tan necesaria en estos tiempos; está apoyada por un gran equipo de Sherpas, (autodenominación que nuestros colaboradores adoptaron para dejar claro que nos apoyan en nuestra carrera como agentes para llegar a la cima), con coordinaciones bien estructuradas para dar servicio, administrar y cumplir con las obligaciones legales, sumando a un asesor experimentado que ha trabajado en nuestro sector por décadas y hoy nos apoya con presentaciones y dando seguimiento a patrocinios formando un equipo sólido, preparado, actualizado para que AMASFAC esté a la altura de la sociedad y de las necesidades de los agentes que la conformamos logrando la continuidad sin importar quiénes formen parte del comité ejecutivo nacional.

Al igual que muchas organizaciones humanas, las bases sólidas donde se ha



cimentado la AMASFAC llevaron décadas de formación, la influencia que hoy se tiene, se logró por el esfuerzo y calidad humana de miles de agentes en todas las ciudades de nuestro país; pequeñas grandes acciones que sumadas hoy nos dan una fortaleza única y nos comprometen a continuar esta labor de acompañar e impulsar al asociado en su desarrollo y profesionalización ante un futuro que nos obliga a mantener y hacer valiosa la participación de los agentes en los procesos de venta, atención, siniestros y penetración de la cultura de prevención en nuestro país.

Todos los líderes que hemos dedicado poco o mucho tiempo a nuestra querida AMASFAC, vamos dejado a nuestro paso un mundo mejor de lo que lo encontramos. Agradezco de corazón a cada uno de los que han pasado por aquí y estoy seguro de que su labor será recordada por siempre.

Como Presidente Nacional, me siento muy muy honrado de liderar nuestra organización y lo hago consiente de las responsabilidades y obligaciones que tengo ante todos; después de 18 meses de haber tomado el cargo, viajar por muchas secciones, escuchar y conocer a la mayoría de los líderes que forman las actuales mesas directivas, descubrir las historias increíbles de cada lugar, disfrutar la calidad humana y compromiso de nuestros asociados, conocer sus tradiciones, observar el

potencial que tenemos para unir y construir, reconocer la capacidad e influencia que podemos generar en nuestra sociedad... Llego a la conclusión de que después de estos primeros 65 años...

**...“Lo mejor está por venir”.**

# En la AMASFAC es momento de celebrar

*por Redacción AMASFAC*

## 65 años de apostar por el sector y en la profesionalización del agente

Cuando se dio por inaugurada la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (AMASFAC), en el año de 1956, se inició con metas muy claras, ser un bastión de cambio para los ecosistemas de seguros y fianzas, así como ser la figura encargada de fortalecer la figura del agente, es decir, profesionalizarlo, pues a partir de ello, la sociedad se vería beneficiada en diversos sentidos.

Esta labor sigue vigente a 65 años, tiempo en el que los retos han sido una constante, y cada uno ha significado la oportunidad perfecta para mejorar y ofrecer cada vez mayores resultados. Por supuesto la labor no ha sido responsabilidad de una sola persona, sino que toda la estructura, todo el capital humano, ha dejado su experiencia, su profesionalismo y su corazón para que lo que un día fue un sueño llamado AMASFAC hoy siga más vigente que nunca.

Diversas visiones han pasado por esta gran asociación, personas que están comprometidas con la sociedad. Así es que, en el marco de los festejos de aniversario,

tuvimos la oportunidad de platicar con algunos expresidentes del Consejo Directivo Nacional, sobre sus experiencias y cómo es que fue su paso dentro de la Asociación.

El eje rector, coincidieron todos los entrevistados, siempre ha sido el trabajo en equipo. El saber colaborar no sólo con los agentes, sino también con autoridades y por supuesto, con la ciudadanía; entender las necesidades y al mismo tiempo las obligaciones, ha permitido crear sinergias estratégicas y cambios en materia regulatoria que ha sido cruciales para los seguros y fianzas.

Víctor Manuel Alonso Guzmán, quien estuvo en el bienio de 1994 a 1996, tenía claro su objetivo: crecer en todos los sentidos, lograr una mayor participación en el mercado, esto como reto hacia el exterior, pero al interior de la Asociación, contar con finanzas sanas y mayor presencia en la República también era una necesidad.

Era fundamental “hacerle ver a los agentes de otras ciudades que contábamos con el respaldo de las compañías de seguros, de

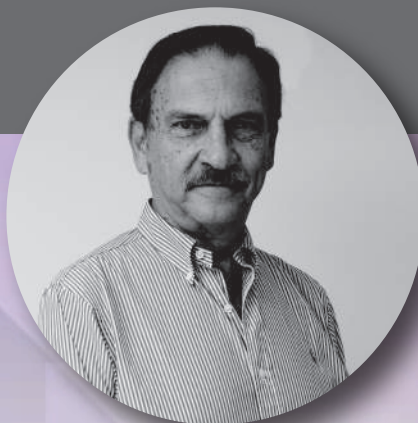
Víctor Manuel  
Alonso Guzmán  
1994-1996

“Uno de mis proyectos dentro de la AMASFAC era consolidar la nueva estructura de la asociación; necesitábamos tener más socios, más secciones, más eventos, de tal suerte que pudiéramos ser más partícipes en el mercado”



Jacobo Viskin  
2002-2004

“En AMASFAC estamos los que tenemos algo que dar, cuando yo doy, alguien recibe, cuando otro da, yo recibo, esa fue la inspiración durante mi bienio”



Antonio Pozzi  
2006-2008

“Espero que podamos hacer mejor un trabajo en conjunto en beneficio de los consumidores, de los asegurados, que es por quienes nosotros trabajamos”



fianzas y con las autoridades y que finalmente íbamos a realizar una mejor carrera como aseguradoras tanto los agentes personas físicas como los agentes personas morales”, refirió.

En este mismo sentido, Jacobo Viskin Jinich, presidente en el bienio 2002-2004, relató que uno de sus principales logros, fue justamente darle un mayor lugar a la figura del agente, pues dijo “a las aseguradoras las miden quizá por consultas, estadísticas, a nosotros nos miden nuestros amigos y conocidos, no podemos fallar, por eso nuestra preparación ha sido siempre muy importante, no podemos fallar tenemos que hacer lo necesario para ser claros”.

Es por ello, que durante su presencia en el Consejo Directivo Nacional, se organizó un congreso enfocado en el Agente de

Seguros; “todavía hay más oportunidad de que nos reconozcan mejor nuestro papel para poder traer las zonas aquellas que hacen más rentables al ramo, pues los seguros no se venden solos”.

Actores importantes han sido varios en estos 65 años de la Asociación, se puede hablar de la AMIS, de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, la Copaprose, la Secretaría de Hacienda, la Condusef, por mencionar algunos. Sin duda, la lista es extensa, pero con todos ellos se han logrado acuerdos, se ha trabajado en conjunto y se ha trazado la hoja de ruta para tener claridad hacia dónde se tiene qué transitar en el ámbito de los seguros y las fianzas.

Pero para poder aglutinar todas las necesidades y exigencias del sector, los directores y presidentes de las diferentes seccio-

Rafael Morfín  
2008-2010

“Cuando inició mi gestión se hizo una planeación participativa en la cual todas las secciones, los directores de distrito y los miembros que así lo quisieron, participaron para aportar ideas y logramos sacar un programa de 6 ejes estratégicos”



Carlos Olascoaga  
2014-2015

“Lo que más me gustó, fue trabajar a favor de todos ustedes; esa cercanía, esa amistad, ese convencimiento de que estamos haciendo las cosas bien y por muchos, es la mejor motivación”



Carlos Latorre López  
2016-2018

“Para mi era muy importante tener claro cuáles habían sido los retos y obstáculos a los que los expresidentes se habían enfrentado y además, pedirles que me acompañaran en este proceso”



nes que conforman la AMASFAC han sido claves; Antonio Pozzi Pardo, presidente durante los años 2006-2008, nos narró que en su bienio tuvo la oportunidad de recorrer el país para trabajar de la mano de quienes estaban al frente de dichas secciones “haber hecho muchas nuevas secciones y la fraternidad y el afecto de todos mis compañeros es lo que me dio el alimento para seguir adelante”.

En este mismo tenor, Rafael Morfín Maciel, hizo hincapié en lo importante que es justamente trabajar en equipo, al inicio de su bienio, en el año 2008, convocó a una reunión en donde la participación, la lluvia de ideas de todas las secciones eran esenciales, así fue como 200 personas se reunieron para proponer, debatir, escuchar, pero sobre todo sumar. “Tradicionalmente Amasfac había funcionado como una organización que se defendía, de lo que

sucedía en el entorno, de las medidas de la autoridad, de las medidas de la aseguradora”. Tras dicha reunión, dijo, “logramos sacar un programa de 6 ejes estratégicos, lo que nos permitió que la asociación saliera al campo de juego con ideas innovadoras, para mejorar nuestra representatividad ante las autoridades y ante la sociedad”.

Carlos Olascoaga Villanueva, presidente de la AMASFAC de 2014 a 2015, también ha sido parte de esta evolución del ecosistema, durante su gestión le fue posible vivir la realidad de los seguros y las fianzas, de entender todavía más a fondo un sector que aunque no lo parecería, es altamente cambiante, además de que le tocó abordar temas “en una época que la Circular Única de Seguros y Fianzas nos llevó mucho tiempo y mucha negociación y como asociación y como sector salimos

Elisabeth Vogt  
de Weber  
2018-2020

"En AMASFAC podemos encontrar una asociación en donde apoyamos e impulsamos nuestra profesión, en favor siempre del cuidado de nuestros clientes"



Alejandro Sobera  
Biostegui  
2020-2022

"Los invito a que todos sigamos participando y que entendamos que es una responsabilidad de todos fortalecer el gremio a través de nuestra asociación"



Gerardo de la Garza  
Ramírez  
2022-2024

"Realmente la asociación está para acompañar a los agentes en toda su carrera. La frase de siempre estar cerca de la gente, significa estar a su lado"



adelante".

Pero lo que más disfrutó fue trabajar de la mano con muchas personas, generar una cercanía, crear lazos de amistad, pero sobre todo, apuntó, "ese convencimiento de que estamos haciendo las cosas bien y por muchos es la mejor motivación".

La capacitación como bien sabemos es indispensable y la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas no se puede quedar atrás en ese tema, así es que a lo largo de los años se han realizado congresos, se han impartido conferencias con speakers de alto nivel, seminarios, cursos especializados, que ayudan justo a lo que se mencionaba, profesionalizar al agente, pero también estar a la vanguardia en los temas que hoy son prioridad.

Elisabeth Vogt de Weber, quien fuera también presidenta en el bienio 2018-2020,

asintió sobre la importancia de la camaradería para crear un ambiente grato de trabajo, "los acuerdos, negociaciones, el trabajo en equipo, son recuerdos maravillosos que siempre me acompañarán", y gracias a ello, la membresía tuvo varios beneficios.

El proyecto más importante durante su paso por el CDN "fue demostrar cuál era la importancia de nuestra querida asociación, cuál es la razón de ser, eso lo logré haciendo visitas personales a los diferentes directores y presidentes de asociaciones, afianzadoras e intermediarios, para platicar sobre qué y cómo podemos aportar al sector".

Carlos Latorre López justamente recuerda esto de su gestión, el apoyo de todas las secciones, así como también cantidad de actividades que se venían haciendo gracias al compromiso de los presidentes que

lo antecedieron, así como de los directivos de las secciones.

Estuvo al frente del Consejo Directivo Nacional de 2016-2018 y relató que atendió asuntos trascendentales, por un lado, el tema de la digitalización, la Asociación no se podía quedar atrás en este sentido, aspectos como la facturación electrónica ya eran una realidad. Así que pusieron manos a la obra e implementaron en esa época su primer CRM, y se capacitaron en materia tecnológica para atender las obligaciones que marcaban las autoridades.

Un segundo reto fue actuar tras el sismo de septiembre de 2017, había que atender a los asegurados y a los que no lo estaban. “No todo mundo estaba asegurado sin embargo en la AMASFAC nos pusimos a darle asistencia tanto a asegurados como a personas que no tenían seguro de qué era lo que podían hacer y cuáles eran los pasos que tenían que seguir”. Esto da cuenta de la labor social que realiza la Asociación a favor de todas las personas.

Como todos sabemos el 2020 marcó un antes y un después para muchas generaciones, Alejandro Sobera Biótegui, justamente inició su gestión en este año, y efectivamente como él lo señaló, “fue un periodo difícil, lleno de tecnología, un periodo donde aprendimos a trabajar y a comunicarnos de formas distintas y a través de los medios digitales llegamos prácticamente a todos los asociados”.

Pero pese a ello, se lograron acuerdos y convenios que hoy día siguen vigentes y se han vuelto una parte muy atractiva de ser socio.

Por supuesto no pudimos dejar de platicar con Gerardo de la Garza Ramírez, actual presidente de la AMASFAC, quien de manera contundente dijo que “por la Aso-

ciación han desfilado grandes líderes, gente valiosa que han sumado en demasía, personas que están dando su tiempo, pero sobre todo, han dejado su corazón, por un bien mayor, la asociación de Agentes”.

Sus actividades se han centrado principalmente en mejorar las oficinas nacionales y la coordinación de las secciones. Considera que entre sus obligaciones está entender que la Asociación está para servir a todos los que la conforman, pero sobre todo y en especial a los agentes más pequeños, a los que van arrancando, pero sin dejar de lado a los que ya tienen una carrera consolidada, es decir, la AMASFAC es un espacio en donde la prioridad son ellos.

Por ello, refirió que han puesto “mucha dedicación a mejorar los procesos internos, el sistema de gestión de ayuda a los agentes, mejoramos la atención telefónica de sistemas de correos de refrendo de cédula... La frase de siempre estar cerca de la gente significa estar a su lado”.

Sin duda, la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas aún tiene mucho que dar a favor de sus agremiados. Innovar, aportar, construir, fortalecer, no son sólo verbos al momento de leerlos, sino que tienen un gran significado para todos los que han pasado en algún momento por este organismo y que sigues estando presentes, son palabras que no dichas sólo por compromiso, sino que realmente está en los principios, son elementos indivisibles de lo que hasta el día de hoy es la AMASFAC. Te invitamos a ser parte de ella y a sumar con tu experiencia, responsabilidad, con tu pasión, con tu fuerza.

# EL PAPEL TRANSFORMADOR DEL AGENTE DE SEGUROS



**Mtro. Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez**

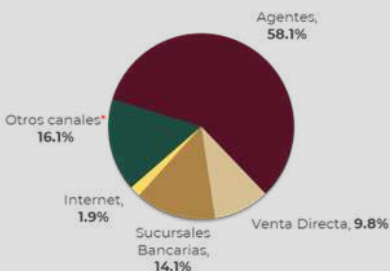
Presidente  
Comisión Nacional de Seguros y Fianzas

El sector Asegurador y Afianzador demostró su solidez en los años de pandemia, esto se reflejó en sus altos niveles de solvencia y capitalización, lo que ha permitido hacer frente de manera oportuna al aumento en el número de reclamaciones, especialmente en los seguros de Gastos Médicos y de Vida. La buena solvencia deja al Sector en una situación óptima para retomar el crecimiento.

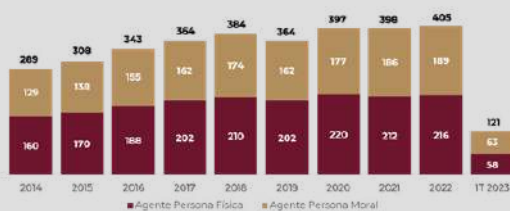
En este contexto, los agentes desempeñan un papel fundamental en el sector asegurador constituyéndose como el principal canal de distribución de los seguros, lo cual quedó reflejado en 2021, año en el cual, la colocación de primas en el sector se contrajo 2.9% en términos reales, mientras que la prima colocada por los agentes creció 9.2%, esto muestra el compromiso que asumieron para seguir atendiendo a los asegurados en momentos difíciles.

Durante el año 2022, los agentes comercializaron primas por 405 mil millones de pesos lo cual representa el 58% de las primas totales, 216 mil millones por personas física y 189 mil millones por personas morales, como se muestra en la gráfica 1 y 2. Destacan los Gastos Médicos, en donde el monto colocado por los agentes representa el 94% de la prima total. Para 2023, hasta el mes de marzo, los agentes han colocado 122 mil millones de pesos, que representan el 54% del total. Estos números muestran la relevancia de los agentes como intermediarios de seguros y destaca su papel esencial en el proceso de adquisición de pólizas.

Participación de los canales de distribución en la colocación de Seguros y Fianzas al cierre de 2022



Prima colocada por agentes persona física o moral en el Sector de Seguros y Fianzas (miles de millones de pesos constantes)



## Las Secuelas de la Pandemia en el Sector

La pandemia ha generado cambios significativos en todos los aspectos de la vida, el sector Asegurador y Afianzador no ha sido la excepción. La pandemia tendrá efectos en el mediano y largo plazo, por lo que aún están por verse las repercusiones en el desempeño de las aseguradoras y en particular de los agentes, quienes desempeñan un papel fundamental en la cadena de valor de los seguros.

Los agentes realizan diversas actividades clave en el proceso de aseguramiento, como por ejemplo en la prospección y asesoría de asegurados, en el seguimiento de siniestros y en el proceso de renovación. Estas actividades se vieron impactadas por la pandemia, especialmente en dos tipos de seguros: los de Gastos Médicos y los de Autos.



En el caso de los seguros de Gastos Médicos, hoy se observa un aumento significativo en los costos de los servicios de salud, lo cual ha repercutido en un incremento del 12% en el precio de las primas en el presente año. Por otro lado, en los seguros de Autos, la escasez y el alza en los precios de las autopartes han generado un aumento del 8% en las primas. Estos incrementos en los precios de las primas representan un desafío para los agentes, quienes deben adaptarse y buscar soluciones para ofrecer las mejores opciones y dar respuesta satisfactoria a los asegurados.

# Medidas adoptadas por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) ante los efectos de la Pandemia.

La CNSF de forma oportuna adoptó una serie de medidas para afrontar las consecuencias de la pandemia, las cuales se fueron ajustando conforme a la evolución de la misma. Actualmente la CNSF continúa aplicando medidas que han servido para promover el empleo en el sector, facilitar la contratación y la reclamación por parte de los asegurados.

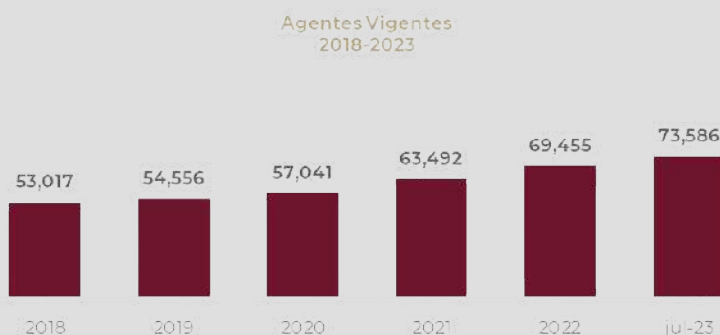
El objetivo primordial de la CNSF durante la pandemia fue proteger a los asegurados, así como salvaguardar el empleo y la generación de ingresos de los agentes. Con este fin, la CNSF tomó la decisión de promover al seguro como una actividad esencial lo que permitió dar continuidad operativa. Además, la Comisión implementó una serie de medidas que han demostrado ser eficaces en este contexto desafiante:

- Ampliación de la vigencia de cédulas que debieron haberse refrendado durante la emergencia sanitaria.
- Autorización de nuevos agentes a distancia, en coordinación con la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), Asociación Mexicana de Agentes de Seguros de Seguros y Fianzas (AMASFAC) y las propias instituciones de seguros.
- Se implementó el trámite digital de autorizaciones y refrendos, en sustitución del trámite presencial, y se creó una cédula digital.

## Los Seguros y la generación de empleo.

Las medidas adoptadas por la CNSF han tenido un impacto positivo en el sector asegurador durante los años más complicados de la pandemia, ya que contribuyeron a que el número de agentes vigentes aumentara en 10,864, lo que ayudó a absorber a una parte del empleo perdido en otros sectores.

Al mes de julio de 2023 el número de agentes vigentes asciende a 73,586, como se muestra en la gráfica 3, lo que representa un crecimiento de 6% en lo que va de dicho año. En general, durante la actual administración, el número de agentes vigentes ha tenido un crecimiento de 28 por ciento.



## El papel social del agente de seguros.

Tradicionalmente, el agente se ha desempeñado como un vendedor comprometido con la compañía de seguros. En este sentido, es necesario transformar esta perspectiva hacia la de un asesor comprometido con el asegurado, brindándole guía y apoyo en la cobertura de sus necesidades de protección, en el que su papel cubra:

**Educación financiera.** Los agentes cumplen una función educativa fundamental. Ayudan a la población a comprender los diferentes tipos de seguros disponibles y les brindan asesoramiento experto para determinar la cobertura adecuada según sus necesidades y circunstancias específicas. Los agentes tienen la obligación de explicar de manera clara y accesible los detalles y particularidades de las pólizas, de aclarar dudas y ayudar a que los asegurados tomen decisiones informadas.

**Inclusión.** También tienen un papel primordial en términos de inclusión, ya que son el enlace entre los asegurados y las compañías, lo cual les da la capacidad de conocer y transmitir las necesidades de la población en relación de riesgos no cubiertos en aspectos de género, de discapacidad y de las condiciones de la población vulnerable. Asimismo, pueden colaborar con las instituciones para desarrollar productos y servicios que se ajusten a las necesidades específicas, esto implica comprender sus circunstancias y desafíos particulares, así como adaptar las pólizas de seguro de acuerdo con sus necesidades, en términos de cobertura, precios y requisitos para que sean más inclusivas y accesibles.



# REFLEXIONES FINALES.



Dados los cambios que se están produciendo en la sociedad como consecuencia de la pandemia, por la dinámica en materia de equidad de género, cambio climático, inclusión social y las nuevas tecnologías, obligan al sector a crear una oferta de productos que aborden e incluyan estos cambios. En este contexto se destacan los desafíos sociales, ambientales y demográficos.

El sector debe evolucionar para adaptarse a los cambios que se presentan y, en este contexto, el agente debe concientizarse y convertirse en el portavoz de las necesidades y demandas de los asegurados, con el propósito de que las aseguradoras las consideren en el diseño y mejora de su oferta de productos.

**Atención a reclamos.** La función de un agente no se limita a la venta del seguro, por el contrario, su compromiso es con el asegurado y debe acompañarlo y asesorarlo durante todo el proceso de reclamación. De esta forma se fortalece la reputación del sector y se incrementa la confianza en los productos de seguros. Ambos son elementos fundamentales para el correcto funcionamiento de la industria.

**Promover el sano uso del seguro.** En conjunto con las instituciones, también pueden adoptar el papel de divulgadores sobre la importancia y la utilidad del seguro entre los miembros de sus poblaciones y convertirse en caja de resonancia en su comunidad para que ellos mismos se transformen en agentes de seguros. Esto no solo les brindaría una fuente de ingresos y autonomía económica, sino que también les permitiría llegar a las personas en sus propias comunidades y promover la inclusión social de manera más efectiva.

Como se puede apreciar de lo anteriormente señalado, el papel social de los agentes es invaluable, al actuar como educadores, protectores financieros y facilitadores. Su trabajo contribuye a la protección y bienestar de las personas y las empresas, al brindar apoyo, seguridad y tranquilidad en momentos de incertidumbre. La labor de los agentes trasciende la "simple" venta de pólizas, ya que su compromiso consiste en atender y solventar las necesidades de sus asegurados al ofrecer soluciones que protejan su vida y su patrimonio durante las diferentes etapas de su vida laboral y privada.



La CNSF reconoce la importancia del agente, pero entiende que en el futuro inmediato el papel que debe desempeñar es uno en donde el asegurado se encuentre como el eje central del ecosistema del sector asegurador, razón por la cual el agente, como el contacto directo con el asegurado, debe comprender y llevar a cabo su papel como interlocutor entre el asegurado y la aseguradora.





Es cierto que la crisis del Covid19 tuvo como uno de sus efectos, que las líneas de producción de muchos artículos como son las autopartes y los propios autos se rompiera, presentándose un enorme desabasto. Todo lo anterior generó que prácticamente en los últimos tres años este factor externo a las aseguradores y usuarios, esté ocasionando quejas y afectaciones que conocemos en la CONDUSEF.

Este problema daña la reputación de la industria aseguradora, no solo ante quienes compran un seguro de daños de auto, sino también, en quienes quieren adquirir cualquier otro tipo de seguro. Al generarse afectación en la experiencia del usuario se crea desconfianza y desinterés.

Es importante que los usuarios conozcan la problemática y su origen, que el asunto si bien se irá regularizando con el paso del tiempo genera efectos de retraso en la reparación de los autos que sufren un siniestro.

**RECLAMACIONES DE LAS ASEGURADORAS POR DAÑOS AUTOMÓVILES**

**ENERO - JULIO 2022 Y 2023**

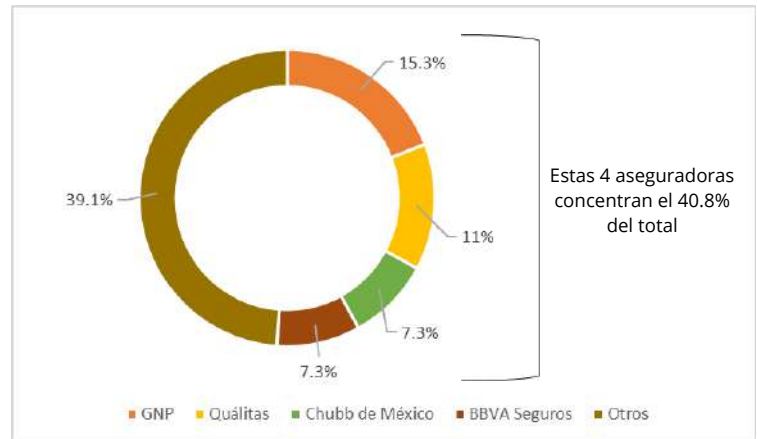
Causa de reclamación	2022	2023	Partic. %	Var. %
Negativa en el pago de la indemnización	3,866	4,546	38.7	17.6
Inconformidad con el tiempo para la reparación del bien afectado	1,284	1,832	15.6	42.7
Inconformidad con el tiempo para el pago de la indemnización	1,098	1,603	13.7	46.0
Inconformidad con la reparación del bien afectado	947	1,204	10.3	27.1
Inconformidad con el monto de la indemnización	918	1,012	8.6	10.2
Otras	1,326	1,544	13.2	16.4
<b>Total</b>	<b>9,439</b>	<b>11,741</b>	<b>100.0</b>	<b>24.4</b>

Creemos que el problema pudiese durar un tiempo adicional, ya que evidentemente los proveedores de piezas automotrices encontraron cómo operar con niveles de inventario menor a los que existían antes de la pandemia. Ahora, es muy importante que los usuarios conozcan esta situación y que la industria aseguradora tome acciones con los fabricantes de autopartes para atender esta problemática.

Desde el mes de febrero de este año, la CONDUSEF ha realizado encuestas de salida a los usuarios que presentan una queja en contra de las compañías aseguradoras, con la finalidad de entender la preocupación que vive el usuario.

- De febrero a junio de 2023, 9,304 usuarios presentaron una queja y respondieron la encuesta.
- De estos 9,304 Usuarios, el 62.5% (5,817) correspondió a Seguro de Auto; el 26.6% a Seguro de Vida (2,473) y el 10.9% a Seguro de Gastos Médicos Mayores (1,014).

**Distribución de las quejas conforme a las aseguradoras:**



Los principales comentarios a la citada encuesta de salida han sido los siguientes:

- 8 de cada 10 usuarios presentó primero su queja ante la aseguradora, sin embargo, decidieron acercarse a la Condusef por los siguientes motivos a:
  - El 46% no quedó conforme con la explicación que le dio su aseguradora.
  - 28% fue porque lo atendieron mal
  - El 13% por decisión propia.






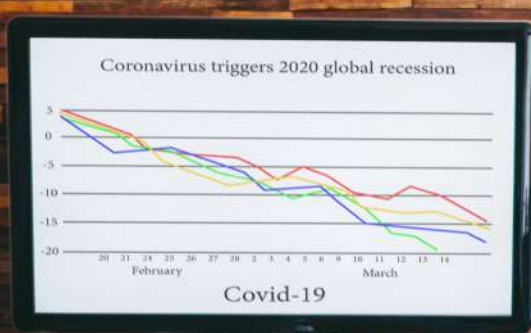
- El canal o vía a través del cual contrató el seguro que reclama fue en un 53% de los casos con un agente, el 16% directamente con la aseguradora y otro 9% por medio de una institución financiera.
- Para el 51% de los asegurados no les fue explicado de forma clara y suficiente los términos y condiciones de su póliza, para el 32% sí, quedando con dudas de su alcance un 17% de los casos.
- En cuanto a si el asegurado tenía en su poder las condiciones generales de su póliza, en el 62% de los casos sí, un 29% no contaba con ella y otro 9% señaló que tenía que consultarla vía internet.
- En el caso del Seguro de Auto, el 61% de los encuestados no estuvo satisfecho con el servicio brindado por el ajustador.
- Al 63% de los asegurados no les entregaron un folleto explicativo de su seguro

Por ello, desde nuestra experiencia, es muy importante entregar a los usuarios en una sola hoja, de manera sencilla, clara y sin posibilidad de duda, la siguiente información:

- a) ¿Qué cubre su seguro?
- b) ¿Qué no cubre?
- c) ¿Cuáles son las restricciones y alcances en la cobertura?
- d) ¿Cuáles son las obligaciones como asegurado?
- e) ¿Cuándo y cómo debe realizar sus pagos?
- f) ¿Cuándo inicia y cuándo termina su contrato?
- g) ¿Cómo puede cancelar su póliza de seguros?



**La claridad y brevedad de la información es un elemento clave para evitar esa trágica combinación, entre los deseos de vender de un agente y los deseos de creer de un cliente.**



# APRENDIZAJES E IMPACTOS DE LA PANDEMIA COVID-19 EN EL SECTOR DE SEGUROS



**Juan Patricio Riveroll Sánchez**

*Presidente  
Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)*

Hace tres años nos enfrentamos a uno de los mayores retos a nivel mundial: la pandemia producida por el COVID-19, una crisis sanitaria que tuvo efectos importantes en los ámbitos económico, político y social, derivados del confinamiento y del distanciamiento social, en un mundo altamente interconectado.

El COVID-19 puso de manifiesto el papel preponderante que juegan los seguros en la protección de las personas y las familias, así como su responsabilidad social.

Algunos seguros médicos excluían la cobertura de pandemia y de epidemia; sin embargo, ante la situación de emergencia, las compañías aseguradoras se unieron en un esfuerzo sin precedentes y se decidió incluir un endoso en las pólizas de seguros para proporcionar protección ante COVID-19 a los 11.3 millones de asegurados en gastos médicos.

La prioridad de la industria es garantizar la atención y protección a cada uno de nuestros asegurados. Por ello, desde el inicio de la pandemia colaboramos con nuestras autoridades

para agilizar el proceso del pago de indemnizaciones y, de igual forma, brindar facilidades para el pago de la prima a los asegurados.

Al cabo de estos 3 años, el resultado es que, como industria, atendimos a más de 208 mil familias. Por una parte, el Seguro de Gastos Médicos permitió a 51,486 personas recibir atención médica por coronavirus y en total entregamos 26 mil 765 millones de pesos.

Por otra parte, el Seguro de Vida permitió a 157,030 familias mantener su estabilidad financiera al perder a un ser querido, en muchos casos el sostén económico. A ellas les entregamos en conjunto 35 mil 881 millones de pesos[1].



De esta manera, el COVID-19 se convirtió en el evento con mayor impacto económico para la industria de seguros en México, con un costo equivalente a 3 mil 472 millones de dólares, que incluso superó a grandes fenómenos naturales como los huracanes Wilma y Odile y los sismos de 2017. [2].

## Cobertura Solidaria

Asimismo, ante este contexto tan adverso, AMIS y sus 85 asociadas creamos la Cobertura Solidaria, una iniciativa para solidarizarnos con 1.6 millones de trabajadores del sector público de salud en la primera línea de batalla contra el COVID-19, dando cobertura gratuita a afanadores, intendentes, camilleros, enfermeras, auxiliares y pasantes, personal profesional y técnico, médicos y residentes. A través de este mecanismo apoyamos con más de 38 millones de pesos, a 761 familias de fallecidos entre el personal del sector público de salud.

Además, las aseguradoras aportaron más de 273 mil kits de protección para médicos, enfermeras, paramédicos y voluntarios; comidas para el personal de salud; así como monitores, oxímetros de pulso, electrocardiógrafos, ventiladores mecánicos, desfibriladores automáticos y camillas de urgencias; se apoyó a la Cruz Roja Mexicana y se colaboró en la creación de la Unidad Temporal COVID-19 en Centro Citibanamex.

Con estas acciones, la industria refrendó su compromiso social y se sumó al esfuerzo que sociedad, gobierno y empresas realizaron ante la emergencia, poniendo en evidencia la necesidad de contar con mecanismos de colaboración público-privada-social, para garantizar el acceso a la salud a la población.



[1] Datos históricos - Atención del seguro durante la pandemia de Covid-19. Cifras a enero 2023. AMIS.

[2] Tendencias del seguro ante un entorno de evolución, mayo 2023. AMIS.



## Los seguros transformamos historias

A principios de año, realizamos una campaña en medios para acercar el seguro a la población y hacer conciencia de su importancia. **#Las aseguradoras transformamos historias#** y apoyamos a miles de familias cada día, demostrando el compromiso del sector con México y cómo éste protege la vida, la salud y el patrimonio de los asegurados.

Durante 2022, pagamos 1,122 millones de pesos cada día en los siniestros de todas las operaciones y ramos.

## El seguro contribuye al desarrollo y resiliencia social

Nuestra labor como sector se extiende al desarrollo e impulso de la economía. Somos el tercer inversionista institucional más importante en el país, con 1.5 billones de pesos en reservas técnicas, una gran mayoría invertida en bonos gubernamentales, que representan el 11.17% de la emisión de instrumentos del gobierno con lo que, coadyuvamos de forma importante al impulso de proyectos productivos del país, a la generación de empleos y al fomento del ahorro formal[3]. Asimismo, hay que destacar que nuestras sumas aseguradas equivalen a 12.83 veces el Producto Interno Bruto (PIB).

No obstante, aún tenemos áreas de oportunidad para extender los beneficios del seguro, pues hoy sólo 1 de cada 5 personas tiene esta protección, y la falta de inclusión en seguros es mayor en el caso de las mujeres.[4]

## Los retos ante un entorno en evolución

En medio de esos aprendizajes, estamos dispuestos a atender nuevos retos. Hoy, la transversalidad en todas las industrias está dada por la tecnología y nuevas palabras se han incluido en nuestro vocabulario común: el metaverso, la inteligencia artificial (IA), la telemetría. En este contexto la industria de seguros debe correr a la misma velocidad.

Hemos sumado esfuerzos con el gobierno e instituciones privadas, sin embargo, debemos seguir impulsando la protección de las viviendas, el mayor patrimonio de las familias, pues sólo 6.5% de los seguros para casa habitación son adquiridos de manera voluntaria, debemos seguir difundiendo la cultura de protección a víctimas de accidentes viales, pues hoy sólo 1 de cada 3 automóviles tiene un seguro. Y también, pese a superar una pandemia, debemos seguir trabajando para extender el seguro de gastos médicos más allá de 9.8% de la población que actualmente tiene uno; y por supuesto, que más familias tengan la protección de un seguro de vida[5].




Las empresas de seguros deberán estar a la vanguardia, la omnicanalidad será determinante para la distribución de los seguros y la digitación y herramientas tecnológicas se seguirán imponiendo. Sin embargo, el papel que desempeña el agente de seguros es insustituible, no existe sistema ni tecnología que los reemplace en la detección de necesidades del cliente y en la orientación de las coberturas que éste requiere.

[3] Cifras de la industria al cuarto trimestre de 2022, AMIS

[4] [https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusi%20Financiera/Reporte\\_Resultados\\_ENIF\\_2021.pdf](https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusi%20Financiera/Reporte_Resultados_ENIF_2021.pdf)

[5] Cifras de la industria al cuarto trimestres de 2022. AMIS.



Su labor permite a nuestra industria crecer y ayudar a nuestros asegurados en los momentos más difíciles.

Ahora bien, la digitalización, el análisis de grandes bases de información y la inteligencia artificial, podrían ser ese elemento que necesitaban las aseguradoras y los propios intermediarios de seguros, para acercarse más a los clientes y atender sus necesidades, generando oportunidades, productos atractivos y personalizados, o para mercados diferentes que no se tenían en el radar.

No quiero dejar de señalar que tenemos encima los efectos del cambio climático, y las acciones de prevención a las que pueda sumarse el sector también serán fundamentales para reducir los riesgos a los que estamos y estaremos expuestos.

Los retos de la industria no son menores, pero contamos con una fortaleza que nos respalda y que nos permitirá capitalizar esas oportunidades, que muchas veces llegan disfrazadas de situaciones complejas. En ese camino vamos avanzando.

La industria de seguros ha demostrado su valor social y económico, y todos lo que la integramos seguiremos trabajando para que México y su población sean resilientes ante cualquier adversidad, en ese sentido, el seguro tiene un papel clave.

Entre mayor capacidad del gobierno, las empresas y las personas para enfrentar entornos adversos, se incrementará la posibilidad de ofrecer mejores condiciones de vida y progreso. A eso aspiramos como parte de nuestra labor diaria.





# SECTOR ASEGURADOR Y DE FIANZAS, AFECTADO POR LA PANDEMIA COVID-19



**Ing. Eduardo Vargas Sanders**

*Presidente*

*Consejo Directivo AMASAC*

Es indudable que la pandemia derivada del COVID-19 ha sido un parteaguas en el desarrollo de la sociedad a nivel mundial, lo cual ha generado cambios sustanciales en la gobernabilidad de todos los países congregados en nuestro planeta, con ello las funciones de las diversas organizaciones y comunidades como la OMS, ONU, OEA, EUROPA, ASIA, AFRICA, OCEANIA, AMERICA, etc., debieron atrincherarse a fin de tomar decisiones vitales en aras de proteger al máximo la vida y salud de los habitantes a nivel mundial sin sustraerse a los suministros más elementales que permitiesen el funcionamiento y accionar de la sociedad.

Evidentemente nuestro país, México, no estuvo exento de este evento catastrófico antropogénico toda vez que el principal portador del SARS-CoV2 precisamente es el ser humano.

La parálisis generada en todo el mundo y aterrizando en nuestro propio país, generó incertidumbre en todos los sectores productivos y de servicios; y para el caso que nos ocupa el Sector Financiero al que pertenece el sector asegurador y de fianzas se vio severamente afectado.

No obstante, la afectación en el sector financiero, la Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas dispone que los servicios financieros es un sector esencial y prioritario, debido a ello las Instituciones

de Seguros, Fianzas, Agentes de Seguros de Fianzas y Ajustadores de Seguros permanecemos proveyendo nuestros servicios, es decir la resiliencia fue vital para atenderla continuidad durante la contingencia.

La pandemia evidentemente generó el cierre de sin número de negocios, principalmente Pymes y la reducción sustancial de la producción en grandes empresas, las empresas de servicios que son las que nos ocupan debieron reducir en gran medida sus operaciones ocasionando el despido de personal. Particularmente el sector de Seguros y Fianzas se vio severamente afectado en la captación de negocios una vez que los contratos de los seguros fueron venciendo, solamente las empresas con recursos pudieron resolver el tema de mantener sus seguros.



En lo que refiere a los efectos que el gremio de ajustadores de daños resintió en el cual participo como presidente de la Asociación Mexicana de Ajustadores, A. C.; debimos permanecer resilientes, aún con los riesgos de salud y seguridad que conlleva una pandemia de tal magnitud.

Los siniestros de origen antropogénico evidentemente se redujeron al paralizarse la industria, el comercio y diversos servicios; sin embargo, los riesgos naturales como huracanes, sismos, inundaciones, etc., no están sujetos al orden humano, entonces fue un gran reto para el sector asegurador atender los diversos riesgos catastróficos que se presentaron durante el periodo más crítico de la pandemia, es decir colegas ajustadores, funcionarios de compañías de seguros, agentes de seguros, intermediarios y demás colaboradores del sector, debieron poner en riesgo su salud y hasta su vida.

En otro orden de ideas, como lo sabemos el sector de Seguros y Fianzas no estaba preparado para una contingencia de este tamaño, y por supuesto en muy pocos casos hubo pólizas que tuvieran este tipo de cobertura, particularmente para el sector de siniestros daños. Habrá que revisar este tema a fin de poder estar en mejores condiciones de cobertura ante este tipo de eventos.

Los ajustadores de seguros nos hemos mantenido siempre resilientes y activos ante todo tipo de contingencia, toda vez que nuestra actividad tiene un carácter principalmente de servicio social ante cualquier evento particular o catastrófico, es claro que falta mayor organización y establecer sinergias entre todos los actores del sector asegurador, dejando a un lado prejuicios y diferencias que no llevan a nada propositivo y mucho menos a poder atender eficientemente al principal objetivo que es el usuario de la póliza.



# PIONERO DE LA IA Asistencial

Conoce nuestro amplio abanico de asistencias:

VIAL



VIAJES



SALUD



HOGAR



MAS de  
**3 millones**  
de usuarios  
**satisfechos**  
al rededor del mundo  
**no mienten**



@viajero\_masservicios

@viajeroMAS

@viajeroasistencia

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



## Salud y bienestar en las organizaciones, pero ¿a qué costo?

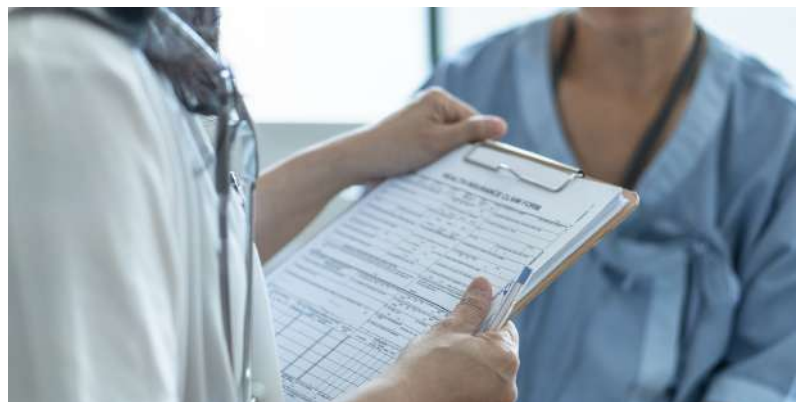
La salud es un reto cada vez más costoso, tanto para las personas como para las empresas que ofrecen esta prestación a sus colaboradores. Un análisis del Foro Económico Mundial y de la Universidad de Harvard, estimó que el impacto económico de las enfermedades crónicas más frecuentes estaría en los 49 billones de dólares, en el periodo de 2011 a 2020.

En México, la reciente pandemia por COVID-19, mostró que pocas empresas podían garantizar la salud de sus colaboradores. Además, la mayoría de los empleados no contaban con una protección financiera para atender una hospitalización sin afectar su economía familiar. Según cifras de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), cerca de 90% de la población no tenía una póliza de Gastos Médicos Mayores (GMM).

Las personas que no contaban con un seguro durante la emergencia sanitaria tuvieron que desembolsar cerca de \$521 mil en promedio por atenderse en un hospital privado, y la tendencia apunta a que la atención médica privada será más cara año con año. Un ejemplo de esto fue el incremento de 61% en el costo medio de las enfermedades respiratorias en 2021 con respecto al año anterior, entre los asegurados de AXA México. Sin duda, este aumento sostenido afecta el precio de las primas en todo el sector, complicando el pago de un seguro para individuos y compañías.

Pero, además de los padecimientos graves, hay que pensar en otros aspectos indispensables para construir un verdadero bienestar de las personas en una organización; como la salud mental, una alimentación sana y un control médico periódico. Este tipo de cuidados forman parte de los servicios médicos de primer nivel.

La atención médica primaria no solo es una oportunidad de complementar la cobertura que brinda el seguro de GMM, también ayuda a prevenir enfermedades graves y a controlar el gasto de bolsillo.



Ante este nuevo paradigma, surge **Cuidado Integral+®**: un ecosistema que engloba la protección de una póliza de GMM y los servicios de atención primaria de AXA Keralty. Este esquema responde a las necesidades actuales y futuras, brindando asistencia de punta a punta, lo que ayuda a la sostenibilidad de los costos a mediano y largo plazo.

En este sistema se acompaña al colaborador desde antes de padecer una enfermedad grave, determinando sus riesgos de salud con anticipación por medio de un check up médico, atendiéndolos de forma preventiva y minimizando las condiciones crónicas; pero también contando con la cobertura hospitalaria en caso de requerirla.



**Cuidado Integral+®** es una opción única en el mercado. Fue posible para AXA porque, en alianza con Keralty, cuenta con una red de clínicas por medio de las cuales se brindan consultas -de manera presencial y por videoconferencia- de psicología, nutrición, ginecología, terapia física, entre otras especialidades.

Actualmente, la fuerza laboral valora contar con este tipo de servicios entre sus prestaciones; de hecho, en un estudio realizado por Ipsos y Grupo AXA, más de la mitad de los encuestados mencionó querer realizarse un *check up* completo para revisar su estado de salud.

Sí es posible que las organizaciones sigan brindando herramientas a sus colaboradores para que gocen de una vida más saludable, física y económicamente, sin que sean demasiado costosas, ni tengan que sufrir incrementos constantes. Para ello, es importante que busquen sistemas integrales que ayuden a controlar los costos y aliados con la capacidad de brindarles un auténtico bienestar a los empleados.

**Cuidado Integral+®** permitirá mejorar la calidad de la salud de nuestros asegurados a través de nuestra red exclusiva de clínicas a nivel nacional donde brindamos servicios de atención primaria. Todo comienza mediante un check up donde se evalúan los resultados de nuestros asegurados y posteriormente se genera un plan de seguimiento con médicos especialistas.

**Cuidado Integral+®** es un producto al alcance de nuestros asegurados que integra servicios de atención primaria para prevenir afectaciones en el corto y mediano plazo. ¡Ven y conoce nuestras clínicas a nivel nacional! Consulta la ubicación de las clínicas AXA Keralty: [axakeralty.mx](http://axakeralty.mx)



**Jesús Hernández Angulo**

Director del Canal  
Agentes y Promotores



# ¿Para ti qué significa salud?

Que tus colaboradores estén protegidos.  
**Cuidado Integral+**® la oferta de AXA,  
que protege la salud de tu equipo.

**Know You Can**

**axa.mx**

Consulta detalles de coberturas, exclusiones y requisitos de contratación en [axa.mx](http://axa.mx)

The background of the top half of the page is a dark blue aerial view of a tropical beach at night, with palm trees and a large airplane in the sky.

# Continental Assist, un viaje a la seguridad que habla de crecimiento constante

Somos una compañía norteamericana de asistencia en viajes, enfocada en la innovación, y en desarrollar cada vez mejores soluciones y entornos para nuestros clientes a nivel global. Son muchas las historias que podemos contar, pero ninguna de ellas sería lo que es, sin el apoyo de nuestros aliados. **Continental Assist** sigue creciendo en diferentes mercados y todo ha sido gracias a la confianza que han depositado en nuestro equipo y forma de hacer las cosas.

El ADN Continental con talento 100% latinoamericano, se enfoca en brindar las mejores soluciones para el mercado asegurador. Creemos en la excelencia, el servicio integral y la atención a los pequeños detalles que transforman negocios.

Nuestro objetivo no es que encuentres solo un proveedor, sino también, el aliado ideal para hacer de tus desafíos, la mejor oportunidad de crecimiento. En nuestra compañía, el trabajo en equipo siempre es tendencia, porque #JuntosSumamos. En la medida en que nuestros aliados se sientan cómodos, tengan las herramientas y acompañamiento adecuados, se verá reflejado en el crecimiento de sus ventas y negocios.

Si te preguntas qué nos hace únicos y por qué cada vez más agentes, promotores, brokers y empresas, eligen a **Continental Assist**, estas son unas muy buenas razones para descubrir la magia de nuestro portafolio:

Contamos con más de 30 años de experiencia de conocimiento y manejo del mercado.

- Nuestras centrales de atención a clientes son propias, no tercerizamos procesos.
- Nuestro equipo de servicio opera 24/7/365, sin importar el lugar del mundo en el que te encuentres.
- Nuestros productos están reasegurados al 100%.
- Nuestras soluciones no son estáticas. Entendemos, co-creamos y posicionamos para brindarte alternativas hechas a la medida.

Algo que define a **Continental Assist**, es el compromiso con los desafíos; si no contamos con la solución, la diseñamos para ti, en un proceso de trabajo conjunto. Nos interesa que tus clientes vean en tus servicios la mejor alternativa de compra.

Miles de agentes confían en nuestras soluciones, ya que ser parte de esta familia, te abre las puertas a un sin fin de oportunidades. Si aún no formas parte de nuestro equipo, te invitamos a ponerte en contacto con nosotros, para potencializar tus ingresos y gestión comercial.

Agradecemos este espacio a **AMASFAC** y a todo el ecosistema asegurador mexicano, quienes han sido aliados permanentes en nuestro crecimiento y trayectoria.

**¡Gracias por ayudarnos a conectar con más historias!**

**#JuntosSumamos**

**Conecta  
con nosotros**

**Eli Soued**

CEO - Cofundador de Continental Assist

Apasionado por la transformación, los negocios y el desarrollo de casos de éxito. Tu aliado de crecimiento a nivel global



**Continental Assist**

Nada es seguro, nosotros sí

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





**CONTINENTAL**  
**ASSIST**



# Haz parte de esta familia en la que #JuntosSumamos

Somos una compañía norteamericana de asistencias, con **ADN 100% latino**, que le brinda a los **brokers, agentes y promotores**, comisiones únicas y respaldo reasegurador.



Experiencia  
**+30 años**



Respaldo  
**100%**



Capacidad  
**24/7**



Innovación  
**100%**



Conecta con nosotros

**Noemí Hernández**

*Directora General México*

info@continentalassist.com.mx

+52 (55) 3098 7684

#JuntosSumamos

www.continentalassist.com.

@continentalassist   

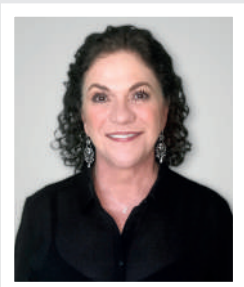
# EL INSTITUTO DE DESARROLLO Y ESPECIALIZACIÓN PARA ASESORES EN SEGUROS DE GNP



# CUMPLE

# 120 AÑOS

## PREPARANDO A LOS AGENTES DE SEGUROS EN MÉXICO



**Ethel García Cueto**

Subdirectora Desarrollo y Comunicación  
Canal Agentes

Por más de 120 años, **GNP Seguros** ha cumplido su misión de **proteger el patrimonio de las familias mexicanas**, impulsando la cultura del Seguro para brindar protección a personas y empresas y ser **aliado en el cumplimiento de sus sueños**.

Esta gran labor, no sería posible sin el profesionalismo de sus **Agentes de Seguros** quienes con una firme convicción, ética, compromiso y sentido humano ejercen una labor invaluable a favor de las familias y de nuestro querido México.

Para reconocerlos y apoyarlos en su crecimiento profesional y alcance de sus metas, **GNP Seguros creó en 2011, el Instituto de Desarrollo y Especialización para Asesores en Seguros (IDEAS)**, que busca profesionalizar el sector asegurador a través de la capacitación constante y la formación de los mejores expertos en seguros y la mejor fuerza de ventas en el país.

En este programa, los Agentes adquieren conocimiento en materia de seguros, cultura del sector en México, así como un aprendizaje profundo sobre la oferta integral de productos y servicios. Por otro lado, adquieren habilidades de venta y conocimiento de tecnología que pueden utilizar en su labor para una mejor proyección con sus clientes.



**LOGRA TODO ELLO A TRAVÉS DE**

**82  
CURSOS**

**Y MÁS DE**

**600 HORAS  
DE CAPACITACIÓN**

La preparación de los Agentes es integral y cuentan con dos planes de carrera:

## **PLAN DE CARRERA DE SEGUROS DE PERSONAS**

En el conocerán las bases técnicas, el marco legal, la oferta de productos por ramo, desarrollo de habilidades administrativas y tecnológicas, entre otros temas. Como parte de su formación, los Asesores podrán desarrollar sus habilidades de venta con el apoyo de Wilson Learning, una empresa con más de 50 años de trayectoria y reconocida en temas de capacitación con presencia en más de 50 países.

También tendrán la oportunidad de cursar el seminario de Planeación Financiera Personal y Familiar en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), el único programa de inmersión total en México diseñado especialmente para los Agentes Top de GNP.

Los graduados obtienen las certificaciones como: **Asesor Profesional de Seguros (APS)**, **Asesor Profesional en Seguros Senior (APSS)** y **Master en Seguros Personales (MSP)** por parte de GNP.

ASESOR PROFESIONAL  
EN SEGUROS



ASESOR PROFESIONAL  
EN SEGUROS SENIOR



MAESTRO EN SEGUROS PERSONALES



Finalmente, obtienen la designación de Certificate in Life Insurance (CLI) otorgada por The American College of Financial Services, un organismo internacional con más de 90 años de experiencia impartiendo programas de capacitación para el sector asegurador y que anualmente forma a más de 38 mil alumnos.

Seguros  
de personas

**5**

**PROGRAMAS  
DE ESTUDIO**

Inducción

Arranque

Básico

Intermedio

Avanzado

## PLAN DE CARRERA DE SEGUROS PARA PYMES

Obtienen los conocimientos en los ramos de daños, autos, protección de mercancías, colaboradores, atención de siniestros para proteger a pequeñas y medianas empresas, obteniendo la designación de **Asesor Integral en Seguros para Pymes (AISP)**.

ASESOR INTEGRAL  
EN SEGUROS PARA PYMES



Durante toda su formación los aspirantes tienen a su disposición el portal de IDEAS GNP en el cual pueden complementar sus conocimientos con cursos en línea, artículos, videos, apoyos para la venta y muchas cosas más.

### Seguros para Pymes

**3 NIVELES  
DE ESTUDIO**

Básico  
Intermedio  
Avanzado

GNP Seguros tiene la firme convicción de generar acciones que fortalezcan al Sector Asegurador, protejan a las familias mexicanas y contribuyan con el desarrollo de México. El Instituto de Desarrollo y Especialización para Asesores en Seguros (IDEAS) es una de las iniciativas que construye a favor de estos objetivos y que ha permitido a GNP construir una de las fuerzas de venta más importantes del país, **logrando sumar a más de 13 mil Agentes de alto rendimiento para seguir protegiendo a las familias y empresas de nuestro país.** ■



Vivir es increíble®

**SI ERES AGENTE DE SEGUROS,  
AMPLÍA TU OFERTA  
DE PRODUCTOS**



**DESARROLLA TU CARRERA  
PROFESIONAL CON GNP.**

**Asegura a tus clientes con un  
seguro de auto o moto y ve crecer tus ingresos.**



Escanea el código  
y regístrate

Ingresa a  
[gnp.com.mx/quiero-ser-agente](https://gnp.com.mx/quiero-ser-agente)

 **GNP**<sup>®</sup>  
SEGUROS



# BLACK TOWER GROUP

*Hola, queremos compartir contigo información importante de nuestra promotoría*

**Somos BTG**, un grupo creado en 2014 por exfuncionarios de aseguradoras con más de 30 años de experiencia en la industria.

*Nacemos de la necesidad de generar un valor agregado a nuestros agentes, aseguradoras y asegurados tomando como pilares el compromiso, la innovación, el acompañamiento, el servicio y la tecnología. Con el fin de aportar soluciones integrales en el sector seguros y fianzas.*

**Desde que iniciamos a la fecha:**



## **SALUD**

Hemos asegurado a más de 25,000 familias con soluciones de salud



## **VEHÍCULOS**

Más de 20,000 vehículos



## **ACTIVOS**

Más de 20 billones en activos



## **EQUIPO**

15 oficinas a nivel nacional y más de 600 agentes

# RELACIONAMIENTO CON NUESTROS AGENTES



## ***Trato personal y cercano***

Todos nuestros agentes son considerados familia por lo cual nuestras oficinas siempre están disponibles cuando lo deseen para trabajar y ser apoyados en lo que requieran



## ***Optimizamos pólizas considerablemente***

Ofrecemos soluciones personales y corporativas integrales en activos, beneficios a empleados, negocio y administración de riesgo



## ***Cada año se superan y reafirman los compromisos de venta***

Ofrecemos soluciones personales y corporativas integrales en activos, beneficios a empleados, negocio y administración de riesgo



## ***Organizamos una convención anual internacional de primer nivel***

Para nuestros agentes con metas muy alcanzables tomando en cuenta la producción de todas las compañías aseguradoras de las que somos socios comerciales.



## ***Sucesión de Cartera***

Contamos con el equipo para llevar a cabo sucesión y administración de cartera para brindar la continuidad y trascendencia de negocio de manera exitosa.

## **Sistema Propio Inteligente**

Ponemos a disposición de nuestros agentes un sistema propio inteligente (SUSI) para que puedan estar totalmente digitalizados y ya no pierdan tiempo procesos administrativos. Entre las principales virtudes del sistema están: cumplimiento de bonos para convención, reportes de producción por aseguradora. Y nuestros principales diferenciadores en el mercado; multi-cotizadores de autos y gastos médicos mayores.



## **Servicio de Atención de Excelencia**

La reclamación o el siniestro es el punto coyuntural de contacto con los asegurados en donde el servicio se vuelve más palpable. En ese sentido en BTG hemos desarrollado un servicio 360° único en el mercado para los agentes y sus asegurados.

**Está Escudería BTG**, que es el servicio exclusivo que brindamos en BTG durante todo el proceso de la reclamación de siniestro en Seguro De Autos contando con asesoría, supervisión, gestoría y asistencia presencial



Por otra parte, está **Dr. BTG**, que es la asesoría y servicio exclusivo que brindamos en BTG durante todo el proceso de la reclamación de siniestro en Seguro De Gastos Médicos Mayores, incluyendo: Reclamación del seguro, Dictamen Hospitalización y contención de costos.

Ambos servicios únicos en el mercado y que buscan que nuestros agentes cuenten con equipos especialistas para atender las reclamaciones de sus asegurados.





En Black Tower Group desarrollamos soluciones integrales optimizando la estructura de programas de seguros y fianzas.



— Movilidad —



— Daños —



— Gastos Médicos —



— Fianzas —



— Vida —



— Riesgos Especiales —

¡Conoce tu mejor opción!

Contacto:



55-7909-4480



info@btgseguros.com

Síguenos:



BTG Seguros



Black Tower Group



BTG Seguros



Black Tower Group

# DENTALIA Y AMASFAC RATIFICAN SU ALIANZA PARA MEJORAR LA SALUD DENTAL DE SUS ASOCIADOS



En el año 2021 dentalia, el grupo dental privado líder en México y AMASFAC, la única Asociación que representa los intereses de los Agentes de Seguros y de Fianzas, unieron esfuerzos para reforzar la salud dental de sus asociados.



  
**dentalia**  
queremos verte feliz

  
AMASFAC  
siempre a tu lado



Esta estratégica alianza tiene como meta en común fomentar el uso y las visitas frecuentes al dentista, un poderoso diferenciador considerando que, el mexicano promedio, visita al dentista una vez cada 6 años, una cifra muy inferior en comparación con otros países como EEUU donde la media de visita al dentista es de 1.2 veces al año. Por ello dentalia impulsa estratégicas alianzas como con AMASFAC, plataforma poderosa que le permite difundir entre el Sector Asegurador su modelo de health delivery, un proceso orientado a una atención integral del paciente, con lo que ha logrado modificar positivamente el índice de asistencia de sus, dónde un paciente en promedio visita una clínica 2.9 veces al año.



Para dentalia es de gran valor contar con alianzas como AMASFAC y ASPRO GAMA México porque gracias a ello es posible llegar a las promotorías y agentes del Sector Asegurador, sumando estrategias de mucho valor en su continuo desarrollo y nivel de especialización. Con esta alianza, dentalia participa consistentemente con el Sector en la difícil tarea de fortalecer el hábito de la prevención y en brindar una mejor protección entre más de **1.6 millones de asegurados**, que hoy cuentan con un beneficio en dentalia a través de las principales aseguradoras en México, aliados estratégicos en esta gran labor.

Cómo resultado de las estrategias que dentalia ha desplegado a nivel nacional con promotorías y agentes, de acuerdo con un estudio interno que ha venido realizando durante poco más de 5 años, es posible determinar que el uso de un plan dental incrementa hasta en un 11% la retención de cartera, un poderoso diferenciador como aliado estratégico para el Sector Asegurador.





**Somos el mejor aliado para añadir  
valor a tus pólizas,** conviértete en  
un agente de cambio

# 5 RAZONES DE POR QUÉ DONAR A UNA ONG

POR: REDACCIÓN FONDO PARA LA PAZ

DESCUBRE POR QUÉ UN AGENTE DE SEGUROS DEBE CONTEMPLAR DONAR A UNA ORGANIZACIÓN SIN FINES DE LUCRO (ONG).



Cuando una persona decide hacer un compromiso con una causa social es muy importante evaluar las acciones en las que se puede involucrar, especialmente en términos de donaciones.

En nuestro país podemos ayudar a las organizaciones que trabajan por un mundo más justo para las personas, que viven en alta vulnerabilidad y que a diario luchan por transformar la realidad y mejorar sus condiciones de vida, promoviendo proyectos de desarrollo de capacidades, programas de respaldo social, derechos humanos, igualdad, empoderamiento, entre otros.

## Razón 1. Compromiso con los demás

En primera porque como miembros del sector de seguros conocen la importancia y el valor de hacer inversiones a futuro y pensar no solo en sí mismos. **El realizar donaciones a ONGs con trayectoria y resultados, es una apuesta segura para mejorar a la sociedad y al país.**

Especialmente por aquellos niños, niñas, familias y comunidades rurales e indígenas que no han contado con su misma suerte y que viven en ambientes de pobreza y extrema pobreza.

## Razón 2. Satisfacción propia

El acto de donar genera una sensación de satisfacción consigo mismo y, además, se proyecta en su reputación y demostrará su solidaridad, empatía, así como en sus interacciones con otras personas. Con una donación mensual se podrá transformar la realidad de comunidades, familias o personas, etc.



### Razón 3. Transparencia en las organizaciones sin fines de lucro

En su mayoría las ONGs rinden cuentas a distintos organismos tanto públicos como privados para demostrar a dónde han sido destinados todos los fondos que reciben.

Son uno de los sectores de la sociedad más respetuosos de las leyes fiscales y con mayores obligaciones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría del Bienestar (antes Secretaría de Desarrollo Social, SEDESOL) y en los casos de las instituciones de asistencia privada (IAP) deben responder ante la Junta de Asistencia Privada.

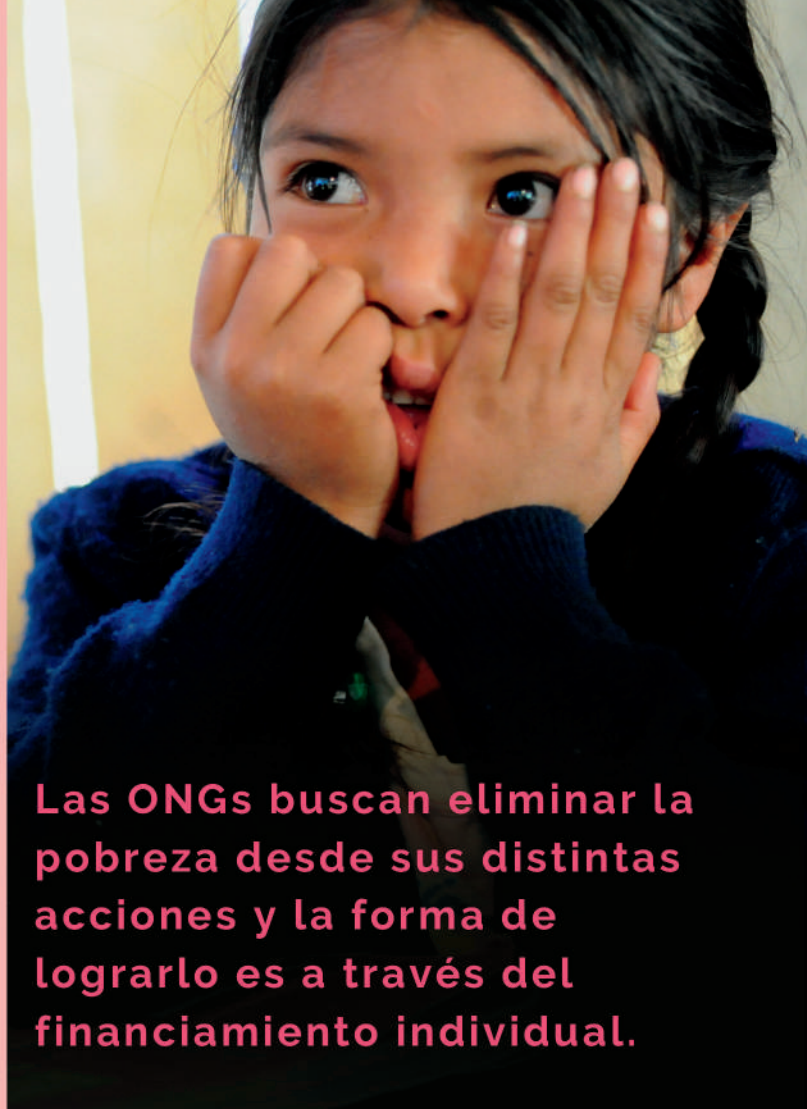
Adicionalmente las ONG deben presentar sus reportes financieros auditados por empresas externas para corroborar la transparencia en el uso y gestión de los recursos monetarios, técnicos y administrativos.

Las ONGs autorizadas para emitir **recibos deducibles de impuestos** deben cumplir una serie de rigurosos requisitos para mantener su estatus de donataria autorizada. Lo que brinda certeza y respaldo fiscal a las personas que decidan donar a su causa.

### Razón 4: Contribuirá a reducir la pobreza

La mayoría de las ONGs, también buscan eliminar la pobreza desde sus distintas acciones o alcances. La forma de lograrlo es a través del financiamiento de programas y proyectos que contribuyan con su desarrollo sostenible.

Por ello, la manera más costo-efectiva de obtener estos cambios es mediante aportaciones monetarias. El donativo que realice por menor que sea será un factor determinante en la reducción de la pobreza y contribuirá en la mejora de las condiciones de vida de las personas que viven en vulnerabilidad. Toma en cuenta el enfoque de cada ONG y **prioriza a las organizaciones que contribuyen a que las personas sean partícipes de su cambio**, para no generar dependencia de los proyectos sociales.



**Las ONGs buscan eliminar la pobreza desde sus distintas acciones y la forma de lograrlo es a través del financiamiento individual.**

### Razón 5. Tienes beneficios personales

La donación te brinda beneficios personales, ya que puedes tener beneficios fiscales, ya que puedes deducir de impuestos las donaciones que realices. Puedes comprobar que sea deducible de impuestos revisando el Diario Oficial de la Federación.

Al hacer donaciones filantrópicas, los agentes de seguros pueden conocer y comprender mejor las situaciones de desigualdad y vulnerabilidad de la sociedad, así como también pueden tener una gran visión para participar en la solución de estas problemáticas. Además, al hacer donaciones filantrópicas, los agentes de seguros actúan como un ejemplo para la próxima generación, mostrando el valor de la solidaridad.

**Los agentes de seguros no solo obtienen beneficios fiscales, sino también una oportunidad única para ayudar a las personas a proteger lo que más les importa, y devolverle a la sociedad.**

# ¿QUÉ SIGNIFICAN LAS DONACIONES A FONDO PARA LA PAZ?

Fondo para la Paz es una institución de asistencia privada que trabaja en el desarrollo sostenible de comunidades rurales primordialmente indígenas para implementar proyectos participativos, incluyentes y sostenibles. Es un organismo que se financia básicamente con aportaciones voluntarias, donaciones mensuales de particulares, financiamiento de empresas, y fundaciones, entre otros.

Para **Fondo para la Paz, contar con la ayuda de socios y socias (donantes) de manera mensual es esencial.** Gracias a estas donaciones, Fondo para la Paz puede continuar con su labor a lo largo del país.

La ayuda proporcionada por los donantes permite mantener los proyectos ya implementados, desarrollar nuevos programas y, por supuesto, dar respuesta a emergencias humanitarias que requieren una atención inmediata.

Si quiere ser parte de esta gran labor, puede realizar una donación **desde 300 pesos mensuales**, que equivale a 10 pesos diarios. Con su contribución estará ayudando a la transformación de la realidad de más de **30 mil personas que viven en condiciones de pobreza y pobreza extrema en México.**

**Puedes hacer tu donación entrando a:**

**[fondoparalapaz.org/donar](http://fondoparalapaz.org/donar)**

**teléfono: 55-5570-2791**

**Whatsapp: 55 3929 9660**



**Su contribución beneficia a más de 30,000 personas que viven en condiciones de pobreza en México.**



SÚMATE

# POR UNA VIDA LIBRE DE POBREZA



Cada día miles de personas sufren las consecuencias de vivir en zonas vulnerables en condiciones de pobreza. Fondo para la Paz IAP está trabajando desde 1994 para transformar esta realidad.

Tú puedes hacer la diferencia con una donación desde 300 pesos al mes.

Dona en; [fondoparalapaz.org/donar](http://fondoparalapaz.org/donar)  
teléfono: 55-5570-2791  
Whatsapp: 55 3929 9660



FONDO PARA  
**La Paz**

---

**LOS MEJORES AGENTES DE  
SEGUROS RECOMIENDAN  
LOS MEJORES PRODUCTOS.**

---

Prevem  
seguros 



**Compañía Mexicana Especialista en Gastos Médicos Mayores  
y Accidentes Personales que Siempre está **Cerca de Ti**®.**

[www.prevemseguros.com.mx](http://www.prevemseguros.com.mx)  
5591782689 - 8002773836  
[cercadeti@prevemseguros.com.mx](mailto:cercadeti@prevemseguros.com.mx)

Tecoyotitla 412 Col. Ex Hacienda de Guadalupe Chimalistac,  
Alcaldía Álvaro Obregón, C.P. 01050 Ciudad de México.

Una empresa de  **Grupo  
Valore**



# Innovación: el camino hacia la recuperación en el sector seguros

*La transformación de empresas como **GMX Seguros** hacia la innovación, es clave para retomar el crecimiento con tecnologías como robots, IA, biometría y el acercamiento hacia el sector InsurTech.*



En los años recientes, la pandemia tuvo un impacto poderoso en muchas industrias. Si hablamos de seguros, el sector llegó a tener una contracción de hasta 3% en 2020 y 2021, según datos de la SHCP; las buenas noticias son que hoy en día se percibe una importante recuperación derivada de diversos factores, que en gran medida también se relacionan con la innovación tecnológica.

Un estudio de KPMG, indica que el esfuerzo en diversas industrias tras la pandemia se ha dirigido principalmente hacia la recuperación económica, para lo cual, las empresas han adoptado las nuevas tecnologías como estrategia principal. El 58% de directivos encuestados, reconocen la transformación digital como parte de una estrategia definida a largo plazo.

En México, empresas de alto arraigo en el sector, como **GMX Seguros**, líder en seguros de Responsabilidad Civil y Daños, ha dado un giro radical hacia la innovación con soluciones que le permiten tener una relación más estrecha con los consumidores, generar una experiencia laboral más eficiente para sus empleados, tener mayor agilidad en sus servicios y crear una mayor confianza; esfuerzos que al final se traducen en mejores resultados.

Aunque las aseguradoras son vistas tradicionalmente como una industria estática y con poco margen de flexibilidad, en **GMX Seguros**, el camino correcto es mirar hacia la tecnología e incluso acercarse a sectores emergentes como las InsurTechs, empresas a las que esta compañía no considera competidoras, sino aliadas hacia la construcción de una industria más robusta en términos de innovación.

**Hoy en día GMX Seguros** aplica soluciones tecnológicas como parte de su día a día con resultados interesantes que le ayudan a mejorar sus procesos y tener una relación más saludable con sus clientes y trabajadores internos. Algunos ejemplos de ello son los siguientes:

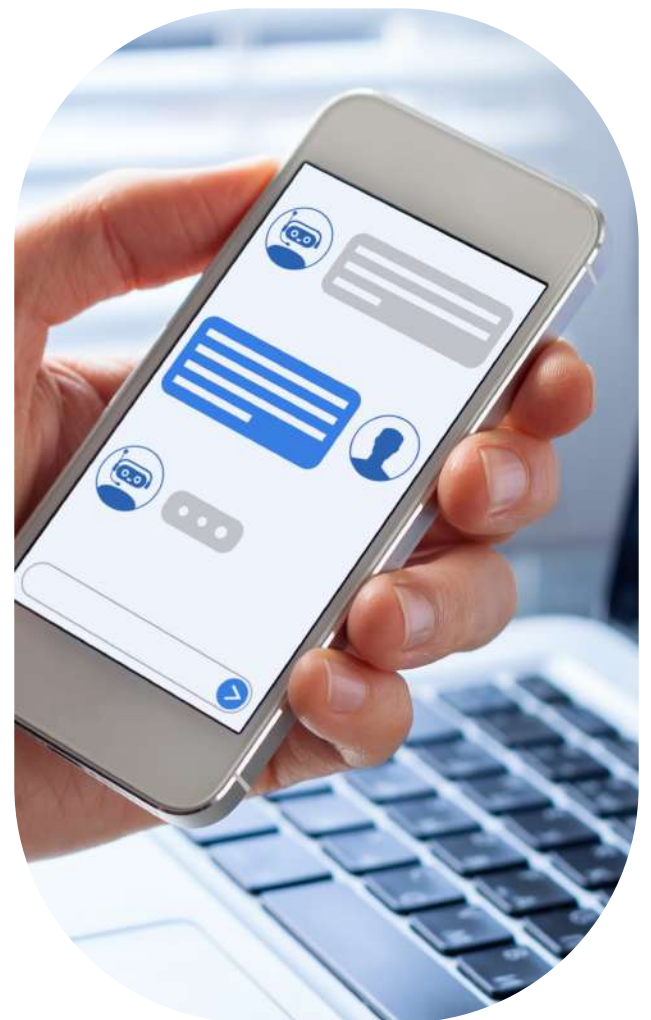
### Puntos de venta en línea (PVL)

**GMX Seguros** ha virado en los últimos 11 años hacia la tecnología digital, para optimizar el acercamiento con los agentes de seguros que buscan una experiencia más ágil para emitir pólizas especializadas de responsabilidad civil para sus clientes. El sistema ayuda con la generación de pólizas y automatización de algunos procesos que reducen considerablemente los tiempos y esfuerzos. Además de que permite tener un perfil claro del cliente para dar seguimiento a sus requerimientos.

Su objetivo es que la operación en la suscripción de riesgos sea totalmente digital en los siguientes años, para liberar al personal y permitir que se ofrezca un servicio óptimo que concentre los esfuerzos en el cierre y crecimiento del negocio.

### Chatbot

Para **GMX Seguros** la atención a sus clientes y seguimiento de sus procesos es fundamental. A través del uso de Inteligencia Artificial generaron un chatbot que recopila información de los clientes y resuelve sus dudas o canaliza a sus clientes a las áreas adecuadas para dar solución a sus casos. Este servicio está en constante optimización a través de la información que se recopila con la tecnología.



## RPA (Robotic Process Automation)

En cuanto a los procesos internos, **GMX Seguros** utiliza un robot que automatiza muchos de los procesos internos que anteriormente requerían de muchas horas del personal para el llenado de formatos o certificados.

Tareas que anteriormente requerían de un equipo de varias personas para realizar certificados en una semana y media, hoy en día se realizan en 36 horas con un robot que los puede llenar sin errores ortográficos y con total confianza.

Cabe mencionar que el uso de este robot no es para prescindir del trabajo humano, sino para liberar al personal de tareas tediosas y permitirles concentrarse en otro tipo de asignaciones más complejas como creación de estrategias y planes de innovación para incentivar el crecimiento de la empresa.

## Seguimiento de siniestros

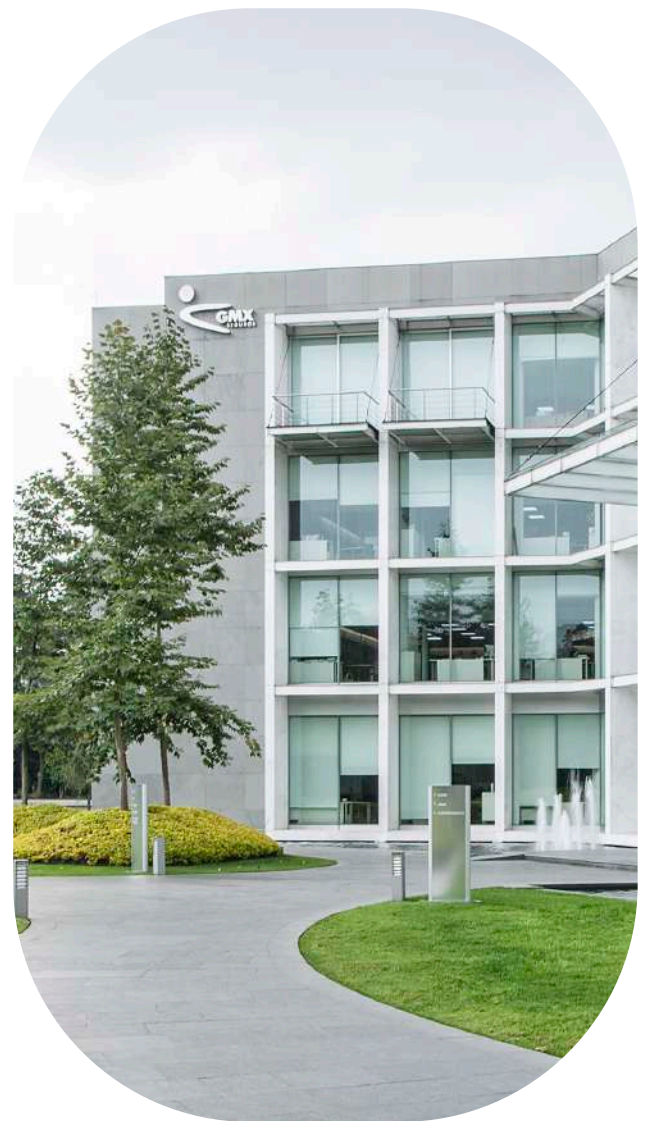
Todas estas innovaciones, más el uso de otras herramientas como la biometría, se suman a la aplicación de **GMX Seguros** para un punto fundamental en los procesos con el cliente, que es el seguimiento de siniestros.

Hoy en día **GMX Seguros** es la única compañía en el sector de daños sin autos, que proporciona información de los siniestros paso a paso y sin tener que hablar con un agente. La aplicación notifica en qué parte del proceso estás, si te hace falta información o documentos. A través de la biometría se pueden confirmar procesos, tomar fotos, videos y datos sobre el siniestro para culminar tareas que antes requerían semanas, en apenas unas horas.

Este sistema permite inclusive hacer propuestas de ajuste desde el lugar del siniestro y culminar el proceso de pago hasta en 48 horas.

La tecnología continúa evolucionando aceleradamente y cada industria adopta nuevos procesos con mayor velocidad. Aunque el camino hacia la recuperación económica ha sido lento en muchos sectores, es indudable que la tecnología es un factor determinante para continuar siendo competitivos en muchos de los casos.

Conoce más sobre **GMX Seguros** en: <https://www.gmx.com.mx/>





**Innovamos hoy los seguros que  
te acompañarán mañana.**



En GMX Seguros nos preparamos desde hoy, innovando los seguros que demandará el futuro.



Presente en tu futuro.

[gmx.com.mx](http://gmx.com.mx)

# Quálitas es líder por su excelencia en el servicio, pero también por su formación de agentes



**En esta industria, hay algo que todos debemos tener claro: ser agente de seguros es una profesión, no un oficio ni mucho menos una alternativa “fácil” para quienes no han trascendido en otras actividades. Convertirse en un agente conlleva un minucioso proceso, inversiones y pruebas que no son tan sencillas como parecen.**

Si bien existe un número considerable de profesionistas que han adoptado la venta de seguros como una segunda vía para obtener ingresos, también hay quienes a raíz de ejemplos cercanos o por su perfil sociable donde la atención es clave, ven a esta actividad como una buena manera de crecer económica y personalmente. Historias de éxito al respecto hay muchas, pero no todo es miel sobre hojuelas: se espera que en unos años el sector viva una crisis por falta de agentes, al menos en el segmento vehicular.

Este panorama del mercado lo identificó hace una década Quálitas, la compañía líder en seguros vehiculares a nivel nacional desde hace 16 años, por lo cual tomó cartas en el asunto y creó el programa de Formación de Agentes Quálitas, encargado de captar por diversos canales los mejores perfiles de posibles agentes, con la intención de convertirlos en profesionales competitivos que aparte de crecer ayuden a que la gente esté más protegida al momento de circular.

Todo surgió cuando el Lic. Joaquín Brockman Lozano, socio fundador de Quálitas, detectó que la plantilla de agentes de Quálitas estaba compuesta por personas muy dedicadas que poco a poco llegaban al final de su carrera, por lo que era necesario desarrollar a nuevos jóvenes que continuaran la tendencia de crecimiento de la empresa, ya sea generando sus propias carteras de clientes o heredando las que sus familiares cercanos al retiro habían construido con tantos años de esfuerzo y compromiso”; comenta María del Carmen Madrazo, Directora de Desarrollo de Oficinas y Agentes.

Fue entonces que se echó a andar este programa, con una particularidad muy especial que hace total sentido con el espíritu de “excelencia en el servicio” de Quálitas, y con su manera de preocuparse por la gente antes que por el negocio: la cercanía y el acompañamiento.



Para convertirse en agente de seguros de Quálitas, la firma lanza constantemente campañas que van desde anuncios en redes sociales y en bolsas de trabajo, hasta el escuchar las recomendaciones de colaboradores y agentes; además, cualquier interesado puede postularse entrando al micrositio “Conviértete en Agente”, enviando un correo a [formacionagentes@qualitas.com.mx](mailto:formacionagentes@qualitas.com.mx) o escaneando el siguiente código QR.



Entre los beneficios que ofrece esta profesión, destacan: contar con una segunda fuente de ingresos, algo muy recurrente pues cerca del 40% de los agentes de Quálitas son personas dedicadas a otra actividad económica o a alguna relacionada con el sector vehicular; emprender un negocio propio sin invertir grandes cantidades de dinero, apoyados por la compañía líder en el mercado nacional de seguros automotrices; e incluso percibir hasta 30 mil o 40 mil pesos mensuales con el paso de los años, montos que llegan a superar lo que gana un agente que vende seguros de vida.

Una vez que los interesados se dan de alta en la plataforma, con la firme convicción de incorporarse rápidamente en una actividad productiva con un amplio mercado potencial, éstos tienen una serie de entrevistas con directivos de la compañía y pasan por un proceso de capacitación segmentado en

4 módulos, hasta finalmente presentar el examen para obtener la cédula “A” otorgada por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), trámite para el cual reciben un apoyo económico de Quálitas dependiendo de su rendimiento.

Así como la empresa se ha ganado un prestigio por acompañar a sus asegurados ante cualquier siniestro, por muy pequeño que sea, Quálitas ha cuidado mucho el llevar el mismo tipo de acompañamiento con sus prospectos de agentes. El examen es complicado, y si los resultados no son los esperados, alientan al prospecto para que no se rinda, dándole las herramientas para seguir adelante.

*“Para nosotros, el acompañamiento lo es todo en este breve pero complicado camino, el curso dura una semana dedicándole cinco horas diarias. Esto nos permite resolver con ellos los problemas que les impedían mejorar. Cabe destacar que para obtener una buena puntuación, no basta con poseer los conocimientos teóricos sino también los prácticos, por lo que aparte de los módulos les damos acceso a un simulador, al cual les sugerimos entrar de cinco a diez veces para estar realmente preparados”; agrega María del Carmen Madrazo.*

*“Todo esto lo hacemos con una fuerte carga de trato humano, algo que ha caracterizado a Quálitas dentro y fuera de la organización por más de 29 años. Recibimos a prospectos que nunca habían estado en contacto con esta industria, así como jóvenes que detectaron en la escuela que poseen una fuerte vocación de servicio; concluye María del Carmen Madrazo, Directora de Desarrollo de Oficinas y Agentes.*





# ¡Súmate a nuestras 18,000 historias de éxito!

Ser Agente de Seguros es una profesión que hoy puedes desarrollar con **Quálitas**, la compañía líder en seguro automotriz.

## ¿Qué necesitas?

Si deseas ser tu propio jefe, tienes vocación por brindar servicio y aprovechas las ventajas que te brinda la tecnología moderna, tienes el perfil ideal para convertirte en **Agente de Seguros**.

## ¿Cómo te ayuda Quálitas?

- Apoyo económico para presentar examen y obtener tu cédula ante la CNSF.
- Capacitación y desarrollo.
- Integración al nuevo entorno digital y acceso a recursos tecnológicos.
- Crecimiento constante.



**¡No lo pienses más y construye desde hoy tu historia de éxito con Quálitas!**

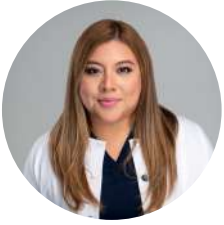
Contacto:

[www.qualitas.com.mx/web/qmx/conviertete-en-agente](http://www.qualitas.com.mx/web/qmx/conviertete-en-agente)



FORMACIÓN  
DE  
AGENTES  
Quálicas

# El seguro incomprendido



**Dra. Joana Díaz Trejo**

Médico Dictaminador y Especialista en Siniestros de Gastos Médicos

Los seguros de GMM a mi parecer, son los seguros más incomprendidos que se comercializan hoy en día. Cada semana nos toca ver un nuevo video en redes sociales, una nota en algún periódico, incluso iniciativas de diputados que tienen aristas y que en la mayoría de los casos se puede entender que las condiciones generales fueron aplicadas, pero el usuario incluso hasta los agentes las desconocía; y no, no estoy diciendo que en el sector asegurador todo es perfecto, claro que no, en este sector hay mucho que mejorar, mucho por crecer y mucho que innovar.

¿Pero cómo contribuir desde mi trinchera de agente de seguros para que esto suceda?

En primer lugar, debes tener ética. Resulta muy tentador que se oculten ciertos riesgos, pero piensa que una mala suscripción es el inicio de una historia de terror, imagínate a tu cliente diciendo en un video que se hace viral que su agente le dijo que no declararían que fumaba 5 cigarros al día.

Segundo, tienes que conocer las condiciones generales de los productos que comercializas. Desde lo cubierto hasta lo no amparado, el saber las condiciones te permite estar adelante de los demás, muchos agentes nunca han leído unas condiciones y sólo basan su conocimiento en los cursos que imparte la compañía que no están mal, pero no son las condiciones generales.

Tercero, tienes que estar convencido por todas las vivencias que ya te tocó gestionar, que el SGMM es la mejor herramienta para el restablecimiento de la salud sin perder el patrimonio.

Hoy en día no es un secreto saber que la salud pública no es como quisiéramos y está documentado que las atenciones en hospital de gobierno tienen más mortalidad y mucho menos calidad en la atención de los pacientes.

Cuarto, utiliza las redes sociales a tu favor, es muy fácil que lo malo se difunda rápido, pero estoy segura de que si lo redactas o lo dices de alguna forma que el público tenga curiosidad o morbo de saber más de los casos, puedes contar historias tan populares y hacerla tendencia, como las que existen contado lo malo y estoy segura que terminaran por convencer a más personas de adquirir su SGMM.



Quinto, el acompañamiento de tu cliente. Si ya realizaste una excelente suscripción del producto, si cada renovación pláticas con él y ya llegó la hora del siniestro, déjame decirte que esta es la oportunidad de terminar de hacer de brillar tu trabajo y al maravilloso seguro de gastos médicos mayores. Es muy importante asesorarlo y si no sabes, pregunta... te recuerdo que estás en el sector donde siempre se están ayudando entre asesores.

Estar cerca de tu cliente en estos momentos es primordial, recuerda que perdió la salud y que además una de sus preocupaciones es si va a ser cubierto por su seguro.

Hagamos que el seguro de gastos médicos sea más comprensible, más amistoso, lo vean como una necesidad básica y con tu granito de arena los usuarios tengan la mejor experiencia y lo más importante cuéntalo en la redes sociales.

# MEMBRESÍAS

## Al adquirir una de nuestras **membresías** lograrás:

- Certeza en la dictaminación de los siniestros en gastos médicos.
- Administración correcta de la siniestralidad de tu carrera en gastos médicos.
- Resolución de siniestros en gastos médicos en 24 horas.
- Tiempo para prospectar a tus futuros clientes.



@ladocdelosseguros



www.joanadiaz.mx

La Doc. de Los Seguros



contacto@joanadiaz.mx

Somos la consultoría en gastos médicos mayores que te brindará soluciones a través de nuestro equipo de trabajo, que se conforma por especialistas en el ramo médico y de administración.

**J** JOANA DÍAZ  
LA DOC. DE LOS SEGUROS



833 108 3926



¡Escanea este CÓDIGO QR para más información!

# MEMBRESÍAS

¿Los siniestros de tu cartera consumen tiempo y recursos?

¿Los siniestros de tu cartera en gastos médicos necesitan de atención personalizada?

¿Los siniestros de tu cartera en gastos médicos no te dejan prospectar clientes potenciales?

¿Los siniestros de tu cartera en gastos médicos tienen mucho tiempo sin poder resolverse?

**Si alguna de estas preguntas, contestaste que SÍ, La Doc. de los Seguros es parte de tus soluciones..**

**Al adquirir una de nuestras membresías de servicios lograrás:**

- Certeza en la dictaminación de los siniestros en gastos médicos.
- Administración correcta de la siniestralidad de tu cartera en gastos médicos.
- Resolución de siniestros en gastos médicos en 24 horas.
- Tiempo para prospectar a tus futuros clientes.



**Somos la consultoría en gastos médicos mayores que te brindará soluciones a través de nuestro equipo de trabajo que se conforma por especialistas en el ramo médico y de administración.**

**¿Te gustaría recibir nuestra información de servicios?**

**¡Escanea este CÓDIGO QR y con gusto te contactamos!**



# HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA AGENTES DE SEGUROS.

Lic. Griselda González Moreno  
**Directora comercial**

Hoy en día el mundo está inmerso en la tecnología.

Las grandes empresas están evolucionando y mejorando sus procesos, su forma de vender y el sector asegurador no es la excepción.

Los asegurados están cambiando su comportamiento, se vuelven cada vez más exigentes y el mercado es cada vez más competitivo.

Ante esta situación, *¿Qué puede hacer el agente de seguros?* Subirse al tren y adaptarse al cambio, sacar provecho de la era digital y las herramientas tecnológicas que tenemos a nuestra disposición. Esto podría hacer la diferencia entre mantenerse vigentes o no.

Ahora, *¿Cómo formar parte de esta evolución?* Primero, quitándose el miedo, el cambio siempre es bueno y segundo, aprovechando las herramientas innovadoras que nos ayudarán a crecer.

“**La tecnología mueve al mundo.**”

**- Steve Jobs**



Dentro de las opciones que no se pueden pasar por alto, está el contratar un **software para administración de cartera**. ¡Llegó la hora de decirle adiós a las hojas de Excel!



Alejarse de las ideas preconcebidas acerca del manejo de los administradores de cartera:

- Son difíciles de usar.
- Son muy caros.
- No creo entenderle.

Es evidente que todo lo que vale la pena cuesta y debemos contemplarlo como una inversión.

Te invito a reflexionar sobre lo siguiente: *¿Qué estoy haciendo para que me elijan a mí y no a mi competencia?* La respuesta es el *diferencial en su servicio*.

En un mercado tan competitivo, donde existen más de 60,000 agentes de seguros, el crear una estrategia respecto a cómo y cuándo hacemos las cosas, la forma de brindar atención a nuestros clientes y prospectos, es de suma importancia.

### ***¿Qué podemos hacer para generar ese diferencial?***



Hoy más que nunca es importante invertir en tecnología para tu negocio, con la intención de reforzar el servicio y atención a cada uno de tus asegurados.

El optimizar procesos administrativos también es clave, esto se logra con el apoyo de un sistema de administración de cartera con procesos establecidos y automatizados para gestionar la cartera.

Al hacer uso la tecnología tendrás otro tipo de oportunidades de negocios y esa imagen comercial que tanto buscas.

**Mejorar el  
servicio y  
atención  
al cliente**

**Optimizar  
procesos  
administrativos**

**Consolidar tu  
imagen  
comercial**

Por lo tanto, me interesa contarte de SICAS® Online.

SICAS® es un **sistema integral**, que al ser desarrollado por una empresa de TI y gracias a sus más de 23 años de experiencia cuenta con módulos funcionales que dan paso a la automatización de procesos, esto es la manera ideal para ahorrar tiempo en cuestiones administrativas y ocuparlo en lo que saben hacer mejor: **¡VENDER SEGUROS!**

**Esto a su vez los convierte en agentes mucho más productivos y exitosos.**

Ahora bien, hablemos de **Marketing digital**, SICAS® te permite realizar tus propias campañas de publicidad para dar a conocer tus promociones o nuevos seguros, y lo mejor de todo es que no es necesario ser diseñador, el sistema cuenta con **plantillas predeterminadas** que se pueden personalizar fácilmente, además de brindar la posibilidad de realizar venta cruzada y obtener más ventas con tus clientes potenciales.

Otro beneficio del sistema son las **herramientas CRM**, que nos ayudan a mejorar el servicio para sus asegurados y una mejor imagen corporativa con avisos automáticos, bitácoras envíos de correos individuales y masivos, así como SMS y WhatsApp.

SICAS® cuenta con **gráficos e indicadores predeterminados** que te ayudarán a entender mejor la evolución que está teniendo tu despacho de seguros y detectar las áreas de oportunidad.

Según Forbes, el 91.7% de los asegurados prefieren que la **comunicación** con su agente de seguros sea a través de algún **dispositivo móvil**. ¿Dimensionas esto? SICAS® te ofrece **aplicaciones móviles** para ti y sus asegurados.

Actualmente somos el único sistema en México en contar con una certificación ISO 27001, el objetivo de esta certificación es proteger la confidencialidad e integridad de la información.

Únete a la era digital con **SICAS® Online** y no limites tu éxito, evoluciona y atrévete hacer cosas diferentes para obtener resultados diferentes.





# Sistema integral para agentes de seguros y fianzas



**Visita nuestra página web para conocer más acerca de nosotros y nuestros productos.**

Encuétranos como **GRUPO BOGO - SICAS® Online**



55 3093 8135 / 55 3603 1313

ventas@sicas.com.mx

www.sicasonline.net

# ¿QUÉ NOS DEJÓ LA COVID?



Laura Edith Islas Yáñez

Directora General  
Revista Siniestro

**M**ás allá de las lamentables muertes y pérdidas que produjo la pandemia, la covid transformó de forma vertiginosa y radical nuestra existencia. No solo revaloramos la convivencia familiar, las relaciones sociales, el bienestar físico o mental y ciertas libertades pausadas por las medidas sanitarias, sino también replanteamos nuestra vida en todos los ámbitos, cuestionándonos si las actitudes, los hábitos, las prioridades, los negocios y la manera de hacer las cosas, que teníamos antes de la crisis, eran los mejores y estaban a la altura tanto de las nuevas circunstancias como de un futuro cada vez menos lejano.

A partir de la pandemia, en la mente de las personas, las empresas, los organismos nacionales e internacionales y los gobiernos comenzó a resonar una pregunta que también nos hemos planteado quienes formamos parte del sector asegurador: “¿Qué haremos si algo como esto sucede otra vez?”. Para responder de manera adecuada e inteligente esta cuestión resulta esencial aprender de lo vivido, pues quien “no conoce su historia está condenado a repetirla” y lo malo no es que se repliquen los aciertos, sino los errores. Por ello, te invito a recordar conmigo las enseñanzas y retos clave que dejó la covid a nuestra industria.

## APRENDIZAJES

**O**bligados por la pandemia, intermediarios, aseguradoras, asociaciones y demás participantes del sector salimos de la zona de confort y aprendimos a trabajar de una forma diferente. Nos dimos cuenta de que el negocio podía continuar aun a distancia, a pesar de que nunca dejamos de extrañar el contacto humano físico que muchos de nuestros clientes y nosotros buscamos, especialmente cuando se trata de confiar en un tercero nuestra vida o patrimonio. Además, vimos cómo podíamos y debíamos confiar en que cada engrane haría su labor en tiempo y forma desde su trinchera.

Abandonar las oficinas y las citas presenciales para hacer de nuestros hogares unos pequeños búnkeres antivirales, desde donde atendíamos de la mejor manera posible al mundo, no fue nada fácil. El pan de cada día eran las velocidades de internet que no estaban preparadas para un uso rudo, los dispositivos modestos que no estaban equipados como los de los centros de trabajo y las personas que, en su mayoría, no estaban acostumbradas a usar la tecnología y mucho menos a depender de ella para sobrevivir a una crisis que volcó los paradigmas.



Todos estuvimos allí, detenidos por cierto tiempo en un punto muerto, ante la incertidumbre con la que convivimos a diario al trasladar riesgos y a la que, a pesar de estar tan familiarizados, nunca habíamos sentido tan cerca. Sin embargo, aunque a lo largo de la historia nos hemos caracterizado por tener cierta resistencia al cambio, decidimos evolucionar y lo hicimos. Por supuesto, algunos se reinventaron más que otros, no solo adaptándose a un entorno complicado, sino también aprovechando las oportunidades que surgieron de los riesgos emergentes.



A pesar de que muchos preferimos las actividades presenciales, los webinars y otras iniciativas en línea fueron exitosos y vitales para la difusión del conocimiento, el crecimiento del seguro, el posicionamiento de nuestra industria, la formación de redes de trabajo o apoyo, el fortalecimiento del capital humano de las aseguradoras y la capacitación oportuna tanto de los intermediarios como de otras figuras importantes de nuestro ecosistema. Cada actividad remota mostró que la tecnología no es una enemiga que llegó a sustituirnos, sino una aliada estratégica que está a nuestro servicio.

Por supuesto, mientras algunos apenas dábamos los primeros pasos hacia la transformación digital y la automatización de los procesos, otros nos mostraban el camino a seguir, consolidándose como la punta de lanza del sector en medio de la pandemia. Entre esta vanguardia, sonó cada vez más el modelo de negocio de las insurtech, cuyo alto componente tecnológico les ofreció una ventaja frente a las aseguradoras tradicionales; sin embargo, en lugar de aprovecharse de ello, se mostraron dispuestas a inyectar disrupción al sector e impulsar su desarrollo.

El contexto evidenció que nuestro motor de cambio y razón de existir no es el lucro, sino la sociedad. No por nada la intermediación de seguros fue una actividad esencial frente a la pandemia. La crisis abrió la puerta para que las familias, empresas e instituciones entiendan la importancia del seguro y para que nosotros seamos más creativos a la hora de diseñar o colocar pólizas. El mercado muestra un mayor interés en protegerse, pues ha visto que las aseguradoras sí pagan y que su vida puede cambiar en un segundo.



# DESAFÍOS

Aunque Gastos Médicos y Vida crecieron por la covid, debemos revisar si conservamos a los clientes asegurados durante la pandemia, pues no se trata de lograr un aumento fugaz del aseguramiento de la población mexicana, sino de incrementar y mantener la protección y resiliencia del país, lo que nos exige, entre otras cosas, esforzarnos más en generar confianza entre los consumidores, hacer tangibles los beneficios de las pólizas, poner atención en las áreas de servicio al cliente y lograr que las protecciones sean fáciles de contratar, pagar y usar, de manera que tanto los agentes veteranos como los más de 8000 noveles permanezcan y sigan protegiendo a las familias y empresas.

Además, debemos seguir invirtiendo en la tecnología y la capacitación de los recursos humanos, para optimizar nuestra operación y mejorar la experiencia del cliente antes, durante y después del siniestro. Esto implica revisar cuáles tecnologías sobrevivieron y qué nichos de mercado prefieren el trato de una persona en lugar de, por ejemplo, una aplicación o una plataforma.

También implica fortalecer nuestra capacidad de adelantarnos y adaptarnos a los cada vez más frecuentes y rápidos cambios, pues no es un secreto que algunos agentes dejaron la actividad por no subirse a la ola de los nuevos métodos y que las tendencias de hoy serán insuficientes mañana.

“

Nos quedan muchas enormes tareas, pero confiamos en que no se apagará el fuego que se avivó en nuestros corazones y *Revista Siniestro* será testigo de un nuevo amanecer del seguro.

”



# REVISTA Siniestro

Somos la primer Revista del sector asegurador en formato impreso y digital que narra casos de siniestros cobrados con éxito.

**NOS DISTRIBUIMOS MENSUALMENTE DE FORMA GRATUITA**

## Tiraje

**4 Mil ejemplares**

**Distribución:** En los principales corredores financieros de la CDMX como lo son: Reforma, Insurgentes, Santa Fe, Polanco, Lomas de Chapultepec. Así como en diversas promotorías, hospitales, consultorios, auto lavados, refaccionarias, agencias automotrices. También estamos circulando en diversos eventos del sector, en la recepción de las aseguradoras y entre los directivos de las mismas.

Hoy en día contamos con suscriptores del interior y resto del país, así como entre los socios de Amasfac y Aspro Gama de todo el país.

### Servicios:

- Entrevistas
- Publireportajes
- Anuncios Desplegados
- Redes sociales



REVISTA  
**Siniestro**



Twitter: @RevSiniestro  
Facebook: www.facebook/revistasiniestro  
Instagram: @revistasiniestro  
www.revistasiniestro.com.mx  
Tel.: 5589 033659  
E-mail: lauraislas@revistasiniestro.com.mx



En **Seguros Argos**  
conmemoramos el

65

*aniversario*

de la

**AMASFAC**



Una empresa de  **Grupo Valore**

Gracias por contribuir a la  
**Formación Profesional de Agentes de Seguros y Fianzas,**  
promoviendo las mejores prácticas.



**Ignacio González**  
Director General  
de HDI SEGUROS

# AGENTES DE SEGUROS:

## MOTOR DE LA INDUSTRIA ASEGURADORA

**HDI SEGUROS valora enormemente el papel de los agentes de seguros** no solo como fuerza de ventas, sino como profesionales que asesoran y acompañan en los momentos inesperados a sus clientes.

**El sector asegurador experimentó un crecimiento saludable del 5.3%** en el primer trimestre de 2023, demostrando una envidiable estabilidad en los últimos años y siendo catalogado como una actividad económica esencial durante la contingencia sanitaria.

Para mantenerse a la vanguardia, las empresas del sector han adaptado sus estrategias a los cambios en los patrones de

compra de los usuarios de servicios financieros. Han abrazado tecnologías innovadoras, ofreciendo nuevos productos y servicios que satisfacen las necesidades de su clientela, y han abierto nuevos canales de venta para destacar en el mercado.

**Ignacio González, director general de HDI SEGUROS,** destaca la importancia de un enfoque centrado en las personas:

"Nuestro negocio es de personas para personas". **Los agentes de seguros no solo acercan los productos a los clientes, sino que también se convierten en consejeros de protección para familias y negocios.**

**Según la CNSF, en el país existen más de 62,000 agentes de seguros vigentes,** siendo un canal de distribución muy relevante para las compañías aseguradoras.

Sin embargo, los agentes también enfrentan un desafío importante: una población con escasa cultura financiera. Según CONDUSEF, el 56% de los adultos tiene un conocimiento limitado en temas financieros. Aunque existe un amplio margen de oportunidad, **solo el 21% de la población cuenta con algún tipo de seguro, según la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2021 del INEGI.**

Los agentes se convierten en asesores que se adaptan a las necesidades, ciclos de vida y capacidad de compra de las personas. **Ignacio González** añade: *"En HDI SEGUROS, nos esforzamos por ofrecer productos innovadores y un servicio cercano y humano. Brindamos a nuestros agentes las herramientas necesarias para presentar alternativas y soluciones a sus clientes".*

**La industria de seguros ha avanzado significativamente gracias a los avances tecnológicos y digitales,** como la inteligencia artificial, la automatización de procesos y la

telemática. **HDI SEGUROS se ha mantenido a la vanguardia,** liderando la adopción de estas tecnologías e introduciendo seguros de auto que incorporan rastreo satelital.

El directivo destaca la responsabilidad de facilitar a los agentes las herramientas necesarias para desempeñar su labor de manera eficiente y satisfacer las demandas del mercado.

**En HDI SEGUROS, se han aprovechado los avances tecnológicos,** para automatizar tareas cotidianas mediante el uso de robots. Además, se han desarrollado plataformas que permiten a los agentes administrar sus carteras y monitorear su desempeño. También se han implementado soluciones innovadoras que facilitan a los asegurados rastrear en tiempo real la ubicación de su ajustador y dar seguimiento a sus trámites.

**Un agente de seguros no es solo un vendedor, sino un compañero de vida.** Son consejeros que guían hacia las mejores decisiones para proteger el patrimonio y mantener el bienestar de las familias. **Son los pilares de la industria aseguradora en nuestro país.**





**Felicita a:**



**A M A S F A C**  
siempre a tu lado

**Por cumplir**

**65**  
**AÑOS**

Como el principal impulsor y formador de Agentes de seguros en nuestro país.

**Gracias por permitirnos acompañarlos en esta historia de éxito.**

**HDI SEGUROS, tu compañía.**

# ANA VOLANTE DIGITAL

En **ANA Seguros** hemos desarrollado una plataforma muy sencilla de utilizar que te brindará transparencia, claridad y apoyo en todas las etapas por las que pasa un vehículo cuando se presenta un accidente vial y requiere su reparación.

Esta plataforma la podrás utilizar desde tu celular sin la necesidad de instalar una aplicación, convirtiéndola así en una experiencia única en el mercado.

A continuación te mostramos cómo funciona **ANA VOLANTE DIGITAL**:

Al momento de presentarse un accidente vial, nuestro ajustador te compartirá una liga a través de un mensaje de texto y por correo electrónico para que desde tu celular puedas comenzar a usar esta herramienta. Todos tus datos personales estarán protegidos y serán tratados de manera confidencial.

Se abrirá una ventana donde podrás observar tus datos y los de tu vehículo, así como la opción de seleccionar un Centro de Reparación de confianza o

que se encuentre cercano a tu posición. Inclusive, a través de la geolocalización, podrás conocer la ruta más rápida y eficiente para llegar al Centro de Reparación seleccionado.

Al momento de llegar al taller deberás mostrar el código QR que se generó, de esta manera se registrará el ingreso de tu vehículo al taller y comenzaremos el proceso de reparación, del cual podrás estar enterado en tiempo real. Visualizarás el porcentaje de avance y fotografías de su estatus, inclusive, podrás solicitar ayuda de un asesor de servicio y ser contactado vía WhatsApp o a través de una llamada telefónica para solucionar tus dudas o guiarte en el proceso de reparación.

Una vez que tu vehículo se encuentre listo, se te notificará que ya puedes pasar al Centro de Reparación seleccionado.



# SEGUIMIENTO DE TU VEHÍCULO EN TIEMPO REAL

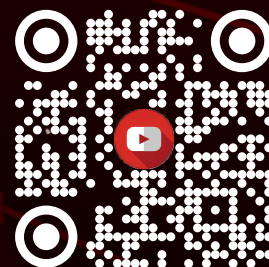
- **Facilidad de uso desde tu dispositivo móvil**
- **Transparencia y claridad a tu alcance**
- **Seguimiento del proceso en tiempo real**
- **Testigos de la reparación de tu vehículo**
- **Apoyo por parte de un asesor de servicio**

Para nosotros, será muy importante tu retroalimentación por lo que al finalizar el proceso se habilitará una breve encuesta para conocer tu opinión y experiencia de esta nueva plataforma.

En **ANA Seguros**, seguimos apostando por herramientas digitales que

permitan cumplir tus expectativas y así fortalezcan el vínculo entre compañía, agente y asegurado.

Recuerda que con **ANA Seguros**, estás en buenas manos.





Queremos reconocer y aplaudir el compromiso y la dedicación de **AMASFAC** en promover la excelencia y el profesionalismo en el campo de los seguros y fianzas. A lo largo de estos años, han dejado una huella significativa en la industria.



**A M A S F A C**  
siempre a tu lado

es un ejemplo de liderazgo y perseverancia, que nos inspira a mejorar constantemente, ofreciendo productos y servicios excepcionales a las familias mexicanas.

**¡Felicitaciones por su 65° aniversario!**

# LuzIA y los organismos intermedios



*Genuario Rojas Mendoza*  
*Fundador y Miembro del Consejo Editorial*  
*Periódico El Asegurador*



“¿Por qué algunas asociaciones u organismos intermedios parecen no funcionar?”, le pregunté a LuzIA solo hace unos cuantos días. ordenándole enseguida: “Haz una lista de los motivos”. En menos de 10 segundos, LuzIA me respondió y me presentó un listado con una decena de causas.

Literalmente, esa lista de causas fue la siguiente:

1. Falta de comunicación efectiva entre los miembros
2. Diferencias de objetivos y prioridades
3. Falta de liderazgo fuerte y comprometido
4. Conflictos de intereses entre los miembros
5. Falta de recursos financieros y materiales
6. Falta de confianza y colaboración entre los miembros
7. Falta de compromiso y participación activa por parte de los miembros
8. Falta de seguimiento y evaluación de los resultados
9. Resistencia al cambio y a la adaptación
10. Falta de transparencia en la toma de decisiones.

Inmediatas, concretas, las razones obtenidas mediante una pregunta usando la inteligencia artificial. ¿Mas en qué puntos coincidiría usted como lector? ¿Vería el listado descalificando a LuzIA? ¿Tomaría varias o todas las respuestas como una amenaza? ¿O tal vez consideraría esos señalamientos como una oportunidad para la reflexión e inclusive un replanteamiento de la asociación de la cual es miembro?

Para empezar, cabe dar por sentado que la problemática la padece, de un modo u otro, un gran número de los organismos intermedios y, por supuesto, los insertos en los sectores asegurador y afianzador no están libres de padecer todos, algunos, o por lo menos uno de los 10 motivos descritos, conclusión a la que se llegará salvo un exceso de complacencia.

A lo largo de los años, hemos visto nacer y morir asociaciones. Tal vez más de una desaparecida o debilitada sufra las consecuencias de la percepción que existe de ella, percepción que no puede ser cambiada sin ir a las raíces de la problemática. Poco se puede lograr para transformar una percepción recurriendo a programas que se mantienen en la superficie.

El tema no es cosa banal. Los organismos intermedios tienen una razón de existir. Juntos, sus miembros son, deberían ser, más fuertes. Habría cabida a una ambición sana por parte de los afiliados para involucrarse en los consejos y comité para lograr una representatividad auténtica de la asociación y así estar en condiciones de negociar y de aportar valor a una industria determinada.

Por supuesto que lo anterior se dice o se escribe fácil, ya que el desafío consistente en elevar a una asociación al nivel de fortaleza deseable, respetable, requiere un nivel de conocimiento y de conciencia de parte de todos aquellos que se relacionan con la actividad correspondiente, tanto para permanecer como para ingresar al organismo que corresponde a su actividad.

Se ha dicho que todo aquél que olvida su historia, está condenado a repetirla, y es claro que, en la actualidad, no son pocos los que desconocen la historia de los organismos de la industria en la cual se desempeñan. Ignoran no solo esa historia, sino también el propósito esencial que les dio origen e incluso si ese propósito ya ha sido revisado, o bien incurren en alguno de los puntos citados al inicio.

En esta entrega hago énfasis en el propósito, porque si éste es claro, algunos de los 10 motivos mencionados por LuzIA serían manejables con mayor facilidad, pero uno de los más fuertes y retadores se encuentra en la atracción de nuevos miembros, el cual convoca a diseñar un listado de beneficios que se alineen a lo que en verdad favorecerá los intereses de los miembros.

La misma LuzIA establece: “Los organismos intermedios o asociaciones fuertes y respetables suelen promover y defender los intereses de sus miembros, realizar investigaciones, brindar servicios y representar a su sector en negociaciones y debates”, y es altamente probable que este señalamiento no plasme toda la responsabilidad que tienen estas entidades.

¿Es posible tomar el listado citado al principio de este texto como punto de partida para reflexionar sobre el pasado, el presente y el futuro de las asociaciones? ¿Acaso no sería interesante hacer el alto procedente, para definir o redefinir el propósito, los objetivos, las metas, en aras de hacer más sólidos al seguro y a las garantías en México?



Tanto en el sector asegurador, como en el afianzador, hay capital humano capaz, en todos los órdenes, de sumar no solo a su actividad o profesión específica, sino al seguro y a la fianza, necesitados ambos, como servicios financieros, de tener una imagen más favorable y digna de la confianza que puede merecer y merecen.

En el seguro y la fianza trabaja gente comprometida que le puede dar vuelta al listado de LuzIA.

Un ejercicio de revisión podría arrojar varios ángulos más, o tal vez consolidar dos o tres de ellos en uno solo. Lo importante será --si existe el deseo de darles mayor proyección a las asociaciones, de lograr que tengan la representatividad necesaria y suficiente--, tener claridad en su propósito esencial.

Saber hacia dónde van el seguro y la fianza como instituciones financieras ayudaría mucho a estar en condiciones de conocer la realidad actual para ir luego hacia el futuro ideal. Resulta indispensable saber que se va del punto A hacia al punto B, para trazar los planes correspondientes y, entonces así, aprovechar las alianzas para fortalecer al todo mientras se fortalecen las partes.

Hacen falta verdaderos negociadores para ir conjugando los diferentes intereses particulares con los generales; sin embargo, negociadores de alto nivel los hay en los sectores asegurador y afianzador y ése no debería ser el problema. Lo que parece faltar es definir un propósito que inspire para luego trabajar en las formas que le darían vida y proyección.

**En el caso de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C. (Amasfac) que cumple 65 años de existencia cabe, en primer lugar, expresarle las correspondientes felicitaciones, en especial a todos aquellos que de un modo u otro han logrado que sea uno de los organismos intermedios más antiguos en los sectores asegurador y afianzador.**

En este contexto y, en segundo lugar, le deseamos un futuro con una creciente representatividad para incidir así en decisiones torales que se tomen en un escenario en el que se considere a los usuarios.

Es claro, sin duda, que la sociedad demanda ser más y mejor protegida y que, confiando sus recursos a las instituciones del seguro y de la fianza, merece recibir más y mejores productos y servicios, y para ello los agentes, los asesores, tienen mucho que ofrecer.



# COMUNICAR PARA TRANSFORMAR AL SEGURO

 El Asegurador®

 El Asegurador®  
LATAM

ANUARIO  
 El Asegurador®

 El Asegurador®  
digital

Hagamos **crecer** al Seguro **juntos**

Escanéame y recibe la edición digital **sin costo** ▶







# Principios de la Semana Nacional de la Prevención

- Promover la Cultura de Prevención entre la niñez y jóvenes mexicanos.
- Cumplir con los principios de AMASFAC hacia la sociedad, que están señalados entre nuestros estatutos y que dicen... **"Participar en aquellas actividades cívicas y filantrópicas que contribuyan al bien de la Sociedad y al progreso de mi país"**.

La entrega de los dibujos se sube a través de una plataforma digital diseñada especialmente para los niños, haciéndoles todo más amigable para que ellos nos puedan hacer llegar sus dibujos de una forma más fácil.

A partir del 2022 se tomó la decisión, con apoyo y aprobación de nuestro presidente nacional Ing. Gerardo de la Garza y el Consejo Directivo Nacional, empezar a hablar de los diferentes tipos de seguros de autos, gastos médicos mayores, vida y casa habitación de una forma directa y clara con un lenguaje apropiado y acorde a la edad de los niños de primaria.



Este cambio se pensó conservando la esencia de la Semana Nacional de la Previsión y Responsabilidad que es promover la cultura de la previsión de riesgos en los diferentes enfoques los cuales son en nuestra salud, integridad, ahorro y el cuidado del medio ambiente.

Y para que todo esto fuera aún más innovador se invitó por primera vez a participar en la SNP y R a los jóvenes de nivel secundaria al concurso nacional de video. El material debería contar con una duración de hasta 1 minuto y máximo 10 MB, se elaboró un video con lenguaje adecuado para los jóvenes de secundaria y con la misma temática de los de primaria.

En la edición XXVI del 2022 se tomó la decisión de presentar a los niños de primaria y jóvenes de secundaria el Seguro de Auto, por ser el seguro de mayor penetración en el país, siendo aún baja la participación de compra en México ya que de cada 10 autos sólo 3 están asegurados. El slogan que se utilizó para primaria **"El Mundo Real Nos Necesita"** y para secundaria **"Ve las Señales"**.

En la respuesta de los niños de primaria se tuvo una participación nacional de 2,574 dibujos y en secundaria 28 videos, todavía nos siguió afectado un poco las secuelas de la pandemia para el ingreso a las Instituciones Educativas públicas y privadas.

Siendo la primera vez en incluir la participación de los jóvenes de secundaria los videos recibidos fueron de gran creatividad y enseñanza. Algunos de los temas abordados en los videos fueron: No Manejar Alcoholizado, No manejar usando el Celular y no conducir a exceso de velocidad.

Para la edición XXVII de octubre 2023 el tema a exponer será el Seguro de Gastos Médicos Mayores, es un seguro que está teniendo una importante relevancia en la vida de las familias mexicanas, debido a su crecimiento durante los últimos años a causa de la pandemia. Además se implementaran por primera vez a realizar jornadas de Educación Financiera a los niños, jóvenes y padres familias en el mes de septiembre apoyándonos del libro "Hijos que Prosperan".



Los slogan propuestos para este año son: primaria **"Lo que importa somos nosotros"** y Secundaria **"Estamos protegidos"**.

Es muy enriquecedor saber que nosotros como agentes de seguros y fianzas contribuimos con un granito de arena al cambio en la cultura de la previsión del riesgo en la niñez y jóvenes mexicanos, y que empezamos a incrementar la educación financiera con los diferentes productos de seguros: autos, gastos médicos mayores, vida y casa habitación por nombrar algunos.

Es muy importante que entre todos los socios AMASFAC, aseguradoras, afianzadoras y autoridades hagamos de esta XXVII Semana Nacional de la Previsión y Responsabilidad 2023, una diferencia llevando la educación financiera y la cultura de la Previsión de Riesgos a más escuelas, niños, jóvenes y padres de familia.

**Si quieres llegar rápido ve solo, pero si quieres llegar lejos ve acompañado.**





# Amasfactón: La mejor manera de ayudar a México en el Sector Asegurador.



**Zaira Luisa Ávalos Meléndez**

*Presidenta del Comité de Responsabilidad Social de la AMASFAC*



El Agente de Seguros, tiene en su misma labor una Responsabilidad Social muy importante: proteger a las familias y a las empresas de los posibles riesgos que tengan que afrontar. Esto lo hacemos con mucha conciencia. Sin embargo, los tiempos actuales nos llevan a ir más allá de nuestra actividad. La sociedad en general cada vez está más involucrada en temas de apoyo a la comunidad en las diversas necesidades de la población.

Esta evolución nos ha llevado a crear desde hace tres años el Comité de Responsabilidad Social de AMASFAC, en donde el objetivo es que cada asociado viva y fomente la Responsabilidad Social. Cada vez hemos ido sumando Secciones y Asociaciones Civiles a quienes ayudar. El año pasado entregamos más de 340 mil pesos en donativos a 16 diferentes asociaciones civiles.

Realmente estamos muy felices con el resultado, para este 2023 ya tenemos a 35 secciones participantes apoyando a 27 asociaciones civiles a nivel nacional. Este año esperamos recaudar 675 mil pesos para donarlo a dichas instituciones.

En nuestro hermoso México hay muchas necesidades por atender y los mexicanos nos caracterizamos por ser empáticos con nuestros conciudadanos. Niños con cáncer, síndrome de Down, distrofia muscular, en situación de calle, con desnutrición, sin opción para estudiar o sin capacidad económica para albergarse en el lugar donde



reciben tratamientos; adultos mayores sin hogar, mujeres violentadas, adolescentes embarazadas y mascotas abandonadas son algunas de las causas que apoya el AMASFACTÓN.

Pero se preguntarán ¿Qué es el AMASFACTÓN? Es una carrera virtual nacional, te inscribes en [asdeporte.com](http://asdeporte.com), al finalizar el proceso y pago te aparece una opción para descargar la aplicación en tu celular y tu Kit de participante te llegará a tu domicilio o sección según elijas. Puedes ir entrenando desde que te inscribes. El 10 de septiembre durante todo el día será la carrera, hay disponibles las distancias de 1, 3, 5 y 10 KM. Este año incluso existe la posibilidad de inscribir a las mascotas o niños menores de 14 años. Como es virtual y la competencia se registra en la aplicación, puedes correr en un parque, por tu casa, o donde desees, si te estás iniciando en el ámbito deportivo puedes caminar y si por algún motivo no estas en condiciones de hacer ejercicio puedes comprar el kit y regalárselo a quien si este en posibilidades físicas. El 100% del costo del KIT se entrega a la asociación beneficiada.

El AMASFACTÓN es un proyecto integral, participa todo el sector, invitamos a Compañías Aseguradoras, Promotores, Corredores y Proveedores como patrocinadores, los agentes de seguros, sus familias, asegurados como corredores. Las asociaciones civiles participan promoviendo el evento. Todos aportan con la finalidad de apoyar a estas nobles causas.

Es, además, motivo de convivencia, en algunas ciudades se reúnen para correr en un parque, plaza, pista de atletismo, malecón, bosque o cualquier lugar apto para este motivo y si se organizan hasta un convivio familiar se da posterior al ejercicio. En otras localidades incluso hacen carrera presencial formal, el año pasado en Puerto Vallarta corrieron más de 300 personas en un mismo lugar por una misma causa.

Todo es cuestión de voluntad, la satisfacción de saber que estas contribuyendo al desarrollo de nuestro país ayudando a diferentes asociaciones civiles, mejorando tu salud al hacer ejercicio, siendo ejemplo para tus hijos, conviviendo con tus compañeros agentes, y por supuesto haciendo un sector más unido.

Por todo esto y más el AMASFACTÓN es la mejor manera de ayudar a México en el Sector Asegurador. Te invitamos a sumarte e inscribirte en [www.asdeporte.com](http://www.asdeporte.com) dudas e inquietudes comunicarse a: [eventos@amasfac.org](mailto:eventos@amasfac.org) o al 5581590728.



## Impacto para los Agentes

Específicamente para los agentes de seguros esto representaría un ecosistema con múltiples interacciones potenciadas por los beneficios de esta tecnología.

Las credenciales verificables pueden implementarse en este esquema para:

- **Credencial de empleado de un Broker**
- **Credencial de acceso al sistema de emisión de una aseguradora**
- **Resultados del examen del CEI**
- **Cédula de Agente**
- **Credencial de socio AMASFAC**
- **Acceso digital a evento de la AMIS**
- **Validación de Póliza digital del asegurado**
- **Credencial de identidad validada por un tercero**

Hemos iniciado ya este viaje de la mano de AMASFAC. Si aún no cuentas con tu credencial de socio, solicítala de inmediato.

Cualquier empresa sin importar su tamaño o grado de automatización, puede beneficiarse de los distintos casos de aplicación. El futuro es muy prometedor para hacer (por fin) de internet un espacio confiable, privado y seguro.

# Soluciones a la vista

Ahora tenemos una forma de devolver la seguridad, privacidad, confianza y practicidad que la Transformación Digital requiere en sus procesos. La combinación de algunas innovaciones tecnológicas, estándares globales y protocolos bien establecidos, han dado lugar a la llamada "Identidad Autogestionada".

El principio es simple: Alguien que nos conoce como la empresa donde laboramos, una escuela, una institución a la que pertenecemos o el gobierno del lugar donde vivimos, atestigua, da fe de cierta información como nuestro nombre, la fecha de nacimiento, el puesto que tenemos o cualquier otra similar. Esta organización nos emite estos datos dentro de una credencial digital verificable que ahora nosotros podemos recibir y administrar dentro de una aplicación conocida como cartera digital, o Wallet de identidad.



Para evitar que la información pueda ser alterada, las credenciales se protegen mediante tecnologías de verificación criptográfica, y las evidencias generadas se almacenan en una red descentralizada que es prácticamente imposible de ser corrompida.

## ¿Cómo funciona?



Las credenciales digitales verificables son tan flexibles que se pueden utilizar para eliminar el uso de contraseñas de acceso a un sistema, controlar el ingreso físico a salas y eventos, y entregar un diploma o certificado de conocimientos.

Imaginemos una póliza de seguros en este formato con la que pueda automáticamente ingresar a un hospital demostrando su cobertura, utilizar una licencia de manejo digital para validar mi edad al ingresar a un bar, o mi acta de nacimiento administrada desde la misma aplicación móvil.



## Credenciales verificables & Agentes de Seguros

Las innovaciones en tecnologías de la información aplicadas al mercado de seguros continuarán entregando cada vez más beneficios para todos los participantes, siempre y cuando seamos capaces de resolver algunos de los problemas que ponen en riesgo su desarrollo.

Y es que el mundo digital se encuentra bajo ataque. Algunos datos para la reflexión:



Seguridad

México recibe más de **450 millones de ataques cibernéticos** por día.



Confianza

Debido al **robo de identidad**, hemos perdido la confianza en empresas bien intencionadas.



Privacidad

**63% de los consumidores** opina que las empresas no son honestas sobre el tratamiento que dan a sus datos personales.



Practicidad

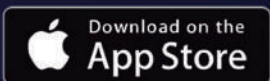
En promedio administraremos entre **150 y 200 contraseñas distintas** debido a las cuentas que tenemos.



# binaria<sup>iD</sup>

Empowering **humanity** through  
self-sovereign **identity**

Una sola app para  
**colectar y compartir**  
tu identidad 100% verificada  
y tus **credenciales digitales**  
de forma segura, privada y sencilla





# GRACIAS

**Expresamos así nuestra gratitud a todos y cada uno de los patrocinadores que hicieron posible la edición conmemorativa del 65 aniversario.**

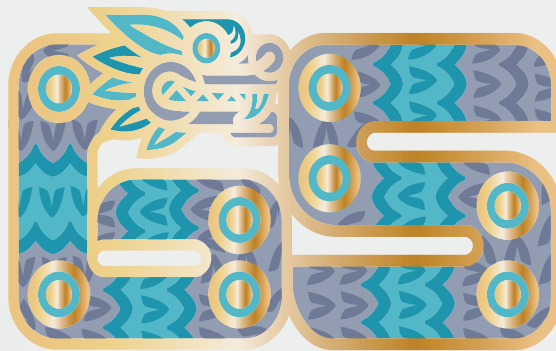
**Este tipo de participaciones es fundamental para fortalecer las relaciones con quienes conformamos AMASFAC, siempre demostrando su apoyo continuo...**

**Esta edición especial es un testimonio de la colaboración y el compromiso de todos los involucrados en AMASFAC.**

**¡Felicitaciones por celebrar 65 años de éxito!**



A M A S F A C  
siempre a tu lado



UN CICLO DE INSPIRACIÓN RENACE



[www.amasfac.org](http://www.amasfac.org)



[amasfac\\_CDN](#)



[amasfac\\_CDN](#)

Florencia No. 18, Col. Juárez,  
Alcaldía Cuauhtémoc  
Ciudad de México, C.P. 06600