

Por apendicitis no pagaron ni deducible ni coaseguro, sólo sus estudios

REVISTA Siniestro

SEGURO DE VIDA, GASTOS MÉDICOS, SALUD, FIANZAS, AUTOS Y MÁS

“Procuremos juntos tu bienestar”

NÚMERO 59 | AÑO CINCO

ENERO 2020

DIRECTORA GENERAL: LAURA EDITH ISLAS YÁÑEZ



En México **hay**
más siniestros que

Vehículos asegurados

Indispensable fiscalizar
el seguro obligatorio



Twitter: @RevSiniestro

Facebook: www.facebook.com/revistasiniestro

Instagram: @revistasiniestro

www.revistasiniestro.com.mx

EXPO 2020
CESVI
Reparación y Mantenimiento Automotriz

WTC
CDMX

20 - 22 de Febrero

EXPO 2020
CESVI
Reparación y Mantenimiento Automotriz

PRE-REGÍSTRATE
y participa en el sorteo

Ahora es más fácil.



ENTRADA
GRATUITA

DEL 20 AL 22
FEBRERO 2020

WTC
CENTRO INTERNACIONAL DE
EXPOSICIONES Y CONVENCIONES
CIUDAD DE MÉXICO

18+

www.expocesvi.com

Gánate*
un Auto

Checa las bases de participación en
www.expocesvi.com/pre-registro

*El auto de esta propaganda, es distinto al que se sorteará.



gastos médicos mayores

Para ti, Usuario

Sin pago de deducible ni coaseguro

Al levantar el siniestro, ya sabía el costo final

César Iván Morales Flores, de 40 años de edad, y su esposa habían pensado en contratar una póliza de gastos médicos con Mutuus Salud Inteligente, pero no se decidían. Ellos conocían la compañía por un anuncio en el radio, pero no la tuvieron tan presente hasta que César tuvo un accidente en la oficina, donde se cortó el dedo pulgar de la mano derecha. En aquella ocasión, acudieron de inmediato al Hospital Sedna, que está muy cerca de su lugar de trabajo, y desembolsaron 1800 pesos por la atención.

Después de esta experiencia, Iván escuchó de su esposa: "Creo que esto es una llamada de atención, pues somos independientes y no contamos con ningún tipo de servicio, así que debemos comprar ya un seguro de gastos médicos". Ese mismo día, ella buscó la información del producto, llamó a Mutuus, envió todos los documentos necesarios y compró el seguro. Esto ocurrió en julio de este año.

En septiembre, Iván empezó a sentir un dolor muy fuerte en el abdomen. Para atender el malestar, tenía tres opciones: un consultorio del Dr. Simi, un hospital cercano a su casa y la aplicación con la que podía hacer uso de su póliza. Así que pulsó el botón de emergencia de la herramienta de Mutuus, donde inmediatamente atendieron su llamado de auxilio. Él recuerda que el tiempo pasaba y el dolor era cada vez más intenso. Mutuus se comunicó con él para indicarle que acudiera al Hospital Ángeles México con el nombre del doctor con el que debía llegar, también le informaron que solo pagaría el 50% de los estudios de diagnóstico.

Después de la revisión, el doctor diagnosticó apendicitis, pero había que corroborar esto con algunos estudios, entre ellos una tomografía.

Una vez que se comprobó la apendicitis y la necesidad de la cirugía, se requirió la aprobación de esta por parte de Mutuus.

Al sábado siguiente, Iván fue dado de alta. La cuenta fue de 118 mil pesos, de los cuales la familia solo pagó 9 mil por los estudios de diagnóstico. Mutuus había cumplido, ya que no tuvieron que pagar ni deducible ni coaseguro.

Iván declara que, aun cuando leyó las condiciones generales del producto, el lenguaje no es tan claro para alguien que no conoce de seguros; sin embargo, se siente satisfecho por la atención que recibió. Por otra parte, su esposa también se muestra complacida con la decisión que tomaron y con los beneficios, pues, además de emplear la póliza para cubrir aquella cirugía, ha utilizado el servicio dental que incluye el producto, el cual no tiene ningún costo extra.

Ellos señalan: "Ahora, cuando vamos de viaje y nos ofrecen una cobertura, la compramos sin pensarlo mucho, pues sabemos que la tranquilidad va de la mano de la prevención".

INCREMENTA
TUS INGRESOS
UN 30%

Vende la primera
MEMBRESÍA
DE SALUD
DE MÉXICO
que opera
desde tu celular.



DESCUBRE UN MERCADO INNOVADOR
Y CREA UNA NUEVA CARTERA DE CLIENTES.

CONOCE MÁS EN PSMUTUUS.COM.MX



Para ti, Agente

Entrevista con Francisco Machado

El desarrollo del productor de seguros

Laura Edith Islas Yáñez

Directora General, Revista Siniestro

Arrancamos 2020 muy felices de iniciar un nuevo ciclo a tu lado y muy agradecidos porque pronto cumpliremos cinco años de publicación ininterrumpida. Desde marzo de 2015, nos propusimos sembrar la conciencia de la importancia del seguro entre los mexicanos. Hoy, fieles a nuestro propósito inicial, queremos entrar en tu hogar para que, durante 2020, también Procuremos Juntos Tu Bienestar.

En esta edición, abordaremos el reto del Decenio de Acción para la Seguridad Vial puesto que está por terminarse el periodo de acción, y aunque se han presentado avances a nivel mundial, no hemos logrado bajar las cifras de muertes por accidentes viales. Se suponía que, durante la década que acaba de terminar, la cantidad de muertes por accidentes viales se reduciría un 50%, pero el objetivo planteado por la Asamblea General de las Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud no se cumplió.

Después, explicaremos por qué las asistenciadoras son un mecanismo fundamental para hacer tangibles los beneficios de contar con una póliza de auto, sin que el usuario experimente un siniestro. También analizaremos algunos aspectos importantes de la nueva reforma fiscal.

Reflexionemos después sobre el papel del promotor y observemos la diferencia entre quienes son guiados por uno y quienes no, además de la importancia de contar con un esquema de formación de agentes de seguros.

Sabemos que 2020 será un año de muchos desafíos que requerirán un trabajo enfocado en metas, pero estamos seguros de que tú saldrás victorioso y nosotros te acompañaremos en todo momento.



¡Feliz y próspero inicio de año!

Laura Edith Islas Yáñez

Directora general y fundadora
Revista Siniestro

DIRECTORIO

DISTRIBUCIÓN GRATUITA EN:
Los principales corredores de la Ciudad de México como Reforma, Insurgentes, Santa Fé, Polanco, Lomas de Chapultepec; así como en Oficinas, Consultorios Médicos, Hospitales, Empresas y PyMes.

DISTRIBUIDOR:
Orizaba No. 154, Interior 107
Col. Roma Norte, C.P. 06700
CDMX, Deleg. Cuauhtémoc

DIRECTORA GENERAL:
Lic. Laura Edith ISLAS YÁÑEZ

DIRECTORA EDITORIAL:
Lic. Adriana OROPEZA FLORES
adrianaoropeza@revistasiniestro.com.mx

EDITOR RESPONSABLE:
Lic. Laura Edith ISLAS YÁÑEZ

CORRECTOR DE ESTILO:
Jorge Aarón BONIFACIO FLORES

DISEÑO:
D.G. Dulce VALDERRAMA H.

CONSEJO EDITORIAL:
José SÁNCHEZ ZOLLIKER
Carlos ZAMUDIO SOSA

ASESORÍA JURÍDICA:
Lic. Jorge ARROYO PEDROZA

DATOS DE CONTACTO:
Of.: 5386 9711
Correo: laura_ley@hotmail.com
lauraislas@revistasiniestro.com.mx
Orizaba No. 154, Interior 107
Col. Roma Norte, C.P. 06700
CDMX, Deleg. Cuauhtémoc

TÍTULO Y LICITUD:
04-2015-012610561200
Año 5 • Número 59

CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO:
No. 16656

TALLER DE IMPRENTA:
Asturias No., 139
Col. Alamos, C.P. 03400
Ciudad de México.

www.revistasiniestro.com.mx

REVISTA **Siniestro**
"Procuremos juntos tu bienestar"

"Procuremos juntos tu bienestar"

PUBLICACIÓN: Mensual

ENERO 2020

A tu lado en el momento crítico
para reconstruir tu patrimonio.

México
Claims and Risk
Management

VALUACIÓN, ASISTENCIA PERMANENTE, NEGOCIACIÓN DE DAÑOS Y LITIGIO.
Informacion@mexicoclaims.com 52 (662) 2123048 www.mexicoclaims.com
Oviedo #9, Colonia las Granjas, Hermosillo, Sonora CP 83250.



Principales retos para el seguro de autos

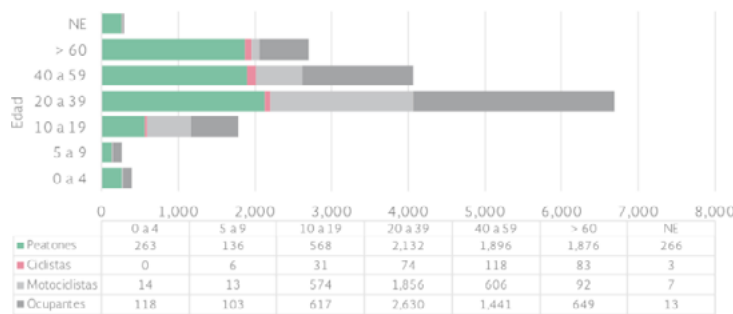
Carlos Jiménez, titular del Área de Autos y Daños de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) compartió con nosotros los resultados del decenio de acción para la seguridad vial en México, así como algunos de los retos para el seguro de autos.

Hace casi 10 años, la Asamblea General de las Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud (OMS) plantearon, como objetivo el Decenio de Acción para la Seguridad Vial y así disminuir la cantidad de muertes por accidentes viales en un 50 por ciento, pero la meta no fue cumplida.

El pilar de la estrategia creció, sin embargo la OMS propone un nuevo reto de diez años, aún más ambicioso.

misión que atiende este problema. Así que, aunque la meta no fue alcanzada, se debe aplaudir que ahora la gente ya piensa en una cultura vial basada en la prevención y la protección. Esto genera un ambiente propicio para que el sector asegurador redoble los esfuerzos para disminuir la cifra de accidentes, independientemente de que aumente o no el número de automóviles nuevos que circulan. Carlos indica que nuestro gremio está haciendo tres cosas: posicionar herramientas que ayuden a las autoridades, incluir la seguridad vial dentro de los programas de educación financiera y fomentar que las compañías generen productos accesibles para los usuarios no asegurados.

Distribución de las defunciones por tipo de usuario y edad, México 2016.



En la gráfica, te presentamos los datos oficiales más recientes de Conapra con respecto a las defunciones de peatones, ciclistas, motociclistas y ocupantes.

México por su parte no tuvo éxito con el seguro vehicular obligatorio, el cual respondía a uno de los cinco pilares de ese documento; sin embargo, no todo está perdido, ya que, en la Cámara de Diputados, se está trabajando en la Ley General de Seguridad Vial.

De acuerdo con él, hay más siniestros que unidades aseguradas, ya que, aunque la compra de nuevos vehículos disminuyó, el parque creció un 8%, la adquisición de seguros de autos se mantuvo igual y los accidentes viales aumentaron un 10%.

El seguro de autos, aunque ya es obligatorio tanto en la Ciudad de México como en las carreteras viales, es indispensable su fiscalización para que sea notoria esta implementación.

La sociedad de nuestro país está más consciente de la importancia de la seguridad vial, y la Cámara de Diputados cuenta con una co-

También asevera que, aunque la venta de autos cayó, el sector asegurador no, lo cual se debe a los importantes esfuerzos de las compañías. También afirma que la industria debe facilitar el acceso a los productos, aprovechar la digitalización y conectar el seguro con los hábitos de los automovilistas, es decir, satisfacer al usuario para que él mismo busque ser parte de la población asegurada.

Carlos explica que, por ejemplo, si informamos al conductor sobre los cruceros con mayor robo de automóviles o los sitios con mayor probabilidad de accidentes, él verá en nosotros un valioso aliado y querrá ser parte del ecosistema de información proporcionado por las herramientas que brindamos como valor agregado de los productos que comercializamos, ya que las aplicaciones que usamos más son las que están relacionadas con nuestros hábitos.

“Si logramos posicionar la información estadística que tenemos, para mejorar los hábitos y conectar los productos de autos con los

usuarios, ellos se acercarán a los seguros”, comenta Carlos.

Para desarrollar esa cultura proactiva, debemos involucrarnos en los hábitos de conducción. Por ejemplo, si aprovechamos que ahora acostumbramos utilizar las herramientas de navegación, que nos indican cómo llegar a un lugar, e imaginamos una herramienta que nos advierta si vamos a exceso de velocidad, daremos un paso firme hacia la cultura de la prevención. “Imaginemos que una aplicación nos ayude a perfeccionar nuestra ruta no en cuestión de rapidez, sino de un menor riesgo de accidentes o de robos. El reto del sector asegurador es aprovechar la digitalización para conectar con el cliente a través de información útil que le ayude a evitar riesgos”, asegura.

Carlos resalta que, cuando hablamos del robo de vehículos en nuestro país, debemos considerar que este afecta cuatro rubros:

Salud pública. Los niveles de violencia superan el 65%, pues 7 de cada 10 vehículos son robados mediante la fuerza, lo que se refleja en una mayor cantidad de conductores asesinados por este motivo.

Finanzas. Al no estar asegurada la unidad robada, se ven afectadas las finanzas del propietario o el transportista, así como las de, en el caso de los vehículos de carga, quien envió la mercancía y quien no la recibió, lo cual a su vez genera aumento de precios y pérdida de trabajo, entre otras consecuencias.

Economía formal nacional. Puesto que la mercancía robada termina en mercados informales ilegales, las empresas ven mermada o anulada su capacidad de competencia.

Seguridad. El robo de vehículos da origen a muchos otros ilícitos que impactan en nuestra sociedad.

“El robo de vehículos va más allá de las estadísticas y de los 19 mil millones de pesos que paga el sector asegurador para resarcir los daños”, declara Carlos.

“México ganó conciencia y cultura. Ya hay leyes listas para ser evaluadas. La gente ya habla de este problema. Tarde, pero lo logramos. Ahora debemos materializar esta necesidad para que las personas más interesadas no sean los automovilistas, sino los peatones, pues estos son los afectados principales”, concluye.

Lo/Jack®

LOCALIZA / RECUPERA / ENTREGA

CrashBoxx™

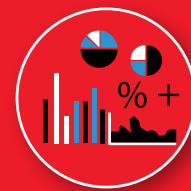
El Mejor Aliado de Las Aseguradoras



Reconstrucción de accidente

Telemetría

Alerta de choque



Análisis de Siniestro



Reducción de fraudes

Severidad de daño

9 de cada 10 vehículos son recuperados



Estimación de costo



Notificación al momento



Disminución de indemnizaciones

Más de **20,900** vehículos recuperados

01 800 849 9053



AMIS y Aspro-Gama

Las mejores prácticas del promotor

La Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) realizó un estudio para analizar las mejores prácticas de la figura del promotor, utilizando datos de Aspro-Gama. De los 119 promotores encuestados —el 82% son hombres y el 18% son mujeres—, el 2% tiene menos de 29 años; 12%, entre 30 y 39; 31%, entre 40 y 49; 31%, entre 50 y 59, y 24%, más de 60.

El estudio destaca que el 60% de la producción total de primas se da a través de los canales tradicionales, lo cual está confirmado por los estudios de mercado recientemente realizados por la AMIS, donde se revela que una gran parte de los usuarios reales y potenciales de seguros prefiere contar con la asesoría de un agente. Por ello es preocupante que, en los últimos años, el número de estos profesionales no haya crecido de forma importante y que su edad promedio muestre una tendencia ascendente.

Ante este panorama, resulta necesario ampliar y fortalecer la estructura de este canal, ya que su participación es fundamental en la penetración de mercados individuales y empresariales, que requieren atención personalizada. Por ello, se elaboró un plan de desarrollo para los canales de distribución tradicionales, que establece tres objetivos:

Profesionalizar la figura del agente para cambiar su imagen pública, y convertirla en una opción de desarrollo profesional a largo plazo para las nuevas generaciones de profesionistas.

Generar una oferta que estimule la aspiración al ejercicio profesional de la intermediación de seguros.

Proponer mejores prácticas para fortalecer la figura del promotor en relación con la función de reclutar y formar agentes.

El estudio refleja que el promotor representa uno de los pilares para el crecimiento del mercado y que es la mejor forma de reproducir un modelo de desarrollo de agentes.

Por otro lado, nadie puede negar la existencia de un nuevo entorno comercial, cuyas particularidades generan un conjunto de exigencias que se debe comprender para así guiar las estrategias hacia un camino exitoso. En la actualidad, de acuerdo con diferentes investigaciones, los clientes buscan accesibilidad, transparencia o claridad en los productos, confianza en la marca, simplicidad, inmediatez, experiencias y personalización.

Así pues, los principales retos que las compañías deben afrontar tanto para implementar modelos centrados en los clientes y mercados actuales como para soportar

Para ti, Agente

sus estrategias con las nuevas tecnologías son el conocimiento del usuario, la automatización o simplificación de procesos y la personalización.

Al mismo tiempo, los recientes cambios han provocado que los líderes y responsables de las promotorías se enfrenten a innumerables desafíos, entre los que sobresalen cinco:

1. Entorno regulatorio cambiante.
2. Productos y servicios más complejos.
3. Ambiente difícil de reclutamiento.
4. Clientes más exigentes.
5. Competencia entre mercados tradicionales y no tradicionales.

En línea con lo anterior, a medida que se comprende cómo está cambiando el mercado de clientes de la industria de seguros, las promotorías estarán en una mejor posición para planificar sus objetivos, ya que, a partir del enfoque que tiene el consumidor para un mediano y largo plazo, establecerán las propuestas de valor y los socios estratégicos que mejor atenderán las necesidades futuras de sus usuarios.

Además, se debe tomar en cuenta los tres impulsores del mercado que darán forma a la empresa en 2020:

1. La generación de baby boomers y la nueva cultura de la jubilación.
2. Las generaciones recientes y el mercado de la clase media no atendido.
3. El entorno cambiante del negocio.

La constante evolución del sector asegurador ha llevado al promotor a irse transformando en un empresario que tiene como prioridad establecer una planeación estratégica clara y flexible, y a desarrollar como principal competencia o habilidad el reclutamiento con una visión clara de lo que busca.

En la práctica internacional, es deseable que el promotor tenga ciertas características:

- Experiencia comercial en trabajos similares, es decir, en el área de seguros o finanzas.
- Experiencia en la coordinación de redes comerciales.
- Capacidad para trabajar mediante el logro de objetivos.
- Habilidades de liderazgo.
- Enfoque en la formación de equipos.

De acuerdo con el estudio Consejos de los principales gerentes de agencia sobre cómo construir un desempeño exitoso, elaborado por LIMRA, los líderes de las promotorías más prominentes comenzaron sus carreras en ventas a temprana edad, a los veintitantos, y permanecieron en la posición de entrada de tres a cuatro años, an-

tes de pasar a ocupar algún cargo de gestor. La experiencia en México es similar, ya que, por un lado, el plan de desarrollo para consolidarse como promotores dura entre tres y cinco años, y, por otro, se considera importante diseñar un modelo de negocio por etapas de desarrollo de la promotoría. Por tanto, como consecuencia de los cambios que se observan, las promotorías deben enfocarse en tres aspectos durante el futuro próximo:

Desarrollo de la fuerza de trabajo y retención de talento en un ambiente dinámico. Esto exige crear métodos de gestión para diversos equipos; incorporar y fortalecer tanto los métodos de trabajo flexibles como las nuevas formas de jubilación; integrar a los trabajadores digitales, y aumentar la demanda de recursos humanos creativos y conectados.

Conocimiento de las necesidades cambiantes de los consumidores y los asesores. Esto obliga a entender que las mujeres son las principales sostenedoras de la familia y tomadoras de decisiones financieras; los nuevos mercados de consumo están creciendo, y los medios digitales son muy importantes tanto para la recopilación de información como para la venta de productos.

Empleo de tecnologías para consolidar una poderosa fuerza de ventas y servicio. Esto se traduce, entre otras cosas, en entender que las redes sociales son una valiosa herramienta para vender y relacionarse con los clientes.

Otro reto que deben enfrentar las promotorías es la falta de un esquema de sucesión de cartera de clientes, pues más de la mitad de los promotores encuestados comentaron que no cuentan con uno. Esta es la misma percepción de las aseguradoras, ya que la mayoría de las promotorías, el 75%, no cuenta con estos esquemas. Este factor fue identificado en estudios internacionales como un elemento de retención de agentes. Así pues, la mayoría hereda la cartera a sus familiares, pero existen casos en donde las compañías las compran y distribuyen entre los agentes o las venden a otra promotoría.

Por último, el principal reto que enfrenta el promotor es la recluta, ya que su función primordial es atraer, reclutar, seleccionar, acompañar y desarrollar agentes. Aunque entre sus funciones no está vender, debe saber hacerlo para que enseñe a la fuerza de ventas. Sumado a lo anterior, conocer a detalle la operación de las compañías de seguros constituye una ventaja competitiva que debe desarrollar.

Para ti, Agente



Conocer a tus agentes: Salinas Saide

Jorge Salinas Saide, promotor y presidente del Consejo de Promotores de Prudential, es el actual campeón del Trofeo Promesa del Sector que otorga Aspro Gama, ha sido orador en LAMP México y dirige una promotoría que cuenta con 50 asesores. En esta ocasión, él revela cómo ha logrado mantener un 70% de permanencia en su promotoría gracias a un esquema de formación de agentes que desarrolló, pues opina que es muy importante que cada promotor diseñe un sistema para conocer a sus agentes y ayudarlos a crecer.

El primer paso que él lleva a cabo es una entrevista exploratoria sobre la vida, los intereses, las aspiraciones y la experiencia en ventas de los candidatos. Así identifica las características clave de estos, como la forma en que se desenvuelven, la manera de hablar, el tipo de mirada, la ausencia o no de nerviosismo y la habilidad para afrontar las preguntas.

Jorge asegura que esa entrevista es un reflejo de cómo se comportará el candidato en el campo de acción, es decir, al asesorar a las personas. Por ello, al terminar ese encuentro, comienza el primer filtro, el cual consiste en preguntarse a sí mismo si le compraría algo a esa persona o si le permitiría convertirse en su asesor financiero. Si la respuesta es no, descarta al entrevistado.

Quienes pasan el primer filtro son sometidos a un precontrato que tiene una duración de entre 30 y 60 días. Durante este tiempo, deben concretar tres ventas que no correspondan a miembros de su familia directa. Si no cumplen con el objetivo pero tienen avances notables, consiguen una prórroga de 60 días. Posteriormente, las personas que pasan el segundo filtro son dadas de alta en la compañía y obtienen su clave como agente.

Jorge Salinas es un promotor comprometido con sus fuerzas de venta, por lo que él está consciente de que se debe trabajar desde el principio en la reconfiguración de creencias, puesto que la carrera de agente de seguros no es fácil y a veces las personas que ingresan a ella no cuentan con el apoyo de su familia, así que arrastran el rechazo desde casa. Él ha conocido a mucha gente que titubea porque no está convencida de su labor y la importancia que tiene su asesoría en la vida de las personas.

Una parte de la capacitación que promueve Jorge está enfocada en el desarrollo de la ca-

rrera de agente. Él considera muy importante que las personas entiendan a qué se dedican y en qué consiste toda la parte técnica de la profesión, pero también que tengan un mentor que las guíe en este proceso y les ponga el ejemplo al atender citas y buscar prospectos. Durante el primer año en la compañía y la promotoría, los agentes deben asistir a capacitación tres días a la semana, donde abordan, por ejemplo, el entrenamiento para citas, la motivación en la carrera y los conocimientos técnicos. El secreto de Jorge es no revelar cuáles serán los temas que se tocarán en cada sesión, para que así el asesor no vaya con ninguna expectativa y siga sorprendiéndose. Ha sido tan grande el éxito de este método que, aun después del primer año, los asesores siguen asistiendo, por lo que ahora se está planeando una capacitación dirigida a los agentes que tienen más tiempo en el negocio y buscan seguirse preparando.

Él asegura que el asesor con promotor siempre estará más capacitado que el que no tiene uno, ya que cuenta con alguien que lo dirija, saque de su zona de confort y anime a desahogarse.

También señala que, si un promotor se enfoca en el dinero que puede ganar de esta profesión, no dura mucho y seguramente no alcanza el éxito, pero, si se centra en cómo hacer ganar a los suyos y hacerlos crecer, permanece en el negocio y llega muy lejos.

Para él, logran desempeñarse bien en esta profesión quienes en su pasado han tenido una historia de éxito, algo que los haya llevado a destacar, porque aquel que ha tocado la cima siempre va a querer estar ahí.

Jorge explica que la conservación de agentes se consigue cuando uno no obliga a nadie a permanecer donde no quiere, por lo que debemos saber leer y entender las señales que nos mandan los miembros del equipo. “Cuando el rendimiento o el ánimo de alguno baja, debemos investigar qué está pasando y ayudarlo a encontrar una solución o una salida a los problemas o inquietudes que tenga, pero esto solo se logra, como cuando criamos a un hijo, manteniendo una comunicación abierta”, manifiesta.

En cuanto a la tecnología y los cambios notables en el sector, él indica que, aunque hay ramos que son susceptibles, como el de autos, los asesores dan un valor agregado que ninguna herramienta puede: la asesoría.



Emotivo evento con agentes y colaboradores

Cierra el 2019 Grupo KC con su festejo navideño

Durante el festejo navideño de Grupo KC en las instalaciones Diamante, en Acapulco, Guerrero, el licenciado Daniel Guzmán Ríos pidió a los asistentes: "Utilicen la máquina del tiempo que todos tenemos, nuestra mente, que nos permite ir al pasado o visualizar el futuro. Viajen una década atrás, cuando vendíamos alrededor de 12 millones de pesos y piensen que hoy estamos cerrando el año con más de 36 millones de pesos en ventas, el triple de lo que lográbamos antes".

Daniel recordó a todos que, durante esta década, Grupo KC incursionó en varios ramos, como autos, daños, responsabilidad civil y vida individual privado —con respecto a este último, la compañía ganó el campeonato hace dos años—. También señaló el crecimiento en el seguro institucional, con una cartera de más de 100 millones de pesos.

Hace 10 años, Grupo KC estaba presente en tres entidades de la república, Ciudad de México, Estado de México y Guerrero; hoy, los agentes de esta familia se encuentran también en Oaxaca y Nuevo León.

A lo largo de este tiempo, la compañía se ha caracterizado por sus altos estándares tanto de calidad como de productividad y por su compromiso con el desarrollo sustentable. De aquí que ha obtenido diversos reconocimientos de organismos nacionales e internacionales. Por eso, ha sido una de las 250 mejores agencias de seguros en el mundo, ha obtenido el título de empresa socialmente responsable por más de seis años y ha sido reconocida, por la King International y la Global Business Corporation, como compañía líder en el sector.

Para Daniel, lo más valioso e importante que han logrado durante esta década es



reunir una familia de más de 1200 colaboradores. A ellos les dirigió unas palabras de motivación: "Formar parte de Grupo KC significa ser líder y tener fortaleza, cualidades que llevamos en nuestro ADN. Tenemos la oportunidad de lograr todo lo que nos proponemos, porque contamos con todo para ello. No solo se trata de ser los campeones de MetLife y del sector

asegurador, ya que hemos adquirido la responsabilidad de poner el ejemplo en el país y el sector, para que todos los agentes de seguros realicen una labor impecable y siempre piensen en el cliente. Debemos seguir cumpliendo con orgullo este rol y aceptar que merecemos lo mejor porque estamos en la vanguardia".

Daniel aconsejó a sus agentes que se den el mejor regalo: pensamientos positivos, enfoque y concentración, para alcanzar el sueño que tengan. Además, los invitó a seguir creyendo en la compañía y continuar sembrando lo mejor tanto para sus familias como para sus clientes. Por último, después de señalar que la Navidad es una época para celebrar la vida, difundir el amor y sembrar la esperanza, les deseó felicidad, prosperidad, éxito y satisfacción. Por su parte, Hugo Meza, vicepresidente de la línea de Seguros Individual Público, indicó: "MetLife ha ido reconstruyéndose y creciendo, mientras aprende de lo que va sucediendo. A lo largo de este proceso, no olvidamos a sus fundadores y pilares fundamentales, quienes empezaron con la Aseguradora Hidalgo hace muchos años. A ellos los recordamos ahora en Grupo KC. Debemos hacer mención especial de don Daniel Guzmán, para quien pido un aplauso por ser, entre otras cosas, un gran amigo, socio y maestro de muchos de ustedes... A pesar de que quienes nos antecedieron no estén, debemos seguir prosperando y haciendo las cosas diferentes".

Al final, Hugo expresó: "Me enorgullece ser testigo de un año más de éxitos de Grupo KC, el ganador indiscutible de MetLife y la promotoría más grande del sector en México. Por eso los exhorto a crecer siempre juntos".

Hace 10 años, Grupo KC estaba presente en tres entidades de la república, Ciudad de México, Estado de México y Guerrero; hoy, los agentes de esta familia se encuentran también en Oaxaca y Nuevo León.



Seguros El Potosí, inaugura nuevo edificio corporativo

El pasado viernes 6 de diciembre, Seguros El Potosí dio un paso más en el cumplimiento de sus objetivos planteados de crecimiento para este 2019 con la inauguración de sus nuevas instalaciones que albergan al corporativo de la empresa, con lo que se busca incentivar el trabajo colaborativo, la generación de ideas y mantener el crecimiento constante y la solidez que han caracterizado a la compañía a lo largo de más de 70 años.

Durante el corte del listón estuvieron presentes, Sergio Meza Tello, Director General de la compañía; la Ing. María Esther Velázquez Esparza, Directora de Desarrollo Económico en representación del presidente Municipal Xavier Nava; El Ing. Javier Eugenio García Navarro, Accionista y Consejero de Seguros El Potosí; el Sr. Alfonso Moreno Ayala, Presidente del Comité de Auditoría de Seguros El Potosí; el Sr. José Manuel Herrán Martínez, Agente de ventas de Seguros El Potosí, y la Ing. Luz María Sánchez Reyes,



Directora del Área técnica de Vida y Tecnologías de la Información de la compañía. Además, al evento asistieron los más de 230 colaboradores de la compañía que, a partir del día 2 de diciembre dan apoyo y atención a las 20 oficinas de servicio y a sus más de 2 mil agentes, así como a todos los asegurados y clientes de El Potosí, en estas nuevas instalaciones.

"En este nuevo edificio corporativo de Seguros El Potosí, vemos el espacio óptimo en el que la concentración de los esfuerzos

de todo el equipo podrá producir la tan anhelada sinergia, que comprueba la teoría de que los frutos totales, son superiores a la suma de las partes". Dijo durante su intervención, el Director General de Seguros El Potosí, Sergio Meza Tello. Posteriormente, se llevó a cabo una bendición y un recorrido por los 6 pisos del edificio, en la que se pudo apreciar un diseño moderno y acorde a la nueva imagen que recientemente la compañía presentó durante el mes de agosto.





El impulsor de las mejores prácticas de reparación

Cesvi México, el brazo técnico del sector

El Centro de Experimentación y Seguridad Vial México (Cesvi México) es una entidad encargada de generar el conocimiento técnico que requiere el sector asegurador en el ramo automotor. Mediante investigaciones de reparación, pruebas de impacto, estudios de sistemas avanzados de ayuda a la conducción, homologación tanto de líneas de pintura como de consumibles del taller, y elaboración de tabuladores de tiempos medios de reparación, entre otros muchos servicios y productos, fomenta las mejores prácticas en la materia. Ante la complicada situación que implica un accidente de tránsito, Cesvi México se encarga de formar servidores que ofrezcan una atención personal, profesional y humana en el sitio del siniestro. Para ello, comparte el

conocimiento a través de una capacitación técnica para reparar vehículos con tecnología de punta y bajo los estándares de calidad requeridos por los fabricantes y las compañías de seguros.

Como laboratorio científico, la empresa estudia automóviles, motocicletas y vehículos de carga, para brindar servicios formativos y de consultoría a aseguradoras, talleres, agencias y otros clientes.

Cesvi México trabaja con una amplia red de proveedores globales que atienden las necesidades locales y acercan a los técnicos las más recientes herramientas y los más actuales equipos, que existen en el mercado. Además, gracias a la experiencia obtenida y al conocimiento generado, asesora a más de 1200 ta-

lleres de hojalatería y pintura del país para que mejoren sus procesos de reparación y consigan certificarse bajo el estándar CMX9001, el cual se fundamenta en la norma internacional de gestión de la calidad ISO 9001:2015.

Detrás del prestigio nacional e internacional de esta empresa, se encuentra el respaldo de las seis principales compañías de seguros en México: AXA, GNP, Mapfre, Quálitas, Atlas e Inbursa. Ellas han unido sus esfuerzos con un solo objetivo común: crear una organización dedicada a la experimentación e investigación aplicada, que constituya un aporte a los sectores asegurador y reparador, así como a la sociedad en general, y que contribuya al desarrollo de la industria automotriz y la seguridad vial en México.

Así pues, la misión empresarial de la organización es ser “un centro de investigación, experimentación y divulgación, para optimizar la cadena de valor del vehículo, minimizar las consecuencias de los accidentes viales y fomentar una movilidad segura”.

Desde 1996, Cesvi México ha impulsado la profesionalización de los servicios vinculados a la atención, gestión y prevención del accidente automotriz, por lo que año con año capacita a más de 8 mil personas en los aspectos técnico-administrativos de estos temas. Para ello, cuenta con instructores que se han formado y certificado en centros de investigación internacionales, plantas armadoras tanto mexicanas como extranjeras, y centros de capacitación de los proveedores de clase mundial.

Para brindar la atención que los usuarios requieren, la entidad dispone de instalaciones modernas y funcionales en Toluca y Guadalajara. Además, sus servicios no conocen fronteras, ya que en Latinoamérica y el Caribe son requeridos por asociaciones de distribuidores automotrices y grupos embotelladores.

Desde su fundación, Cesvi México ha marcado un antes y un después en la concepción de la reparación vehicular. Gracias al desarrollo de conocimiento mediante la innovación e investigación en movilidad segura, esta empresa es un referente en el sector reparador de la industria automotriz.

Para las pólizas de automóviles

Asistenciadoras, un mecanismo para fidelizar a los clientes

Entrevistamos a Reynaldo Islas, director general de MAS Servicios, quien nos habló de la importancia de las asistenciadoras como un mecanismo de fidelización de los clientes de las pólizas de automóviles.

¿Qué diferencias brindan las asistenciadoras en el momento de un siniestro?

Desde mi punto de vista, generan valor agregado a través de servicios de calidad y que los tiempos de arribo al servicio solicitado se cumplan para brindar la solución del caso en particular, si se resuelve rápido y eficiente el problema, con un trato diferente, sin duda genera un diferenciador. La tendencia actual es que quien recibe un servicio de calidad, vive una experiencia que marca la diferencia. Dependiendo de que esto se logre de forma positiva o no, el cliente puede tomar la decisión de renovar su contrato de seguro.

¿Cuáles son los servicios más solicitados por los usuarios?

En el caso de asistencias viales, Grúa, en primer lugar; legal, luego paso de corriente; cambio de llanta, y carga de gasolina el último. En otros tipos de servicios, el legal en diversas materias, ambulancia, médico, funerario, entre otros.

¿Qué tan solicitado es el servicio de abogados?

Es importante el número de casos, en 2019, hemos atendido poco más de 5 mil casos que requirieron intervención de un abogado. Estos se dan cuando en un accidente automovilístico hay daños materiales, lesionados o personas fallecidas. Nuestra intervención puede ir desde únicamente asesorar al cliente o bien encargarnos a través de nuestros abogados, de toda la defensa legal ya sea que el asegurado fuese el afectado o bien responsable, hasta la conclusión del evento. Inclusive, la liberación del vehículo en caso de su detención o ayudar para liberar el cuerpo si es que falleció el asegurado, apoyando a sus familiares. Por fortuna, gracias al programa del alcoholímetro y al uso de taxis privados, han disminuido los accidentes viales.

En México, solo 3 de cada 10 autos cuentan con un seguro de automóviles, ¿qué sucede cuando un auto daña a otro y no cuenta con un seguro?, ¿cuáles son las sanciones?

Depende del monto de la reparación del daño y si las partes involucradas llegan a un acuerdo o no en el lugar de los hechos. Si no llegan a un arreglo, en algunos lugares del País, en primera instancia, una dependencia de tránsito intermedia el conflicto. Ahí, luego de que los peritos dictaminan los daños y determinan posible responsable, si hay voluntad de las partes, se hace un convenio para que el responsable repare los daños; en otros lugares es un Juzgado Cívico o similar quien conoce de los hechos y ante el se lleva un procedimiento administrativo para resolver el conflicto, si no se logra pasa a una instancia judicial el caso. Cuando hay lesionados o fallecidos es otro tipo de autoridad el que conoce, siendo el Ministerio Público y las sanciones dependen de la gravedad del hecho y el lugar donde se comete.

¿Realizan algún tipo de evaluación?

Sin duda se hace, para nosotros es muy importante medir la satisfacción del cliente, ya que si bien somos quienes damos la cara al usuario de la póliza de seguro, es la compañía aseguradora quien en primera instancia debe responder a su asegurado de alguna queja. Por ello, realizamos encuestas telefónicas y en campo de satisfacción y calidad. Esto nos lleva a mejoras constantes, tener estadísticas y establecer planes de acción en caso necesario. Así, quien da un mal servicio, es sancionado o suspendido, y quien ofrece un buen servicio, puede ser premiado e incentivado. Para adecuarnos a las necesidades del cliente y estar a la vanguardia en las soluciones que ofrecemos, la evaluación es indispensable.

¿Cuáles son los tres diferenciadores clave de MAS Servicios?

La cercanía con el cliente, ya que constantemente monitoreamos los servicios que brindamos y estamos en contacto con la persona de tal forma que no se sienta desprotegido; el trato personal, pues aquí todos tenemos la obligación de atender al cliente, dar seguimiento a cualquier queja y estar muy pendiente del asegurado, el usuario o la compañía, y la constante innovación tanto en los productos que tenemos como en la atención, reflejado incluso en herramientas tecnológicas que facilitan el canal de comunicación y mejoran el servicio.

¿Hacia dónde van las asistenciadoras y cuál será el futuro de estas?

Hay un gran nicho de mercado. Yo creo que, en el caso de los seguros, las asistencias son un beneficio que perfectamente puede ser tangibilizado en la medida que se use, un servicio como el que prestamos, no debe verse como un accesorio, sino como un gran diferenciador. Además, se trata de un fidelizador para los asegurados que han contratado un seguro, que desde luego lo contratan pensando en prevenir y no usarlo; dicho seguro si se complementa con productos adecuados de asistencia y si se usan, insisto, es la forma inmediata de hacer tangible lo que ofrece la aseguradora y genera valor al seguro, que si bien no fue usado para el fin primordial del mismo, como es en la ocurrencia de un accidente, si fue utilizado a través de los servicios de la asistencia que resolvió un problema al asegurado. Sin duda el futuro de las asistenciadoras es bastante interesante y alentador, puesto que hay mucho que hacer y las oportunidades están allí.

En MAS Servicios tenemos soluciones para muchas situaciones, como servicios dentales, funerarios, atención especializada a mascotas, personal doméstico, adultos mayores, mujeres, automovilistas y pymes. Y si se compara el costo de nuestros productos a un nivel masivo y el costo individual será evidente la enorme diferencia. MAS Servicios es una empresa que siempre está innovando y brindando servicios diferenciados para el cliente.



LIDERANDO A LÍDERES

LAS RAICES DEL LIDERAZGO FUNDAMENTAL

Es hora de volver a lo básico y centrarte en un viaje de liderazgo individualizado.

DEL 22 AL 25 DE MARZO 2020
GAYLORD PALMS RESORT | ORLANDO, FL

» INFORMACIÓN EN: eventos@asprogama.org.mx

POWERED BY GAMA INTERNATIONAL AND AALU | #UNIFYTHEPROFESSION



Plan de movilidad para la Ciudad de México

► Erick Adolfo López Medina

Supervisor jurídico Autos, MAS Servicios

El problema de movilidad surge a partir de demasiados factores, como la gran cantidad de personas que necesitan trasladarse de un lado a otro de la ciudad, la ineficiencia en el flujo de vehículos o personas, la insuficiencia del sistema de transporte y el inadecuado comportamiento de usuarios o conductores. De aquí que, por segundo año consecutivo, ocupamos el puesto de "la ciudad con mayor tráfico del mundo", de acuerdo con el índice de tráfico TomTom. Para enfrentar esta problemática, el gobierno de la Ciudad de México creó el Plan de reducción de emisiones del sector movilidad, el cual consiste en reducir los viajes más contaminantes, cambiar hábitos al apostar por el transporte público sustentable y mejorar la tecnología existente para conseguir un transporte limpio. Para alcanzar estas metas, se ha establecido 2024 como año límite.

Reducir

El primer punto del plan pretende disminuir las emisiones de contaminantes en un 30% y mantener la distribución modal de viajes en automóvil. Para ello, las principales acciones a realizar a partir de 2020 son:

- Restringir la circulación de placas foráneas en un horario de 6 a 10 h, de martes a jueves. Esta medida no aplicará para placas originarias del Estado de México o verificadas en la Ciudad de México.
- Volver obligatorio el vehículo compartido, de 7 a 10 h, en algunas vías de acceso controlado.
- Impulsar planes escolares, institucionales y empresariales de auto compartido.
- Diseñar un programa de gestión del estacionamiento.
- Crear corredores de bajas emisiones en la zona central de la ciudad.

Cambiar

El segundo punto del plan pretende construir nueva infraestructura para el transporte público. Para ello, los principales objetivos a cumplir antes de 2024 son:

- 100 km de corredores exclusivos para transporte público.
 - Cuatro líneas de sistema Cablebús.
 - Expansión de sistemas de transporte masivo de Constitución de 1917 a Santa Martha.
 - Expansión de red de Metrobús mediante seis líneas.
 - Expansión de la línea 12 del Metro hasta Observatorio y compra de 30 trenes para el resto del sistema.
 - Mejora del Tren Ligero Xochimilco-Taxqueña.
 - Programa de movilidad de barrio con transporte de bajas emisiones.
- Se estima que con estos cambios se beneficiará a 2.7 millones de personas al día.

Mejorar

El tercer punto del plan pretende renovar el 100% de la flota del transporte público, con 12 años o menos, el 80% de las unidades de organismos públicos y el 50% de los vehículos concesionados con Euro V o superior. Para ello, los principales objetivos a cumplir antes de 2024 son:

- Incremento en la red de trolebuses y adquisición de 500 unidades.
 - Compra de 800 unidades nuevas de RTP, equipadas con trampa de partículas o tecnología superior.
 - Renovación y mantenimiento del 70% del transporte concesionado, mediante un nuevo mecanismo de financiamiento.
 - Compra de 1000 trampas de partículas para autobuses existentes de RTP y Metrobús.
 - Operación de una línea de Metrobús de cero o bajas emisiones.
- Con este plan, la actual administración de la Ciudad de México pone todas sus expectativas en las nuevas generaciones y toma en cuenta el cambio rápido y constante de las tecnologías, con el fin de lograr un impacto positivo en la movilidad de la ciudad, que exige tiempo, pero se puede lograr si se fija una meta específica.

Con este plan, la actual administración de la Ciudad de México, con el fin de lograr un impacto positivo en la movilidad de la ciudad, que exige tiempo, pero se puede lograr si se fija una meta específica.

11,250 millones de dólares La reclamación más costosa de un agente

► Laura Edith Islas Yáñez

Directora General, Revista Siniestro

Salvador Julián Saide, promotor de Monterrey, Nuevo León, nos narró el siniestro de vida que hoy compartimos contigo.

Los medios de comunicación hablaban del fallecimiento de un importante ejecutivo de una empresa y un agente se dio cuenta de que este había adquirido una póliza de vida, 14 años atrás, con Axa Seguros, así que se comunicó con su promotor para informarle que justo ellos tenían asegurado a ese cliente. De inmediato, Salvador se comunicó con la aseguradora para exponer la situación y dar el número de la póliza, por lo que la compañía señaló que en dos o tres días estarían listos para pagar la suma asegurada correspondiente. Después de esto, se dio aviso a los familiares del occiso, pero pasaron los días y nadie entregaba los documentos para solicitar el pago. Un jueves por la mañana, según recuerda Salvador, un funcionario de la aseguradora lo llamó para decirle que tenía enfrente a los abogados y apoderados de la empresa, quienes habían ido a cobrar la póliza. Al recibir esta noticia, se dirigió a la compañía, donde se encontraban quienes exigían el pago de muy mala manera, y les indicó que ellos no podían cobrar la suma asegurada porque el fallecido había dejado a cinco beneficiarios, así que no se trataba de una póliza de hombre clave, cuyo beneficiario fuera la empresa, sino de una individual. El grupo de abogados y representantes amenazaron con demandar, pero Salvador se mantuvo firme y respondió: "De leyes no sé, pero de seguros sí".

Después de ese enfrentamiento, llegó muy preocupado a la oficina porque al lunes siguiente vencían los 30 días para hacer válida la indemnización y parecía que los beneficiarios estaban de viaje en Europa, por lo que no podrían entregar los documentos. Por fortuna, comentó el caso con Alejandro Julián, su hijo, quien le dijo que conocía a una persona muy cercana a esa familia.

Ale explicó la situación a su amigo, y gracias a este se pusieron en contacto con los beneficiarios, quienes, entre el jueves y el viernes, reunieron los documentos necesarios. Antes de las 12 horas del lunes, se había cobrado la póliza.

Ese mismo día, los abogados y los representantes de la empresa se presentaron nuevamente en la aseguradora, con la firme convicción de cobrar la suma asegurada. Allí los recibieron y atendieron hasta que ya habían terminado de entregar los cinco cheques a los beneficiarios. Una vez que les informaron que la suma asegurada ya había sido cobrada, volvieron a insistir en que los iban a demandar por incumplimiento; Salvador insistió en que no se trataba de un seguro de hombre clave.

La suma asegurada era de 11,250 millones de dólares, cantidad que fue repartida entre los cinco beneficiarios. Salvador se siente muy orgulloso de haber participado en esta reclamación que posiblemente sea la más costosa que se ha pagado en seguro de vida.



Cristafacil, Easy Car Glass y Outlet de Refacciones

Proveedores de 1ra clase para las aseguradoras

Cuando un automóvil asegurado sufre un siniestro, la compañía de seguros se encarga de hacer las reparaciones pertinentes, pero para que esto suceda necesita de un proveedor que le facilite aquellas partes necesarias para sustituir las dañadas. Precisamente este último rol es desempeñado por Cristafacil, Easy Car Glass y Outlet de Refacciones. En esta ocasión entrevistamos a Eduardo Brockman, supervisor de estas tres empresas, para que nos hablara de ellas.

Eduardo, a grandes rasgos, ¿cuál es la finalidad de Cristafacil, Easy Car Glass y Outlet de Refacciones?

Cristafacil es una franquiciadora que se encarga de la instalación de cristales, Easy Car Glass es una empresa mayorista que surte a todos los Cristafacil a nivel nacional y Outlet de Refacciones es una compañía que vende autopartes usadas o genéricas.

¿La actividad de las tres gira en torno a los siniestros de autos?

Sí, ya que nuestra misión es proveer a las aseguradoras de las autopartes y los cristales necesarios para atender a sus clientes, y ayudarles a reducir su índice de siniestralidad mediante el precio competitivo que manejamos.

Este mercado, sobre todo en lo concerniente a las autopartes, es complicado, ¿o no?

Sí, en relación con las refacciones usadas, sabemos que en el país existe mucho robo para conseguirlas. Por eso, una de las funciones de Outlet de Refacciones consiste en garantizar la procedencia lícita de cada una de las partes que se surten.

¿Qué hay del costo de ellas? En muchas ocasiones, ante los altos precios, las personas se ven tentadas a buscarlas en el mercado negro, donde el costo de sustitución llega a ser hasta tres veces menor. ¿Cómo logran tener un precio competitivo y evitar que la gente elija otro camino?

Nos ayudan tres cosas. En Outlet compramos aquellos vehículos que son dictaminados como pérdida total y ocupamos las partes útiles, lo que nos permite adquirir refacciones a un costo bajo, beneficio que a su vez se ve reflejado en un precio atractivo para



Eduardo Brockman.

los clientes. Además, dado que manejamos un gran volumen de automóviles, los costos fijos de todas las refacciones que vendemos se diluyen, por lo que el precio disminuye. Finalmente, aunque en el mercado negro con toda seguridad se ofrecen autopartes más baratas que las que nosotros comercializamos, el interesado nunca encontrará allí todo lo que necesita; en cambio, con nosotros sí, ya que tenemos bodegas de 10 mil metros cuadrados y un patio de 30 mil. No conozco a nadie en el mercado negro que cuente con instalaciones de estas dimensiones.

¿Cuáles son las ventajas o novedades de Cristafacil?

Tenemos la lista de precios más competitiva de todo el mercado; ayudamos a las aseguradoras a reducir los costos de reparación e instalación de cristales; brindamos el servicio de restauración a domicilio; contamos con la mejor tecnología para componer vidrios, y trabajamos día a día en aumentar la cantidad de cristales recuperados. En relación con esto último, a veces nos encontramos con el obstáculo de convencer al asegurado de que es mejor reparar un cristal dañado que cambiarlo; sin embargo, hacemos lo posible por demostrarle que una restauración le ofrece las ventajas de no pagar deducible, conservar el cristal original y evitar problemas futuros, como filtraciones de agua o de aire y calibración equivocada en el caso de vidrios más sofisticados, que se presentan por las manobras de desmontaje y montaje.

¿Qué porcentaje de cristales reparan?

Reparamos aproximadamente el 3.5% de los cristales dañados. Nuestra meta es, teniendo en cuenta las condiciones de las pólizas y las aseguradoras, reparar arriba del 30% de los parabrisas. Se trata de un objetivo ambicioso pero alcanzable.

¿Cuáles serían los problemas que podrían enfrentar por ello?

Es obvio que un parabrisa dañado ya no cuenta con sus propiedades de protección y, dado que está diseñado para evitar que una rama o cualquier otro objeto entre al interior del vehículo, al estar semirroto representa un riesgo para nuestra integridad. Además, las grietas permiten las filtraciones de aire o de agua y, si no se reparan rápido, se hacen cada vez más grandes, hasta que terminas con algo irreparable y te ves obligado a cambiar el parabrisas.

¿Ha sido complicado para Outlet de Refacciones lidiar con los mercados negros?

En realidad no, porque nosotros estamos enfocados a otros consumidores. Cuando vendes refacciones a las aseguradoras, normalmente no compites contra esos mercados. A veces, cuando el taller compra las refacciones, las cosas cambian ligeramente, pero son muy pocas las aseguradoras que trabajan de esta manera y aquellas que así lo hacen tienen controles para que el taller no compre piezas ilícitas. Me parece que el mercado negro se dirige al sector de la población no asegurado y que, como nosotros atendemos la otra porción, no competimos con él, pues se trata de algo muy separado.

¿Qué futuro ves para el mercado de las refacciones en México?

Uno muy grande. Claro que hay nichos en los que no podemos entrar, como en el de las agencias de automóviles, ya que ellas adquieren por su cuenta las refacciones para sus talleres. Sin embargo, con respecto a nuestros verdaderos competidores, nosotros nos distinguimos por la innovación, la tecnología, los nuevos procesos y la mejora continua, porque lo que pasa hoy con las refacciones es que la mayoría de los proveedores son informales y no cuentan ni siquiera con una lista de precios.

Todos somos AMASFAC



La presencia de AMASFAC a nivel nacional brinda un conveniente apoyo a los intereses de los agentes de seguros y fianzas, facilitando el diálogo con autoridades, asociaciones afines y la comunidad en general.

Tenemos el honor de formar parte de organizaciones internacionales, como la WFIG (World Federation of Insurance Intermediaries) y la COPAPROSE (Confederación Panamericana de Productores de Seguros). En un ambiente de cada vez más globalizado, es vital enriquecer nuestra visión como el conocimiento de las mejores prácticas que ejercen en todo el mundo.

Otro signo de la era que estamos viviendo es el despertar de las empresas y asociaciones a la responsabilidad social. En AMASFAC asumimos el rol de integrarnos a esa toma de conciencia colectiva para lograr una mejor sociedad, contribuyendo con lo que hacemos mejor; promover la cultura de la previsión y la cultura del ahorro. Para ello organizamos eventos y campañas como la Semana Nacional de la Previsión, que se ha efectuado desde hace 22 años, con el fin de ofrecer a los niños el entendimiento de los riesgos a los que estamos expuestos, así como la importancia de su reducción y protección.

Por otro lado, una de las actividades clave de nuestra Asociación es la de organizar encuentros que aporten elementos de profesionalización a los intermediarios.

Es por eso que regularmente reunimos líderes de opinión, expertos en la industria de seguros y fianzas y, por supuesto, a los mejores talentos en nuestros Seminarios y Congresos, algunos con carácter internacional. En ellos se plantean temas de actualidad y tendencias hacia el futuro, para ayudarnos a anticipar los cambios que nos permitirán mantenernos a la vanguardia de nuestra actividad.

Una vez al mes se llevan a cabo sesiones de formación, profesionalización y convivencia con todos los asociados factores clave de la industria en cada una de las 38 Secciones que conforman AMASFAC a nivel nacional. Buscamos integrar expertos en el campo técnico, de negocios, liderazgo y, por supuesto, en los diversos aspectos del desarrollo personal; dichos expertos apoyan con su retroalimentación para resolver dudas o casos complejos, cuando se presentan a alguno de nuestros asociados en el ejercicio de sus actividades diarias. Además generamos sinergias entre distintas especialidades para complementar talentos y poder ofrecer soluciones de protección integral a los clientes.

Dado que nuestra tarea es apoyar en todo momento nuestros asociados también les auxiliamos con las gestiones y trámites que se realizan ante la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (destacan la cédula profesional, los exámenes de acreditación la póliza RC, as como subir al portal al portal de la Comisión todos los documentos para registro).

Con el objetivo de mantenernos conectados constantemente establecemos vínculos de comunicación y difusión a través de nuestro portal de internet nuestro libro anual Profesionales; Seguros y Fianzas, la Revista AMASFAC (mensual) y el boletín semanal.

Como una manera de reconocer el enorme trabajo y esfuerzo que implica ser intermedio de seguros y fianzas, otorgamos anualmente el "Trofeo AMASFAC" en Vida y Gastos Médicos Mayores y el "Trofeo de Garantías" en el ámbito de fianzas. A través de nuestra Cancillera, un grupo de ilustres asociados confieren la "Orden al Mérito" aquellos que de manera sobresaliente aportan para el desarrollo y fortalecimiento del sector.

Recientemente se ha celebrado el primer Foro "Visión de Mujer," una iniciativa de la Sección Tampico, dirigido a mujeres de todas las edades donde escucharon conferencias sobre previsión, salud, liderazgo, crecimiento personal y empresarial. Esperemos que este sea el inicio de más eventos que aborden la creciente influencia de las mujeres en la industria intermediaria de seguros y fianzas.

Ser miembro de AMASFAC trae beneficios especiales a sus asociados; para el mejor ejercicio de sus labores de venta y administración, establecemos convenios con mejores proveedores para ofrecer un precio y servicio preferencial en servicios y herramientas que facilitan el trabajo que nuestros agentes, siempre con un enfoque de evolución e innovación. Como estrategia para atender las inquietudes de todos los miembros, también organizamos eventos de integración y convivio entre los que destacan nuestros tradicionales torneos de golf y de domino en toda la comunidad aseguradora y afianzadora.

Esta es una visión rápida de nuestra AMASFAC, si tu eres intermediario, te invitamos a ser parte de esta gran familia, Afílate para ser un #AgenteAMASFAC.

Porque unidos logramos más
¡Sumando vamos!

Mensaje de Año Nuevo

Que en 2020 siempre te acompañe la prevención, protección y la asesoría de un Agente de Seguros y Fianzas...

www.amasfac.org

f AMASFAC_CDN

@amasfac_cdn

01 (800) 890 95 63



En un siniestro

Cómo interviene el reaseguro y cómo será su futuro en México

▶ Carlos Zamudio Sosa

México Claims and Risk Management, S.C.
carlos.zamudiososa@gmail.com

En el ramo de daños, creo que todo agente aspira, desde que es novel, a tener clientes y cuentas cada vez más grandes; intermediar negocios industriales, comerciales e incluso del sector público, y llegar a la cima. Por su parte, las compañías, al sentirse más cómodas con el sector de negocios que ya atienden, en el que se han consolidado, buscan especializarse en un solo giro e incluso innovar a través del desarrollo de productos masivos para segmentos específicos, los cuales deben contar con el respaldo de uno o varios reaseguradores.

Aunque para algunos no sea relevante el reasegurador, cada vez se exige más, en los grandes contratos, que el asegurador dé a conocer a quiénes trasladó el riesgo y en qué porcentaje.

El respaldo económico que el reaseguro brinda en cualquier mercado, incluyendo el mexicano, es enorme, pero pocos entienden cómo y cuánto influye este en la toma de decisiones frente a los siniestros, sobre todo cuando se trata de los más costosos.

En 2017, las pérdidas aseguradas a nivel mundial fueron de 144 billones de dólares en el rubro de daños. Ese año fue altamente catastrófico para México debido a los tres grandes temblores que vivimos y a los cinco fenómenos meteorológicos que nos impactaron, los cuales representaron pérdidas por alrededor de 30,248 millones de pesos, aproximadamente 1.6 billones de dólares, correspondientes a alrededor de 73 mil reclamos para el mismo ramo. Por tanto, nuestra participación en las pérdidas mundiales apenas fue de un poco más del 1% durante ese año. Estos datos nos hablan de qué tan importante es para cualquier reasegurador

mantener una buena dispersión de los riesgos que recibe.

Durante las Jornadas de Reaseguro de 2019, se exhibieron muchas estadísticas, de las cuales se desprende que en México la masividad de las “pequeñas” reclamaciones por los siniestros catastróficos supone el grueso de la carga administrativa de atención, pero no las pérdidas más relevantes.

Así pues, en México, aunque se atendieron alrededor de 62 mil reclamaciones de casa habitación, equivalentes a casi 3,830 millones de pesos en indemnizaciones y menos del 13% del total reclamado por daños y pérdidas consecuenciales, otros 11 mil reclamos supusieron más del 87% de las indemnizaciones para esos catastróficos. Además, es posible asumir que un importante porcentaje de las pólizas siniestradas fueron suscritas facultativamente y no en paquetes.

Decíamos que el reaseguro tiene una gran participación tanto en la potentísima administración de los fondos como en la toma de decisiones. Esto se debe a que supervisa que las indemnizaciones estén realmente ajustadas al contrato celebrado con el asegurador mexicano, sobre todo cuando se trata de los casos más complejos y costosos.

No insinuamos que la aseguradora supedita sus decisiones de pago o rechazo a la anuencia del reasegurador, pues tiene que honrar el contrato que suscribió con su asegurado, sin importar que haya o no reasegurado íntegramente el riesgo; sin embargo, en los casos que destacan económicamente, la información proporcionada por el ajustador es revisada por el reasegurador, ya sea en el momento o en una auditoría posterior, cuando este no se arroja con anticipación la capacidad para nombrar al ajustador.

Este proceso está por demás justificado, ya que el reasegurador, aunque no tiene contacto directo con el asegurado, paga el grueso de las pérdidas, por lo que ciertamente

puede argumentar la improcedencia del reclamo de la aseguradora mexicana y denegar el total o una parte de la participación indemnizable, en cuyo caso la aseguradora tendría que absorber esas diferencias o demandar a su reasegurador para que este se haga cargo de ellas.

Sabemos que el seguro ya no es el mismo; el reaseguro seguirá dictando los alcances de cobertura; las aseguradoras regionales continuarán traspasando los riesgos locales, y el seguro seguirá mutando permanentemente porque, entre otras cosas, la suscripción digital es mayor y el uso de la inteligencia artificial se irá incrementando.

También debemos saber que, en los productos de daños directos y el seguro de cobertura por pérdidas financieras (los daños de primer orden), los siniestros catastróficos suponen cada vez menos impacto directo. Actualmente, las pérdidas de segundo orden se tornan cada vez más importantes, y el reaseguro está generando productos y actualizando las coberturas, para hacer frente a las nuevas naturalezas de pérdida.

En los seguros muy catastróficos, hoy ya podemos suscribir coberturas paramétricas, donde nada importa ni el tamaño de los daños ni si los hubo o no, ya que, una vez que el disparador de la cobertura supera los valores acordados e impacta en la zona geográfica de interés, la indemnización es automática, por lo que no hay necesidad de ajuste y simplemente se paga el valor convenido.

Con respecto a otros tipos de pérdida, el reaseguro ha venido desarrollando nuevos esquemas que se adaptan a ellos e incluso ya nada tienen que ver con un daño físico, sino con la actualización de una condición de exposición muy actual, como el riesgo cibernético que cada vez está más extendido y tiene un impacto económico mayor para el gobierno, las empresas y los particulares.



El Mejor Calificado de Houston

Neurología y Neurocirugía

Cuando se trata de neurociencia, la clave está en colaborar con una institución académica líder, como el Baylor College of Medicine, para revolucionar los enfoques quirúrgicos, encontrar usos innovadores para la tecnología y navegar por nuevas fronteras. Se trata de la tranquilidad de tener a su lado algunas de las mentes más brillantes en materia de neurociencia, dirigiendo sus cuidados médicos al tiempo que desarrollan nuevos tratamientos para el mañana.

StLukesInternational.org
international@stlukeshealth.org
Tel: +1 832-355-3350

Texas Medical Center, Houston, Texas – U.S.A.

Baylor St. Luke's Medical Center



BEST HOSPITALS

& WORLD REPORT
U.S. News

NATIONAL NEUROLOGY & NEUROSURGERY 2019-20

#JuntosEnElCamino

ANA
SEGUROS

Comparte **momentos inolvidables** con los que amas
¡Asegura tu auto!