

REVISTA AMASFAC 2021

AMASFAC

63

ANIVERSARIO



AMASFAC
ASESORES

Creamos Valor

AMASFAC ES LA ÚNICA ASOCIACIÓN
QUE REPRESENTA Y DEFIENDE LOS INTERESES
DE LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS...
DE TODOS LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS



Gracias por impulsar una cultura del seguro en México
y **proteger a las familias y sus sueños.**

#AgentesGNP

Amarás
tenerlos cerca

Vivir es increíble®

ÍNDICE

4

GALERÍA DE SERVICIOS AMASFAC

7

MENSAJE

Lic. Alejandro Sobera Biótegui,
Presidente Nacional AMASFAC

9

**LA PANDEMIA NO SE HA IDO Y PERSISTEN
LOS IMPACTOS**

Mtro. Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez,
Presidente Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.

13

IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL SECTOR DE SEGUROS

Lic. Luis Fabre Pruneda,
Vicepresidente Técnico CONDUSEF

18

**CONSTRUYAMOS JUNTOS UN MÉXICO MÁS
ASEGURADO**

Act. Sofía Belmar Berumen,
Presidenta de la Asociación Mexicana de Instituciones
de Seguros (AMIS)

21

CARTA A AMASFAC

Por Lic. Juan Pablo de Velasco Cepeda,
Presidente Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías

24

AMASFAC

Por Lic. Miriam Cassis Arminio,
Vicepresidente Nacional Sector Personas Morales

27

**LA INDUSTRIA DE SEGUROS: PILAR PARA
LA RESILIENCIA DE LAS FAMILIAS ANTE EL COVID-19**

Act. Norma Alicia Rosas Rodríguez,
Directora General, AMIS

30

**QUÁLITAS, DEL RETO A LA OPORTUNIDAD DURANTE
LA PANDEMIA**

José Antonio Correa Etchegaray,
Presidente del Consejo de Administración
y Director de Quálitas Compañía de Seguros

33

LA MANERA PERFECTA DE MANTENERTE ÁGIL

Monex

34

**GNP SEGUROS: EL PAPEL DEL SECTOR ASEGURADOR
EN LA PANDEMIA DE COVID-19**

Lic. Eduardo Silva Pylypciow,
Director General GNP Seguros

37

**EL SEGURO: UN CAMINO PARA QUE TODOS SEAMOS
MEJORES CIUDADANOS**

Mtro. Manuel Escobedo Conover,
CEO, Grupo Peña Verde

40

**ADVERTIR EL IMPACTO DE LA PANDEMIA POR COVID 19
EN EL SECTOR DE SEGUROS Y FIANZAS
COMO ESTÍMULO PARA EL EMPRENDIMIENTO**

Lic. Antonio Blando Chávez,
Presidente, ASPRO GAMA International México

43

COVID-19: LA PANDEMIA QUE CAMBIARÁ AL MUNDO

Lic. César Rojas Rojas,
Director General, Periódico El Asegurador

44

**COPAPROSE Y SU VISIÓN ACTUAL SOBRE LOS DESAFÍOS
QUE ENFRENTAN LOS PRODUCTORES DE SEGUROS**

C. P. Elisabeth Vogt de Weber
Vicepresidente I COPAPROSE
Comité Consultivo AMASFAC

ÍNDICE

48

LOS SEGUROS COMO HERRAMIENTA PARA LA MOVILIDAD SOCIAL EN MÉXICO

Lic. Mauricio Arredondo,
Director General, Centro de Evaluación para Intermediarios

52

AMASFAC EN LA VIDA DE LOS AGENTES DE SEGUROS Y DE FIANZAS

Act. Rafael Morfín Maciel,
Ex Presidente Nacional AMASFAC

54

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTAR AFILIADO A AMASFAC?

Lic. Antonio A. Pozzi y Pardo,
Ex Presidente Nacional AMASFAC

56

IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA CARRERA PROFESIONAL DEL INTERMEDIARIO DE LOS SECTORES ASEGURADOR Y AFIANZADOR

Lic. Roberto S. Luna,
Director General, IMESFAC

59

SEGUROS ATLAS

C. P. Rolando Vega Sáenz ,
Director General de Seguros Atlas

60

CONGRESOS AMASFAC SER O NO SER: ¿PARA QUIÉNES SE HACEN ESTOS CONGRESOS?

Lic. Roberto Castellanos Omaña,
Comité Organizador Congreso COPAPROSE 2021

62

COMITÉ PÓLIZA RC AGENTES

Ing. Gerardo de la Garza R.,
Comité Póliza RC Agentes, AMASFAC

65

HOLE-IN-ONE... AHORA EN DOMINÓ

Ing. Jacobo Viskin Jinich,
Comité Organizador, Expresidente Nacional AMASFAC

67

**GRUPO DENTALIA
LÍDER EN EL SECTOR DENTAL EN MÉXICO**

70

LA DIFERENCIA ENTRE SER “UN AGENTE ASESOR EN SEGUROS” Y SER UN “AGENTE ASESOR EN SEGUROS AMASFAC”

Don Cristóbal Ponce Patrón,
Director General Grupo Ponce y Asociados SCP

72

LOS JÓVENES AGENTES DE HOY Y SU PAPEL ANTE LOS NUEVOS RETOS

Lic. Andrés Jiménez Meza,
Presidente del Comité de Jóvenes AMASFAC

75

LEYES AMBIENTALES Y EL SEGURO DE RESPONSABILIDAD AMBIENTAL: EVOLUCIÓN FISCALIZACIÓN Y NECESIDAD

Lic. Andrés Martínez,
Berkley Seguros México

79

IMPACTOS Y APRENDIZAJES DE LA PANDEMIA COVID-19 EN EL SECTOR DE SEGUROS Y FIANZAS

L.C. Fernando J. Martínez Aguilar,
Presidente Comité de Tecnología, AMASFAC

82

...Y CON LA PANDEMIA ¿QUÉ?

Lic. Oscar González Plans
Director General GPA Consultores

84

FIANZAS Y CAUCIONES ATLAS

Act. Gerardo Sánchez Barrio
Director General Fianzas y Caucciones Atlas

86

HDI SEGUROS, UN EJEMPLO DE ÉXITO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Lic. Marcelo Ramírez
Director Ejecutivo de Operaciones de HDI SEGUROS

88

SEMANA NACIONAL DE LA PREVISIÓN

Lic. Scarlet Rodríguez Alday
Presidenta Comité Semana de la Previsión

92

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA AGENTES DE SEGUROS

Lic. Griselda González Moreno
Presidenta Comercial SICAS On Line

96

SOMPO SEGUROS MÉXICO

99

AGENTES DE SEGUROS... SU GRAN VALOR Y CONFIANZA

Fernando Álvarez del Río,
Director General, General de Seguros y General de Salud

102

EL AGENTE DE SEGUROS ACTOR ESENCIAL EN LOS RIESGOS DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y LAS NECESIDADES DE SUS TRABAJADORES

Lic. Erick Ocampo Ortiz,
Presidente Comité de Gobierno y Sector Público

104

LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS HISTORIAS DE VIDA EXTRAORDINARIAS

Lic. Claudio Castañeda M., Director Ejecutivo AMASFAC

106

¿PREMIAR A LA ASEGURADORA QUE AL ATENDER SINIESTROS DEJE UN BUEN SABOR DE BOCA AL CLIENTE?

Lic. Laura Edith Islas Yañez,
Directora General Revista Siniestro

110

LA DIGITALIZACIÓN EN EL MUNDO DE AGENTES DE SEGUROS ¿CALABAZA O CARRUAJE?

Lic. Alejandro Marmorek,
Chief Executive Officer de Berrysafe

112

EN CHUBB NOS DEDICAMOS A LOS SEGUROS Y A LAS FIANZAS

114

CUBRIRSE POR RIESGO AMBIENTAL: SEGURIDAD PARA TU PATRIMONIO EMPRESARIAL

Lic. Claudia Granados Cervantes
Gerente de Suscripción de RC en GMX Seguros

119

TECNOLOGÍA COMO PALANCA DEL CAMBIO: LA CORREDURÍA INTELIGENTE

Isidre Mensa
CEO de MPM Software

123

PREVISIÓN ÓPTIMA MONEX: UN NUEVO SEGURO DE VIDA E INVERSIÓN

Ing. Mauricio Martín Avendaño Ibarra,
Subdirector de Asesoría Privada, Grupo Financiero Monex

124

EL AHORRO EN MÉXICO REALIDAD O MITO

Insignia Life

126

PREVENCIÓN Y RESILIENCIA PARA UN MUNDO SUSTENTABLE

Zurich

130

GALERÍA DE LÍDERES DEL SECTOR DE SEGUROS Y FIANZAS

Líderes AMASFAC

142

GALERÍA DE LÍDERES DEL SECTOR DE SEGUROS Y FIANZAS

Líderes del Sector

145

MURAL EXPRESIDENTES AMASFAC

149

DIRECTORIO

GALERÍA DE SERVICIOS AMASFAC

Tarjeta de
Presentación
Digital

Dictamen de
reclamaciones
GMM
SIN COSTO

Servicios de
Telemedicina

Descuentos
y mejores
condiciones
en póliza
de
RC GMX
y HDI

Servicios
Funerarios

Mantenemos
al día
tus trámites
con la CNSF

Equipo CDN
dedicado 100 %
a brindarle
nuestros servicios

Principales
medios
informativos
del sector

39 Secciones
para apoyar tus
actividades en
todo el país

Convenios
y alianzas
con los
proveedores
de mayor
prestigio

Plataforma
Berrysafe
para ampliar
tu red de
prospectos

Conjuntamos lo
mejor de nuestros
talentos y líderes
para apoyar la
formación
y desarrollo
de nuestros
asociados

Formamos parte
de las redes de
intermediarios de
seguros y fianzas
más importantes a
nivel mundial

Más de 200
colegas colaboran
para dignificar
y desarrollar
la profesión de
agente de seguros
y fianzas

Somos la única Asociación
que representa y defiende
los intereses de los Agentes
de Seguros y Fianzas...

de TODOS los Agentes de Seguros y Fianzas

unete@amasfac.org

MENSAJE

Presidente Nacional



Lic. Alejandro Sobera Biótegui

Presidente Nacional

AMASFAC

Este año nuestra Asociación cumple 63 años de operaciones continuas, de trabajar todos los días para apoyar la formación y el desarrollo de los Agentes de Seguros y Fianzas.

Muchas son las acciones y logros que se atesoran a lo largo de toda nuestra historia, innumerables recuerdos vienen a nuestra mente de tanta gente talentosa y generosa que nos ha aportado valor y que nos ha fortalecido a través del tiempo.

En voz de nuestros líderes, AMASFAC es un espacio de integración para representar y defender los derechos de los Agentes de Seguros y Fianzas, para sumar los esfuerzos individuales, para multiplicarlos en una comunidad unida con el único propósito de contribuir a fortalecer y desarrollar nuestro Sector.

Agradecemos a las generaciones de Colegas y Amigos del Sector que a través de todos estos años nos han brindado su apoyo y que nos han permitido trascender en el tiempo; agradezco en particular a quienes nos han apoyado en este bienio, a las Autoridades, Asociaciones, Aseguradoras, Afianzadoras, Reaseguradoras, Colegas, Proveedores, Líderes AMASFAC y Asociados.

Se dice que los viajes ilustran y en ese sentido la interacción diaria con nuestro sector es muy formativa para todos los que la vivimos.

En esta edición especial de Aniversario de nuestra Revista AMASFAC se recogen valiosas reflexiones de los principales Líderes de nuestra industria, es sin duda el mejor regalo que podemos compartir como celebración, les invitamos a leerlas y enriquecer con ello su propósito de aportar en favor de nuestra formación y desarrollo.

Muchas felicidades para la AMASFAC en su 63 aniversario y muchos años más de aportes para nuestro crecimiento y el de TODO el Sector.

AMASFAC es la única Asociación en nuestro país que representa y defiende los intereses de los Agentes de Seguros y Fianzas... ¡de TODOS los Agentes de Seguros y Fianzas!

Cordialmente,

A M A S F A C



ANIVERSARIO

Lleva los beneficios de tu membresía AMASFAC al siguiente nivel.

Berrysafe Prime es un plan que Amasfac y Berrysafe han diseñado para ti en el que pagando un único valor obtienes:

- Membresía AMASFAC por 12 meses
- Perfil digital activo en Berrysafe
- Prospección digital automática
- Acceso a los productos del Market Place Berrysafe.

Es muy fácil, Solo haz clic, al gestionar tu membresía o tu renovación en el sitio web AMASFAC busca el botón que dice:



Posteriormente recibirás un correo para activar tu perfil Berrysafe y listo!



LA PANDEMIA NO SE HA IDO Y PERSISTEN LOS IMPACTOS



Mtro. Ricardo Ernesto Ochoa Rodríguez
Presidente
Comisión Nacional de Seguros y Fianzas

Estimados agentes de seguros y de fianzas asociados de AMASFAC:

A más de un año de que dio inicio la pandemia de COVID-19, esta ha impactado en todos los ámbitos de la sociedad y la economía, lo cual ha generado cambios importantes en todos los aspectos de nuestra vida. En México, como en el resto del mundo, la profundidad de estos cambios y sus consecuencias se están vislumbrando como permanentes, lo que significa la implementación de cambios estructurales en las formas de producir, trabajar, estudiar y consumir.

Lo anterior se refleja en todo el sector asegurador y afianzador, en instituciones, clientes y en especial en los agentes, que son una parte sumamente esencial de este mercado. Para responder a ello, se ha acelerado la intensificación del uso de las tecnologías en los siguientes rubros: la emisión de primas, los mecanismos de atención al cliente, los procesos operativos internos y la innovación en productos adecuados a este tipo de riesgo. Además, el Sector ha mostrado resiliencia en sus indicadores de solvencia, liquidez y suficiencia.

El Sector sigue mostrando solvencia a pesar de los golpes de la pandemia.

La solidez del Sector, reflejada en sus niveles de solvencia y capitalización, le ha permitido enfrentar de manera oportuna las reclamaciones aun con su incremento, en particular en los seguros de Gastos Médicos y de Vida. Al mes de junio del 2021, se tenía 2 veces más capital de solvencia que el mínimo requerido, por lo cual se cuenta con suficientes recursos para cubrir los siniestros inesperados en el momento necesario. Adicionalmente, la liquidez se mantiene en niveles adecuados, el Sector cuenta con 100 % más de activos líquidos que el mínimo requerido por la regulación.



Los agentes han realizado un papel relevante durante la crisis.

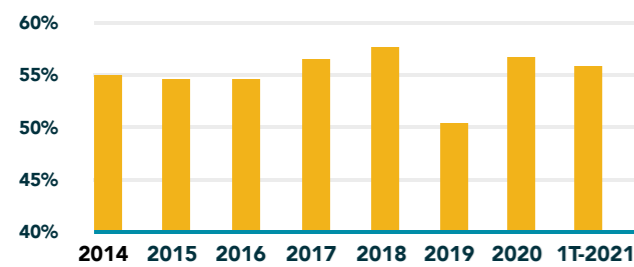
Los agentes participan en varios momentos del ciclo de los seguros. Al principio en la adecuada prospección y asesoría con calidad a los potenciales asegurados y afianzados, que desemboca en la colocación de una póliza; estas actividades se han visto severamente impactadas durante la pandemia debido a las medidas de aislamiento social y la crisis económica que ha obligado a las familias a redirigir sus recursos a otros rubros que no son necesariamente los seguros.

Una vez emitida la póliza, la participación de los agentes se redirecciona para convertirse en facilitadores para la tramitación de modificaciones en coberturas, sumas aseguradas, beneficiarios, datos del asegurado, etc., es decir un vínculo entre la compañía y el contratante que permanece a lo largo de la

vida del seguro, incluido el brindar toda la información necesaria para que el asegurado y afianzado conozca sus derechos y obligaciones. Un momento crítico es cuando sucede algún siniestro y el agente se convierte en apoyo para el asegurado, esto ha sido crucial en esta crisis sanitaria en donde los siniestros se han incrementado.

Tradicionalmente, el principal canal de distribución para los seguros ha sido el de los agentes, durante 2020 comercializaron el 46 % de los seguros de vida y el 97 % de los seguros de Gastos Médicos. Al cierre de junio de este año, comercializaron el 56 % de la prima emitida y superan a otras opciones como los son la venta directa, internet y sucursales bancarias.

% Prima colocada por medio de agentes



Incluye agentes personas físicas y personas morales.

La pandemia continúa y se espera que se mantengan las afectaciones.

En 2021 regresó la incertidumbre en cuanto a la evolución de la pandemia, debido a una nueva variante del virus conocida como "Delta", la cual ha detonado que, con menor medida, se refuercen y retomen las medidas de confinamiento para reducir su propagación, así como los respectivos incrementos en mortalidad y morbilidad que impactan particularmente a los seguros de Vida y Salud.

Hemos visto que la pérdida y la recuperación aletargada del ingreso tienen efecto sobre la colocación de nuevos negocios y renovaciones. Asimismo, la lenta recuperación de la inversión genera afectaciones sobre las Fianzas en el mediano-largo plazo, y todo ello se conjuga con los impactos particulares sobre la emisión de primas de ciertas operaciones y ramos de seguros, como es el caso de Autos, la cual ha sido lenta por la menor movilidad que existe desde el inicio de la pandemia.

Conforme se ha normalizado la economía, se observa una pequeña mejoría en la colocación de las primas, sin embargo, la pandemia sigue vigente y la posibilidad del surgimiento y dispersión de nuevas olas de contagio podría continuar afectando a la economía y al Sector. Las operaciones y ramos tuvieron comportamientos diversos; la operación de Daños

continúa con siniestralidad a la baja, aunque muestra indicios de cambio de tendencia, mientras que el incremento en la mortalidad, en conjunto con los retiros hechos en los seguros de ahorro han provocado severos impactos en la siniestralidad de la operación de Vida; se identifica también un crecimiento en la siniestralidad de Accidentes y Enfermedades por razones relacionadas directamente con la pandemia; en el caso de Autos, continúa el descenso en la emisión de primas. Aunque el Sector asegurador recibió el impacto de la pandemia bien capitalizado y con solvencia, debido a la naturaleza del negocio, existe un rezago en los impactos respecto a la economía nacional, por lo que el Sector muestra afectaciones en su utilidad, como consecuencia de un triple efecto relacionado con el aumento en las reservas, la menor emisión y el incremento en la siniestralidad.

El ingreso no acelera su recuperación e impacta la colocación de primas.

La lenta recuperación de la actividad económica aunada al efecto negativo sobre el empleo derivado del cierre de la economía, fueron tan profundos que la velocidad de la recuperación todavía no es suficiente para regresar a los niveles de actividad de 2019, con su consecuente impacto en el ingreso de las familias. El Sector no está alejado de esto, no obstante, el comportamiento entre junio 2021 y junio 2020 registra un crecimiento anual de 6.6 %, en seguros con un 6.5 %, y en fianzas con 13.4 %, este aumento es menor en 1.8 % que el de 2019, lo que indica que la recuperación se ha dado de forma lenta.

La siniestralidad empieza a deteriorar al Sector.

Los siniestros del último año, con corte a junio del 2021, que no habían sido tramitados, han acelerado sus reclamaciones lo cual presiona mucho a la operación de Vida con un alza en su siniestralidad del 28 % debido al aumento en los siniestros y a los retiros en seguros con componente de ahorro. También destaca el aumento del 24 % real anual en la siniestralidad en los seguros de Accidentes y Enfermedades. El crecimiento de la siniestralidad anual del Sector fue de 18.6 %, lo que apunta a un probable incremento en el precio de estos seguros, que a su vez puede limitar la colocación de pólizas o reducir el número de renovaciones.



Los canales de distribución deben adaptar su rol a los retos de la pandemia.

En los canales de distribución se observó un ligero incremento en los agentes durante 2021. Se ha presentado una disminución en las ventas directas, de la mano con un aumento en las ventas por otros canales, como son los descuentos por nómina, automotrices, venta masiva, telemercado, internet y empresas comerciales, entre otros.

El Sector se ha apoyado en la tecnología para sortear los efectos de la crisis sanitaria.

El aislamiento derivado de la pandemia obligó a la sociedad a adoptar y adaptarse de forma abrupta y generalizada al uso intensivo de la tecnología, esto ha potenciado que se reduzca la necesidad del contacto físico entre el asegurado y la institución al momento de la suscripción, reclamación, formalización de las pólizas y la medición de los riesgos y canales de distribución. Se anticipa que estos adelantos tecnológicos lleven a cabo los procesos de manera más eficiente y permitan ampliar la penetración del seguro a nichos actualmente desatendidos.

Antes de la pandemia, la tecnología aplicada en el sector tenía como objetivo generar procesos más eficientes, expeditos y a un menor costo. No obstante, el desarrollo de estas innovaciones, la relación entre el asegurado y su agente, siguió sin alterar los canales tradicionales, hasta que el aislamiento social obligado como efecto de la pandemia por COVID-19 detonó la adopción inmediata de modelos de trabajo a distancia a través del uso de medios tecnológicos con modalidades distintas para la prestación de servicios y su continuidad operativa.

La pandemia tendrá como resultado un uso más intensivo y extendido de la tecnología y se prevé una aceleración en su aplicación. En particular, dentro de la industria de los seguros, y en especial en su venta, muestra grandes

avances gracias a técnicas estadísticas como: plataformas digitales, internet de las cosas, Big Data, asesores robóticos, inteligencia artificial y productos punto a punto. La implementación de estas innovaciones tecnológicas permitirá una mejor segmentación del mercado, así como un perfilamiento del asegurado más adecuado con respecto a sus preferencias y riesgos.

Se tiene que tomar en cuenta que varios factores deben incidir en una reducción de costos.

Para hacer más eficiente la supervisión y operación del Sector, se han implementado medidas de supervisión más selectivas y oportunas, monitoreando que no hubiese impedimentos para las transacciones financieras y comerciales. Particularmente, el uso de la tecnología ha permitido la continuidad operativa, por lo que el sector tiene que seguir aprovechando y expandiendo su uso tanto en las diferentes etapas de la cadena de valor del seguro y de la fianza (diseño, distribución, suscripción y reclamos), como en la regulación y supervisión.

Contención de precios

Es necesario procurar que las instituciones de Gastos Médicos y Vida no tomen la siniestralidad de 2020 como permanente y que las compañías gestionen con los proveedores de servicios hospitalarios la administración adecuada de los costos médicos y hospitalarios para no impactar de manera desproporcionada el precio de las primas de Accidentes y Enfermedades, además de mantener cautela para no incurrir en toma de riesgos para los cuales no se tenga capacidad de gestión.

Resulta crucial mantener el precio de los productos para no afectar a la penetración de estos entre la población, teniendo especial cuidado en atender de manera global los riesgos no diversificables generados por la pandemia, evitando así que las compañías añadan coberturas catastróficas para pandemias, lo que podría llevar a la necesidad de establecer muy altos niveles de reservas y capital, por lo que los asegurados tendrían que pagar primas muy elevadas.

Fortalecimiento de fuentes internas de generación de ingresos.

Si bien ha sido clara la necesidad de contener los precios de las primas para evitar un impacto en el Sector, también es importante mantener cierto equilibrio que permita hacerlo sin sacrificar los ingresos ni dañar la operación de las instituciones. En dicho entendido, la CNSF ha dado la recomendación a las compañías de restringir el pago de dividendos a los accionistas a fin de apoyar a sus fuentes internas de capitalización.

Todo converge en que el foco principal de un agente es el asegurado.

Esta emergencia refuerza el verdadero papel del agente en el ecosistema del seguro, no solo se reduce a ser un vendedor o colocador de primas, sino por el contrario:



En convertirse en un asesor integral de los asegurados y afianzados que les permita adquirir el producto más adecuado a sus necesidades de protección, ahorro y seguridad.



Una vez colocada la póliza, sus esfuerzos se redirigen en volverse aliados de sus antes prospectos, ahora asegurados y afianzados, en la relación de estos con las instituciones, ya sea para apoyar en la solicitud de reclamaciones, modificaciones a las pólizas, clarificación de coberturas, apoyo y hasta presencia en el momento de los siniestros; esto sucede porque, en la mayoría de los casos, los asegurados dejan de ser solo un negocio colocado en su cartera para convertirse en una relación más cálida, asertiva y de apoyo mutuo; estas acciones han cobrado una relevancia mayúscula durante esta emergencia sanitaria, donde el acompañamiento y asesoría cercana con los afectados es vital para mantener la credibilidad y confianza del Sector, y lo más importante, minimizar las afectaciones en el patrimonio, salud y bienes de las familias. Por otro lado, cada relación exitosa con un asegurado implica recordarle a cada agente que su fuente de ingresos proviene de ellos y debe incentivarlo a fomentar y mejorar la calidad de su labor para mantener y hacer perdurar la confianza depositada en él y obtener recomendaciones que le permitan hacer crecer su cartera de asegurados y/o afianzados.

IMPACTO DE LA PANDEMIA EN EL SECTOR DE SEGUROS



La pandemia que trajo consigo el SARS-CoV-2 (COVID-19), verdaderamente vino a trastocar diferentes aspectos en la vida de personas, familias, empresas de todo tipo, la sociedad y países enteros a niveles nunca antes vistos. No se tiene referencia de un evento que, a nivel global, haya alterado tanto la economía, la movilidad, el comercio, la salud y la integridad física y emocional de las personas de todas las edades, lo que por supuesto impactó significativamente a las Instituciones de Seguros por el alto número de siniestros en los ramos de Vida y Salud, así como también en otras operaciones que se vieron adversamente afectadas en la colocación de productos.



Lic. Luis Fabre Pruneda
Vicepresidente Técnico
CONDUSEF

En México se tienen antecedentes de graves eventos que han agitado al sector asegurador, tales como fenómenos naturales como terremotos, ciclones o huracanes que han puesto a prueba la reacción de las aseguradoras para cubrir los daños causados por este tipo de acontecimientos sin ver afectada su solvencia; sin embargo, las afectaciones provocadas por el COVID-19 no tienen referente alguno, sobre todo aquellas que han padecido los beneficiarios de algún seguro de gastos médicos y los deudos en casos de fallecimiento por su causa y, aún más evidente, de los que han tenido que utilizar sus propios recursos o su patrimonio para enfrentar los costos de esta enfermedad por no contar con un seguro.

Es importante reconocer la empatía con la que gran parte del sector asegurador actuó en medio de la contingencia sanitaria por el COVID-19. La CONDUSEF realizó un análisis de las páginas de internet o publicidad impresa de las Instituciones de Seguros que tuvieran contemplado algún apoyo económico para los clientes (descuentos en el pago de primas o diferimiento del plazo de su pago) o bien, que sus productos contaran con la atención COVID, aunque en sus Condiciones Generales se estipulara lo contrario. El resultado fue publicado en la página Web de la CONDUSEF para conocimiento del público.

De igual manera, muchas de las aseguradoras, con sus propios recursos y sin importar el ramo en que operaran, se solidarizaron con el personal de salud que estuvo en la primera línea de la lucha contra el COVID-19 y con sus familias, brindándoles protección financiera a través de una Cobertura Solidaria totalmente gratuita que tenía como propósito otorgar una indemnización de 50,000 pesos a las familias de los trabajadores de salud del sector público en caso de fallecimiento por causa directa del virus SARS-Cov2.

Por supuesto que la CONDUSEF también ha dado acompañamiento a los beneficiarios de los seguros de gastos médicos y vida, y es así como, durante los meses de enero a junio de 2021, se atendieron 121,775 asesorías en SIAB Vida, 129 % más respecto al mismo periodo de 2020, cuando se realizaron 53,209 de estas asesorías. Las entidades en las que más solicitudes se han registrado son la Ciudad de México y el Estado de México.

ASESORÍAS SIAB VIDA

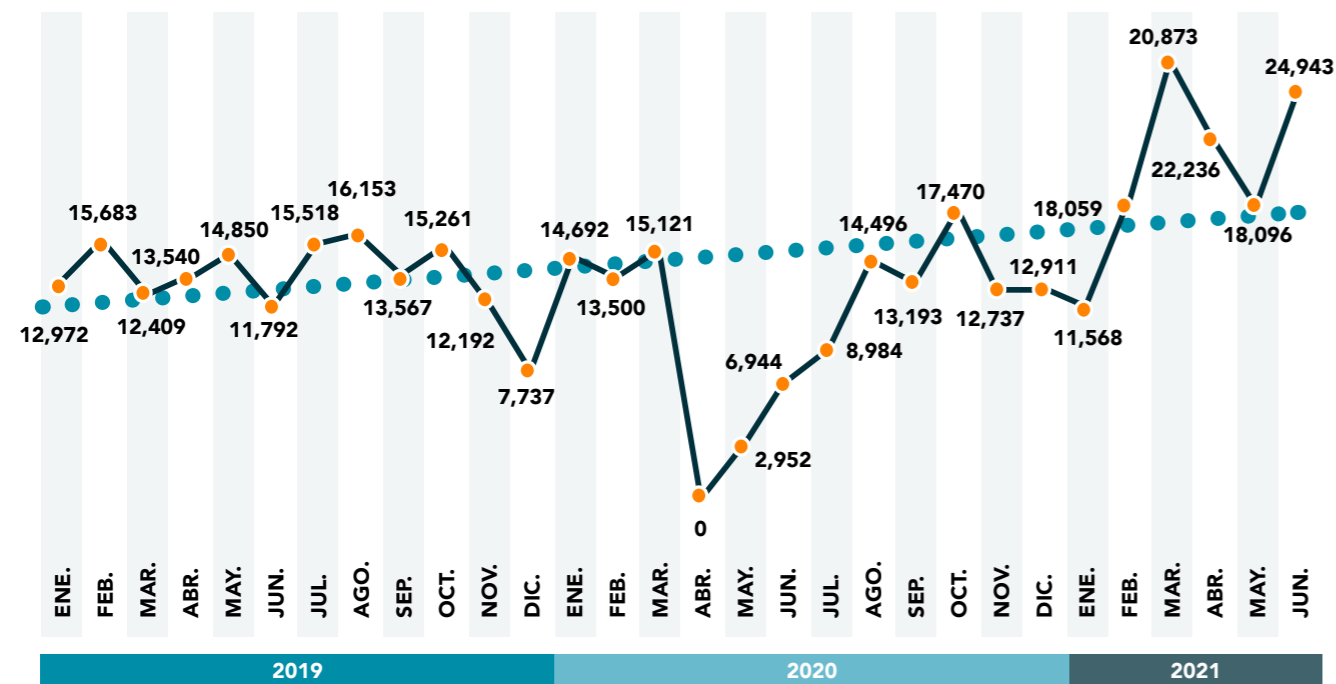
Causa de reclamación: SIAB VIDA - Consulta para saber si es beneficiario de seguro(s)

Rango de Edad	2018	2019	2020	Enero-Junio				Var. (%) 2021-2020
				2020	Part.	2021	Part.	
TOTAL	161,841	161,674	133,000	53,209	100%	121,775	100%	128.9
JÓVENES (Entre 18-29 años)	25,979	24,955	24,970	9,357	17.6%	18,301	15.0%	95.6
ADULTOS (Entre 30-59 años)	97,794	97,054	80,620	31,429	59.1%	78,905	64.8%	151.1
ADULTOS MAYORES (60 años y más)	30,632	31,457	24,484	10,466	19.7%	23,438	19.2%	123.9
Sin especificar	7,436	8,208	2,926	1,957	3.7%	1,131	0.9%	-42.2

Fuente: CONDUSEF, agosto 2021.

En materia de reclamaciones en los productos de Vida Individual y Vida Grupo, de enero a junio de 2021 se recibieron 4,950 y 1,028 respectivamente, contra 3,081 y 529 del mismo periodo de 2020, lo cual representa un incremento del 60.7 % y 94.3 %, respectivamente.

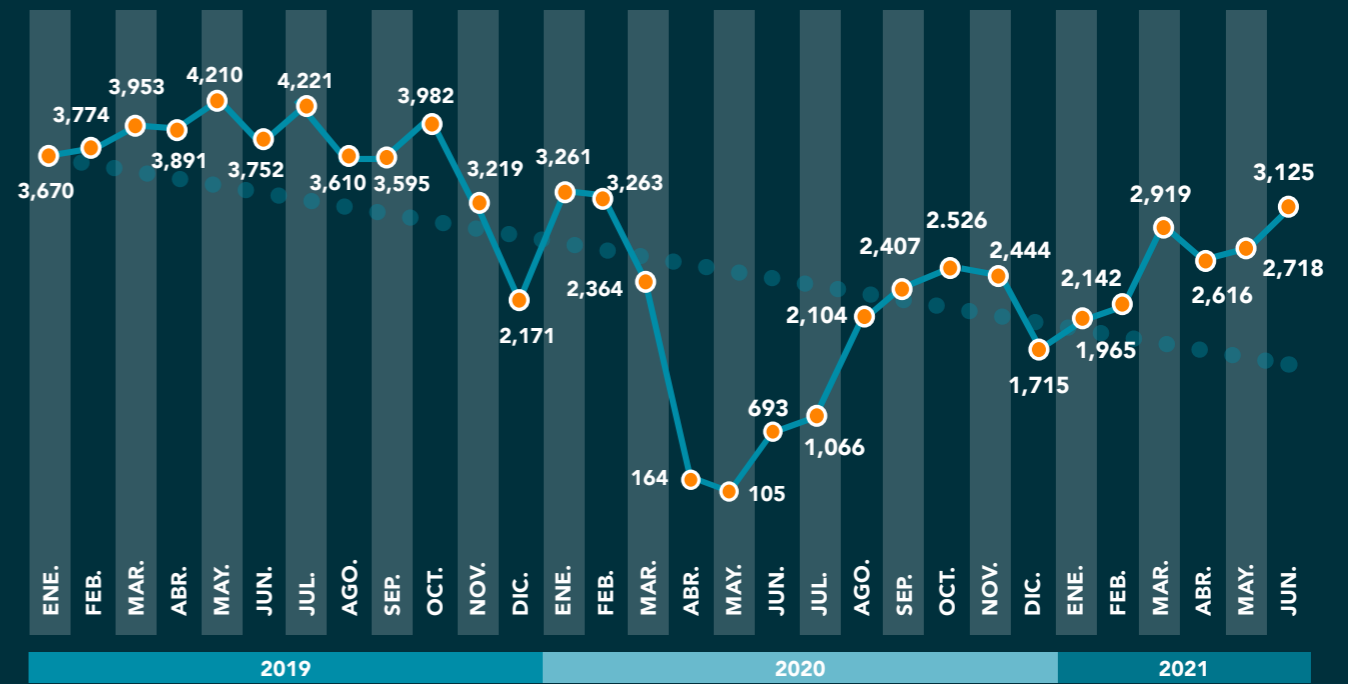
ASESORÍAS MENSUALES SOBRE SIAB-VIDA, 2019 A ENERO - JUNIO 2021



Fuente: CONDUSEF, agosto 2021.

Es importante hacer notar que, entre el periodo comprendido de enero a junio de 2020 y de 2021, las asesorías en esta materia se duplicaron (129 %), sobresaliendo las realizadas por personas de entre los 30 y 59 años de edad, seguidos de los adultos mayores (124 %).

RECLAMACIONES MENSUALES DE LAS ASEGURADORAS, 2019 A ENERO - JUNIO 2021



Fuente: CONDUSEF, agosto 2021.

En el rubro de Accidentes y Enfermedades-Gastos Médicos Mayores, se observa el mismo comportamiento, mientras en los meses de enero a junio de 2020 se recibieron 545 reclamaciones, para el mismo periodo del 2021 se atendieron 1,018, con un aumento de casi el 87 %.

Adicionalmente, con el propósito de que los usuarios de seguros pudieran tener respuesta a dudas precisas tanto de los procedimientos de la CONDUSEF, como de los productos de seguros contratados o que quisieran contratar, se puso en marcha el Chat en Línea, el cual permite a los usuarios realizar los cuestionamientos necesarios a la CONDUSEF sin necesidad de acudir a las oficinas, y desde mediados del año pasado también se puso en operación el portal de Queja Electrónica, que es un mecanismo de atención remota para las controversias o quejas que pudieran tener los asegurados con su Institución de Seguros.

Otra situación no menos relevante es que las Instituciones de Seguros han tratado de innovar sus productos con coberturas que van desde el pago de suma asegurada por COVID-19, hasta reacciones relacionadas con la aplicación de vacunas, lo cual se puede observar en el Registro de Contratos de Adhesión de Seguros (RECAS).

Cabe mencionar que la coyuntura del COVID-19 dio origen al desarrollo de un Diplomado en Seguros en colaboración con la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), utilizando un método de estudio dinámico por medio de una plataforma que posee una combinación de elementos audiovisuales, actividades didácticas y contenidos actualizados, lo que permitirá a más personas, sobre todo los jóvenes, tener acceso a mayor información de forma gratuita y en línea. Las inscripciones estarán abiertas hasta el 28 de agosto.

Dicho curso está estructurado en cuatro módulos que proporcionarán a los participantes una visión general sobre la Institución del Seguro en México, así como su marco conceptual y normativo, elementos del contrato de seguro y conocimientos básicos relativos a las operaciones de seguros, comprendiendo los fundamentos técnicos, legales y comerciales, así como las acciones y herramientas de protección a los usuarios.

Es así como la CONDUSEF ha aportado su granito de arena en el tema de la pandemia, aunado al esfuerzo incesante del gremio de agentes de seguros, que, a pesar de las limitantes para ofertar y colocar, siguen manteniendo la excelencia y profesionalismo que los caracteriza.

Por lo anterior, la CONDUSEF les felicita por estos primeros 63 años de entrega, trabajo y pasión por el desarrollo del mercado de los seguros y por México.

ANEXOS DE REFERENCIA

RECLAMACIONES POR PRODUCTO						
PRODUCTO	2018	2019	2020	Enero-Junio		
				2020	2021	Var. (%) 2021-2020
TOTAL	47,057	44,048	22,112	9,850	15,485	57.2
Daños - Automóviles	22,091	19,607	10,381	4,447	6,680	50.2
Vida - Individual	13,936	13,280	6,421	3,081	4,950	60.7
Vida - Grupo	2,390	2,928	1,185	529	1,028	94.3
Accidentes y Enfermedades - Gastos Médicos Mayores	2,557	2,355	1,373	545	1,018	86.8
Daños - Diversos misceláneos	1,221	1,296	811	341	583	71.0
Accidentes y Enfermedades - Accidentes personales	1,275	1,101	462	213	237	11.3
Daños - Terremoto y otros riesgos catastróficos	1,049	995	191	72	148	105.6
Daños - Responsabilidad civil y riesgos profesionales	435	425	215	96	135	40.6
Daños - Diversos técnicos	173	182	76	30	50	66.7
Daños - Marítimo y transporte	82	113	77	32	46	43.8
Resto	1,848	1,766	920	464	610	31.5

Fuente: CONDUSEF, agosto 2021.

RECLAMACIONES POR CAUSA						
CAUSA	2018	2019	2020	Enero-Junio		
				2020	2021	Var. (%) 2021-2020
TOTAL	47,057	44,048	22,112	9,850	15,485	57.2
Negativa en el pago de la indemnización	18,232	17,401	8,669	3,653	6,343	73.6
Solicitud de cancelación del contrato y/o póliza no atendida y/o no aplicada	7,738	7,431	3,484	1,901	2,333	22.7
Inconformidad con el tiempo para el pago de la indemnización	4,238	4,068	2,307	886	1,899	114.3
Inconformidad con el monto de la indemnización	3,006	2,779	1,306	519	1,000	92.7
Inconformidad con el tiempo para la reparación del bien afectado	1,926	1,624	807	344	537	56.1
Inconformidad con la reparación del bien afectado	2,015	1,540	844	356	508	42.7
Cancelación de póliza no contratada	1,019	845	403	181	265	46.4
Inconformidad en la aplicación del pago de la póliza	765	718	400	193	246	27.5
Inconformidad con el contenido del contrato y/o póliza	792	711	336	177	198	11.9
Rechazo por siniestro excluido o no cubierto	739	697	335	137	196	43.1
Resto	6,587	6,234	3,221	1,503	1,960	30.4

Fuente: CONDUSEF, agosto 2021.

RECLAMACIONES POR ENTIDAD FEDERATIVA						
ENTIDAD FEDERATIVA	2018	2019	2020	Enero-Junio		
				2020	2021	Var. (%) 2021-2020
TOTAL	47,057	44,048	22,112	9,850	15,485	57.2
Metropolitana Central	6,003	6,460	2,235	1,329	2,689	102.3
Jalisco	2,688	2,420	1,345	569	818	43.8
Puebla	3,579	3,787	1,348	745	681	-8.6
Nuevo León	1,606	1,495	936	410	664	62.0
Metropolitana Metro	1,101	1,110	469	363	648	78.5
Guanajuato	1,149	1,011	552	232	487	109.9
Chihuahua	2,260	1,733	633	310	458	47.7
Yucatán	1,046	1,337	582	357	452	26.6
Sinaloa	1,125	1,286	797	451	446	-1.1
Resto	26,500	23,409	13,215	5,084	8,142	60.1

Fuente: CONDUSEF, agosto 2021.

CONSTRUYAMOS JUNTOS UN MÉXICO MÁS ASEGURADO



Act. Sofía Belmar Berumen
Presidenta de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)

Este próximo 4 de noviembre estaré cumpliendo 30 años en el sector asegurador. Qué mejor ocasión y motivo de gran orgullo para dirigirme a los asociados de AMASFAC a través de estas líneas.

Aún recuerdo vívidamente aquel año 1991 cuando, llevada por la curiosidad de entender la visión del canal de distribución, pasaba tardes enteras en un edificio de la colonia Del Valle conversando con representantes de promotorías y agentes de la industria, mismos que hoy reconozco como mentores y maestros pero, sobre todo, como mis queridos amigos.

Hoy, 30 años después, tengo el enorme privilegio y honor de haberme formado en una carrera que me permite, tal vez en el momento más complicado de la historia reciente de México y de la humanidad, liderar la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) con todos los retos que ello implica.

La pandemia por COVID-19 nos ha llevado a reflexionar y reafirmar nuestro propósito como industria y la importancia de la colaboración y trabajo en equipo que debemos tener las compañías aseguradoras con nuestros agentes y canales de distribución.

Estoy convencida de que el canal del agente de seguros es insustituible: no existe sistema ni tecnología que supla a todas esas personas que, yendo más allá de su labor de asesores, son confidentes y una mano amiga que se ocupa de prever que tengamos una luz de guía en los momentos más difíciles que podamos tener como seres humanos.

Debemos estar orgullosos de pertenecer a una industria sólida que es el tercer inversionista institucional más importante del país, con 1.43 billones de pesos, que representan el 5.4 % del PIB, que protege a las familias y que contribuye a mitigar y reducir la desigualdad económica y la exclusión social.

Desde la AMIS tenemos 5 prioridades que son los seguros inclusivos, el acceso a la salud, resiliencia ante desastres, protección a las víctimas de accidentes viales y protección para el retiro, que hoy más que nunca siguen estando vigentes. Sin embargo, también tenemos importantes retos por cumplir y reforzar.

1 En primer término, enfrentamos una baja penetración de seguros. Aunque el valor del mercado de seguros en México es el segundo más grande en América Latina, sólo por debajo de Brasil, la penetración apenas alcanza 2.38 % de nuestro Producto Interno Bruto (PIB), que es una cifra inferior a la de otros países de la región.

Existe un mercado no penetrado muy relevante: en Gastos Médicos Mayores, únicamente el 8.5 % de la población cuenta con una póliza de seguro de este ramo, y en Vida solamente el 16 % de la población económicamente activa tiene una póliza de Vida Individual.

En consecuencia, existe un margen para aumentar los niveles de penetración de los seguros y hacer crecer el mercado en nuestro país. Es en este sentido que no debemos olvidar nuestra labor de identificar e impulsar a personas con talento que permitan a nuestra industria crecer y al mismo tiempo faciliten que cada día más familias mexicanas cuenten con la protección financiera que ofrece un seguro.

2 En segundo lugar, la profesionalización y el apego a principios éticos: la carrera de agente de seguros es una de las más gratificantes, no solamente en lo económico, sino en el sentido de trascendencia. Nuestro compromiso y vocación no termina con la venta, sino que debe extenderse en el acompañamiento durante todos los momentos clave de la vida de nuestros clientes donde sus necesidades de aseguramiento evolucionen.

Para ello, el apego a los más altos estándares éticos es lo que hace la diferencia y nos ayuda a todos a construir una reputación sectorial de largo plazo a la altura de la noble labor que realizamos.

3 En tercer lugar, debemos seguir siendo una industria que abraza la diversidad. Promover productos de seguros con perspectiva de género, diversidad e inclusión financiera contribuye a la construcción de una sociedad en



la que todas las personas puedan prosperar. Sigamos impulsando una cultura de respeto, inclusión y equidad en la que la diversidad de ideas, opiniones y habilidades contribuya al fortalecimiento de nuestras organizaciones, al desarrollo de nuestra industria y a los mercados a los que servimos.

A nombre de la AMIS, agradezco la aportación que AMASFAC sigue brindando a nuestra industria: retener talentos y nutrir con personas profesionales, comprometidas y productivas al sector asegurador mexicano.

Finalizo estas líneas reconociendo el trabajo de la fuerza de ventas para estar a la altura de las circunstancias de la pandemia. Su capacidad de adoptar herramientas digitales ha permitido una mejor experiencia y atención del cliente y en buena medida ha logrado que los agentes sean más productivos y cercanos a las necesidades de nuestros asegurados.



Un país con un mayor grado de aseguramiento es un país con largos horizontes de planeación que genera empleos e inversión, que se compromete con sus comunidades y que brinda bienestar para todos sus habitantes.



Juntos somos la mejor compañía para nuestros clientes.



TU COMPAÑÍA

Auto | Casa | Empresa



CARTA A AMASFAC



Lic. Juan Pablo de Velasco Cepeda
*Presidente Asociación Mexicana
de Instituciones de Garantías*

Estimados agentes de seguros y de fianzas asociados de AMASFAC:

Con gran satisfacción y gratitud atiendo a la amable invitación que recibí de su presidente nacional, el Lic. Alejandro Sobera Biótegui, para participar en esta edición especial de la Revista AMASFAC que, con motivo de su 63 aniversario, celebra el haber iniciado, mantenido e incrementado sus actividades en beneficio de quienes integramos los sectores asegurador y de garantías de nuestro país.

En representación de todas las instituciones que integramos la **Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías, A.C. (AMIG)**, ¡les brindo una gran felicitación!

Con afecto institucional y personal compartimos con ustedes la satisfacción de celebrar un año más de ser uno de los gremios profesionales más organizados, proactivos y solidarios en apoyo a todas las actividades económicas de nuestro país, con el objetivo común — que orgullosamente compartimos con ustedes— de procurarnos una sociedad, una economía y un futuro más y mejor garantizados, que enfrenten de manera creativa y actualizada la incertidumbre que la vida plantea.

Este 63 aniversario se celebra en medio de uno de los retos más impactantes que ha enfrentado México y tal vez el único que en los anales de la historia ha tenido alcances verdaderamente globales, pues no hay un país en el mundo que se haya podido abstraer de los embates a la vida cotidiana, la salud, las costumbres personales y sociales imperantes de convivencia y, consecuentemente, de la economía de todos los que habitamos esta tierra; sin distinción de razas, nacionalidades, credos, convicciones políticas, géneros, edades, estratos sociales, actividad económica o lugares de residencia, todos hemos transitado una coyuntura inimaginable apenas dos años atrás.

A M A S F A C



ANIVERSARIO

Todos los seres humanos, de una forma u otra y de maneras más dolorosas para unos que para otros, hemos sido impactados por el COVID-19, la primera pandemia reconocida y registrada como universal. En ese escenario aún inconcluso y a pesar de él, celebramos el aniversario de la AMASFAC. Hemos de reconocer que si bien la pandemia continúa, estamos comenzando a remontar la situación y en cierta manera a adaptamos lo mejor posible a ella.

En nuestro México, en el 2020 el impacto a la mortandad y la morbilidad en la población fue inusitado y sus consecuencias psicológicas, familiares, sociales y económicas no manifiestan precedente alguno; el PIB a precios constantes en ese año registró una disminución del 8.5 % respecto al ejercicio fiscal anterior, cuando la contracción había sido apenas de 0.1 %; ello aunque las actividades secundarias sufrieron una caída de 10.02 % y las terciarias de 7.9 %, si bien las de carácter primario manifestaron un alza de 1.6 %, según los datos oficiales del INEGI.

En el sector de garantías, representado principalmente por las instituciones afianzadoras y aseguradoras de caución, el decrecimiento fue de un poco más del 10 % de las primas directas nominales, influenciado principalmente por la contracción de la inversión gubernamental federal pero, como todos ustedes saben, la fianza administrativa continuó apuntalando al sector, mayormente derivada del



nuevas formas de interacción, incluyendo patrones distintos de producción, circulación, distribución y consumo de todo tipo de bienes y servicios, incluyendo obviamente a los de carácter financiero.

El sector de garantías y ustedes, los agentes asesores e intermediarios, debemos incrementar y unir nuestros esfuerzos de manera cada vez más eficiente y eficaz en beneficio de los usuarios de nuestros servicios, privilegiando siempre la mayor satisfacción de sus necesidades como el más alto de nuestros objetivos, lo que habrá de redundar también en la legítima y mayor satisfacción de nuestros propios intereses.

respaldo de proveedores y contratistas que deben garantizar sus operaciones conforme a las Leyes de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas y de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

A lo anterior siguió, de una manera importante, la caída de la inversión privada en el sector de la construcción y hacia el final del ejercicio los efectos negativos se manifestaron de manera también notoria en el sector afianzador, dada la dinámica observada en la contratación de servicios de proveeduría de los insumos e instrumentos médicos necesarios para atender la pandemia en sus momentos más críticos, que obviamente no fue la esperada.

No obstante, las reclamaciones presentadas durante ese ejercicio no crecieron de manera proporcional. Si bien es cierto, al principio de este 2021 las expectativas del crecimiento del PIB eran más optimistas, al cierre de junio se registró un incremento de las primas emitidas del 16.4 % en el sector afianzador, manifestándose en los tres principales ramos que opera y



La crisis que aún vivimos nos anima a elevar nuestras capacidades creativas de manera honesta, legítima y solidaria, a compartirlas generosamente entre nosotros y, sobre todo, con quienes deben ser beneficiados por nuestros servicios.



destacando el de fianzas administrativas que aumentó un 20 % respecto al mismo periodo del 2020, representando el 74.7 % de la prima emitida total, y el resto corresponde mayoritariamente a las garantías otorgadas a la compra de bienes y proveeduría.

Lo anterior, como evidencia el inicio de la recuperación, mantiene e incrementa los retos que como gremios asociados nos plantea el futuro inmediato y a mediano plazo.

Ahora bien, la crisis nos deja muchas enseñanzas. El aislamiento social ha evidenciado y acelerado el desarrollo de canales alternos de comunicación que palían, al menos un poco, las dificultades propias del inesperado distanciamiento, rompiendo fronteras y permitiendo

Ese es el reto que frente a la sociedad debemos comunicar como uno de los canales más importantes para llevar nuestros servicios a todos los demás sectores nacionales que requieren de ellos.

Es por todo lo anterior que, quienes integramos la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías, refrendamos con ustedes en esta celebración del 63 aniversario de la AMASFAC, con sus asociados y dirigentes, el compromiso de trabajar de manera conjunta para la profesionalización y el desarrollo integral de las garantías, en especial de la fianza, en beneficio de México.

¡Felicitaciones sinceras, por muchas décadas más y por el bien de todos!



80

**AÑOS
PROTEGIENDO
LO MÁS
IMPORTANTE**

Seguros Atlas®
La empresa a mi medida

Vida | Gastos médicos | Autos | Daños

AMASFAC



Lic. Miriam Cassis Arminio
Vicepresidenta Nacional
Sector Personas Morales



Durante 63 años, la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas se ha enfocado en apoyar a todos los agentes en su desarrollo profesional y crecimiento en esta gran industria de Seguros y Fianzas, no solo en la capacitación de los agentes ni en la obtención de sus cédulas, ha ido más allá, pues nos ha regalado el compartir experiencias, conocimiento y apoyo incondicional ante situaciones adversas.

Como Corredor o Agente, es fundamental contar con el apoyo de la Asociación, ya que está enfocada en crecer y desarrollar a verdaderos asesores en materia de Riesgos, basados en los valores de ética, profesionalismo y transparencia tanto para los usuarios como para los mercados y clientes.

La Asociación se preocupa por mantener actualizados a sus asociados en aquellos temas que puedan impactar de manera catastrófica, financiera y reputacional a sus clientes, ofreciéndoles pláticas y seminarios con la contribución de los mejores expositores de la industria en cada uno de los temas a tratar para enriquecimiento en el conocimiento de los agentes.



Ser socio de AMASFAC genera confianza con los clientes, ya que es una institución reconocida tanto por las autoridades como por los mercados, pues ambos avalan que cualquier agente afiliado a la asociación cuenta con la experiencia y conocimiento para dar asesoría y conseguir los mejores términos y condiciones para ellos.



Además, nos da la oportunidad de conocer y compartir experiencias y situaciones con diversos colegas bajo un ambiente de profesionalismo y cordialidad con el fin de presentarnos ante los mercados y las autoridades como un solo gremio y poder trabajar de manera conjunta para lograr difundir la importancia de conocer y contar con protección a través de los Seguros y las Fianzas.

Para mí, el ser socia de AMASFAC me ha llenado de satisfacción y agradecimiento, pues he tenido la oportunidad de conocer a muchas personas que me han impulsado a seguir adelante con mi trayectoria como un verdadero asesor en riesgos.

¡Bienvenid@ a la Correduría Inteligente!



[Re]imagina la mediación

MPM es la compañía tecnológica especialista en el desarrollo de soluciones de gestión para la distribución de seguros.



We are evolution

Apostamos por la evolución de la mediación hacia un nuevo modelo de Correduría Inteligente.



We are future

Incorporamos las últimas tecnologías para innovar impulsando la digitalización de la mediación aseguradora.



We are app-friendly

Lideramos el desarrollo de un completo catálogo de productos y un creciente ecosistema de aplicaciones integradas con nuestras soluciones.

¿Qué estrategia digital sigue tu correduría?

En MPM te ayudamos a desarrollar el camino hacia tu digitalización. Entra en nuestro blog y descárgate gratis nuestro ebook.



Transformación digital en la correduría de seguros

DESCÁRGALO GRATIS ESCANEANDO ESTE LINK



LA INDUSTRIA DE SEGUROS:

Pilar para la resiliencia de las familias ante el covid-19



Act. Norma Alicia Rosas Rodríguez
Directora General
AMIS

A lo largo de la historia, hemos visto que las pandemias provocan en cortos periodos de tiempo drásticos cambios sociales, científicos y económicos. Sin duda la emergencia sanitaria que provocó el virus SARS CoV2 no es la excepción, ya que desencadenó una serie de consecuencias económicas, sociales, laborales y tecnológicas que en su mayoría serán permanentes.

A diferencia de las grandes catástrofes que por lo general ocurren en algún país o en alguna región determinada, los riesgos emergentes a los que nos estamos enfrentando hoy en día no respetan fronteras; un claro ejemplo son las pandemias, pero también los riesgos cibernéticos y el cambio climático. Si bien es cierto nadie esperaría que las compañías de seguros asuman completamente las pérdidas generadas por dichos eventos, las compañías de seguros juegan un papel importante en proteger a las familias y gobiernos, coadyuvando a su estabilidad económica.

Sin duda alguna la crisis sanitaria continúa y existe incertidumbre sobre cómo evolucionará el virus y cuánto tiempo estará entre nosotros. La enorme escala y los efectos sistémicos y de largo plazo de la enfermedad por coronavirus (COVID-19), han puesto en evidencia la importancia de que participen conjuntamente los diferentes sectores (privado, público y social) para atender de mejor manera estos riesgos; si bien el sector público debe establecer políticas públicas adecuadas brindando herramientas de salud pública y prevención como las vacunas, todos los sectores podemos apoyar promoviendo la forma de prevenir los riesgos, fortaleciendo la educación financiera y, en el caso del sector asegurador, ofreciendo a nuestros asegurados el soporte financiero para la recuperación.

Está dentro de nuestro interés como industria aseguradora mantener una economía fuerte y una sociedad resiliente. Por ello, debemos pensar en la mejor forma de continuar ofreciendo y extender la protección del seguro. Para ello será relevante seguir fortaleciendo la transferencia de riesgos, tanto a los mercados tradicionales de reaseguro o explorando mecanismos de transferencia alterna de riesgos para construir sobre bases sólidas la capacidad y compromiso del sector asegurador para asegurar los costos de futuras pandemias. No es una tarea fácil pues aún no sabemos a ciencia cierta cuál es la tasa efectiva de contagios ni la tasa de fallecimientos para calcular la prima suficiente para cubrir estos riesgos.

Uno de los grandes retos es encontrar los elementos para evaluar adecuadamente este fenómeno y dicha evaluación sin duda estará influenciada por las medidas de prevención como son la vacunación y también por el surgimiento de un tratamiento curativo efectivo.

Ante este contexto complejo para México y el mundo, la prioridad en nuestra industria es garantizar la atención y protección a cada uno de nuestros asegurados.

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



Gracias al trabajo conjunto con nuestras autoridades, desde el inicio de la pandemia pudimos obtener flexibilidades regulatorias para agilizar indemnizaciones, contar con facilidades de pago y garantizar que los seguros de gastos médicos cubrieran la pandemia, así como la declaratoria de la actividad aseguradora como esencial para la economía, lo cual nos permitió continuar nuestras operaciones manteniendo siempre las recomendaciones sanitarias para cuidar la salud de nuestros colaboradores.

Sin duda, la labor que agentes, promotores y brokers desarrollaron para mantener el contacto con sus clientes y atender todas sus necesidades a distancia fue muy importante para nuestra industria. Vimos con gusto cómo durante los meses iniciales de confinamiento su relación con la tecnología evolucionó, de tal suerte que lograron que aun sus clientes más alejados de estos desarrollos se volvieran digitales.

Me parece relevante apuntar que, de los más de 2.9 millones de casos de Covid-19 que se tenían registrados en el país al 2 de agosto, solo 1.32 % tiene la protección de un seguro de gastos médicos. Y más preocupante aún es que, de los 493,767 mexicanos que requirieron hospitalización, únicamente el 7.7 % está cubierto con una póliza, esto quiere decir que 455,460 personas recurrieron a los servicios públicos de salud o bien a la atención médica privada, pagando el 100 % del gasto de su bolsillo.

Respecto a los montos entregados a las familias de personas que contaban con seguro de vida y que lamentablemente fallecieron por esta causa, hemos pagado 25,726.3 millones de pesos por 105,447 defunciones, es decir, un promedio de 243,975 de pesos. A nivel nacional, de los 242,547 casos registrados hasta inicios del mes de agosto del año en curso, solo 43.4 % contaba con la protección de una póliza.



“ La industria de seguros tiene fortaleza financiera, ello ha quedado demostrado ante catástrofes como los sismos de 2017, el huracán Wilma del 2005 y ante la pandemia de Covid-19, que es ya la segunda catástrofe de mayor impacto para las aseguradoras, con un monto de 2,220 millones de dólares. ”

Agradecemos y reconocemos su entrega y dedicación.

Desde el inicio de la pandemia y hasta el 2 de agosto del 2021, el sector asegurador ha entregado 15,683.6 millones de pesos por indemnizaciones en salud a 38,307 personas que lamentablemente han sido contagiadas de coronavirus; si estas familias no hubieran contado con un seguro, habrían pagado un promedio de 487,735 pesos por atención médica privada; no obstante, el caso de mayor monto pagado es de 30.8 millones de pesos.

Sin duda, esta crisis sanitaria ha implicado desafíos y oportunidades para las aseguradoras en el desarrollo digital, los modelos de aseguramiento y en la sustentabilidad de las operaciones; sin embargo, con orgullo puedo decir que somos una industria sólida que cuenta con 3.2 veces el capital que se requiere por ley, lo cual garantiza el cumplimiento de todos nuestros compromisos con los asegurados.

Actualmente, la penetración del seguro respecto al Producto Interno Bruto (PIB) de nuestro país es del 2.53 %, un porcentaje muy por debajo del promedio de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que es de 9.01 %¹. Estas cifras indican la dimensión del reto que tenemos en nuestro país para lograr que más familias puedan acceder a la protección de un seguro.

México cuenta con 55.5 millones de personas que conforman la Población Económicamente Activa², de los cuáles únicamente 10.6 millones de mexicanos, que representan el 18.3 %, tienen la protección de un seguro de vida individual para garantizar la estabilidad financiera de sus familias³.

En materia de salud, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, hay poco más de 126 millones de mexicanos⁴ y únicamente el 10 % cuenta con un seguro de salud que le ayude a enfrentar las consecuencias económicas de las enfermedades.

vida o su salud, como en esta pandemia, o relacionados con catástrofes naturales (terremotos, huracanes, entre otros) o con su patrimonio, como un seguro de casa-habitación o un seguro de automóviles, y construyamos así un México más asegurado.

“ La pandemia que estamos enfrentando nos ha demostrado que requerimos construir juntos un México más resiliente y el seguro puede proporcionar a la población la protección económica ante catástrofes como la que estamos viviendo. ”

Es por ello que aprovecho este espacio para hacer un llamado a quienes conformamos esta industria, en especial a los agentes de seguros, para que juntos trabajemos por que cada vez más personas, más familias y más negocios cuenten con la protección financiera que brinda un seguro contra eventos inesperados, ya sea relacionados con su

Considero que trabajando juntos con un propósito común, podremos cerrar la brecha de aseguramiento, encontrando mejores soluciones para nuestros asegurados.

¹ Sigma - Swiss Re 2020 (Valores 2019), Valor USD estimado, suponiendo una penetración constante en seguros

² Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, ENOE, 2021 https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/ooe/ooe2021_03.pdf

³ Si bien las personas pueden tener uno o más seguros de Vida mediante seguros de grupo, estos no están considerados en esta cifra.

⁴ Censo de Población y Vivienda 2020, Inegi. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodem/ResultCenso2020_Nal.pdf

QUÁLITAS, DEL RETO A LA OPORTUNIDAD DURANTE LA PANDEMIA



Ing. José Antonio Correa Etchegaray
Presidente del Consejo de Administración
y Director de Quálitas Compañía de Seguros

El reto y la resiliencia

La pandemia que hemos vivido desde hace año y medio fue una verdadera sorpresa para el mundo entero y un gran reto para todas las compañías. En el caso de Quálitas, tuvimos que adaptarnos y ser muy flexibles para operar, seguir generando valor y cuidar los empleos en un panorama sensible para nuestra comunidad.

Para nosotros, nuestra razón de ser es seguir protegiendo el patrimonio y la vida de las personas como lo más importante, pero también lo es el acompañar y tender la mano en momentos tan complicados como los vividos en los últimos 18 meses al corazón de la empresa: nuestros más de 5 mil empleados y 18 mil Agentes que colaboran con Quálitas.

En ese sentido, adoptamos inmediatamente los protocolos de bioseguridad necesarios, aplicando medidas de distanciamiento y protección para los empleados que siguieron en los centros de trabajo y en la atención de siniestros que no podíamos detener; además, regularmente realizamos pruebas aleatorias como medida de control y cumplimos con todas las medidas determinadas por el gobierno a lo largo y ancho de todo el país. Por primera vez en la historia de la compañía adoptamos un modelo de trabajo híbrido amplio, que ha consistido en enviar únicamente entre el 20 y el 30 por ciento del personal a las oficinas y el resto laborando desde casa, lo que nos ha permitido contener el virus y dar seguridad a los colaboradores.

Por su parte, el personal que atiende 24/7 en Cabina Nacional (call center) fue apoyado con tecnología (teléfonos, internet y computadoras) y capacitación para seguir operando de manera normal y eficiente desde su hogar, atendiendo las llamadas de los clientes en tiempo real mediante un esquema de teletrabajo que ha dado resultados y puso a prueba con mucho éxito la capacidad de adaptación del talento humano. Los siniestros, aunque en menor cantidad, continuaban presentándose, así como la necesidad de enviar ajustadores, mandar a reparar autos a los talleres, asistir legalmente con abogados especialistas y un largo etcétera.

Poniéndonos en el lugar del asegurado

Como parte de la estrategia de resiliencia de Quálitas en tiempos tan complejos y de incertidumbre, también diseñamos nuevas formas de mantenernos cerca de nuestros agentes y asegurados que nos permitieron afianzar la relación con ellos.

Por ejemplo:



Disminuimos el costo de las pólizas, activamos una promoción aún vigente de meses sin intereses y, en el caso particular de equipo pesado, donde tenemos la mayor participación del mercado, nuestra área comercial se encargó de revisar caso por caso las coberturas que habían sido contratadas y cuánto se pagaba, para reducir significativamente los montos cobrados así como en algunos casos las sumas aseguradas



en tiempos donde muchas unidades permanecieron sin circular o lo hicieron a cuentagotas; mientras se buscaba reactivar la economía en la "nueva normalidad". De estas y otras maneras fue como logramos cuidar las carteras de clientes particulares y de empresas.



Desde inicios del año pasado, Quálitas ha sabido demostrar su resiliencia arrojando igualmente sólidos resultados en emisión y utilidades. Esta agilidad y flexibilidad, orientadas a fortalecer los pilares de servicio y de control de costos, fueron primordiales para lograrlo e incentivar el crecimiento sostenido. Hemos operado de manera ininterrumpida, cumpliendo las obligaciones con los asegurados de la mano de nuestros agentes y socios comerciales.

Constancia + inversión = resultados

Esto nos permitió seguir entregando la excelencia en el servicio que nos caracteriza y mantenernos por décimo cuarto año consecutivo como la compañía líder del mercado a nivel nacional, lo cual se reflejó en la cantidad de unidades aseguradas al cierre del primer semestre de 2021 con más de 4.4 millones, un avance importante si lo comparamos con las 4.2 millones al cierre del 2020, tendencia mantenida desde 2019 cuando habíamos crecido un 9% en este indicador respecto al 2018. Durante los meses más duros del año pasado y lo que va de 2021 nos hemos mantenido con la frente y el desempeño en alto.



La pandemia nos llevó también a acelerar la implementación de herramientas tecnológicas que ya veníamos empujando durante algunos años y en 2020 fueron pieza clave para mantener nuestro nivel de atención y calidad en el servicio. Un claro ejemplo de ello es Ajuste Exprés, que implica mejores tiempos de respuesta al asegurado al no requerir a un ajustador presencial sino telefónico para atender los siniestros en los casos donde no hubo personas lesionadas, terceros involucrados o infraestructura pública dañada, disminuyendo así los riesgos de salud inherentes a la interacción presencial. Durante la primera mitad del 2021, atendimos el 22 % de los reportes mediante esta solución, lo que demuestra un crecimiento exponencial, ya que en el mismo periodo de 2019 y 2020 se atendieron el 3 % y 8 % respectivamente.



“ Estas valiosas enseñanzas están alojadas en el portal de Universidad Quálitas, desde el cual impartimos durante el último año el 83 % de las 603,545 horas de formación a nuestros empleados en temas como servicio al cliente, productos, capacitación en técnicas y habilidades de venta, neuroventas y finanzas. ”

Dicha inversión en tecnología nos ha permitido, además de digitalizar procesos, impulsar el uso de técnicas con base en telemetría y asistencia satelital que derivaron en un mejor servicio en la prevención de riesgos y fraudes. En consecuencia, entre enero y julio del 2021, Quálitas recuperó el 51 % de sus unidades robadas, 4 puntos porcentuales por arriba del promedio de la industria. Nuestro compromiso es seguir invirtiendo en más herramientas tecnológicas que apoyen a los Agentes de seguros y a los conductores de vehículos, respondiendo a los requerimientos de protección de unidades, prevención de siniestros y bajo impacto a la economía del usuario.

Por otro lado, las necesidades creadas a raíz de la digitalización de la sociedad, detonaron una aceleración en el desarrollo de canales que nos apoyaran en el ámbito comercial con los Agentes. Por ejemplo, en el 2020 realizamos el curso “Prospección Digital Efectiva en el Mundo de los Seguros”, dirigido a todos los profesionales que ya manejaban plataformas digitales pero requerían un empuje extra para que pudieran aumentar sus ventas.

Impulsando la economía, cuidando al país

Para continuar por el mismo camino, me gusta impulsar a todos los que son parte de Quálitas a mejorar el 1 % cada día, regla basada en los escritos de Tommy Baker del libro “La regla del 1 %: cómo enamorarte del proceso y lograr tus más grandes sueños”. Dicha regla es: 1 % de progreso + aplicación diaria (consistencia) + persistencia (enfoque/intención) + tiempo (resistencia) = éxito¹. Así, hemos logrado innovar y dar un servicio de excelencia para que los clientes estén bien auxiliados cuando lo necesiten.

Los seguros son una actividad esencial de la economía y, con o sin pandemia, no podemos dejar de operar, siempre con la mirada puesta en el futuro y en seguir entregando seguridad y tranquilidad a las personas y con ello a la sociedad. El sector de seguros es un sector que aporta el 2.3 % del PIB, pero es necesario seguir impulsándolo para dar más desarrollo y crecimiento a México.

A nombre de Quálitas, quiero agradecer este espacio a la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C. (AMASFAC), y felicitarlos por cumplir 63 años fomentando la cultura del seguro en todo el territorio nacional; así como reconocer los diversos apoyos que desde el inicio de la pandemia han puesto en marcha para seguir dando valor a esta noble labor y cuidar a todos sus agremiados, con quienes compartimos la misma pasión por proteger a las personas y su patrimonio.



¹ Baker, Tommy. “La regla del 1 %: cómo enamorarte del proceso y lograr tus más grandes sueños”. Chicago. Edición español, marzo 2019

LA MANERA PERFECTA DE MANTENERTE ÁGIL

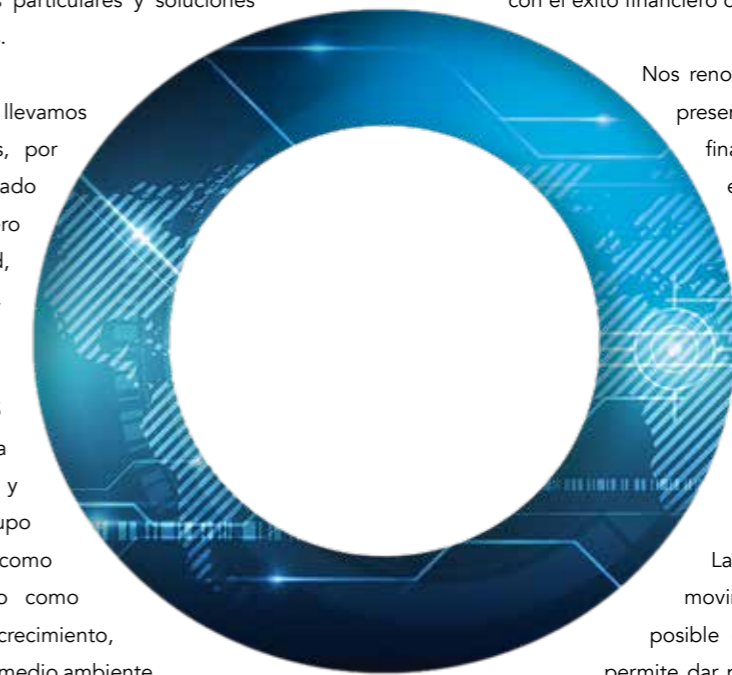
Hoy en día, mantenerte ágil significa mucho más que saber sortear algunos obstáculos: es la capacidad de reinventarte, una nueva forma de enfrentarte a los cambios y adversidades del mundo, con circunstancias particulares y soluciones que sean eficaces y rápidas.

El ritmo de vida que hoy llevamos nos exige cada vez más, por lo que necesitas un aliado que haga trabajar tu dinero con innovación, agilidad, dinamismo, experiencia, tecnología y seguridad. Puedes encontrarlo en Monex, que con más de 35 años nos reinventamos a la par del mundo financiero y nos convertimos en un grupo más robusto y ágil. Así como en una historia de éxito como empresa mexicana de alto crecimiento, compromiso social y con el medio ambiente, por lo que también nos hemos distinguido como Empresa Socialmente Responsable desde hace más de 17 años.

Para Monex la Responsabilidad Social Corporativa forma parte de nuestra estrategia de negocio.

Nos comprometemos con el entorno y nuestros colaboradores, hemos sido reconocidos como uno de los Mejores Lugares para Trabajar en México por 18 años.

En Monex te brindamos un servicio de clase mundial, con asesoría personalizada para tomar mejores decisiones y mover hacia los destinos correctos tu negocio, ya que estamos comprometidos con el éxito financiero de nuestros clientes.



Nos renovamos día con día para tener presencia en los principales centros financieros y convertirnos en una empresa global, que demuestra que la agilidad es una forma de vida que expresas día a día, desde la manera en que formulas una idea para el futuro, hasta que la llevas a cabo y la conviertes en el destino de tu patrimonio y el de tus colaboradores.

La seguridad en tus decisiones, movimientos y finanzas es realmente posible con nuestra agilidad, que te permite dar paso firme a través de nuestra asesoría personalizada en cualquier momento del día. Además, con nuestra Banca Digital, puedes realizar movimientos con un clic y tener toda la información en tus manos en tiempo real.

Esta es la manera perfecta de mantenerte ágil, la forma ideal de trabajar los objetivos a los que ha llegado tu empresa para transformarlos en un mañana ideal.

MONEX

Mantente ágil

Contáctanos en monex.com.mx, llama al 55 5231 4500 en CDMX o de otras ciudades del país al 800 746 6639.

@monexanalisis
 @GrupoFinancieroMonex



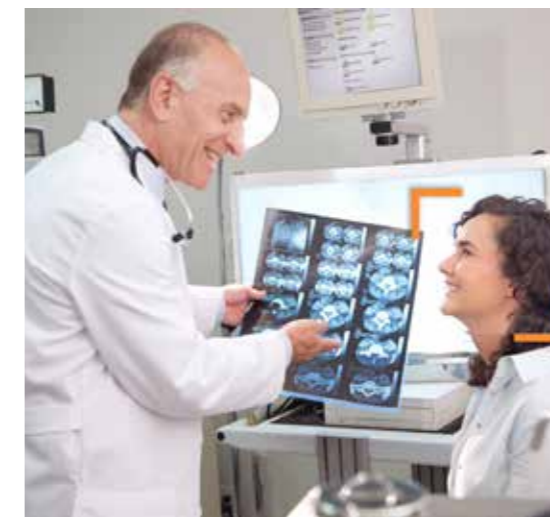
GNP SEGUROS: EL PAPEL DEL SECTOR ASEGURADOR EN LA PANDEMIA DE COVID-19



Lic. Eduardo Silva Pylypciow
Director General
GNP Seguros

Hoy en día seguimos haciendo frente a una pandemia inesperada que ha llevado a la sociedad a vivir grandes retos y también nos ha impulsado a generar cambios intensos y acelerados. Por ello, debemos hacer una pausa para reflexionar sobre el papel que han tenido las aseguradoras en esta contingencia.

El sector ha realizado grandes pagos relacionados con la COVID-19, por lo cual está en camino de ser el siniestro más cuantioso que las aseguradoras mexicanas han enfrentado, superando a los terremotos y huracanes. Por sus características, las aseguradoras establecidas en nuestro país han retenido una gran proporción de los pagos por la poca participación del reaseguro extranjero.



El sector asegurador ayudó de forma importante a cubrir los gastos médicos de miles de personas que se contagiaron con el virus. En este tema, no solo cuidó de los clientes, sino que además permitió financiar a médicos y hospitales privados concentrados en enfrentar esta emergencia sanitaria.



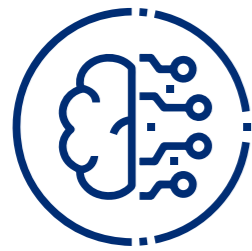
Paradójicamente, este es un gran momento para el sector ya que ha quedado clara la importancia del seguro ante estos eventos fortuitos y la contribución social de esta protección y el respaldo son invaluable. Por ejemplo, gracias a que un gran número de empresas brindan el seguro de vida como prestación para sus empleados, hemos protegido a miles de familias que enfrentaron no solo el dolor de perder a un ser querido, sino la pérdida del principal proveedor.

La contribución económica del seguro ha sido enorme para la sociedad en estos momentos, el sector ha cumplido con sus obligaciones y lo hemos hecho sin tener problemas de solvencia financiera. Se probó que la regulación en esta materia es adecuada y permite crear las reservas necesarias para enfrentar estos fenómenos.



Tenemos la obligación de tomar e impulsar las adecuaciones que sean convenientes para enfrentar estas circunstancias. Debemos revisar temas como redacción de coberturas, programas de reaseguro y constitución de reservas específicas, entre otros.





Otro tema relevante es la adecuación a las nuevas necesidades tecnológicas, ya que esta contingencia nos ha llevado a lidiar con difíciles momentos de distanciamiento social y por tal motivo nos ha desafiado a ser veloces, flexibles e innovadores en soluciones digitales.

El sector asegurador ha enfocado sus esfuerzos en ser disruptivo ante este escenario, al desarrollar herramientas tecnológicas que permiten seguir cumpliendo la promesa con los clientes y brindarles el mismo nivel de atención, al acompañar a los intermediarios en el proceso de digitalización e implementando las mejores prácticas para que los colaboradores operen eficientemente a distancia.

Aunado a lo anterior, ha sido realmente importante contar con una estrategia que mitigue los riesgos de seguridad de la información, refuerce las medidas de prevención y evite vulnerabilidades en el trabajo remoto.

En conclusión, esta pandemia llevó a las aseguradoras a acelerar los avances tecnológicos, a impulsar nuevos mecanismos flexibles de protección, a sensibilizar a la gente de la necesidad del seguro, a reafirmar nuestro compromiso de estar cerca de nuestros clientes cuando más nos necesitan y a buscar la manera de llegar a más sectores de la población.



Nuestro papel, sin duda, es contribuir a fortalecer la resiliencia de la sociedad en general. Para el sector asegurador, el cliente es nuestra razón de ser.



EL SEGURO: UN CAMINO PARA QUE TODOS SEAMOS MEJORES CIUDADANOS



Mtro. Manuel Escobedo Conover
CEO
Grupo Peña Verde

Aprendizajes e impactos de la pandemia COVID-19 y acciones para incrementar la participación en el sector de Seguros y Fianzas en el PIB.

El mundo se encuentra en un momento de choque con al menos tres macro tendencias fundamentales que habrán de redefinir nuestras vidas de una forma tan trascendente como la Revolución Industrial lo hizo hace casi dos siglos.

Estas tres macro tendencias son:



Estas tres tendencias están íntimamente ligadas una con otra, de forma en que la pandemia se convirtió en un acelerador de la revolución digital y esta última propone respuestas a la falta de sustentabilidad, pero también acelera los problemas que esta conlleva. Pongamos por ejemplo la distribución de la riqueza. La pandemia ha incrementado de manera exponencial la demanda de servicios digitales, creando en consecuencia una serie de respuestas que han permitido que la gente se quede en su casa, pero también incrementando el inmenso valor de un número reducido de empresas que ya eran líderes tecnológicos. A su vez, la pandemia ha llevado a la quiebra a miles de pequeñas y medianas empresas que, sumado a lo antes dicho, redundan en una creciente disparidad en la distribución de la riqueza y en mayores tensiones sociales.

Muchas personas ya han dicho que el cambio que estamos viviendo es muy probablemente un cambio civilizatorio porque afecta fundamentalmente las dos dimensiones básicas que nos definen como seres humanos y que definen nuestra forma de ver y vivir el mundo: el tiempo y el espacio.

Las respuestas que demos a los retos que se generen a partir de esta transformación definirán cosas tan importantes como la relación del hombre con las máquinas. ¿El individuo tendrá una vida más satisfactoria y plena gracias a las máquinas? ¿El hombre será una extensión parasitaria de la máquina? Si la máquina es más inteligente que el animal racional ¿qué propósito tiene el hombre? ¿La revolución digital traerá más bienestar para todos o tan solo dará a unos cuantos un mayor poder sobre los demás? ¿Qué significa ser humano?



“ Los seguros permiten al Estado, las Empresas, las Familias e Individuos, reducir sus vulnerabilidades y optimizar el manejo de su patrimonio a través de fomentar la prevención, la mitigación y protección efectiva de los riesgos² ”

Todas estas preguntas, y muchas más, encontrarán respuestas a partir de la nueva manera en cómo vivamos el tiempo y el espacio, es decir, a partir de la realización de nuestros proyectos y sueños. Por ejemplo, pensar que “si mi vida entera se ha convertido en el estar sentado en un cuarto aislado viviendo a través de una pantalla ¿por qué no mejor enchufar mi cerebro a un chip y tener una experiencia total y no solo visual del mundo en el que vivo?”, es como posible respuesta muy distinta de otra en donde “gracias a que trabajo desde mi casa y a que me disciplino para separar el espacio y el horario de trabajo de mi vida personal, puedo tener una mejor y más presente convivencia con mi familia”.

En mi opinión, esto hace de nuestro sector más que nunca una actividad indispensable en la gestión del cambio que ahora vivimos. “Somos el sector que instrumenta soluciones para el manejo eficiente de los riesgos a los que están expuestas las personas y los bienes”¹. O dicho de otra manera, a través de la administración de riesgos ayudamos a que la sociedad logre sus proyectos.

La transformación que vivimos debe encontrar liderazgos importantes en la sociedad civil y en el sector empresarial, pero sin lugar a dudas el sector público es, desde el orden político y la rectoría del Estado, un actor preponderante para la gestión asertiva del proceso que atravesamos: “En el marco de las políticas públicas, el sector asegurador busca consolidarse como socio estratégico del sector gobierno para apoyarlo en la gestión óptima de sus riesgos, buscando con ello generar resiliencia en la población e importantes ahorros en recursos que puedan ser canalizados a otras áreas productivas de la economía”³.

En este contexto, consideremos los planteamientos y el objetivo que se propuso la AMIS en 2016:

“Ser un sector sólido y confiable que brinda una oferta competitiva de seguros, fomenta la prevención, la mitigación y la protección efectiva de los riesgos con un enfoque centrado en la experiencia del cliente y, empleando las herramientas de las Tecnologías de Comunicación e Información, se busca continuamente el bienestar social y la penetración del seguro, contribuyendo activamente al desarrollo de la economía formal, la inclusión financiera y el estado de derecho”⁴,

...lo cual, en mi opinión, son preceptos hoy más vigentes que nunca.

En línea con lo anterior y de cara al futuro, a principios de este año la presidencia de AMIS señaló que tenemos la oportunidad de emprender acciones de largo alcance que contribuyan a una sociedad más resiliente a partir de las cinco prioridades estratégicas de la Asociación:

1) Promover una mayor inclusión y acceso a los seguros.



2) Acceso a la salud con calidad.



3) Protección a las víctimas de accidentes viales.



4) Aseguramiento de riesgos catastróficos y



5) Protección económica para el retiro.



“Los cambios sociales han puesto en evidencia que nuestra industria tiene un reto en materia de inclusión y diversidad; por esta razón, hemos desarrollado una agenda específica que tiene como propósito promover una cultura laboral de respeto, inclusión y equidad en la industria, lo cual permitirá a las compañías ser más productivas y estables”⁵.

En conclusión, me parece que el sector asegurador ha emprendido los pasos para integrar estas tres grandes macro tendencias. Por un lado, la pandemia ha cambiado no solo el perfil de riesgos de las líneas como salud, vida y rentas vitalicias, también ha afectado, al menos transitoriamente, la demanda de corto plazo de líneas tradicionales como son las coberturas de automóvil. Pero también ha modificado la forma de trabajar e interactuar con nuestros socios de negocios, cambios que sin duda perdurarán en el tiempo.

En segundo lugar, la transformación digital nos permite abordar nuestra labor de nuevas maneras, ya que, en muchos ramos, sin duda en aquellos menos estandarizados, debemos actuar más como administradores de riesgos y menos como simples portadores de los riesgos que adquirimos.

Por último, existen vastos segmentos de la población que requieren de nuestro apoyo de manera urgente para apuntalar el éxito de sus proyectos y objetivos, y eso exige que nuestros productos y servicios sean accesibles a todos ellos. Esto implica gran creatividad no solo en el diseño de la oferta sino también en su despliegue.

Siempre he considerado que la acción conjunta y coordinada de los distintos actores que conformamos al sector de administración de riesgos es indispensable para la ejecución de una estrategia de esta magnitud y que, por lo tanto, debemos mantener una comunicación e integración entre las distintas cámaras sectoriales y agrupaciones profesionales que conforman a nuestro sector, cada vez mejores.

⁵ Informe Anual 2020-2021; AMIS.

¹ Misión de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, A. C.
² Idem
³ Idem
⁴ Visión de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, A. C.

ADVERTIR EL IMPACTO DE LA PANDEMIA POR COVID 19

en el sector de seguros y fianzas
como estímulo para el emprendimiento.



Lic. Antonio Blando Chávez
Presidente
ASPRO GAMA International México

A más de un año y medio que comenzó el aislamiento voluntario en México a raíz de la pandemia por el SARS Covid-19, el aprendizaje e impacto que conllevó este tema en matrices de diferentes ramos empresariales, ha sido determinante en la manera de llevar los negocios, así como en la administración de su capital humano.

En el Sector de Seguros y Fianzas -nuestro ramo en común-, la pandemia vino a evolucionar y acelerar procesos en cuanto a temas virtuales y digitales, y no es que no se vislumbrara a futuro, sino que el tema de una cuarentena general, que se extendió más allá de una conciencia real y palpable por parte de los gobiernos del mundo debido a los niveles de gravedad y propagación que alcanzó esta enfermedad, hizo que todos los equipos de diferentes industrias tuvieran, sí o sí, que poner manos a la obra y hacer uso de todas las herramientas que tenían a la mano, además de emprender otras.

Lo anterior está comprobado, y no es que no fuéramos a hacer en un futuro lo que estamos haciendo ahora, lo que pasa es que el proceso se adelantó. De igual manera, la pandemia nos enseñó a ser más tolerantes y empáticos con nuestro prójimo, porque trabajar sabiendo que estás encerrado o que no puedes salir porque tu vida corre riesgo, sensibilizó nuestra parte humana.

Estoy muy orgulloso del sector asegurador porque abordó el tema de manera correcta y de una forma oportuna, supimos qué hacer y por ello felicito a las aseguradoras.

Hubo compañías que reaccionaron muy bien y fue muy positivo el tema operacional de cada aseguradora. Comenzaron a trabajar de una manera diferente porque también los empleados de las propias compañías de seguros se fueron a sus casas y desde ahí comenzaron a emitir los nuevos negocios.

También es cierto, y es algo que quiero resaltar, que el área que se fue a casa con mucho más trabajo es siniestros, y es que comenzó a llegar a las aseguradoras un gran volumen de estos que se sumaron a los ya existentes, o que no tenían relación con el Covid-19 y seguían operando, aunado al emprendimiento forzado de desempeñarse por medio del teletrabajo. La verdad es que hubo un poco de retraso en el pago de indemnizaciones, pero a pesar de ello, y después de una retrospectiva de año y medio, mi resumen es favorable de forma generalizada para el sector asegurador.

Teletrabajo y confianza ciega

En cuanto al tema de ventas, la pandemia nos demostró que el sector de seguros y fianzas es un negocio que podemos trabajar en cualquier parte del mundo gracias al acceso remoto que tienen y muchos dispositivos y que nos ayudan a vincularnos.

En este sentido, nuestro reto fue generar una nueva confianza con el mercado asegurador a través del teletrabajo, y creo que también la población mexicana lo adoptó de buena manera porque no éramos la única industria que estaba encerrada, muchos estaban trabajando desde casa y también todos fueron aprendiendo a usar estas nuevas herramientas.

próximos 12 o 18 meses. Y me refiero más específicamente a hacer un estudio desde el tema de calidad, determinando con ello si fue una compra de pánico por parte del asegurado o si el asesor estuvo haciendo las cosas de manera correcta, es decir, siguiendo un proceso de ventas sin descuidar la calidad de un sistema de trabajo.

En mi opinión, y lo he dicho en diferentes foros a los que me han invitado, el asesor o promotor puede hacer el mismo proceso de venta por medios virtuales. Es decir, el ciclo de venta, prospección o búsqueda de nuevos candidatos para convertirse en asesores de seguros en el futuro.

“ Los análisis en el sector asegurador arrojaron que hubo un crecimiento del 6.3 % en el primer semestre y eso habla bastante bien. ”



Por tal motivo, y aprovechando este foro, es que quiero invitar a asesores y promotores a incrementar nuestra actividad beneficiándonos de la oportunidad que aún tenemos muchos colegas de hacer trabajo virtual, toda vez que nos evitamos el agobio del tráfico de las ciudades y tenemos más tiempo para conectarnos y desconectarnos en diversas entrevistas.

Creo que sería interesante que diversos colegas nos reuniéramos a estudiar el comportamiento de las pólizas vendidas en este periodo pandémico de los

En mi promotoría seguimos haciendo exactamente lo mismo, pero siempre tengo temor o curiosidad en “cuidar la calidad en el proceso de selección”. Sí es complicado ver a un ser humano por primera vez, aunque actualmente hay más de cuarenta personas que he reclutado y no los conozco personalmente. Confío en mi sexto sentido y en que estoy haciendo las cosas bien.

Personalmente quiero ser respetuoso pues dentro del sector asegurador nos dedicamos a prevenir cualquier situación, entonces “en mi opinión” creo que no

sería congruente estar haciendo reuniones presenciales con mi fuerza de ventas sabiendo que, aunque estén vacunados, eso no los exime del virus y su propagación.

Sector asegurador como proveedor de empleo

Considero que las aseguradoras han sido un sector noble dentro de esta pandemia y que han provisto con empleos a muchos individuos que han quedado desamparados cuando industrias en las que laboraban, en medio del impacto de esta crisis que desató la pandemia en diversos ámbitos, han tenido que cerrar o recortar a una gran cantidad de su capital humano.

Este tema fue parte de los primeros artículos que se publicaban en el sector asegurador y también de diferentes conferencias, porque justo esas personas eran las que podíamos buscar y ayudar a encontrar una carrera profesional dentro del sector asegurador de forma permanente.

Anteriormente nunca hubiera invitado a alguien que vive en Mexicali, en Tijuana (Baja California) o en el sureste de nuestro país, me enfocaba mucho en la ciudad de México y sus alrededores por la cercanía, pero hoy tengo asesores en diversas partes de la república, desde Tijuana y hasta la isla de Cozumel. No soy el único promotor que lo hace y eso me

parece fascinante, pero no sé cómo va a funcionar en el futuro cuando tengamos que llevar a cabo una junta: ¿cómo los reúno a todos?

Lo anterior será otro desafío al que también nos deberemos ajustar. Algo que hemos pedido en MetLife es que las salas de juntas se adecúen al estilo híbrido (presencial y con conexiones remotas a diferentes puntos de la República) para que la gente se conecte en reuniones semanales.

Un futuro con aristas virtuales

Al hablar del tema con gente de diversas industrias siempre concluimos en que el mundo virtual llegó para quedarse, tanto en el sector de seguros y fianzas, como en todo el mercado laboral en general.

Y es que hay empresas que van a eliminar espacios por un tema de costos y también porque se evidenció que sí se puede trabajar así. En cuanto al sector asegurador, en lo personal extraño mucho el contacto físico que existe con mi equipo y ese es un tema que una máquina no puede suplir; en la conexión no te puedes dar cuenta de cómo se encuentra el estado de ánimo de cada una de las personas y ese entendimiento es complicado a través de una videollamada.



Debemos entender que hay cosas más allá por ver que únicamente las cifras de ventas que tiene el asesor. De igual manera, debemos involucrarnos para tener una fuerza de ventas que se dedique a este oficio a largo plazo, eliminando la rotación.

Considero que es una industria que, gracias a la actividad del asesor o del promotor, está proporcionalmente relacionada con los resultados. Así es la regla del más: ¡entre más, más! Hay que meter calidad, pues esta condición también se aplica a la inversa: entre menos actividad, menos resultados.

Yo creo que muchos de nosotros, como líderes que extrañamos tener físicamente a nuestra fuerza de ventas, si nos vemos regresando a la oficina, no sé si diario, pero por lo menos yo al menos tres veces por semana para estar viendo personas y tal vez los otros dos días trabajaré de manera virtual.

Pero tal vez son meras especulaciones pues ¿qué va a pasar en el 2022? o ¿cómo vamos a estar trabajando?, ¡no lo sabemos!, pero yo creo que sí habrá una combinación entre lo presencial y virtual, es decir, creo que permanecerá el modelo que hoy se denomina como híbrido (estilo de trabajo tradicional presencial alternado con el on-line a distancia).

Agradezco a AMASFAC y saludo a todos los asociados. Quiero desearles que tengan un extraordinario cierre de año y decirles que es el momento donde más nos necesita el mercado mexicano como profesionales, porque al estar protegido con un seguro de vida o gastos médicos, evidentemente las familias mexicanas tendrán una mayor tranquilidad.

COVID-19: LA PANDEMIA QUE CAMBIARÁ AL MUNDO



Lic. César Rojas Rojas
Director General,
Periódico El Asegurador



El trabajo periodístico desarrollado por el equipo editorial de esta publicación -ya llevado a cabo desde sus casas-, resultó desafortunadamente premonitorio.

En esa fecha de cierre de edición no sabíamos la duración ni la severidad de esta pandemia, pero lo que sí sabíamos es que no era nada comparado a lo que hubiéramos visto antes y que no se parecía al episodio de AH1N1 que habíamos experimentado 10 años atrás.

Lo abrupto de la crisis sanitaria en ciernes, puso en evidencia la falta de planes de continuidad de las empresas, incluyendo a algunas aseguradoras; la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros planteaba esta pandemia como una oportunidad de fomentar la Administración Integral de Riesgos y, sobre todo, se advertía que de no frenarse la propagación del COVID-19, el sistema sanitario colapsaría, lo que finalmente ha sucedido en las dos olas más intensas.

“ El título de esta colaboración es exactamente igual al encabezado de la edición 851 de El Asegurador, con fecha del 31 de marzo del 2020. ”

Como medio de comunicación uno nunca quiere ser agorero de las desgracias, pero es parte del deber buscar los posibles escenarios ante un hecho tan relevante. Aquella edición, que leía en casa después de comprar mascarillas, gel, Lysol y todo lo necesario para protegernos, es una de las que más orgullo me ha hecho sentir como director.

Sin duda alguna el mundo cambió. No somos ni seremos los mismos, pero si todo sale como se prevé, sobreviviremos y nos adaptaremos. Volveremos a salir y a abrazar a nuestra familia y a nuestros amigos.

Curiosamente, en esa misma portada reza el subtítulo: “Llama Amasfac a la calma y a asesorar con empatía para sobrellevar la pandemia”., y resulta que los agentes no solo la sobrellevaron, sino que muchos tuvieron un éxito y un crecimiento sin precedente.

Para mí esto confirma que el agente de seguros y fianzas no solo no desaparecerá, sino que ha hecho patente el valor de la asesoría profesional y el contacto humano.

Felicidades a la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas por sus 63 años de existencia.

COPAPROSE Y SU VISIÓN ACTUAL SOBRE LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTAN LOS PRODUCTORES DE SEGUROS



C. P. Elisabeth Vogt de Weber
Vicepresidenta I COPAPROSE
Comité Consultivo AMASFAC

La Confederación Panamericana de Productores de Seguros (COPAPROSE) se fundó el 3 de marzo de 1967 en Venezuela y es un organismo internacional, con sede en Panamá, que agrupa a 23 asociaciones de seguros (agentes) de 17 países de toda América, España y Portugal. Su función principal es la validación y promoción de la importancia del **asesor en seguros** ante los consumidores y autoridades públicas y privadas, desarrollando y manteniendo plataformas de comunicación, intercambio y formación necesarias que motivan permanentemente su desarrollo profesional.

En el campo mundial, la Confederación ostenta la presidencia de la **Federación Mundial de Intermediarios de Seguros** (WFII, por sus siglas en inglés), a través del peruano Giulio Valz-Gen, espacio donde se debaten los grandes temas de la intermediación de seguros. Igualmente participa como interlocutor con otros organismos internacionales de seguros, llevando su voz en diferentes foros como la **Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina (ASSAL)**, la **Federación Interamericana de Empresas de Seguros (FIDES)** y la **Federación Europea de Productores de Seguros (BIPAR)**, entre otros.

El 27 de agosto de 2021 tuvo lugar la elección del nuevo Consejo Directivo de COPAPROSE para el bienio 2021-2023, que da paso a una nueva etapa de potenciamiento de las labores de la Confederación, y cuyos integrantes son:

PRESIDENTE	MARVIN UMAÑA	COSTA RICA
VICEPRESIDENTE I	ELISABETH VOGT	MÉXICO
VICEPRESIDENTE II	AGUSTINA DECARRE	ARGENTINA
CONSEJERO TITULAR	JORGE SUXO	BOLIVIA
CONSEJERO TITULAR	HUGO SMITH	CHILE
CONSEJERO TITULAR	JARLIN CRUZ	HONDURAS
CONSEJERO TITULAR	MARLON TOLEDO	NICARAGUA
CONSEJERO TITULAR	GIULIO VALZ-GEN	PERÚ
CONSEJERO TITULAR	DAVID PEREIRA	PORTUGAL
CONSEJERO TITULAR	ZAIDE ALBA CAVAGLIANO	REP.DOMINICANA
CONSEJERO TITULAR	JUAN PABLO RISSO	URUGUAY
CONSEJERO SUPLENTE	CLAUDIA GONZÁLEZ	COLOMBIA
CONSEJERO SUPLENTE	GABRIEL SERRANO	ECUADOR
CONSEJERO SUPLENTE	LUIS ALBERTO ALVARADO	PANAMÁ
CONSEJERO SUPLENTE	GUIDO PEÑA	VENEZUELA

Este nuevo Consejo Directivo, además de que marca nuevos hitos en su historia al designarse por primera vez a un presidente de nacionalidad costarricense y a dos damas para ocupar el cargo de vicepresidentes de la Confederación, ha establecido un importante programa de trabajo que tiene la intención de atender los principales desafíos relacionados con la situación actual de la industria de los seguros y el papel del productor de seguros. Para Marvin Umaña Blanco, presidente de COPAPROSE, es indispensable analizar tales desafíos a partir de los siguientes aspectos que se detallan muy brevemente:

- a) Nos encontramos en una época de transición y cambio acelerado, que si bien es cierto estaba en el horizonte de una manera paulatina, la aparición de la pandemia lo impulsó a pasos agigantados y **si no cambiamos nos extinguiremos**.
- b) Debemos ser muy conscientes de que la **tecnología** que es una herramienta maravillosa y se debe tener muy claro que es **un medio, pero nunca es el fin** de nuestra labor como asesores. Sería tan iluso como creer que, si tengo conexión a internet o una aplicación, ya me garantizo el éxito.

- c) Ahora nos enfrentamos a un **nuevo consumidor** que confía más en las referencias que en los ofrecimientos. Rapidez, confiabilidad, efectividad, transparencia, compromiso social, defensa de sus derechos, son sólo algunas de sus demandas más relevantes.
- d) El **producto seguro** en su modelo tradicional está cada vez más obsoleto. Utilizar la misma nomenclatura confusa y aterradora, principios de desconfianza, abundantes exclusiones, letra pequeña, tardanza en los ajustes y similares, son la verdadera razón del estímulo para la aparición de las **ASEGURADORAS NO NATIVAS** e **INSURTECHS**, que están utilizando la tecnología para aprovecharse de las debilidades de los modelos tradicionales del seguro.
- e) Si analizamos bien estas tendencias, es fácil darse cuenta de que la estrategia de mercadeo de los nuevos jugadores se basa en **escuchar lo que el cliente quiere**. Como ejemplo podemos citar los seguros por uso, ventas directas (para eliminar al mediador), seguros paramétricos (para eliminar al ajustador), trajes a la medida, etc.

- f) La falta de **educación financiera**, modelos de excesiva supervisión o poco efectiva, las **ventas atadas**, sistemas muy poco efectivos para la defensa de los derechos del consumidor, son también elementos que están afectando nuestra industria y que deben ser analizados por todos los que participamos en el mundo del seguro.
- g) El **seguro es un sentimiento, no un producto tangible**. Nunca se comercializa seguridad, eso lo hacen las empresas que venden equipos contra incendios o similares. El uso de la **NEUROCIENCIA** como herramienta de análisis de lo que siente el consumidor debe ser una tendencia en nuestras gestiones. La **tranquilidad** y el **placer** de sentirse protegido ante la incertidumbre, deben ser el norte que guíe nuestro accionar.

Añade el presidente de COPAPROSE que es conveniente preguntarse: **¿Cuál debe ser el papel del productor de seguros ante este panorama?**, a lo que él personalmente y como excitativa para **reflexionar**, prefiere resumir el tema en una sencilla operación para definir el **VALOR AGREGADO**, en donde indica que **2 + 2 = 5**. "Si nuestra ecuación de valor da como resultado 4, somos iguales a los demás y si suma 3, estamos camino a la desaparición", nos dice Marvin Umaña Blanco.



Resalta que el deber de un productor de seguros va mucho más allá de **informar** o **asesorar**, debe ser capaz de **advertir** al cliente de los cuidados que debe tener para que opere su contrato, aclarar las exclusiones, deducibles, infraseguros y, sobre todo, debe evolucionar de **ASESOR EN SEGUROS** a **ANALISTA DE RIESGOS**, tema vital que nos ocuparía muchas páginas y nos reta mucho más.

Todos estos desafíos, señala Marvin Umaña Blanco, deben ser abordados a través de una colaboración entre todos los actores del sector asegurador, o sea, los productores de seguros, los aseguradores y los supervisores; de esta manera se mantendrá un crecimiento sostenible y el tan anhelado aumento de la penetración del sector en la región latinoamericana.

Comité Ejecutivo de COPAPROSE

A nivel interno, el análisis de todos estos aspectos y desafíos será coordinado por el Consejo Directivo, principalmente a través de su Comité Ejecutivo, el cual tiene el propósito de agilizar la operación y decisiones en el seno de COPAPROSE.

El Comité Ejecutivo lo comprenden: el Presidente, Marvin Umaña Blanco; la Vicepresidenta I, Elisabeth Vogt; la Vicepresidenta II, Agustina Decarre; el Consejero Titular de Bolivia, Jorge Suxo, el Consejero Titular de Chile, Hugo Smith; el Tesorero, Mario Augusto Rodríguez (Panamá) y la Directora Ejecutiva, Erika Herrera (Panamá).



Marvin Umaña Blanco indica que es un gran orgullo y desafío formar parte del Comité Ejecutivo y poder representar a los asesores en seguros a nivel internacional y tener la oportunidad de impulsar nuestra profesión como un pilar indispensable en la cadena de valor de los seguros.



Elisabeth Vogt se siente muy orgullosa de representar a su querido México y agradecida por el apoyo de los miembros de COPAPROSE que han depositado su confianza en su persona para ocupar dicho cargo. Afirmo que representa un gran reto entender las necesidades de los mercados de los 17 países miembros y que le parece una oportunidad única el construir en el sector asegurador Iberoamericano en estos tiempos de grandes retos y cambios.



Agustina Decarre, por su parte, señala que igualmente se siente orgullosa de representar a Argentina en una institución tan prestigiosa, pensando en unir el esfuerzo de los países miembros para desarrollar nuestra profesión y la actividad aseguradora en América Latina, España y Portugal. *"Es un honor y una responsabilidad que asumo con mucha convicción. Compartir con mis colegas el trabajo del Comité Ejecutivo es muy motivador ya que aprendo de ellos y de todos los dirigentes que dan su tiempo para el crecimiento de nuestra actividad"*, destacó Decarre.



Para **Jorge Suxo**, el estar en el Comité Ejecutivo de COPAPROSE significa mucho para las personas que, además de tener una buena voluntad de apoyo al crecimiento de la actividad del corretaje y asesoramiento del seguro, tengan la proactividad de buscar alternativas de integración de los países que componen tan significativa entidad gremial.











A su vez, **Hugo Smith** indica que ser miembro del Comité Ejecutivo es una gran oportunidad para colaborar en el desarrollo del mercado asegurador y en la oferta de valor que generan las actividades del Corredor de Seguros en la sociedad.



Las Asociaciones de los Productores de Seguros

En estos tiempos de cambios, todas las asociaciones miembros de COPAPROSE igualmente deben desempeñar un rol importante como instrumentos de interlocución absolutamente necesarios para plantear a los gobiernos y los supervisores de seguros las necesidades del mercado de seguros y sus productores.

A continuación destacamos los valores que, según opinión de los miembros del Comité Ejecutivo, deben ser cruciales para las asociaciones en su rol de liderazgo y representación de los productores de seguros:

-  Transparencia, honor, claridad de objetivos y pertenencia.
-  Lucha constante por los intereses de los productores de seguros.
-  Proactividad en la actualización e información hacia sus asociados de los cambios en el sector.
-  Buscar espacios que generen intercambio entre los asociados.
-  Respeto por los otros y tolerancia ante las diferencias, de empatía por el prójimo y de lealtad con sus instituciones y su país.
-  Responsabilidad y compromiso para construir una profesión y una sociedad inclusiva donde se valoren la previsión, la prevención y el ahorro.
-  Propugnar la ética y profesionalidad transparente de la administración de riesgos y su buen traslado a una aseguradora que sepa cumplir con los cánones establecidos oportuna y solventemente.
-  Comunicar al público en general y en todos sus segmentos el valor que aportan los productores en la comercialización de productos financieros (seguros), diferenciando la simple Venta de la Asesoría integral, permanente e independiente que brindan los productores de seguros.

LOS SEGUROS COMO HERRAMIENTA PARA LA MOVILIDAD SOCIAL EN MÉXICO



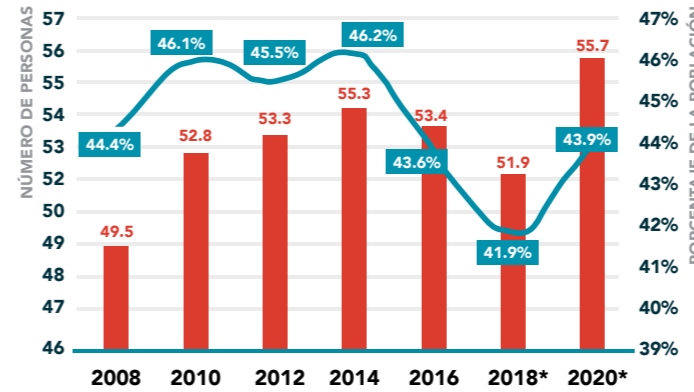
Lic. Mauricio Arredondo
Director General Centro de Evaluación para Intermediarios

La pobreza y la desigualdad en el ingreso son temas recurrentes en las agendas de los gobiernos de los países en vía de desarrollo. En las últimas décadas, en México se han implementado programas para combatir la pobreza y disminuir la desigualdad, los cuales se han enfocado en mejorar el consumo de alimentos, el estado de salud y la educación¹. No obstante, al revisar las cifras publicadas por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), podemos observar que no ha habido una disminución significativa de la pobreza ya que en 2008 el 44.4 % de la población se encontraba en situación de pobreza y en 2018, el 41.9 %, una disminución promedio del 0.24 % como se puede observar en la gráfica 1. El caso más preocupante es la población vulnerable por ingreso, ya que en 2008 comprendía el 4.7 % de la población y en 2018 representaba el 8.9 %; incluso, si analizamos la población que se encuentra por debajo de la línea de pobreza por ingresos², nos encontramos casi con las mismas cifras en 2008 y en 2018, 49 % y 49.9 % de la población respectivamente, lo cual indica que las personas no cuentan con los suficientes ingresos para adquirir la canasta básica.

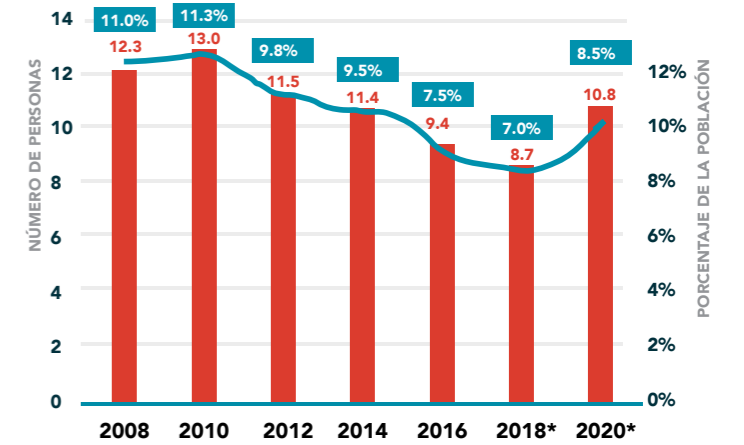


Por otro lado, si consideramos los resultados presentados al cierre del 2020, podemos ver el gran impacto que tuvo la pandemia por COVID-19 en este tema, ya que la población en situación de pobreza se incrementó en 3.8 millones de personas, la población vulnerable por ingresos creció 1.3 millones de personas y se tienen 5.1 millones de personas más por debajo de la línea de pobreza por ingresos. Lo más preocupante es la población que se encuentra en carencia de acceso a servicios de salud³, ya que esta pasó de 20.1 a 35.7 millones de personas (28.2% de la población), como se muestra en la gráfica 6. Además, también se puede observar un impacto en la desigualdad por ingresos en donde, de acuerdo con el Índice de Gini⁴, se puede observar en la gráfica 7, que del 2019 al 2020 se pasó de 49 a 54, respectivamente.

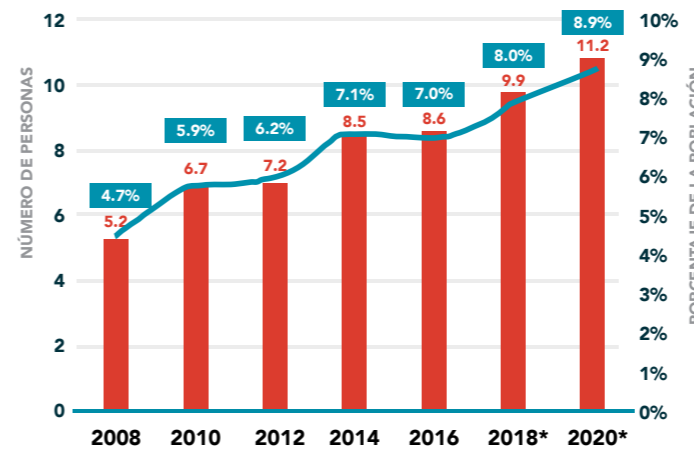
GRÁFICA 1. POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA



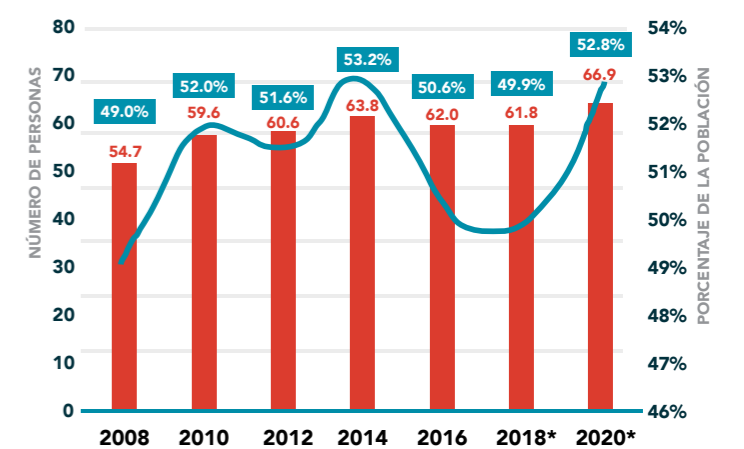
GRÁFICA 2. POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA EXTREMA



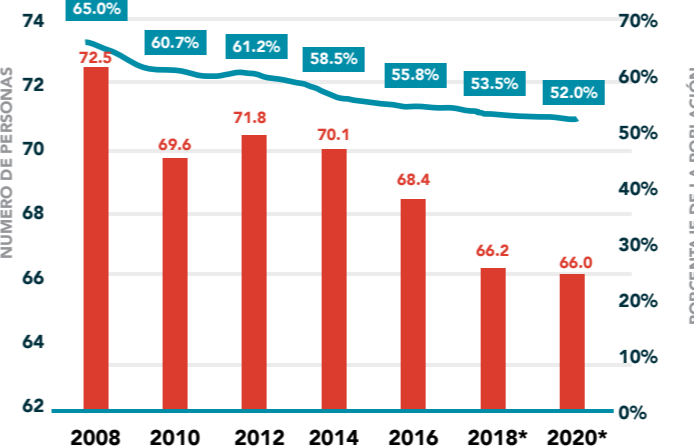
GRÁFICA 3. POBLACIÓN VULNERABLE POR INGRESOS



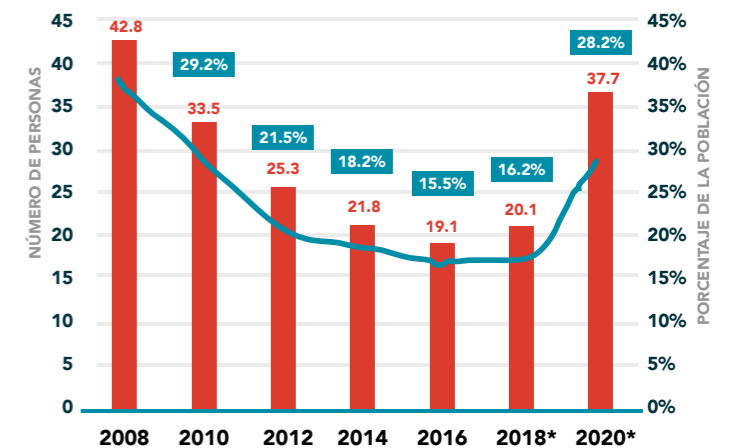
GRÁFICA 4. POBLACIÓN CON INGRESO INFERIOR A LA LÍNEA DE POBREZA POR INGRESOS



GRÁFICA 5. CARENCIA POR ACCESO A LA SEGURIDAD SOCIAL



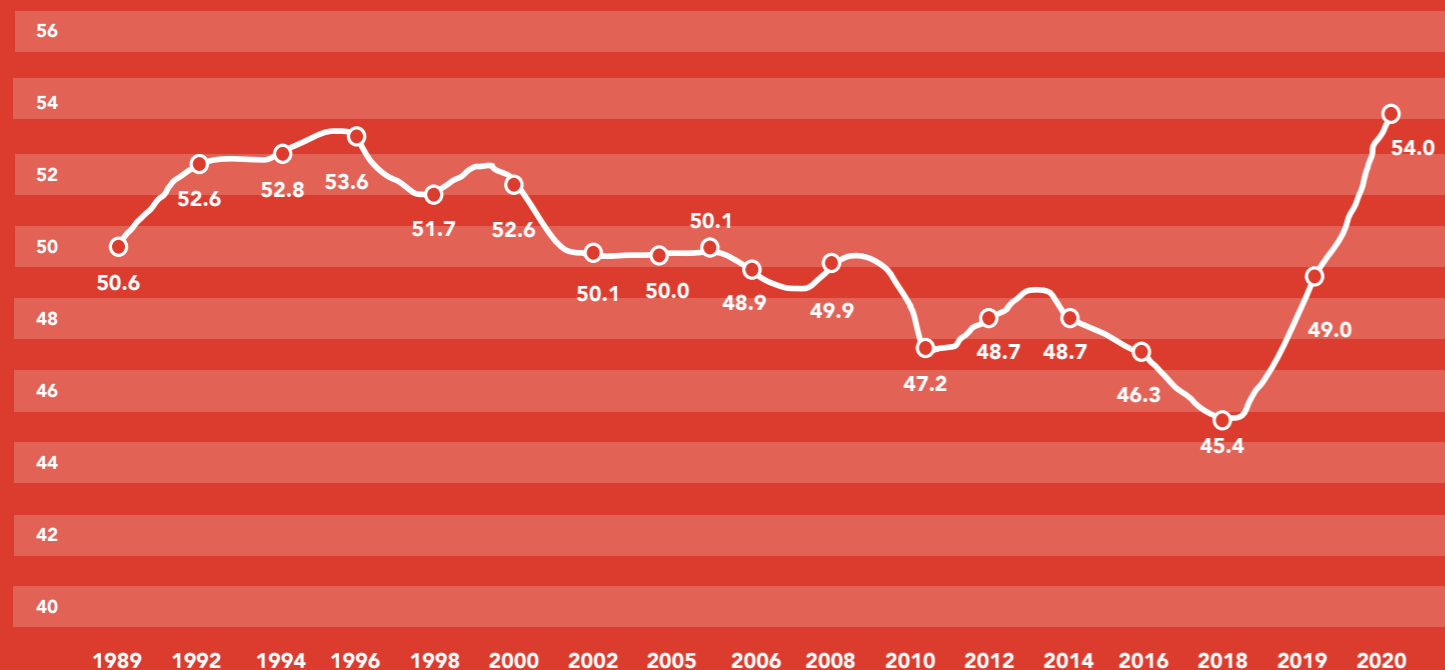
GRÁFICA 6. CARENCIA POR ACCESO A SERVICIO DE SALUD



Fuente: Elaboración propia con información de CONEVAL. En 2020 se hizo un cambio de metodología.






¹ Levy, Santiago. "Pobreza y transición democrática en México". Fondo de Cultura Económica. 2009.
² Es el valor monetario de una canasta de alimentos, bienes y servicios. De acuerdo con CONEVAL, a julio de 2021 en zonas urbanas se encuentra en \$3,408.74 mensuales y en zonas rurales en \$2,238.58 mensuales.
³ De acuerdo con CONEVAL son personas que no están adscritas o no tienen derecho a recibir servicios médicos de alguna institución que los proporcione (IMSS, ISSSTE federal o estatal, PEMEX; SEDENA, MARINA o servicios médicos privados).
⁴ El Índice de Gini se mide entre 0 y 100, en donde cero es la máxima igualdad y 100 es la máxima desigualdad.

GRÁFICA 7. ÍNDICE DE GINI



Fuente: Elaboración propia con información del Banco Mundial y CONEVAL.

Como podemos observar, a lo largo del tiempo la pobreza y la desigualdad se han mantenido en los mismos niveles e incluso se han incrementado en México, provocando que haya poca movilidad social. Este concepto se refiere a los cambios que tienen los individuos en su posición en cuanto a la distribución socioeconómica, los cuales pueden ser respecto al hogar de origen (movilidad intergeneracional) o a lo largo del ciclo de vida de las personas (movilidad intrageneracional). Al igual que la pobreza, se tiene que analizar de forma multidimensional:

-  **Ingreso.** Cambio en el ingreso de los individuos a través del tiempo.
-  **Educación.** Generación de capital humano que sirve de mecanismo de ascenso socioeconómico.
-  **Ocupacional.** Se ubica a las personas por clase o categoría ocupacional (relaciones laborales y recursos de mercado).
-  **Riqueza.** Medio para incrementar el consumo a largo plazo y enfrentar eventos adversos.
-  **Movilidad subjetiva.** Es la percepción que una persona tiene de su situación respecto a la de su hogar de origen.

Dadas las definiciones anteriores, podemos decir que una herramienta que puede impulsar la movilidad social son los seguros y, por ende, disminuir la pobreza y la desigualdad económica ya que, como se sabe, el sector asegurador tiene la misión de proteger la vida, la salud y el patrimonio de las instituciones que conforman la sociedad frente a los diversos riesgos que enfrenta y afectan su estabilidad económica, es decir, buscan el bienestar social a lo largo de la vida de las personas. Por tal motivo, el sector asegurador en México ha desarrollado diversas iniciativas para impulsar el desarrollo de los seguros, dado que actualmente existe un bajo nivel de aseguramiento :

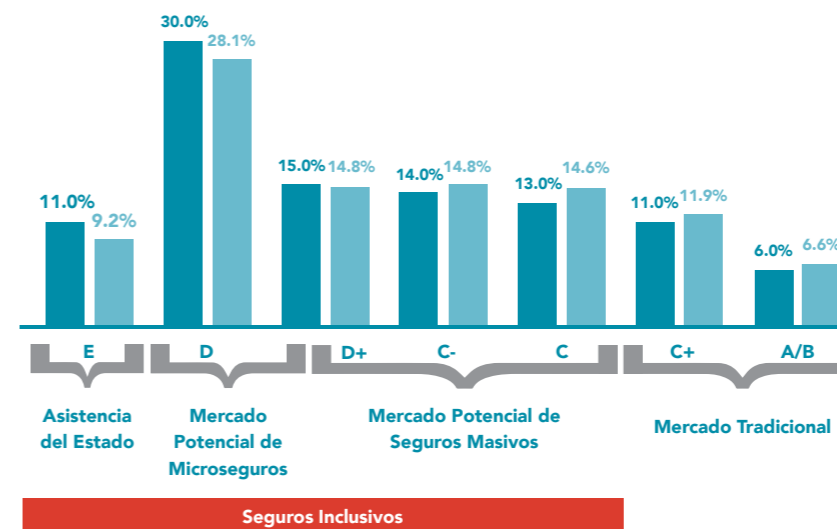
- El 7 % de las casas están aseguradas.
- El 9 % de la población cuenta con un seguro de gastos médicos mayores. Solo el 1.25 % de los casos presentados por COVID-19 contaban con un seguro de este tipo.
- El 16 % de la población económicamente activa cuenta con un seguro de vida individual.
- El 29 % del parque vehicular está protegido por un seguro de automóvil.

GRÁFICA 7. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN MÉXICO Y EL MERCADO DE SEGUROS

DISTRIBUCIÓN NSE 2016 VS NSE 2018

■ ENIGH 2016 ■ ENIGH 2018

ENIGH = Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares.
NSE = Nivel Socioeconómico



En este sentido, como se comentó anteriormente, a raíz de la contingencia sanitaria derivada del COVID-19, algunas familias han sufrido la pérdida del jefe de familia y/o la disminución de la salud de algún miembro del hogar, así como la pérdida del empleo, que ante la falta de instrumentos de protección implica que se tengan gastos no previstos, recurriendo a préstamos informales de familiares, vecinos o amigos, provocando con ello un desfinanciamiento que puede llevarles años revertir y por consecuencia tener una baja movilidad social que incrementa cada vez más la pobreza y la desigualdad. Es por ello que se tiene

como gran reto generar políticas públicas para lograr una mayor inclusión financiera en seguros con productos de alta calidad para todas las personas y de acuerdo a sus necesidades, con precios accesibles y con una distribución eficiente, ya que es muy importante para el desarrollo económico y el bienestar de la sociedad para fomentar la justicia económica, crear mejores oportunidades y con la finalidad de que las personas mejoren su nivel de vida. Es importante señalar que no solo se requiere implementar políticas públicas de inclusión financiera o programas sociales para lograr el objetivo de disminuir la pobreza y la desigualdad, sino también

se deben generar los mecanismos para tener crecimiento económico y generar empleos. Dentro de dichos mecanismos se encuentra el sector asegurador, ya que su crecimiento y expansión son un motor importante para la creación de empleos y para la disponibilidad de recursos de ahorro a largo plazo, que se traduce en inversión en infraestructura física y humana, lo que aumenta la estabilidad económica y social, fomenta la producción y el consumo, permite el desarrollo de actividades con un mejor manejo del riesgo y contribuye a que las sociedades sean más productivas, competitivas y estables.

Dentro de estas iniciativas, se encuentra la implementación de productos que busquen atender a las poblaciones de bajos ingresos y a la clase media, ya que se considera que las condiciones de vulnerabilidad económica y social de estas poblaciones pueden agravarse ante cualquier eventualidad que afecte su patrimonio y capacidad de generación de ingresos si no cuentan con un mecanismo de protección. Lo anterior, debido a que los productos de seguros se han enfocado principalmente en los niveles socioeconómicos altos.

Por tal motivo, se ha desarrollado el concepto de seguros inclusivos, los cuales son universales, sencillos, estandarizados y de comercialización masiva, y no buscan únicamente proteger a las personas de menores ingresos sino a toda la población que nunca antes ha estado cubierta con un seguro (pobres, población rural, clase media, personas con discapacidad y minorías étnicas, entre otros), en donde los microseguros y los seguros masivos son parte de estos. Por otra parte, de acuerdo con la *International Association of Insurance Supervisors (IAIS)*, este tipo de seguros hace referencia a todos los productos orientados a ofrecer protección a los mercados desatendidos o sub-atendidos, no solamente a los que van dirigidos a las poblaciones de escasos recursos.

Fuente: La gráfica es publicada por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión, A.C. en el caso de la clasificación de los mercados de seguros es elaboración propia.

³ Campos, Raymundo, Fonseca, Claudia y Vélez, Roberto. "El concepto de movilidad social: dimensiones, medidas y estudios en México". Centro de Estudios Espinosa Yglesias. 2015.
⁴ Cifras de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS).

AMASFAC EN LA VIDA DE LOS AGENTES DE SEGUROS Y DE FIANZAS

El rol de los agentes de seguros y de fianzas en la sociedad.



Act. Rafael Morfín Maciel
Ex Presidente Nacional
AMASFAC

A los seres humanos nos toca gestionar los bienes de la tierra y ordenarlos para que cumplan su función.

Los agentes de seguros y de fianzas estamos llamados de manera especial a colaborar en este sentido ya que, además de la obligación inmediata de gestionar con prudencia los bienes que tenemos, nos corresponde ayudar y organizar a los miembros de la sociedad de manera solidaria para que puedan enfrentar el impacto financiero generado por eventos adversos inesperados.











Por las características que tiene la actividad de los agentes es común que tengan que enfrentar solos muchos de los retos que se presentan en su trabajo diario, y la naturaleza nos enseña que normalmente los seres que no se unen para enfrentar las adversidades la pasan muy mal e incluso fallecen en el intento.

Por eso es tan importante unirnos, para ayudarnos unos a otros a lograr nuestro pleno desarrollo y para poder prestar a la sociedad un servicio de mayor calidad, acorde a las exigencias del mundo moderno.

¿Qué es la AMASFAC?

La AMASFAC es la unión de los agentes de seguros y de fianzas que deciden asociarse para acompañarse y ayudarse a alcanzar su vocación y misión ante la sociedad. A través de nuestra asociación podemos:



-  Recibir muchos y **variados servicios** que facilitarán nuestra labor como agentes.
-  Tener acceso ágil y actualizado a **información relevante** para nuestro trabajo diario.
-  **Defendernos mejor** de los abusos e injusticias en el ámbito profesional.
-  Tener una **representación** reconocida ante las compañías, las autoridades y la sociedad en general.
-  Formarnos, **conocer mejor los productos y servicios que ofrecemos**, teniendo la oportunidad de mejorar nuestras habilidades y capacidades humanas, administrativas y gerenciales.
-  Pertener a un **grupo de profesionales** que comparte nuestros mismos intereses e inquietudes.
-  Contar con una **red de ayuda** de prestadores de servicios especializados y de colegas expertos que nos apoyan para atender aquellos casos en los que necesitamos un consejo.
-  Intercambiar ideas, **compartir conocimientos** y construir juntos una sabiduría que ninguno sería capaz de alcanzar por sí mismo.
-  Lograr el **reconocimiento** de nuestros colegas de profesión, del sector y de la sociedad.
-  **Trascender** promoviendo iniciativas que mejoren la labor de nuestros colegas y la respuesta que damos a nuestros clientes, que propicien el desarrollo de nuestra industria y que contribuyan a la construcción de la sociedad y del México que todos hemos soñado para nosotros y para nuestros hijos.

La unión hace la fuerza.

Uno de los factores primordiales para que pueda suceder lo anterior es la unidad. Es normal que los seres humanos queramos destacar y ser tomados en cuenta, que nuestras ideas sean consideradas y que se nos reconozcan nuestras aportaciones. En este sentido, existe el llamado para que cada uno contribuya de acuerdo a sus posibilidades, que aprendamos a aportar nuestro granito de arena, en el entendido de que sólo algunos serán llamados, en diferentes momentos, a asumir responsabilidades y ejercer el liderazgo, entendiendo que el liderazgo auténtico consiste en servir a la Asociación y a sus miembros por encima de las preferencias y los intereses personales.



No te preguntes lo que AMASFAC hará por ti: pregúntate lo que tú puedes hacer por ti y por tu profesión colaborando activamente en AMASFAC.



Otro aspecto de gran importancia es la participación. AMASFAC somos todos los agentes que la integramos y nuestra Asociación alcanzará la fortaleza y el reconocimiento que necesitamos para el futuro de nuestra profesión en la medida en que cada uno de nosotros se interese y se comprometa a trabajar desde las filas AMASFAC por arreglar o hacer cada una de esas cosas que nos inquietan con relación a nuestra profesión como agentes profesionales.

Necesitamos cambiar nuestra actitud para que, en lugar de decir "Alguien debería atender este problema ...", comencemos a decir "¿Qué puedo hacer yo con la ayuda de AMASFAC para resolver esto?"

La oportunidad de formar parte de AMASFAC ha sido para mí un regalo que Dios puso en mi camino, ya que he podido disfrutar y aprovechar todos los beneficios que nos otorga nuestra Asociación, teniendo incluso el honor de colaborar en la construcción de esta historia que muchos otros comenzaron con gran esfuerzo y sacrificio, y que ahora cumple sus primeros 63 años.

Mi reconocimiento y profundo agradecimiento a todos los que han contribuido y ¡muchas felicidades!

Esperemos que muy pronto podamos reunirnos para festejar este magnífico logro.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTAR AFILIADO A AMASFAC?



Lic. Antonio A. Pozzi y Pardo
Ex Presidente Nacional
AMASFAC

En la mayoría de los países desarrollados, la afiliación de cualquier actividad que se lleva a cabo dentro del mismo gremio proporciona a los asociados innumerables ventajas y beneficios que les permiten ser más profesionales.

Estar afiliado a una asociación o cámara de profesionales ofrece una gran cantidad de oportunidades para sus participantes. La más importante de ellas es que, al representar a un número significativo de personas que tienen la misma actividad ante terceros como son autoridades políticas, financieras, medios de comunicación, redes sociales, asociaciones de patrones, etc., la fuerza de sus acciones es poderosa.

La importancia de los gremios es muy antigua. Se habla de que desde el tiempo de los egipcios, cerca del año 3200 A. C., ya existían los gremios de talladores de piedra, de carpinteros, de albañiles y algunos otros más. Los gremios se especializaron con el tiempo y existen hasta ahora, manifestándose en diferentes profesiones de la actividad humana.

La explicación sustancial del gremio es la representatividad que les otorga la afiliación de profesionistas con los mismos intereses y que se dedican a la misma actividad.

En nuestro caso, y hablando de AMASFAC, no cabe la menor duda del importante papel que ha jugado ante la sociedad en su conjunto durante sus ya 63 años de vida.

Su participación directa en la elaboración y discusión de leyes, reglamentos, procedimientos y defensa de los intereses de los agentes y consumidores es evidente ante los resultados obtenidos en el tiempo.

No hay que perder de vista la importante participación de nuestra Asociación en la educación financiera y de seguros, de la cual hemos sido los paladines en nuestro país a través de la Semana de la Previsión, evento que ya es reconocido por muchas instituciones y personas.

Además de lo anterior, el estar asociado permite que uno aprenda de sus colegas de profesión al exponer y comentar problemas y experiencias que cada uno posee y buscando soluciones en conjunto. Los asociados se instruyen entre sí y transmiten sus experiencias y cómo resolver cuestiones similares.

La actividad más importante al estar asociados en AMASFAC es la fuerza que le dan sus miembros a los trabajos y gestiones que se realizan ante terceros, en beneficio de todos los agentes, estén afiliados o no.

Como en toda actividad humana, a lo largo de 63 años nos han sucedido situaciones muy valiosas, unas más y otras no tanto. Pero, después de todo, nuestra Asociación tiene un renombre muy importante tanto en México como en el extranjero.

Al ser miembros de la Confederación Panamericana de Productores de Seguros y de la Federación Internacional de Intermediarios de Seguros, nuestras experiencias son compartidas con otros agentes fuera de México y, al mismo tiempo, recibimos retroalimentación de otros que nos ayudan a resolver los conflictos que se nos presentan en el día a día y a la vez adquirimos nuevos conocimientos y estrategias comerciales que facilitan nuestra labor.

A través de los diversos comités que opera la Asociación, los asociados pueden participar ya sea aportando sus ideas o elaborando consultas sobre algún tema específico relacionado con los seguros y las fianzas. Lo anterior es parte

fundamental del valor agregado que otorga AMASFAC, lo mismo en aspectos de capacitación, contables, fiscales, legales, comerciales y otros diversos temas.

Con mucha frecuencia participamos en las consultas que realiza la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER), aportando la experiencia y conocimiento que tenemos en la intermediación.

Nuestros Asociados intervienen en varios campos de los seguros y las fianzas ya que todos participamos, en la medida de nuestras posibilidades, en negocios chicos, medianos, grandes y muy grandes, además de que tenemos conocimientos en riesgos muy especializados.



Los Agentes de seguros y de fianzas asumimos una función de protección del consumidor y del desarrollo de la industria y del país, por lo tanto aportamos nuestra parte y contribuimos con el crecimiento de nuestra patria, nuestras familias, las personas y las empresas.



No ser miembro de AMASFAC es una gedeonada, especialmente en una época en la que lo que importa es la unión que nos hace más fuertes.

IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA CARRERA PROFESIONAL DEL INTERMEDIARIO

de los sectores asegurador y afianzador.



Lic. Roberto S. Luna,
Director General
IMESFAC

Desde su fundación en 1972 el **Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A. C.** (IMESFAC) mantiene el legado de grandes pilares de los sectores asegurador y afianzador. Los fundadores tuvieron la visión de constituir una institución dedicada a la profesionalización de todos los actores que se desempeñan en ambos sectores mediante la capacitación. A lo largo del tiempo, el IMESFAC ha diversificado su oferta de programas como cursos, talleres, diplomados, certificaciones, entre otros, cuya finalidad es brindar información selecta que contribuye a la construcción de conocimiento especializado al servicio de la sociedad mexicana.

La capacitación constante permite el desarrollo de habilidades para una nueva economía. Las habilidades más importantes que requiere el mercado laboral se pueden clasificar en tres categorías. En **primer lugar**, las habilidades de tecnología avanzada relacionadas con las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la programación; en **segundo lugar**, las habilidades sociales y emocionales avanzadas como la mentoría, habilidades de comunicación, aceptación de la diversidad cultural, empatía, colaboración entre colegas, etc., y en **tercer lugar**, las habilidades cognitivas avanzadas que corresponden al pensamiento crítico, solución de problemas y la capacidad de crear conexiones entre ideas complejas (Bughit et al, 2018). Estas habilidades bien desarrolladas y aplicadas en los sectores asegurador y afianzador constituyen las ventajas competitivas del intermediario o asesor financiero.



Para el IMESFAC, formar profesionales especializados en la administración de riesgos, a través de productos financieros como el seguro y la fianza, representa una gran responsabilidad. No se trata de transmitir datos para acreditar exámenes y obtener reconocimientos, se trata de ofrecer capacitación bajo una estructura institucional, capaz de generar conocimiento relevante en agentes y colaboradores. Al centrar el diseño de nuestros programas educativos en la persona, principalmente en técnicas de venta y el desarrollo de habilidades blandas, se busca consolidar la cultura de la previsión de riesgos y la administración del ahorro.

La capacitación ya no es la misma. Con la llegada de la emergencia sanitaria causada por la COVID-19 se aceleraron procesos en todos los ámbitos económicos y sociales. Si bien es cierto la capacitación en su modalidad presencial volverá a los salones y auditorios, el gran salto hacia la modalidad virtual es hoy nuestra nueva normalidad. Pero esto no es una tarea sencilla ya que no basta con tener equipo, materiales digitales o conexión a la red, representa un cambio socio-cultural en la forma de adaptarse a este evento disruptivo y lo que depare el futuro. Algunas implicaciones van desde la administración del tiempo hasta el manejo de la frustración, pero el éxito dependerá de la aceptación e interiorización de las TIC en el programa de capacitación de cada asesor y como herramientas de apoyo para el logro de las metas profesionales.

Entre los beneficios de la capacitación en su modalidad virtual podemos encontrar la flexibilidad, ya que se puede estudiar a cualquier hora, en cualquier lugar, de la forma y el ritmo que mejor convenga. Otro beneficio es la facilidad de acceso, ya que se pueden consultar los materiales desde una computadora, tablet o teléfono celular. Asimismo, se tiene mayor control del tiempo de estudio ya que las clases no están estructuradas en carga horaria rígida, por lo que se pueden visualizar los contenidos 24 x 7. El entorno de aprendizaje confortable es uno de los beneficios que se refiere a no tener que trasladarse a un lugar específico donde tomar



la capacitación o las clases. Finalmente, la modalidad virtual es una oportunidad de interacción que se enriquece gracias al intercambio de ideas, donde los alumnos disponen de mayor tiempo para procesar la información que reciben, reflexionar sobre lo que se aprende y realizar aportaciones para la construcción del conocimiento.



Una de las alianzas destacadas que mantiene el IMESFAC es con *The American College of Financial Services*, con sede en Filadelfia, Estados Unidos de América. Por más de 27 años se ha consolidado esta relación enfocada en capacitar a los asesores de seguros de vida con los programas de excelencia como el *Life Underwriter Training Consultor LUTC*, *Certificate in Life Insurance (CLI)* y *Financial Services Certified Professional (FSCP)*. Los programas son de gran valor

para el asesor que busca potenciar sus habilidades para vender seguros de vida, confían en gran medida en la metodología que a lo largo de los años ha permitido la profesionalización de la carrera y el incremento en ventas hasta en un 30 %. Estas certificaciones están dirigidas a los asesores exitosos que buscan ser extraordinarios, comprometidos con su carrera, con sus clientes y con el desarrollo del país.

La colaboración, apertura, intercambio, integridad e interdependencia son principios que moldean y fortalecen a todos los actores representados en los sectores afianzador y asegurador. Por ello, para el IMESFAC son muy importantes las relaciones que conserva con organismos e instituciones sectoriales. Celebramos el 63 aniversario de AMASFAC y nos sumamos a los festejos en cada sección del país y a nivel nacional.

¡Muchas felicidades a toda la comunidad AMASFAC y gracias por su compromiso para la construcción de una sociedad resiliente!

SEGUROS ATLAS

80 años de cuidar lo que más importa



C. P. Rolando Vega Sáenz
*Presidente del Consejo
 y Director General de
 Seguros Atlas*



Estamos enormemente satisfechos de llegar a nuestros primeros ochenta años de existencia con una empresa bien capitalizada, solvente, pujante e innovadora.

Hemos acompañado la historia y desenvolvimiento de nuestro gran país a través de períodos de crisis y de bonanza, siempre con la mira de preservar y engrandecer nuestro capital,

el rendimiento adecuado de nuestros accionistas, la educación constante y remuneración de nuestros empleados, la red de nuestros agentes y, sobre todo, la aceptación y satisfacción de nuestros asegurados.

Durante muchos años, y en un mercado cada vez más competido por parte de un número muy importante de aseguradoras, hemos podido mantenernos dentro de los primeros quince lugares en primas emitidas, con lugares aún más destacados en diversos ramos específicos como daños, accidentes y enfermedades.



Orgullosamente somos una empresa multi-ramo cien por ciento mexicana que ha mantenido su nombre a lo largo de toda su historia y sus accionistas actuales son en su mayoría descendientes de aquellos que la fundaron en 1941.



Como siempre, el futuro nos presenta grandes retos que sabremos enfrentar con entusiasmo: Deberemos saber aprovechar al máximo las enormes ventajas que nos ofrecen las nuevas tecnologías digitales para mejorar nuestros sistemas de información y la comunicación sencilla, clara y expedita con nuestros agentes y clientes; deberemos seguir innovando constantemente para ofrecer al mercado múltiples opciones de cobertura de riesgos en condiciones óptimas y a precios accesibles; deberemos asegurar la preparación y satisfacción de nuestro personal y, por supuesto; deberemos mantener una estructura financiera y solvencia sanas que aseguren el cumplimiento de nuestras obligaciones y la fortaleza de nuestra institución.

Creemos profundamente en México y en su potencial. A él nos debemos y sabremos hacer nuestra parte para seguir siendo un elemento digno en nuestra comunidad.



CONGRESOS AMASFAC SER O NO SER

¿Para quiénes se hacen estos congresos?



Lic. Roberto Castellanos Omaña
Comité Organizador
Congreso COPAPROSE 2021

¿Qué diferencia hace a un Agente de Seguros y Fianzas exitoso, entre otras cosas, a otro que todavía no lo es, o no quiere ser?: su curiosidad, sus ganas permanentes de aprender, el ver más allá, su deseo de interesarse por lo que pasa en su entorno, lo que hacen los demás agentes, cómo lo hacen, cómo trabajan otros empresarios —porque un agente de seguros es un empresario—, cómo pueden aprender de ellos, haciéndoles preguntas, buscando la oportunidad de hablar con un director general de una aseguradora, de una afianzadora, de una autoridad del gobierno, escuchar de primera mano a los expertos, poder hacerles preguntas y convivir con ellos.



Estos agentes se toman muy en serio su papel: son profesionales. Ante la pregunta de si es o no es, ellos saben que sí lo son y quieren seguirlo siendo. Por eso los participantes de los congresos de AMASFAC, en un porcentaje muy alto, son de estos agentes que no faltan a uno. Son los exitosos, los que han llevado sus agencias a crecer en todos los tiempos, adaptarse a las nuevas circunstancias, a entrar en nuevos mercados y especializarse. Vemos desde los que tienen un despacho local en su ciudad o hasta en alguna zona de las grandes ciudades del país, los que cuentan con varias oficinas en varios estados, los que también tienen oficinas en el extranjero, y a los ejecutivos y directivos de las firmas de corretaje internacional con operaciones en México. Nunca faltan. Todos ellos están interesados en saber qué está pasando, cuáles son las vertientes en los ramos de seguros y fianzas y qué nuevas herramientas hay disponibles.

En los Congresos de AMASFAC se trabaja a profundidad para dar respuesta a este tipo de agentes, a estos profesionales que trabajan y demandan calidad total en lo que hacen. Por eso detrás de cada congreso, es decir, tras bambalinas, donde pasa todo y no se ve, hay un equipo de agentes y corredores de seguros profesionales, una agencia especializada en este tipo de eventos, el grupo de ejecutivos permanentes de AMASFAC que se comprometen en varias tareas para hacer del evento un éxito total, como lo han sido siempre nuestros congresos de AMASFAC. Se eligen cuidadosamente a los miembros de los comités de Contenidos, quienes deciden los temas a tocar y los expertos que darán las conferencias plenarios y simultáneas; de Comunicación e Imagen, quienes trabajan en dar siempre el sentido de actualidad y personalidad en cada congreso; de Producción y

Logística, quienes coordinarán las actividades para quinientas personas durante dos o tres días; de Hospitalidad, para dar una atención personalizada a los participantes, autoridades e invitados especiales, haciendo que su experiencia sea la más grata; el de Patrocinios, quienes hablan con las compañías líderes en el mercado viendo siempre un balance en su participación (a todas les interesa estar presentes, pero el número de patrocinadores es limitado); el de Tesorería, que cuida que siempre exista el mejor rendimiento de la inversión y el de Asistencias y Registros, que cuida que todos los participantes cuenten con su material del congreso y responden a sus preguntas y necesidades especiales.

Para estos agentes se trabaja con muchos meses de anticipación, porque sabemos que ellos “son”, decidieron “ser”, demandan y se merecen lo mejor. Ellos vienen a los congresos de AMASFAC

porque saben que hay que subirse a la cima de los árboles para ver el bosque. Durante el congreso ellos ven más allá del caminar diario entre los árboles. Suben a la cima del bosque donde, con otros agentes igual de interesados que ellos, comentan hacia donde van, hasta donde llega el bosque, cómo pueden ellos ampliarlo o darle nuevas direcciones.

Después de los congresos de AMASFAC regresan a sus oficinas siendo otros, con una nueva visión. Por eso no faltan cada vez que se les convoca. Ya no serán los mismos después del congreso, porque ahora ya saben y toman las riendas para implementar lo aprendido. Cuando tengan que tomar decisiones tendrán más herramientas que otros agentes, ya les llevan ventaja. Son empresarios, son Agentes de Seguros profesionales con visión, con participación. Sus clientes lo notan: ¡también su competencia!



Estos agentes son los que marcan el ritmo del quehacer. Son los innovadores, y encuentran en los congresos de AMASFAC la información, los contactos y las herramientas para seguir creando y empujando hacia adelante. Son los que empujan, no los que esperan a que los empujen.



COMITÉ PÓLIZA RC AGENTES



Ing. Gerardo de la Garza R.
Comité Póliza RC Agentes
AMASFAC



Estimados asociados de AMASFAC:

Derivado de las giras que ha realizado nuestro Presidente Nacional, Alejandro Sobera, se ha platicado de las dudas, incertidumbres y desconocimiento de detalles que todo seguro de cualquier agente tiene... muchos agentes compran su seguro por precio, sin leer y entender qué incluye.... Todos sabemos que esa actitud generalmente no tiene un buen final al momento de la verdad, cuando se tiene un siniestro.

Generamos un resumen de lo platicado, detalles que debes de conocer antes de leer tu póliza de RC agentes. Hazlo lo antes posible.

Diferencias entre Claims Made y Ocurrance

En una **póliza Ocurrance**, el siniestro "ocurre" y genera el daño al afectado en un cierto momento, tiempo, que debe de estar dentro de la vigencia de la póliza. (por ejemplo una colisión de un auto).

En una **póliza Claims Made**, el error puede haber sucedido hace años y el efecto que genera la pérdida económica al afectado se presenta en la actualidad; la atención e indemnización, le corresponde a la póliza vigente, mientras que el origen del error esté dentro de la "antigüedad" reconocida de la póliza vigente, (por ejemplo, no diste de alta a un recién nacido, cuando si te mandaron la documentación en los 30 días de nacido y tiene un padecimiento congénito que después de años de padecerlo necesita una operación).



Cómo saber qué tipo de póliza tengo.

La Claims Made, (nos busques estas palabras... no vienen en las condiciones), busca este texto:






Base de indemnización.

El presente seguro cubre la indemnización que el Asegurado deba a un tercero, conforme a las condiciones pactadas en el presente contrato, por hechos ocurridos desde la fecha convencional, siempre que la reclamación se formule por primera vez y por escrito al Asegurado o la aseguradora, en el curso de la vigencia de esta póliza.

Fecha convencional:

De acuerdo con lo previsto en el Art. 145 bis de la Ley sobre el Contrato de Seguro, se otorga fecha convencional desde el inicio de vigencia de la primera póliza contratada con la aseguradora, siempre que las renovaciones hayan sido una cadena ininterrumpida de la aseguradora, ello sobre hechos no conocidos ni reclamados previamente al Asegurado o a la aseguradora y siempre que la reclamación se formule por primera vez y por escrito al Asegurado o a la aseguradora, durante la vigencia actual de la póliza.

Qué necesitas para hacer un reclamo a tu seguro











-  1. Que tu error u omisión genere o vaya a generar al afectado una pérdida económica. (Por ejemplo si no aseguraste un auto, se quedó sin seguro durante meses, pero nunca hubo un accidente o robo, no hay daño que indemnizar).
-  2. Que lo puedas demostrar, que haya escritos, e-mails, whatsapp, presentaciones, cartas o cualquier evidencia que claramente pruebe que TÚ dijiste, hiciste, omitiste, comprometiste algo erróneo, negligencia, omisión, etc.. y por esto se generó una pérdida económica.
-  3. Carta, oficio, e-mail, de tu cliente, reclamando formalmente y haciéndote responsable de su pérdida.
-  4. Todos los documentos, e-mails, avisos, actas administrativas, bitácoras, reportes de tus sistemas de control de cartera, comienza a preparar una Comité Póliza carta tuya, describiendo todo lo sucedido, detallando fechas y las pruebas que demuestran lo sucedido.
-  5. Recomendamos utilizar el abogado que te asigne tu seguro. Utiliza la póliza cuando entres en conflicto con un cliente y te reclame tu responsabilidad:

No es necesario estar seguro que eres responsable de alguna pérdida...

“ Mejor NO asumas, pídele que te haga el reclamo por escrito y con esto activas la asistencia legal, con ella tu seguro fungirá como perito y demostrará si eres responsable o no... ”

si lo eres, le indemnizará... si no lo eres, tú no serás quien se tenga que excusar de pagar algo y podrás entonces llegar a algún arreglo amistoso, ayudarle a perder menos, pero sin ningún compromiso para ti.

Qué NO cubre un seguro de RC Agentes AMASFAC y cualquier otro:

-  Reconocimientos, arreglos o responsabilidades tomadas por el agente al afectado, sin haber tenido el visto bueno de tu seguro de RC. Aunque sepas que es algo procedente, NO te comprometas.
-  Echarme la culpa como agente, cuando el afectado tuvo una pérdida no cubierta... la responsabilidad civil deriva de un peritaje en el que se analiza que al acción negligente u omisa esté contemplada en el código civil... no es una cuestión de que tú pienses que es tu culpa. (Ejemplo cuando chocas a alguien).
-  Responsabilidades o reclamaciones notificadas al agente, ANTES de la fecha de inicio de tu primera póliza y ANTES del inicio de cobertura de tu póliza, fecha de reconocimiento, muy similar a lo que es la antigüedad en Gastos Médicos.
-  Daño Moral solito... cuando en un juicio acompañado de daño físico o económico, si el juez determina daño moral, algunos seguros sí cubren.
-  Responsabilidades -PENALES provenientes de actos dolosos, la comisión de cualquier delito o conducta ilícita así como la tentativa de cualquiera de ellos, pero recomendamos levantar el reclamo pues muchas ocasiones hay daño civil que sí estaría cubierto.
-  Responsabilidades derivadas por disposición de Primas, esto es daño penal.
-  Responsabilidades del Agente resultantes del ejercicio de actividades de intermediación que estén fuera de lo que marca la CUSF. (Por ejemplo, asesorías o asistencias no relacionadas con seguros o fianzas).
-  Responsabilidades del agente cuando no tenga autorización de la CNSF, (por ejemplo asesorías de fianzas, cuando solo tienes cédula de seguros, ojo con los agentes que "prestan" cédula a otros).
-  Responsabilidades por la no contratación o no renovación de una póliza de seguros, sus coberturas y/o sus condiciones no solicitadas fehacientemente por el tercero. Tiene que haber instrucciones por algún medio escrito, comprobable que se mandó antes del momento del siniestro o renovación.
-  Cualquier responsabilidad de los empleados o trabajadores a cargo del Agente (si tienes un familiar que te ayuda o alguien no contratado formalmente y causa un error, no está laboralmente o contractualmente relacionado contigo).

Queremos estar cerca de todos los miembros de AMASFAC que están confiando en el seguro de RC AMASFAC, apoyarnos entre todos, para eso es esta asociación.



HOLE-IN-ONE... AHORA EN DOMINÓ



Ing. Jacobo Viskin Jinich

Comité Organizador

Expresidente Nacional AMASFAC

Así iniciaba mi artículo de hace un año en esta revista. Quien guste consultarlo, les dejo la liga, está en página 70: <http://amasfac.info/boletines/anexos/AMASFAC62Aniversario.pdf>

Los torneos de dominó ahora pueden ser tan, o más emocionantes que torneos de golf. Como diría un jefe que me invitó a una convención, sin cónyuges: te divertirán el doble y nos costarán la mitad...

¿Qué se necesita para organizar torneos de dominó? Suficientes sillas, algunas mesas cuadradas, suficientes sets de fichas, un sistema administrador de torneos y premios atractivos. En esto último ahora puedes complementar los premios, ofreciendo la posibilidad de ganar ¡un auuutooo...!, tal y como lo ofrecen en torneos de golf.

Puedes acercarte a la Aseguradora de tu confianza (y si no te respaldan, te diré dónde sí lo consigues) y solicitas un seguro para **Hole-In-One-Dominó**.

¿En qué consiste este seguro?

Es sencillo. El reto para el participante es hilar quince (o más) juegos consecutivos ganándolos, siendo él el jugador salidor.

Como muchos de ustedes saben, las fichas de dominó cuentan con 168 "hoyos" o puntos, como los dados. Son más de nueve veces el número de hoyos de un campo de golf. Sin embargo, no se nos ocurrió qué pirueta hacer para lograr hoyo-en-uno con las fichas. Así que recurrimos a un reto diferente pero similar en grado de dificultad.

Salida rotada

Han de saber que en torneos de dominó serios, la regla sobre a quién corresponde salir no es al que tenga la "mula del seis", sino "salida rotada". Es como en el tenis: quien inicia sacando, gane o pierda, el siguiente "game" tocará en turno salir al otro jugador. En juego de "dobles", rotará el turno a saque entre los cuatro jugadores; al jugador que saca primero, le tocará sacar nuevamente en el quinto game... (¿me van siguiendo?).

Lo mismo en dominó. Gane quien gane la primera jugada, tocará salir al jugador sentado a su derecha. Igual que en tenis, quien sale primero en dominó le volverá tocar salir hasta el quinto juego (si es que hay quinto juego, porque puede suceder que con dos o tres buenos juegos se logren 100 puntos y se gane la partida por "zapato").



Se llevará contabilidad individual de cada participante durante el total de partidas de que conste el torneo. El primer jugador que hile el número preestablecido de triunfos consecutivos como salidor, se llevará el auto. Parece fácil, pero créanme, el reto tiene dificultad (probabilidad) similar a la de hacer hoyo-en-uno en golf. Es muy difícil, pero posible. Por eso, como intermediarios, ofrecemos a organizadores del torneo contratar un seguro que cubra la eventualidad de que un participante suertudo logre la racha de juegos ganados competitivos definido en la convocatoria. Que no se expongan a una pérdida de 250,000 pesos, mejor tomen un seguro por 25,000 y no se coman las uñas ni expongan a pérdidas a la organización de su competencia.

Intermediarios en Dominó

Es especialidad de un buen actuario calcular la prima de riesgo para esta eventualidad. Existe poca, pero suficiente data para estimar la probabilidad del suceso. Factores a considerar son: destreza de participantes, número de partidas del torneo (debieran ser ocho o más), número de participantes, racha a premiar (número de triunfos consecutivos).

Al igual que en el golf, la Aseguradora podrá designar testigos, presentes durante el evento que ratifiquen que lo reportado efectivamente sucedió. Esto es indispensable, aun sabiendo la buena fe de los participantes. Por precaución, los torneos deberán jugarse en modalidad individual, esto es sin pareja fija, para reducir suspicacias.

Además del actuario y del testigo, el papel del agente intermediario es indispensable.



En el recuadro aparece anunciado el premio de un auto Fiat Uno, último modelo, cubierto por un seguro de "Racha 15" (un hole-in-one de dominó), ¿qué les parece? jviskin@copaseguros.com.mx Conozcan esta oportunidad tan original, gran tema de conversación, y a seguir vendiendo.



Los seguros no se venden solos, alguien necesita darlos a conocer, explicarlos, cerciorarse de que el contratante conoce su alcance y posibles exclusiones, y cerrar, esto es: vender, entregar, cobrar, apoyar en caso de una eventualidad. Lo que finalmente sabemos hacer.



**GRUPO DENTALIA,
LÍDER EN EL SECTOR DENTAL EN MÉXICO**

Autor en coparticipación: Juan Anduaga, Director de Innovación y Alianzas Estratégicas en dentalia; Sergio Alcalá, Director General Adjunto en AARCO Agente de Seguros y de Fianzas.





A lo largo de 15 años de experiencia, en **Grupo dentalia** nos hemos logrado consolidar como la compañía número uno en el mercado de beneficios dentales en el país, otorgando a cerca de 2 millones de personas el beneficio de un plan dental con cobertura en 691 poblaciones, gracias al modelo de fomentar el uso del plan dental y a las alianzas con el sector asegurador en México y, a través de más de 6 mil empresas que han visto un claro beneficio en el uso del mismo.

En **Grupo dentalia** tenemos un modelo de negocio único, que fomenta el uso y las visitas frecuentes al dentista, un poderoso diferenciador considerando que, el mexicano promedio, visita al dentista una vez cada 6 años, mientras que en otros países como Estados Unidos la visita promedio al odontólogo es una vez cada año y medio.

Recientemente, realizamos el anuncio de nuestro plan de inversión y expansión para este año, en el cual se contempla la apertura de tres nuevas unidades y la remodelación de otras cinco para transformarlas a la nueva generación de clínicas dentalia, sumando una inversión total de \$50 millones de pesos (mdp) en lo que resta del año y la generación de 100 nuevos empleos directos, y un aumento en nuestra capacidad de atención de 0.9 a 1.3 millones citas por año.

En palabras del Lic. Sergio Alcalá...

Se estima que en promedio en el último año han aumentado un 81 por ciento la cantidad de empresas que ofrecen a sus empleados la posibilidad de contar con un plan dental.

Ofrecer este tipo de beneficios es de gran importancia para nuestra industria, pues en México, hay una enorme necesidad de salud dental, ya que el 95% de la población tiene problemas dentales, pero sobre todo que hoy tenemos la oportunidad de mejorar las condiciones de salud de nuestro entorno.

Además, comprendimos que para poder lograr un cambio real en los hábitos de salud dental de la comunidad AARCO, sería indispensable la participación de nuestros agentes asociados, como principales agentes de cambio de los hábitos de salud de nuestro entorno. Esta importante labor se fundamentaba en dos elementos: Capacitación continua sobre los be-

Adicionalmente, para dentalia es de gran importancia contar con alianzas y socios estratégicos de negocio como las aseguradoras y los brokers; gracias a ellos es que dentalia se ha logrado posicionar como el líder de beneficios dentales de México, aunado a su infraestructura y un modelo de atención basado en el fomento del uso del beneficio dental, lo cual ha sido fundamental para hacer tangible la inversión de sus socios comerciales, reportando usos muy por encima del promedio del mercado de las aseguradoras dentales.

Nuestros clientes, han podido constatar que el éxito de un modelo beneficio dental radica en la utilización, agregando un valor adicional a las pólizas de gastos médicos mayores. Esto, sin duda alguna,

puede ser constatado por los más de 80 promotores o sus más de 4,000 agentes con los que hemos tenido el gusto de trabajar, quienes han encontrado en nuestra oferta de valor, atributos adicionales que contribuyen en el desarrollo de sus negocios, en cuanto a venta nueva y renovación de sus carteras, pero no solo eso, se han dado cuenta que en sus manos está la posibilidad de mejorar la salud dental de millones de personas.

Para entender el trabajo que hacen día a día las promotorías para crear conciencia sobre la importancia de una cultura de prevención en salud, quisimos invitar a participar en este artículo al Lic. Sergio Alcalá, director general adjunto de AARCO Agentes de Seguros y Fianzas.

beneficios dentales contenidos en nuestros productos de gastos médicos y campañas de difusión, enfocadas en crear conciencia sobre las necesidades de salud de nuestro país y en fomentar el uso del beneficio dental. Hemos logrado de la mano de dentalia, transmitir este conocimiento de alto valor a más de 1,000 agentes asociados AARCO y en términos del uso del beneficio dental, hemos logrado contribuir a mejorar la salud dental de más de 1,900 asegurados AARCO tan sólo en el 2020 a pesar de la pandemia por COVID-19. En 2021, seguiremos trabajando para mejorar la salud dental de más de 35,000 asegurados AARCO.

En la actualidad, las aseguradoras están apostando en incluir los planes de beneficios dentales en sus pólizas de seguros, ya que dan competitividad y tangibilidad a sus productos de gastos médicos mayores, siempre y cuando se fomente el uso del mismo entre los asegurados. Sobre esta base es que AARCO, capacita a sus asociados en las coberturas y los beneficios, pues son los indicados en asesorar al cliente final.

Es importante tener una gran penetración con los clientes para que las pólizas tomen mucha mayor fuerza, a través del uso de los beneficios con los que cuentan para la cobertura en enfermedades, pero principalmente para la prevención.

Podemos concluir que, el éxito de los planes dentalia radica en ser un servicio basado en concientizar, atraer y atender a los pacientes, de la mano del trabajo en equipo que realizamos en conjunto. Lo anterior no sería posible sin el impulso de nuestros más de 2,700 agentes asociados a nivel nacional que hacen posible la colocación de estos servicios dentales por medio de nuestros socios comerciales. En AARCO creemos en todos los proyectos en donde su enfoque sea el bienestar de las personas, por ello seguiremos apostando en el cuidado de nuestros clientes.

AARCO y Dentalia como aliados estratégicos tenemos una meta: Construir un futuro seguro.



LA DIFERENCIA ENTRE SER "UN AGENTE ASESOR EN SEGUROS" Y SER UN "AGENTE ASESOR EN SEGUROS AMASFAC"



Don Cristóbal Ponce Patrón

Director General

Grupo Ponce y Asociados SCP

¿Cuál es la diferencia entre uno y otro?

Desde luego que ambos desarrollan una misma profesión y que por ese solo hecho merecen nuestro reconocimiento y felicitación, pero en este mundo que vivimos se presentan cambios a una gran velocidad, cambios en las necesidades de protección cada vez más apremiantes en lo personal y familiar así como también en los patrimonios económicos, variabilidad en la economía a nivel nacional, mundial y evidentemente en la economía de cada uno de nosotros; cambios en aspectos fiscales y legales, en la manera de ofertar y contratar un seguro, primordialmente en seguros personales, modificación en las disposiciones de las autoridades de esta industria, cambios en la condiciones de los contratos de seguros de una compañía a otra, etc.

En un mercado como el que estamos viviendo es indispensable, si quieres poder realizar un trabajo realmente profesional y salir adelante como Agente Asesor en Seguros Amasfac:

“Estar en constante actualización en cada uno de los temas mencionados; no hacerlo significa un grave riesgo para el Agente y principalmente para el cliente que confió en él y puso en sus manos la seguridad y tranquilidad de su familia o bien el patrimonio que representa su empresa.”

Ante este panorama, ¿cuál es la diferencia entre ser un Agente que trabaja solo, independiente y solamente recibe capacitación, que casi siempre es muy buena, de la o las Compañías para quienes intermedia?. Estos cursos normalmente son impartidos por los mismos funcionarios de las Aseguradoras, que tienen un gran dominio del tema a tratar pero, por razones obvias, estas pláticas son para dar a conocer muy bien las características de los programas de seguros que maneja esa Empresa.

Un Agente Asesor en Seguros Amasfac, independientemente de la o las Compañías de Seguros para las que intermedia, recibe a través de su sección una capacitación constante respecto a todos los aspectos mencionados anteriormente. Para ello, las secciones realizan reuniones cuando menos una vez al mes, donde invitan a especialistas para cada tema que los asociados consideren de mucha importancia para ellos.

AMASFAC, oficina matriz de la Ciudad de México, mantiene un constante envío de información por cualquier cambio que surja en la Industria y que sea relevante, se organizan conferencias virtuales con bastante frecuencia donde se imparten temas por reconocidos especialistas del sector, además, entre los servicios que ofrece, está la asesoría legal, fiscal y técnica, así como orientación actualizada y los trámites de renovación de cédulas, y algo más que es muy importante es la camaradería que reina entre todos los que pertenecemos a AMASFAC. Competimos entre nosotros mismos por algún negocio, algo que no siempre podemos evitar, pero siempre será una competencia sana entre compañeros y amigos, platicado entre ambos, en un plan de respeto mutuo en donde el trabajo de cada quien y su relación con el cliente determinarán en todo caso a quien le corresponderá el negocio. No es un requisito, pero hay muchos casos en donde los Agentes AMASFAC deciden, por su propia voluntad, asociarse en ese negocio y comparten los beneficios. Esto solamente puede pasar entre Agentes Asesores en Seguros AMASFAC.

Y quiero mencionar otro punto importante: si ya eres socio o te decides a ser parte de esta gran Asociación, en algún momento serás invitado a integrarte a la directiva de la sección a la que pertenezcas, acéptala, no la dejes pasar, obtendrás un nivel de preparación muy

distinto a cualquier otro; quienes alguna vez dudaron en aceptar y después lo hicieron, han vivido una de las mejores experiencias de su vida y siempre buscan cómo formar parte de las directivas colaborando en lo que se requiera. Aquí si te digo: **¡no tienes idea de lo que AMASFAC hará por ti!**

Si ya estás en AMASFAC, ¡felicidades!, y si aún no formas parte de nuestra querida Asociación ¿qué esperas?, no estás solo, únete a esta gran Asociación, acude a la directiva de la sección a donde perteneces y conviértete en un verdadero Agente Asesor en Seguros Amasfac.

Si deseas mayor información, llama a los teléfonos:

**55 5514 2090,
55 5511 5937,
55 5511 3118,
55 5525 2975,
55 5525 7571 o
al 800 890 9563
www.amasfac.org**



LOS JÓVENES AGENTES DE HOY Y SU PAPEL ANTE LOS NUEVOS RETOS



Lic. Andrés Jiménez Meza
Presidente del Comité de Jóvenes
AMASFAC

Durante la Segunda Guerra Mundial el mundo decía: “vivíamos en tiempos convulsos, las oportunidades se habían acabado, la inestabilidad mundial inundaba las primeras planas...”, ¿y por qué digo esto? Las oportunidades siempre nacen “en momentos difíciles”, en el momento de cambiar el paradigma y volver al punto de inicio o punto cero, donde hemos de reflexionar ¿qué haremos en el futuro cercano? Somos jóvenes y somos mexicanos, 20.7 millones activos y 10 millones próximos a integrarse al mercado durante los próximos años.

Los seguros nacieron en épocas inestables, de incertidumbre y de miedo. Individuos heroicos como William J. Donovan, lograron transformar la industria y el mundo con su visión. Seguramente muchos no saben quien fue él ni conocen su gran historia, pero en 1919 él llegó a Shangai con tan solo 300 yenes y con esa pequeña cantidad de dinero en su bolsillo logró crear American Asiatic Underwriters, representando a varias compañías de seguros americanas en tierras asiáticas e innovando en la expansión de un nuevo mercado “cuando parecía que nadie lo necesitaba”. Otra gran inspiración es Cornelius Starr, quien después de la Segunda Guerra Mundial logró expandir la protección a nuevas tierras: Latinoamérica.

Hoy, en 2021, la oportunidad está presente más que nunca con la tecnología en la palma de nuestras manos y el futuro para nosotros. Tenemos retos internacionales: crisis monetaria, crisis de salud y crisis ambiental, pero a la vez tenemos la coyuntura de nuestro tiempo para generar y ser el cambio.

Quienes me conocen dentro de los seguros saben que mi lema es “A todo sí”, parece imposible ¿no es cierto? Pero en realidad es posible. Los límites los crean las propias personas con su lógica y su propia naturaleza humana; somos humanos así que ¿por qué no cuestionar, mover y quebrar para recrear? Si nos quedamos quietos nada cambia, todo pasa... ¿Deseamos eso para nuestra generación?, ¿deseamos ser recordados como la *generación de cristal* como ya somos llamados?

Por esta razón, AMASFAC, desde su concepción buscó fomentar el deseo e impulsar la búsqueda de la certeza para indagar y resolver las problemáticas sociales actuales de nuestro país. Nunca dejemos de preguntar y de conversar para explorar nuevos temas, para comprender con ojo investigador y ángulo de negociante. Y recuerden: “cuantos más proyectos, más problemas”, como afirma Nelson Godman. No huyamos de los problemas, valoremos y fomentemos la constancia para continuar e interpretar, para escuchar nuestra voz e influir en el presente de nuestra nación. Poco a poco habremos de adquirir experiencia y a su vez seremos la generación que enseñará a quienes tomarán el lugar que actualmente ocupamos, siendo voces capaces de contar historias a través de nuestra experiencia ante nuestra propia adversidad. La idea de los seguros no es “aburrida”, la idea de los seguros es una protección que necesita lectura y ejecución.



Es por eso que hoy los invito a que, ante la desesperanza, creemos esperanza; ante la incertidumbre, creemos riqueza y ante la sociedad, empecemos a generar soluciones, más allá de solamente quejas. Está en nuestras manos, en nuestra visión e inteligencia el poder generar el cambio desde nuestra trinchera que lucha por un porvenir lleno de oportunidades e igualdad. Busquemos protegernos, busquemos proteger y busquemos cambiar al mundo.



No somos tan buenos horneando.
**Porque nos dedicamos
 únicamente a seguros y fianzas.**



CHUBB®

Aseguramos familias, negocios y empresas.

chubb.com/mx

LEYES AMBIENTALES Y EL SEGURO DE RESPONSABILIDAD AMBIENTAL:

Evolución fiscalización y necesidad
 de cobertura.



Lic. Andrés Martínez
 Berkley Seguros México



La evolución de las leyes ambientales

En los últimos veinte años, México ha evolucionado de manera muy significativa a nivel comercial e industrial, y de igual forma lo han hecho sus leyes en materia ambiental, lo cual ha sido influenciado por siniestros ambientales que se han presentado a través del tiempo y que son del conocimiento público en diferentes regiones del país y de la región.

Los cambios en cuanto a la incorporación de medidas que regulan la protección ambiental comenzaron a nivel reglamentario con el Artículo 4to. Constitucional de Orden Público e Interés Social, que tuvo por objeto la preservación y restauración del ambiente y el equilibrio ecológico para garantizar los derechos humanos a un **medio ambiente sano**.

La evolución de esta reglamentación la podemos observar hoy en día a través de la Ley Federal de Responsabilidad Ambiental (LFRA) del 2013 con la incorporación de conceptos y definiciones claves como compensación, reparación, daño al ambiente y estado base obligando al causante de la contaminación a devolver el sitio contaminado a las mismas condiciones previas a ocurrido el daño. Sin duda alguna, esto abre una nueva puerta hacia el entendimiento de las acciones inmediatas a llevar a cabo ante alguna afectación ambiental por cualquier entidad, ya que toda persona física o moral que en su acción u omisión ocasione directa o indirectamente un daño al medio ambiente, se convierte en responsable directo de la reparación y de tomar las acciones necesarias para evitar la propagación de dicha afectación.



Actualmente se sabe que existe una nueva tendencia en aplicar con mayor rigor el cumplimiento de la norma por parte de las instituciones gubernamentales. Los cambios y especificaciones en la regulación han generado un gran desafío en su interpretación y abren una discusión sobre cómo dar cumplimiento real a las leyes y tener una verdadera solución de transferencia del riesgo a todo tipo de empresas a través de un seguro especializado como el **Seguro de Responsabilidad Ambiental**.

Este tipo de seguros y su terminología no son del todo desconocidos ya que han sido incluidos dentro de algunas de las principales leyes de protección ambiental, tales como la Ley General del Equilibrio Ecológico y de Protección al Medio Ambiente (LGEEPA), la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos (LGPGIR) y la Ley Federal de Responsabilidad Ambiental (LFRA), actuando como un mecanismo de solución financiera ante un posible daño. Sin embargo, existe un largo camino por recorrer ya que aún nos cuesta trabajo desarraigar nuestro concepto predeterminado de que solo las grandes empresas o aquellas que manejan hidrocarburos tienen exposiciones por contaminación ambiental al ser más evidente su riesgo, y que serían las únicas en necesitar este tipo de seguros, sin considerar que muchas de las actividades de nuestra vida diaria utilizan sustancias potencialmente contaminantes que podrían desencadenar en una reclamación.

El gran reto de diferenciar entre la Responsabilidad Civil General y la Responsabilidad Ambiental en orden de dar cumplimiento a las regulaciones ambientales

La misma naturaleza del concepto de contaminación ambiental requiere coberturas robustas que amparen a diferentes tipos de industrias por reclamaciones de condiciones contaminantes. Ante la necesidad de cubrir requisitos de carácter legal, se han ofrecido soluciones a través de coberturas complementarias dentro de la póliza de Responsabilidad Civil General por medio de endosos accesorios con limitaciones, completamente diferente al alcance real de la Responsabilidad Ambiental. Este tipo de endoso exhibe un gran vacío en términos de cobertura que actualmente es cuestionado y en muchos casos no es aceptado por la autoridad ambiental tras la evolución de los nuevos conceptos en esta materia.



Entre las principales ventajas y diferencias de las pólizas de **Responsabilidad Ambiental** se encuentran su amplitud en términos de amparos, su carácter mono lineal con límites dedicados, su modalidad de reclamación (*Claims made*), su cobertura automática de daños a los **recursos naturales** y la no distinción entre eventos súbitos, accidentales, imprevistos y **graduales**. Este tipo de seguro fue diseñado para cubrir al asegurado ante los costos por gastos de limpieza (incluyendo los propios), lesiones corporales y daños a la propiedad de terceros (físicos o jurídicos), así como los costos de defensa tras descubrir una condición contaminante. Adicionalmente, tiene la capacidad de cubrir el transporte (flota propia o contratada) contingente, responsabilidad durante la prestación de servicios (contrataciones) y la responsabilidad ambiental solidaria, incluyendo los gastos en que incurra el asegurado al responder a una emergencia asociados a su operación, dando cumplimiento así a todas las actualizaciones de las leyes LGEEPA, LGPIR, LFRA y a las disposiciones de la Agencia de Seguridad, Energía y Ambiente (ASEA), mencionadas en el Diario Oficial de la Federación (DOF) del 2017.

Esta última entidad es la que establece los lineamientos del **Seguro Ambiental** para actividades específicas como transporte, almacenamiento, distribución, compresión, descompresión, licuefacción, regasificación y expendio al público de hidrocarburos o petrolíferos.

No es nada extraño en ciertos escenarios escuchar por parte de diferentes administradores de riesgos o potenciales asegurados:



Llevamos a cabo un completo cumplimiento de los requerimientos ambientales al contar con la póliza de Responsabilidad Civil General y estamos blindados ante cualquier posible reclamación por Contaminación Ambiental que afecte la estabilidad y continuidad de la operación de la empresa.

Este tipo de afirmaciones es producto del mismo desconocimiento de las nuevas regulaciones en materia ambiental y sus alcances de cobertura ofrecidos en el mercado. Los seguros especializados, como son los de protección al medio ambiente, no son nuevos en el portafolios de las aseguradoras mexicanas; estos han sido distribuidos por diferentes empresas y actualmente se comercializan a través de compañías enfocadas en especialidades con experiencia en la suscripción de riesgos ambientales, como lo es **Berkley Seguros Mexico**, una compañía del **Grupo W.R Berkley Corporation**.

El futuro del Seguro de Responsabilidad Ambiental y conclusiones.

Hoy por hoy, cuarenta años después del inicio de la distribución de este tipo de coberturas, las pólizas ambientales representan un mercado de billones de dólares a nivel global, y si bien es cierto poseen características únicas dentro de la industria de los seguros, en las últimas dos décadas han crecido de manera sostenida. Los factores más determinantes de esta tendencia han sido el incremento de la concientización y sensibilidad pública ante los problemas ambientales, la evolución legislativa acorde a la realidad industrial del país y su jurisprudencia. El futuro estará dictado no solo por la fiscalización y la necesidad de cumplir con regulaciones cada vez más exigentes y complejas, sino también por una mayor concientización y el incremento de la demanda, de los clientes, de productos amplios, accesibles y bien fundamentados en el conocimiento y la experiencia de quienes los suscriben.

En conclusión, los riesgos ambientales siempre están a nuestro alrededor y se encuentran en todo paso operativo de cada pequeña, mediana y gran empresa, en cada acción u omisión y en cada decisión que se toma respecto a la administración de riesgos. Cada vez la industria minimiza menos el potencial riesgo ambiental y lo considera ya como parte de su negocio. Su mera ambigüedad financiera ante un impacto, sus consecuencias a la imagen y la reputación, su regulación y severidad ante la falta de identificación y evaluación, son características innatas que justifican ampliamente su transferencia a través de un seguro. La aceptación y evolución que estamos evidenciando en este tipo de cobertura nos muestra un camino hacia un crecimiento significativo de este seguro especializado en el mercado local, que aunque es incipiente en función de su penetración, tiene todo el potencial para desarrollarse completamente y convertir a México como país referente en la emisión de este tipo de pólizas en Latinoamérica.





85 años construyendo
CON FIANZA

**20
20** Ochenta y
cinco años

Fianzas y Caucciones **Atlas**
La empresa a mi medida

55 9177 5400 • fianzasatlas.com.mx • comunicacion@fianzasatlas.com

IMPACTOS Y APRENDIZAJES DE LA PANDEMIA COVID-19

en el sector de seguros y fianzas.



L.C. Fernando J. Martínez Aguilar
Presidente Comité de Tecnología
AMASFAC

En los últimos meses, comentar cualquier tema, ya sea personal, familiar, de negocios, economía o política, nos lleva inevitablemente a hablar de la pandemia de Covid-19, situación que ha trastocado todos los aspectos de nuestra vida diaria.

Empezó como algo muy lejano para nosotros... allá en China. ¿Qué tanto nos podría afectar?, pensábamos muchos; sin embargo, se nos olvidaba que vivimos en un mundo globalizado y en un abrir y cerrar de ojos veíamos como se nos acercaba cada vez más hasta que nos topamos de frente con la realidad.

El desconocimiento total sobre este nuevo virus, su origen, comportamiento, propagación, la ausencia de una vacuna que lo atacara o detuviera y la falta de protocolos médicos para su tratamiento, provocaron un miedo generalizado y un sinnúmero de declaraciones sobre el nivel de la gravedad del tema, así como diversas estrategias para combatirlo, algunas de ellas equivocadas o fallidas.

Sin embargo, la mayor coincidencia como estrategia para evitar su propagación era muy básica y sencilla: evitar el contacto personal, recluirse en casa, extremar la higiene y usar cubrebocas.

Estas medidas, tan sencillas como polémicas para muchos, tuvieron un alto impacto en la economía mundial; empresas de todos los giros empezaron a disminuir sus operaciones, afectando la producción de bienes y servicios, generando trastornos en las cadenas productivas, pérdidas financieras y de empleos, con todo lo que esto implica.



Por mencionar solo unos ejemplos, la industria automotriz y la de tecnología y telecomunicaciones se han visto afectadas por la escasez de microprocesadores y semiconductores, los cuales en su mayoría se fabrican en China. Algunas empresas automotrices han tenido que retrasar el lanzamiento de nuevos modelos o dar algún paso atrás en cuanto a prestaciones y equipamiento.

En general, la actividad económica se redujo al mínimo indispensable, las escuelas dejaron de recibir a sus alumnos y las familias se concentraron en sus hogares, la mayoría de los cuales no estaban preparados para llevar a cabo sus actividades cotidianas que antes realizaban en otros lugares.

El segundo reto fue establecer el protocolo y coberturas para el tratamiento de los diferentes casos que, conforme se fueron presentando, no había una claridad sobre el procedimiento.

A partir de ahí, empresas y agentes tuvimos que entrar también en una nueva modalidad de trabajo a la que algunos no estábamos acostumbrados ni preparados; con restricciones para ir a la oficina, para visitar clientes y llevar a cabo reuniones presenciales, entre otras.

Es aquí cuando surge otro reto, quizás el más importante de todos; ¿cómo voy a seguir brindándole servicio a mis clientes, generando negocios y manteniendo al equipo de trabajo?



El sector de Seguros y Fianzas, por obvias razones, no estuvo exento de la afectación de la pandemia Covid-19, tanto en las operaciones propias de las aseguradoras, afianzadoras y agentes, así como al ser entes económicos, empleadores y proveedores de servicios.



El primer reto que se tuvo que enfrentar fue la procedencia o no del siniestro en las pólizas de gastos médicos mayores ya que, al ser declarada como pandemia, se encontraba excluida por condiciones generales; afortunadamente, la reacción fue positiva y las aseguradoras involucradas en el ramo, ante las consultas y gestiones de AMASFAC, fueron generando, algunas más pronto que otras, el endoso de procedencia, como primera parte.

Después de algunos días de estar a la expectativa y de hacernos a la idea de trabajar en casa con el famoso "home office", empezamos a voltear a ver las herramientas tecnológicas que teníamos a nuestro alcance. Las aseguradoras y afianzadoras, en su afán de no perder contacto y la productividad de sus agentes, incrementaron sus programas virtuales de capacitación, actualizaron la operatividad de sus portales, accedieron a recibir documentación escaneada y adoptaron las opciones de firma autógrafa digital.



Los agentes utilizamos diferentes tipos de software para videoconferencias, almacenaje en la nube, programas virtuales de trabajo en equipo, marketing digital y redes sociales para ofrecer nuestra asesoría y servicios.

El Consejo Directivo Nacional de la AMASFAC y sus Secciones, generan sus programas de capacitación, cursos y eventos virtuales que ahora son compartidos a nivel nacional a todos los asociados, al sector asegurador y afianzador y al público en general. De esta manera da fuerza a su actual directriz: Creamos Valor.

Tal ha sido el impacto del uso de la tecnología y herramientas digitales que, una vez adaptados, nos ha permitido continuar con nuestra actividad y generar con creatividad más y mejores negocios. A partir de esto, la tendencia será que un porcentaje muy alto de empresas de toda índole, sobre todo en las medianas y grandes urbes, se mantengan trabajando así de forma permanente, reduciendo sus lugares físicos de trabajo y sus costos.

Sin duda ha sido un proceso complicado; quienes hayan tenido a la mano la tecnología se habrán adaptado rápidamente, y quienes no, seguramente les habrá costado más trabajo y habrán destinado recursos que no destinaban a eso.

En mi opinión, esta pandemia ha acelerado por lo menos 10 años el uso de la tecnología y las telecomunicaciones con todas las bondades que estas nos ofrecen, sin embargo, debemos considerar no sustituir en ningún momento la calidez del trato personal hacia nuestros clientes.

...Y CON LA PANDEMIA ¿QUÉ?



Lic. Oscar González Plans
 Director General
 GPA Consultores



Es innegable que los efectos de la pandemia provocada por el SARS COV2 o COVID 19 en el mercado de seguros están aún por manifestarse en toda su intensidad. De momento se ha convertido en el segundo siniestro más catastrófico en la historia del seguro en México, solamente detrás del huracán Wilma en el año 2005. Claro que habrá quien diga que el huracán fue un solo evento que en 60 horas provocó daños por más de 2,400 millones de dólares, y que los daños de COVID19 son miles de casos individuales. Cierto, pero también lo es que el origen es uno: el SARS COV2, y que en un año y medio ha causado daños tangibles al mercado por casi 2,380 millones de dólares.

Ahora bien, además de estos resultados desastrosos en el sector ¿qué más nos ha dejado? Lo primero que me viene a la mente es un nuevo estilo de vida. Es innegable que nuestro día a día ha cambiado drásticamente. Desde el uso del cubrebocas, hasta el trabajo en casa o home office como se le conoce popularmente, pasando por el temor al contagio con el que vivimos todos, y qué decir de las juntas virtuales. Se ha vuelto casi impensable acudir a una reunión con algún cliente por importante que este sea. Todo se hace en forma virtual. Vamos, hasta las clases de los niños, con los daños colaterales que esto les producirá.

Pero ¿cuál será el daño colateral en el Seguro? Y me refiero concretamente a la suscripción en Seguros de Vida y en los de Gastos Médicos. ¿Aplicarán las compañías extraprimas a aquellas personas que hayan padecido COVID19?, ¿se excluirán padecimientos vinculados con él?, la verdad es que hasta este momento no lo sabemos, pero es seguro que algo va a suceder y que ese algo va a tener serias repercusiones en el mercado de estos Seguros.



¿Cómo nos va a afectar a nosotros los agentes?, en lo personal vislumbro serias complicaciones debido a la alta incidencia de personas afectadas por el COVID 19, lo primero será un incremento de primas en ambos ramos, mayores requisitos de elegibilidad, un gran número de rechazos o, como ya lo mencioné, de pólizas "extraprimadas".

Será labor de nosotros llegar a este nuevo grupo de compradores y nuestro compromiso debe ser el lograr negociar condiciones adecuadas con las compañías, de tal forma que podamos ampliar la base de Asegurados y con ello contener los precios..

¿Se vislumbra un final cercano a toda esta locura que estamos viviendo?, de momento no, o al menos no en el corto plazo; deberemos acostumbrarnos aún más a vivir con la cara tapada, como los forajidos del viejo oeste americano. Seguiremos con prácticas extremas de seguridad y cuidados. Pero es seguro que esto tendrá un final y volverá la vida a la normalidad. Así ha sido la historia, siempre que ha habido una gran epidemia o pandemia la normalidad ha vuelto. Es cuestión de tiempo y de que los gobiernos abran al libre comercio la venta de las vacunas y los que tengan posibilidad de adquirirlas lo hagan y los que no, que se las suministre el gobierno. Tal es el caso hoy en día con la Influenza.

Pero volvamos a nuestro negocio, los seguros. Hace muchos años que venimos diciendo que se tiene que modificar el modelo de negocio de las pólizas de Gastos Médicos, que la suscripción no está siendo correcta, que el control de gastos de las compañías hacia los hospitales y médicos no es correcto, en fin, que es un desastre. Pues imaginemos lo que se avecina si no contenemos estos factores en forma correcta desde ya. Imaginemos los incrementos en las renovaciones si no contenemos la siniestralidad, y contener la siniestralidad no es limitar las coberturas ni tampoco incrementar las primas en forma desmesurada. Contener la siniestralidad tiene que ver con adecuados modelos de suscripción que nos permitan incrementar la base de Asegurados y, por ende, la captación de primas. Contener los fraudes, los cobros desorbitados de algunos profesionales de la medicina, etc.

“ Pero no todo es malo, también nos debe dejar cosas positivas como es una mayor conciencia en los ciudadanos acerca de las bondades de contar con un Seguro de Vida y desde luego de Gastos Médicos. ”

En fin, amigos, se avecinan tiempos complejos que reclamarán más que nunca todo nuestro conocimiento y capacidad negociadora pero, sobre todo, nuestra unión que nos permita salir adelante fortalecidos de la situación que por desgracia estamos viviendo.

¡Hasta la próxima!

FIANZAS Y CAUCIONES ATLAS

85 años construyendo Confianza



Act. Gerardo Sánchez Barrio
Director General
Fianzas y Caucciones Atlas

La nuestra es una historia ¡de confianza! Nuestros inicios se dieron en la calle de San Juan de Letrán, en el centro de la Ciudad de México. El 22 de junio de 1936 se firmó el acta constitutiva de la compañía, encabezada por Don Aarón Sáenz Garza y el Sr. Eduardo Bustamante Vasconcelos, junto con algunos de sus amigos. Hoy por hoy, no sólo somos la única empresa del sector que ha conservado su denominación social original, sino que nuestros principales accionistas son descendientes de los socios fundadores, en su segunda, tercera y cuarta generaciones. Desde nuestros orígenes, hemos estado vinculados al ramo agroindustrial de la caña; y entre muchos otros datos históricos interesantes, nuestra primera fianza de obra pública fue para el puerto de Veracruz, y la primera obra de vías de comunicación terrestre en la que participamos fue la carretera México-Acapulco, en el año 1937.

Desde su comienzo, Fianzas Atlas (ahora Fianzas y Caucciones Atlas), ha sido parte del Grupo Financiero de empresas Atlas, mejor conocido por CONFÍA hasta mediados de los años ochenta, cuando se dio la nacionalización de la banca.

A lo largo de su existencia, la empresa ha tenido un sólido Consejo de Administración formado por consejeros externos y accionistas, un gobierno corporativo que ha contribuido en cada época a la generación de confianza. Han sido cinco los Presidentes de Consejo y tres los Directores Generales. El personal actual y jubilado, al igual que quienes nos han precedido, han sido siempre el principal activo de la compañía.



Destaca nuestra fuerza profesional de agentes, responsable de la colocación de nuestras pólizas, cuya capacidad y determinación han sido fundamentales para nuestro éxito. Además, desde la fundación de AMASFAC (Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C.), hemos colaborado permanentemente con el crecimiento del sector afianzador.



Hoy celebramos y nos enorgullecemos de las excelentes relaciones que, desde hace muchos años, hemos mantenido con nuestros fiados y beneficiarios, tanto en el gobierno como en el sector privado, a quienes agradecemos su preferencia.

Hacemos negocios con las mejores instituciones reafianzadoras nacionales e internacionales. La incorporación a las asociaciones gremiales, tanto mexicanas como extranjeras, nos ha permitido también estrechar buenas y productivas experiencias con afianzadoras internacionales.

Por parte de las Autoridades reguladoras, hemos recibido invariablemente un trato cordial y comprensivo, y hemos contado con su atención, apoyo y orientación en el desarrollo de la compañía.

De acuerdo con las modificaciones de la Ley, en 2018 cambiamos y nos transformamos en Aseguradora de Caución.

Después de 85 años, nuestro objetivo en Fianzas y Caucciones Atlas sigue siendo el mismo: ser una empresa referente en el sector afianzador. Continuaremos invirtiendo en el avance de la compañía y trabajando en su renovación y fortalecimiento con la mira puesta en los siguientes 85 años.

A nuestros Clientes, Empleados, Agentes y Accionistas de ayer y hoy, gracias, muchas gracias por cumplir con nosotros. Porque 85 años sólo se pueden lograr con confianza.

¡FELIZ ANIVERSARIO!

**20
36** Ochenta y cinco años.

Fianzas y Caucciones **Atlas**
La empresa a mi medida



HDI SEGUROS, UN EJEMPLO DE ÉXITO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



TU COMPAÑÍA



Lic. Marcelo Ramírez
Director Ejecutivo de Operaciones
de HDI SEGUROS

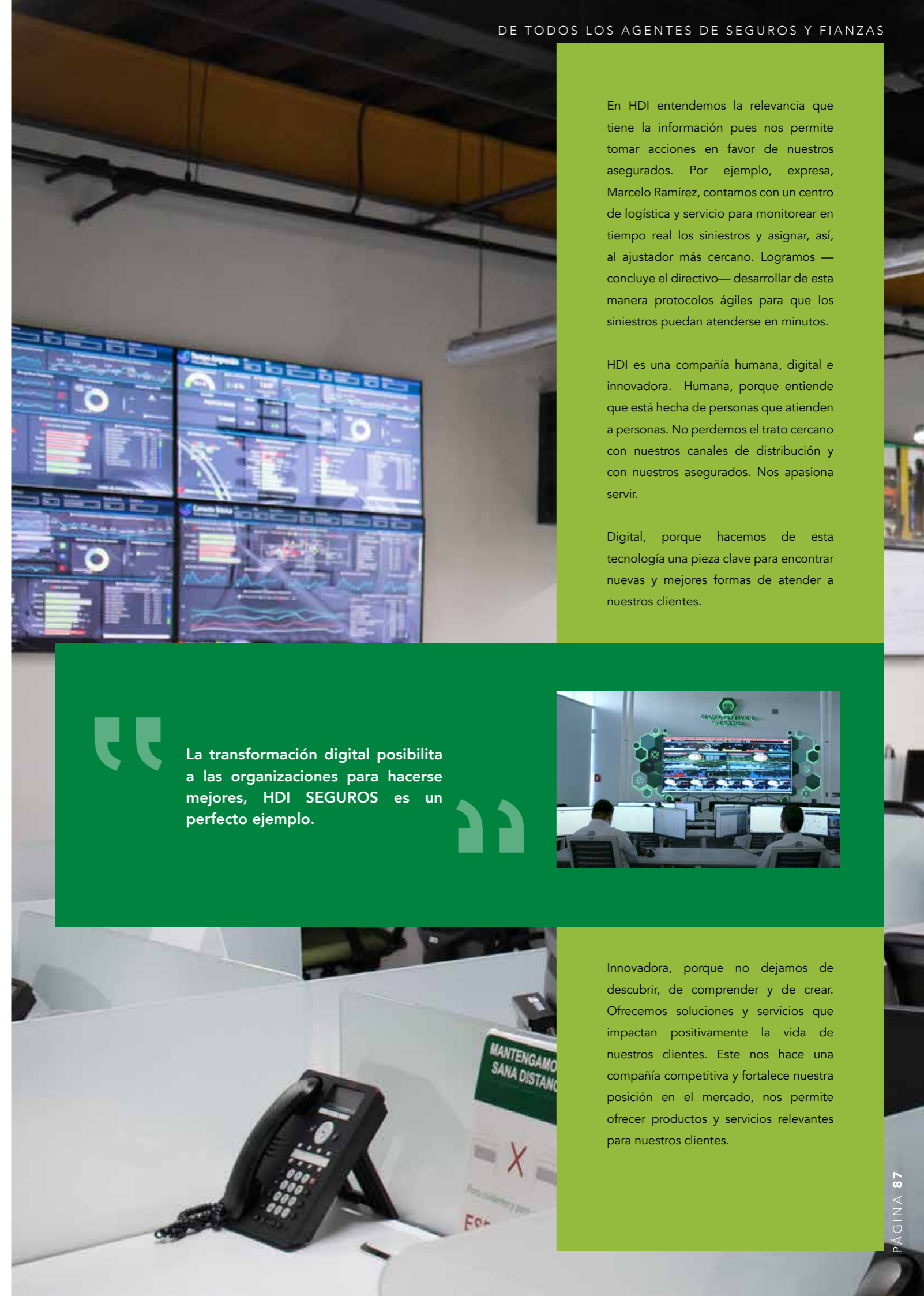
La revolución digital modifica segundo a segundo la forma en que vivimos. Son pocas las industrias que no han sido afectadas por ella. Algunas, por no haberla entendido, murieron; otras se reinventaron y algunas, incluso, surgieron de ella. ¿Cuándo le toca al sector de los seguros participar en esta revolución? Ahora. Esa es la respuesta que el liderazgo y visión de una empresa acostumbrada a la innovación expresa con contundencia.

Marcelo Ramírez, director de operaciones de HDI SEGUROS, nos explica por qué resulta de trascendental importancia la utilización de tecnologías digitales. Porque nos permite orquestar de una manera eficiente el servicio que ofrecemos y porque incrementa nuestra capacidad para dar valor —comenta orgulloso.

La transformación digital es un aliado estratégico para nosotros, —continúa— es una suerte de socio que simplifica nuestros procesos y nos hace más productivos.

Hemos desarrollado —comenta el directivo— herramientas digitales orientadas a la absoluta satisfacción de nuestros asegurados. Y para muestra un botón: cuando han tenido un accidente —apunta satisfecho— nuestros clientes nos comparten desde su celular su ubicación. Esto nos permite asignar en tiempo real un ajustador y posibilitarlos para el seguimiento de su ruta. ¡Todo esto desde la palma de su mano!

Asimismo, la tecnología digital ha permitido a HDI SEGUROS desarrollar áreas que no existían. Data Driven es un perfecto ejemplo: se trata de un gobierno de datos cuya función principal es garantizar la certeza, seguridad y confiabilidad de la información. Gracias a la inteligencia artificial podemos adelantarnos a las situaciones de riesgo y evitar accidentes.



En HDI entendemos la relevancia que tiene la información pues nos permite tomar acciones en favor de nuestros asegurados. Por ejemplo, expresa, Marcelo Ramírez, contamos con un centro de logística y servicio para monitorear en tiempo real los siniestros y asignar, así, al ajustador más cercano. Logramos —concluye el directivo— desarrollar de esta manera protocolos ágiles para que los siniestros puedan atenderse en minutos.

HDI es una compañía humana, digital e innovadora. Humana, porque entiende que está hecha de personas que atienden a personas. No perdemos el trato cercano con nuestros canales de distribución y con nuestros asegurados. Nos apasiona servir.

Digital, porque hacemos de esta tecnología una pieza clave para encontrar nuevas y mejores formas de atender a nuestros clientes.



La transformación digital posibilita a las organizaciones para hacerse mejores, HDI SEGUROS es un perfecto ejemplo.



Innovadora, porque no dejamos de descubrir, de comprender y de crear. Ofrecemos soluciones y servicios que impactan positivamente la vida de nuestros clientes. Este nos hace una compañía competitiva y fortalece nuestra posición en el mercado, nos permite ofrecer productos y servicios relevantes para nuestros clientes.



SEMANA NACIONAL DE LA PREVISIÓN

XXV Aniversario sembrando la cultura de la previsión en los niños de nuestro país.



Lic. Scarlet Rodríguez Alday
Presidenta
Comité Semana de la Previsión

Es increíble darnos cuenta cómo es que el tiempo pasa y con orgullo podemos observar las acciones realizadas por los compañeros agentes de seguros y fianzas que han pertenecido a esta asociación en sus diversos cargos, en cada una de las ciudades donde AMASFAC tiene representación, así como los colegas que han pertenecido al consejo directivo nacional en estos 63 años.

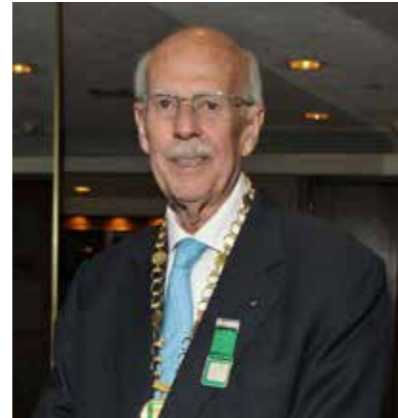
Gracias al compromiso y sentido de pertenencia, cada uno ha dejado una huella importante y esto hace que nuestra asociación sea lo que es hoy en día: una asociación fuerte, conformada por líderes que trabajan para contribuir en el crecimiento integral de los asociados.

Uno de los legados que AMASFAC nos ha brindado es el proyecto nacional más noble que provoca un impacto positivo importantísimo en nuestra sociedad, esta es la **Semana Nacional de la Previsión**. Y te preguntarás ¿cómo es que surgió?, ¿de quién fue la idea?, ¿cómo lo llevaban a cabo en sus inicios? A continuación te daré las respuestas a estas preguntas y conocerás un poco más sobre la historia y los inicios de esta hermosa encomienda.



Primeramente, la Semana Nacional de la Previsión nació como una iniciativa de la primera presidenta en la asociación, originaria de Tampico, Tamaulipas, la señora **Anna Emma Blum González**, en el bienio 1996-1998; dicha iniciativa contó con el apoyo del ex presidente de AMASFAC, oriundo de la Ciudad de México, el señor **Guillermo Gómez Monroy**, ambos fueron colegas muy queridos en el sector.

La idea de iniciar con el proyecto en México derivó de la experiencia adquirida en diversos congresos fuera del país, eventos como COPAPROSE, donde se dieron cuenta de que para esa época en otros países ya existían programas encaminados a sembrar en la sociedad, principalmente en la niñez, la cultura de la previsión; al percatarse de la importancia de dichos programas, se dieron cuenta de que nuestro país también merecía una iniciativa similar.



Desde el inicio de la primera edición de la Semana de la Previsión, se tomó la decisión de enfocarse en niños de 4to, 5to y 6to de primaria; y conforme a dicho rango de edades se consideró transmitir a los estudiantes diversos mensajes, relacionados con los diversos riesgos existentes en el mundo en que se desenvuelven y las posibles consecuencias que pueden ocurrir en caso de no ser seres previsoros.

Se llegó a la decisión de enfocarse en compartir el mensaje con niños del nivel superior de primaria, debido a que en estas etapas los infantes asimilan y comprenden este tipo de temas de una forma más digerible, además por las edades, es posible alentarlos a participar en un concurso de dibujo y a su vez que puedan plasmar y expresar a través del arte el conocimiento adquirido, así como demostrar sus aptitudes artísticas.



Para poder lograr el cometido de empezar a fomentar la cultura de la previsión se necesitaba sumar esfuerzos...



Por ello se invitó a los intermediarios de seguros y fianzas miembros de AMASFAC a sumarse al proyecto. Un punto de enfoque era ver de qué forma los colegas iban a llevar a cabo la dinámica, así que tomando en cuenta que la iniciativa estaba enfocada en niños, había que pensar de qué forma se podía llegar a ellos, y evitar en la medida de lo posible que esta actividad no resultara aburrida que despertara atención e interés de los temas, y fue así como surgió el primer personaje animado llamado la Ardilla Previsora.

Aquí la dinámica que aplicaron los primeros agentes al presentarse frente a un salón de clases fue muy sencilla. A los compañeros se les compartía un guion, en él había puntos con información referente a la previsión, así mismo llevaban folletos donde aparecía el personaje animado antes mencionado, el folleto se les entregaba a los alumnos. Con estas herramientas se apoyaban para transmitir a los niños el mensaje; había colegas que memorizaban el guion, otros solo mencionaban lo que resultara más cómodo explicar, en fin cada socio transmitía una idea y estilo distinto estando frente al grupo de infantes.

Esto en un inicio resultó bueno y creativo, pero al momento de recibir por parte de los estudiantes los dibujos que enviaban de las diversas ciudades, se podía apreciar que cada colega abordaba ejemplos distintos, por ejemplo se podían recibir dibujos en donde se plasmaban choques de vehículos, o edificios con los nombres de compañías aseguradoras, así mismo dependiendo el contexto de las regiones,

los dibujos plasmaban riesgos de acuerdo a las experiencias particulares, como inundaciones, huracanes, entre otros y debido a esto era muy complicado poder elegir a los dibujos ganadores.

Gracias a esta dinámica aplicada se obtuvo un importante aprendizaje, había que resolver de qué forma era posible unificar el mensaje, es decir, hacer modificaciones en la forma en la que los asesores presentaban el proyecto a los niños, esto con el fin de lograr que a nivel nacional los estudiantes captaran la misma esencia y el mensaje llegara de forma más clara para todos.

Con el paso de los años y gracias a los presidentes que en cada periodo fueron afinando y poniendo su toque a la Semana de la Previsión, poco a poco este proyecto presentó una gran evolución, creando así presencia en el sector y reconocimiento por parte de las compañías de seguros y fianzas del país.



Fue de tal agrado para las instituciones, que poco a poco buscaban sumarse y ver de qué forma podían apoyar a que la esencia de esta encomienda siguiera su curso y cumpliera con el propósito de sembrar en la infancia la cultura de la previsión.

En cuanto a "personajes", como bien se mencionó en párrafos anteriores, el primer apoyo fue la Ardilla Previsora, después llegaron SeguMan, PepeAsegura, hasta llegar a la representación y transmisión de la información a través de niños. También cambió la manera de llegar al público infantil, se tomó la decisión de hacerlo a través de un video, llevando el mensaje sobre la importancia de ser previsor con uno mismo, con la familia, la sociedad y el medio ambiente. Año con año el objetivo siempre es el mismo, pero los temas van cambiando, algunos fueron "Obesidad Infantil", "Seguridad en internet", "Accidentes en el hogar", "Adicciones", y el año pasado "Misión 2020" donde se abordó la contingencia sanitaria debido al Coronavirus y este año "Fantásticos Previsores de la Nueva Era" tocamos algunos temas como el cuidado de la salud, ahorro, medio ambiente y el aprendizaje obtenido en la pandemia.

La participación de los agentes AMASFAC es la pieza clave en la Semana de la Previsión, su voluntariado ha permitido llegar a miles de niños en el país, agradecemos a esos colegas que han visitado escuelas en zonas rurales, llevando consigo sus herramientas tecnológicas para poder proyectar el video a los infantes, a esos colegas que hicieron la labor de tocar puertas, insistir con las escuelas y lograr convenios para conseguir que año con año el proyecto fuera bien recibido, gracias por el tiempo invertido, entusiasmo y cariño brindado.

El 2020 marcó una pauta para la Semana de la Previsión, ciertamente, la pandemia y contingencia sanitaria acontecida implicaron realizar las adecuaciones pertinentes para continuar con el proyecto, así que volvimos a evolucionar ahora incorporando plataformas digitales y redes sociales, convirtiéndose en la oportunidad de llegar a tener un mayor alcance de niños y familias. La edición 2021 viene con un bagaje muy importante de aprendizaje, se realizaron adecuaciones para mejorar la dinámica digital, incluyendo formularios y haciendo todo más amigable para que los niños puedan hacernos llegar sus dibujos de una forma menos compleja.

Me gustaría mencionar que la Semana de la Previsión ha tenido un impacto positivo en muchas familias mexicanas, cada año conocemos historias que conmueven y a la vez motivan a AMASFAC para continuar por muchos años más con la idea e ilusión que la señora Ana Emma Blum sembró hace 25 años.

Hay historias de niños y padres de familia muy bellas, estudiantes que radican en comunidades rurales de nuestro país han resultado ganadores del concurso nacional de dibujo, estos chicos expresaron su más sincero agradecimiento a AMASFAC, pequeños que para ellos el recibir una bicicleta significaba un deseo hecho realidad, debido a que no contaban con los recursos para poder acceder a una y el hecho de contar con ella marcaría la diferencia entre caminar kilómetros desde su casa para poder llegar a su escuela, a ahorrar mucho más tiempo, energía y llegar con ánimos a su centro de estudios.



Me gustaría reconocer la labor del Ing. Cristóbal Ponce Miranda, quien fue responsable de la Semana Nacional de la Previsión durante 8 años, un acto de vocación, amor y don de servicio fue lo que Cristóbal compartió con AMASFAC y en especial la Semana Nacional de la Previsión en todos estos años.



Papás igualmente agradecidos con este movimiento al ver la felicidad de sus hijos al ser premiados tanto a nivel regional como a nivel nacional, emocionados de ver el esfuerzo de los niños recompensado con herramientas tecnológicas, que igual difícilmente ellos les podrían proporcionar, realmente la computadora o laptop la consideraban un estímulo importante para que siguieran preparándose en la escuela.

Como podemos observar, la Semana de la Previsión ha cumplido mucho más allá del sueño que tenía Ana Emma Blum cuando decidió sembrar esa primera semilla, y así como ella, a cada uno de los asesores que de alguna u otra forma han sido partícipes en el proyecto extendiendo el más sincero agradecimiento.

Es para mí un gusto compartirte que la Semana Nacional de la Previsión es la única campaña formal con una trayectoria de 25 años que lleva a cabo el sector asegurador, está avalada por la CNSF, CONDUSEF y AMIS con el único propósito de realmente generar cultura de la previsión.

Su entusiasta participación y liderazgo fueron paso a paso estructurando lo que hoy se desarrolla, siempre buscó que el proyecto cumpliera verdaderamente con el objetivo planteado por la señora Ana Emma Blum y el señor Guillermo Monroy Estuvo siempre atento a los temas que se elegían y una vez habiéndolos desarrollado, antes de liberarlo a las secciones, primero lo presentaba en su despacho a los hijos de los compañeros agentes de su oficina, observaba las reacciones de los pequeños y ahí se daba cuenta qué funcionaba, y también observaba las áreas de oportunidad que surgían.



En su último año al frente del programa, él junto con el apoyo de sus hijos, realizaron el guion del video edición 2019 titulado "Héroes de la Previsión", resultando un video creativo y con mucho valor en cuanto a contenido.

Me despido, no sin antes mencionar que cumplir 25 años se dice fácil, pero como te pudiste dar cuenta el trayecto ha sido largo, con altas y bajas, siempre en continuo proceso de aprendizaje y evolución bastante significativos. Dicho lo anterior no me queda más que hacerte la invitación e incentivarte a formar parte de este proyecto en su vigésima quinta edición titulado "Los Fantásticos Previsores de la Nueva Era". ¡aún hay mucho en lo que puedes contribuir!

Somos agentes de cambio, somos AMASFAC y tú puedes ser parte de este movimiento.





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



DE TODOS LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS
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 20 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.



**SOMPO
INTERNATIONAL**
INSURANCE

Sompo Seguros México

PARTE DE SOMPO GLOBAL
RISK SOLUTIONS (GRS)



DE TODOS LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS

Con un enfoque único en el sector y vasta experiencia, Sompo Seguros México proporciona servicios integrales para nuestros clientes. Como parte de Sompo GRS, nos complace ofrecer productos y servicios a la medida con equipos especializados.

Servicios de Valor Agregado

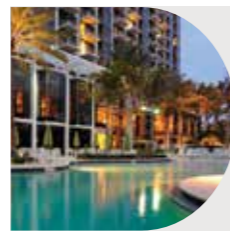
- Suscriptores altamente capacitados
- Ingeniería de Riesgos especializada en programas diseñados acorde a las exposiciones específicas de nuestros clientes
- Personal de Siniestros experimentado



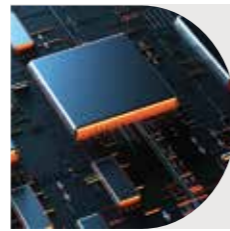
Instituciones
Financieras
y Servicios
Profesionales



Laboratorios y
Equipo Médico



Segmento
Inmobiliario,
Hotelería y Cultura



Tecnología



Soluciones para
Riesgos Asiáticos

CONTACTOS

Juan Pablo Caso

Director Técnico

☎ +52 (55) 4169-4096

✉ jcaso@sompo-intl.com

Ruben García

Subdirector Técnico Latam

☎ +52 (55) 4169-4086

✉ rugarcia@sompo-intl.com

Miguel Macías

Subdirector de Industrias Verticales

☎ +52 (55) 4169-8875

✉ nmacias@sompo-intl.com

Acerca de Sompo Seguros México

En octubre de 2019, iniciamos la expansión de nuestras operaciones en el mercado mexicano con una nueva línea de negocios basada en industrias verticales. Creemos que, para brindar un servicio de alta calidad, debemos comprender verdaderamente los riesgos a los que está expuesto cada uno de nuestros clientes. Por ello, nos enfocamos en segmentos de industrias verticales y negocios asiáticos en los que contamos con una vasta experiencia, no sólo en nuestro enfoque de suscripción, sino también en siniestros, control de riesgos y capacidades actuariales.

Estamos convencidos de que no es suficiente el sólo asegurar a nuestros clientes, sino es fundamental ofrecer una solución integral, que comprenda una amplia gama de productos, además de trabajar a largo plazo en estrecha colaboración con ellos para identificar formas de mejorar y diferenciar sus operaciones comerciales. Nuestros profesionales de Sompo Seguros México están comprometidos con garantizar que todos nuestros clientes reciban un servicio altamente especializado y con vocación a la calidad.

Con un enfoque holístico y vasta experiencia en el sector, proporcionamos servicios integrales para nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios a la medida con equipos especializados en:

- Instituciones Financieras Servicios Profesionales
- Laboratorios y Equipo Médico
- Segmento Inmobiliario, Hotelería y Cultura
- Tecnología
- Soluciones para Riesgos Asiáticos

Estamos comprometidos en proporcionar a nuestros clientes equipos de suscripción especializados

para dar soluciones acordes a sus necesidades de Ingeniería de Riesgos brindando consultoría de control de pérdida y personal de Siniestros experimentado que responde rápidamente, este enfoque nos permite anticipar y gestionar el riesgo de nuestros clientes, brindando soluciones a la medida para abordar sus exposiciones específicas.

Acerca de Sompo Holdings

Las compañías de Sompo International son subsidiarias de Sompo Holdings, Inc., cuyas amplias capacidades, diversos productos, redes de distribución y tecnología en el mercado, hacen de Sompo un socio preferido para clientes de todo el mundo. El negocio principal de Sompo abarca uno de los más grandes grupos de seguros en Daños y Responsabilidad Civil en el mercado doméstico japonés y tiene una amplia presencia global con casi 80,000 empleados en 228 ciudades en más de 30 países en 6 continentes.

Acerca de Sompo International

Las compañías de Sompo International son subsidiarias de Sompo Holdings, Inc. (Sompo), cuyo negocio principal comprende a uno de los grupos aseguradores más importantes para Daños y Responsabilidad Civil en el mercado doméstico japonés. Sompo International es una compañía global especializada en seguro directo y reaseguro.

Nuestra fortaleza financiera

Las subsidiarias de Sompo International mantienen estados financieros con activos de alta calidad y excelente liquidez. Mantenemos calificaciones de A + (Superior) de A.M. Best (XV size category) y A + (fuerte) de Standard & Poor's. Además, estamos respaldados por la fortaleza financiera de Sompo Holdings, Inc., que posee más de \$110 mil millones de dólares en activos totales.

REVISTA Siniestro

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 y de forma gratuita entre el cliente.

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



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



Agente de Seguros... su gran valor y confianza



Fernando Álvarez del Río
 Director General
 General de Seguros y
 General de Salud

Durante los últimos años, **el cambio** ha sido una constante en las empresas para renovar su modelo operativo y enfatizar el uso de herramientas tecnológicas que beneficien al negocio.

Hoy en día, **transformarse** debe tener un propósito congruente y **General de Seguros** cree firmemente que la mejor forma de hacerlo es bajo la perspectiva del *Accountability*, a fin de ejercer mejores prácticas de responsabilidad que conecten el trabajo diario con los resultados que queremos lograr, atendiendo las necesidades de los clientes y siendo más eficientes, innovadores y efectivos.

Por esa razón, tenemos el honor de ser una empresa mexicana con un amplio conocimiento del sector asegurador, adquirido por un trabajo incansable de 49 años, con la misión de respaldar a nuestros clientes para que se concentren en consolidar sus proyectos y vivan plenamente sus vidas.

General de Seguros cambió para dar un mejor servicio con opciones de protección que se adaptan a las nuevas situaciones del mercado y a las personas de hoy que también se mueven dentro de este mundo de transformación con hábitos y necesidades distintas.



“Hacer negocios con nosotros será sumamente fácil mediante esta evolución y eficiencia comercial”

Por ello, recientemente abrimos en Ciudad Obregón nuestro primer Centro de Solución “**Seguro que sí**”, con el objetivo de darle un nuevo giro a la atención que brindamos a nuestros Clientes y Agentes,

mejorar notablemente su experiencia y enfocándonos en agilizar las gestiones con un equipo modernizado orientado 100% a brindar soluciones e inmerso en altos niveles de eficiencia y calidad; sin duda este primer Centro de Solución “**Seguro que sí**” dará pie a la apertura de más centros en todo el país.

Hemos superado las adversidades de nuestros tiempos, trabajando en equipo de manera colaborativa con nuestros principales socios de negocio que constituyen nuestro canal de distribución más importante y valioso: **los Agentes de Seguros**, haciendo una mancuerna para que nuestros Asegurados sean una prioridad y, en esta vorágine de adaptarse a nuevas formas de trabajar, hemos acompañado a nuestra Fuerza de Ventas para que se **Auto-Transformen**, usando la tecnología a su favor pero manteniendo los valores de credibilidad y prestigio que los hacen irremplazables al momento de relacionarse con sus Clientes, eso es sin duda insustituible.

“Los cambios nos motivan a tener la mejor versión de nosotros mismos”

Asimismo, pusimos a disposición de Agentes y Promotores de **General de Seguros** herramientas tecnológicas que maximicen su gestión, que optimicen su tiempo para concentrarse en atraer nuevos Clientes y atiendan a sus Asegurados a través de una comunicación on-line. Nos ocupamos en apoyarlos para que sean los Agentes de Seguros del futuro que la gente de hoy requiere.

Es así como el concepto **Agente Digital GS** es ya una realidad que ofrece experiencias integrales cuando de vender seguros se trata, sustentando siempre su atención personalizada con el uso de nuevas tecnologías.



Facilitamos su integración a este nuevo modelo de negocio para que sepan responder a la dinámica actual y por supuesto, también se vean beneficiados con mejores ingresos al promover su marca y destacada experiencia como asesores financieros.

Los retos de los **Agentes de Seguros** como **Agentes Digitales** en el mercado son ambiciosos, pues se relacionan directamente con la tecnología y los estilos de vida que ha generado. Por ello, será necesaria una preparación constante, con experiencias de aprendizaje fluidas que impulsen sus competencias y afronten esta evolución con inteligencia.

“Un trato único y diferenciador merece un reconocimiento para que continúen con su desarrollo profesional”

Ser **Agente de Seguros** es lograr una realización a través de una excelente carrera de amor y dedicación a la sociedad, misma que los transforma e invita a crecer y a desarrollarse satisfactoriamente.

También es bien sabido que una de nuestras prioridades es ofrecer un respaldo económico a la labor comercial de nuestros **Agentes de Seguros**. Una manera de hacerlo es a través de programas estratégicos que reconocen su **trabajo, esfuerzo y dedicación** como nuestro atractivo **Plan Anual de Incentivos, Viajes, Premios y Reconocimientos** que motivan a continuar la promoción y venta en cada una de nuestras soluciones de negocio.

Por supuesto, también reciben el acompañamiento constante de nuestro equipo de Sponsors Comerciales que otorgan el **Servicio y Atención personalizada** con la **apertura y disponibilidad** necesarias para respaldar su labor de ventas.

Nuestros Productores saben que estamos juntos en este camino y por ello queremos reafirmar nuestro compromiso de estar siempre a la vanguardia en el negocio para seguir contando con la confianza y preferencia con la que nos distinguen y, donde la premisa fundamental es y será por siempre, su gran valor y confianza.

Finalmente, externo una cálida felicitación a AMASFAC por sus 63 años de existencia, por contar con los mejores intermediarios de seguros y de fianzas y permanentemente estar en pro de su desarrollo y crecimiento... ¡*enhorabuena a tan relevante y fundamental labor!*



EL AGENTE DE SEGUROS:

Actor esencial en los riesgos de las instituciones públicas y las necesidades de sus trabajadores.



Lic. Erick Ocampo Ortiz

Presidente Comité de Gobierno y Sector Público

Durante las últimas cuatro décadas, la mayor dinámica de crecimiento en el sector asegurador se ha enfocado en los mercados de banca de seguros, sin embargo, desde la venta de Aseguradora Mexicana ASEMEX (1996) y de Aseguradora Hidalgo AHISA (2003), los riesgos correspondientes a las operaciones del gobierno y sus empleados han tenido una dinámica interesante.



El envejecimiento de la población, el cambio climático, las disposiciones del ejecutivo y los cambios en los riesgos y disposiciones en materia de pensiones, requieren de una atención especial.

La extinción de seguros de gastos médicos y el incremento en mortandad y morbilidad por la aparición del virus SARS-CoV-2 han puesto en evidencia la importancia de contar con servicio a nivel local y municipal para facilitar alternativas de contratación de nuevos productos a una población que actualmente las requiere por convivir de frente a las contingencias que vive el país.

En cuanto a los riesgos institucionales, los recortes presupuestales y la demanda de contar con personal certificado hacen evidente la necesidad del gobierno de contar con asesoría especializada para mitigar responsabilidades por los riesgos que enfrenta la administración pública, y la recuperación de siniestros por las diversas afectaciones pondrá en evidencia este contexto.



Es ahí donde el agente de seguros juega un papel sumamente importante en la orientación de los usuarios del seguro; con más de seis millones de trabajadores del sector público es y será insuficiente la prestación de cualquier servicio si este no descansa en la experiencia de nuestros agentes.



Es por ello que hoy AMASFAC iniciará un nuevo ciclo para generar vínculos con las autoridades, estableciendo relaciones en el ámbito federal y local con el fin de resaltar la gran labor que realizan los agentes de seguros.

LOS AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS

Historias de Vida Extraordinarias



Lic. Claudio Castañeda M.
Director Ejecutivo
AMASFAC

“ Al que madruga,
Dios le ayuda ”

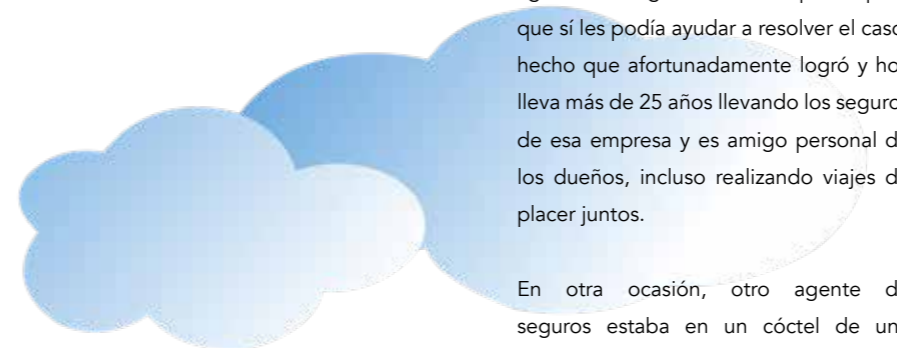
(Refrán popular).

Desde muy joven he vivido en contacto con los Agentes de Seguros y Fianzas, la mayoría de mis amigos personales son intermediarios.

Para mí ha sido muy enriquecedora y formativa esta interrelación, muchas de las anécdotas que a lo largo de más de 40 años me han compartido o me ha tocado vivir, son verdaderamente increíbles y nos hablan de la creatividad e ingenio que les caracteriza.

Siempre he creído que para alcanzar el éxito no hay atajos y que un elemento clave para lograrlo es mantenernos activos y salir a buscar oportunidades, aunque a veces son las oportunidades las que nos encuentran a nosotros, baste como ejemplo dos anécdotas:

Un agente de seguros estaba “cambaceando”, tocando timbres en fábricas ofreciendo sus servicios como intermediario; en uno de estos lugares le dijeron: ¿Usted es el de los seguros? A lo que contestó que sí y le dijeron pase, ya lo están esperando.



Lo llevaron a una sala de Consejo en donde estaban los dueños de la empresa y le empezaron a reclamar por el retraso en el pago de una reclamación muy importante, hábilmente el agente les mencionó que en realidad él no era el agente de seguros de la empresa, pero que sí les podía ayudar a resolver el caso, hecho que afortunadamente logró y hoy lleva más de 25 años llevando los seguros de esa empresa y es amigo personal de los dueños, incluso realizando viajes de placer juntos.

En otra ocasión, otro agente de seguros estaba en un cóctel de una marca refresquera muy importante que contaba incluso con sus propios ingenios azucareros. Logró conversar brevemente con el dueño y en alguna parte de la conversación le ofreció sus servicios como asesor, a lo que el dueño le respondió que esos asuntos no los veía él y señaló a su Director de Finanzas que se encontraba presente en la reunión; a

lo lejos, el Director de Finanzas asintió con un movimiento de cabeza. Cuando el Agente se acercó y le comentó que era Agente de Seguros y que el dueño de la empresa lo enviaba con él, el Director de Finanzas entendió que era una instrucción y le dio el programa de seguros de toda la empresa durante al menos 6 años.

Las oportunidades están presentes siempre para quien sale a buscarlas y capitalizarlas en su favor, los Agentes de Seguros y Fianzas lo saben muy bien y por eso están en permanente capacitación e interacción con clientes y prospectos, construyendo todos los días con su esfuerzo, historias de éxito.

Muchas felicidades para la AMASFAC en su 63 aniversario y mi sincero reconocimiento para todos los Agentes de Seguros y Fianzas por su noble labor de proteger los bienes y personas de nuestro país.



¿PREMIAR A LA ASEGURADORA QUE AL ATENDER SINIESTROS DEJE UN BUEN SABOR DE BOCA AL CLIENTE?



Lic. Laura Edith Islas Yañez

Directora General

Revista Siniestro

Durante el 2020 y lo que va del 2021, el sector asegurador ha desempeñado un papel sumamente destacado, pues ha pagado más de 18 mil millones de pesos en Gastos Médicos y más de 25 mil millones en Vida. Sin embargo, desde mi punto de vista, todavía hay áreas de oportunidad sumamente importantes, una de las cuales me lleva a proponer la idea de premiar a la aseguradora cuya atención de siniestros deje un buen sabor de boca al cliente.

La pandemia nos obligó a incorporar la tecnología a nuestro actuar diario. Muchas compañías ya tenían procesos muy avanzados para operar a distancia y algunas incluso habían ensayado el modelo con un día o dos de home office; sin embargo, otras no habían desarrollado este tipo de operación y mucho menos habían imaginado que llegaría el momento en que la implementación de un modelo de trabajo a distancia sería una necesidad ineludible, por lo que tuvieron que dar un enorme salto para adaptarse de la noche a la mañana a esta nueva forma de trabajar.



Debido a mi participación en diversos webinars y a mi propia actividad, he escuchado a muchos agentes que señalan que los procesos de Gastos Médicos, Vida y Autos ya estaban muy aterrizados, mientras que los de Daños no. En este último ramo, los pasos desde la atención de siniestros hasta la entrega de documentación y el pago de la indemnización fueron más lentos y tortuosos para todas las partes involucradas, de manera que hay casos que aún no se han podido cerrar y pagar a más de un año de que estos ocurrieron.

En Gastos Médicos, los siniestros de Covid 19 presentan un volumen muy alto de pagos que la AMIS reporta quincenalmente, pero ¿qué está ocurriendo con los casos que no corresponden a esta enfermedad? Hay clientes que son dados de alta a las 10 horas y a las 17 horas o más todavía siguen esperando la autorización para cerrar su cuenta y salir del hospital.

Los avances y desafíos que menciono constituyen algunas de las áreas de oportunidad que tenemos como sector. En Revista Siniestro rechazamos la idea de señalar a una compañía en especial, pues apostamos por la retroalimentación positiva y el crecimiento conjunto de quienes día a día ponemos nuestro granito de arena para llevar la protección del seguro a todas partes. Por eso, cuando recibimos comentarios o solicitudes de apoyo para gestionar algunos siniestros, canalizamos los casos a las áreas correspondientes pues lo más importante es tener usuarios satisfechos.

Hace unos años asistí a un congreso organizado por la COPAPROSE en Costa Rica. En este país, las pólizas solo podían ser vendidas por el Instituto Nacional de Seguros, pero el 1 de agosto del 2018 se celebraron los primeros 10 años de la desmonopolización de estos productos. Ahora hay 13 entidades que comercializan seguros en Costa Rica:



¿Qué sucedería si tuviéramos un top 10 de las mejores aseguradoras de cada ramo y otorgáramos un premio a las que mejor atienden y no a las que más venden?



el INS, que perdió participación en el mercado, y 12 compañías que tienen el reto de aumentar su propia penetración en el mismo.

En aquel evento se habló de reconocer el mejor servicio en siniestros. Esta idea me pareció muy novedosa porque implica no solo el reto de vender y penetrar en el mercado, sino también de impulsar el perfeccionamiento del servicio al cliente. El premio que se lanzó durante el congreso estaba destinado a las aseguradoras que, por la calidad de su servicio, habían obtenido las mejores evaluaciones de los clientes. Por supuesto que el INS obtuvo galardones, pero otras cuatro aseguradoras también fueron reconocidas por la atención que proporcionan al presentarse un siniestro. ¿Qué pasaría si en México también existiera un premio para las aseguradoras que, por la calidad de su atención durante el siniestro, obtengan las mejores evaluaciones de los clientes?

La CONDUSEF ya publica las evaluaciones de atención a clientes tomando en cuenta el índice de reclamaciones para determinar cual aseguradora obtiene el mejor puntaje y cual presenta algunas fallas. ¿Por qué no aprovechar los números negativos para sumar? ¿Acaso no sería muy útil acercarnos a los clientes descontentos e insatisfechos con el servicio para preguntarles cómo podríamos mejorar o para explicarles por qué su expectativa no se cumplió?

A veces el cliente espera un pago muy superior al que se autoriza como indemnización, pero nadie se detiene a mostrarle las verdaderas razones de dicha disparidad. Hace poco me llamó un amigo que estaba muy molesto con su aseguradora porque consideraba que esta no le había pagado lo que él creía justo por su camioneta robada sino lo que había querido. Sin embargo, cuando le pregunté si se le había pagado de acuerdo con el Libro Azul, cosa que él



ignoraba, y le envié una captura de pantalla con el valor actual de su unidad que ahí se indicaba, explicándole que a esa cantidad se debía restar el deducible, observó que el monto de la indemnización era correcto aunque no fuera el que esperaba y su enojo se diluyó. Nadie se había detenido a explicarle esto. En realidad, el descontento y la insatisfacción se produjeron porque no se le había transmitido la información adecuada y suficiente en el momento oportuno.

Existen muchos casos como este. Aquí hay otra área de oportunidad para el sector porque en el siniestro se hace efectiva o no la póliza, ese documento que se entrega al cliente junto con una promesa. Con la pandemia hemos recordado que somos vulnerables, que contar tanto con un seguro como con un agente es fundamental, que se sufre menos con una póliza y que una cobertura no solo salva vidas, sino también evita que las familias se queden sin sustento. Sin embargo, requerimos que las personas queden satisfechas con los productos y servicios que adquirieron, para lo cual es necesario que entiendan cómo se hacen las indemnizaciones y cómo se aplica la póliza de acuerdo con las condiciones que contratan.

“

¿No sería adecuado que, tanto quienes tengan queja como quienes no, evalúen a las aseguradoras, y que a partir de esta evaluación conjunta se otorgue un premio que reconozca la calidad en la atención a siniestros?

”

Dejo sobre la mesa la propuesta del Premio en Atención de Siniestros. Si alguien gusta sumarse, aquí dejo mi dirección de correo electrónico: lauraislas@revistasiniestro.com.mx.



Protege tu patrimonio con Previsión Óptima Monex

En Monex buscamos brindarte siempre la mejor asesoría personalizada y productos que te ayuden a cumplir tus objetivos financieros, por ello nos aliamos con Mapfre para brindarte la protección preventiva que necesitas.

MONEX

Mantente ágil

Contáctanos en monex.com.mx o CDMX 55 5231 4500, otras ciudades del país 800 746 6639

@GrupoFinancieroMonex

@monexanalysis



www.berrysafe.com

La digitalización en el mundo de agentes de seguros...

¿Calabaza o Carruaje?

"El 90% de los agentes no manejan ningún tipo de herramienta CRM"

**Alejandro Marmorek**

Chief Executive Officer

✉ alejandro.marmorek@berrysafe.com



Asumir los retos de digitalización, pero sobre todo asumirlos a la velocidad demandante de nuestra era, se ha convertido en una gran preocupación, más cuando hablamos de una industria mayormente análoga como es la industria de los seguros.

Miles de agentes con amplísimas capacidades comerciales, en una actividad que maneja unos niveles altísimos de contacto, conocimiento y confianza con los clientes, afrontan a diario los retos de utilizar la tecnología como una herramienta que les ayude a organizar sus ventas y a estructurar un plan de crecimiento para su negocio, convirtiéndose esto en sí mismo en un factor distractor ya que se requiere tiempo y esfuerzo para buscar, aprender e implementar un sistema que realmente colabore en la labor de optimización del negocio.

En una encuesta de Berrysafe en conjunto con AMASFAC, de Agosto 2020, descubrimos que el 90% de los agentes no manejan ningún tipo de herramienta CRM, cuando ahondamos en las razones encontramos que la mayoría de estas herramientas tecnológicas requieren tiempo y esfuerzo para entender y alimentar sus sistemas y en algunos casos dependiendo del volumen de negocios se puede llegar a requerir incluso de la asistencia de una persona para consignar en la plataforma toda la información generada en el día a día.

Viendo esta industria como un negocio complejo, lleno de información y documentos que se

multiplican exponencialmente de acuerdo al crecimiento en ventas, surge la necesidad de generar una sinergia de automatización integrada que involucre a todos los actores presentes en el negocio de seguros, entendiendo también que los procesos tecnológicos han sido de igual manera no menos retadores para las aseguradoras.

Se nos ocurrió pensar que una calabaza solo le sirve a cenicienta si en algún momento se convierte en carruaje, así como una oportunidad es solo útil para un agente si se materializa en una venta. Por eso nuestra lucha desde proyectos como Berrysafe es lograr una alternativa de digitalización sencilla de maniobrar para el agente, que se presente como ese "carruaje" que analiza, procesa y reúne eficientemente en un solo lugar todo su negocio, liberándolo así para dedicarse a la labor comercial de contacto y confianza que se requiere para generar nuevas ventas.

Es nuestro deseo servir al agente con tecnología que se integre con las aseguradoras y se alimente automáticamente de su información para convertirla en data inteligente, útil y fácilmente accesible.

El análisis de data puede detectar decenas de negocios potenciales, pero utilizar procesos analógicos como llamadas telefónicas y correos electrónicos individuales es demasiado lento para convertir todas esas oportunidades en ganancias.

Las herramientas de análisis de datos pueden descubrir rápidamente más oportunidades de venta cruzada para agentes y corredores de seguros.

Un sistema eficiente de recordatorios en renovaciones le demuestra al cliente que el agente está al tanto de sus necesidades. Se pueden predecir incluso cambios significativos en el mercado que dan espacio para generar nuevas y mejoradas opciones que, si se lanzan en el momento oportuno, contribuyen eficientemente a la fidelización de nuevos usuarios.

Nuestra aspiración es llegar al punto de que la plataforma logre generar automáticamente una cotización al descubrir una oportunidad hacia un cliente. Por ejemplo, su solución de análisis de datos identificó a 40 clientes que residían en zonas de inundación, pero carecían de este seguro.

Una plataforma debidamente enlazada con un sistema de marketing automatizado le permite al agente crear y disparar una campaña de correo electrónico que alerta al cliente sobre la falta de cobertura y le brinda información básica sobre la póliza. Eficientemente se pueden alcanzar alrededor de 40 clientes potenciales por el precio de uno, permitiendo además personalizar correos electrónicos con la información del cliente, por lo que no aparenta ser una comunicación masiva.

Surgen varias preguntas: ¿Cuántos negocios está dejando un agente sobre la mesa por falta de eficiencia y organización en sus procesos? Con un mejor uso de la tecnología y los datos, los agentes pueden aumentar su embudo de ventas en un tercio o más. Cuanto tiempo comercialmente valioso invierte un agente en el procesamiento y consignación de datos y papeles? Que tan eficiente puede llegar a ser un agente analogo en el seguimiento de sus vencimientos y renovaciones? Y si todo ese tiempo se invirtiera en conocer mejor al cliente y ver la manera de fidelizarlo?

La tecnología desarrollada de manera inteligente y pensada a partir de sus necesidades, es ese "carruaje" que queremos llevar a los agentes y nuestro proposito es que sea eficiente y que no se convierta en "calabaza" después de las 12, pues con ella le hacemos al agente el mejor regalo posible...el regalo del tiempo.

Creemos firmemente en que sin agentes la industria no se mueve y sabemos que la tecnología es ese vehículo que logrará impulsar a los agentes del futuro. Para nosotros la integración es la respuesta y servir a los agentes como integradores en tecnología nuestro proposito, porque creemos que no hay futuro en la industria de los seguros que no incluya agentes y que hacia adelante no puede haber agente sin acompañamiento tecnológico en su negocio.

CHUBB

En Chubb nos dedicamos a los Seguros y las Fianzas

Somos la compañía de seguros de propiedad y responsabilidad civil más grande del mundo que cotiza en bolsa, con excelente balance de productos y clientes. Contamos con extensa presencia local a nivel global, con profesionales de los seguros y subsidiarias operativas en 54 países y territorios.

- Líderes globales en seguros: Industriales y comerciales, Mercado medio tradicional, Especialidad de Propiedad y Responsabilidad Civil (P&C), Accidentes Personales y Salud Complementaria (A&H).
- A nivel mundial: Importante suscriptor de líneas personales. Aseguradora internacional de Vida Reaseguradora global de P&C.
- En los Estados Unidos: La aseguradora más grande en líneas comerciales. Líder en líneas personales de alto patrimonio (PRS-Personal Risk Services).
- Con una capitalización de mercado de \$71.0 billones (Al 31 de diciembre de 2020).

Fortalezas Financieras

Chubb está altamente calificada gracias a su solidez financiera. Un componente primario de la calificación de Standard & Poor's (S&P) es la evaluación del proceso de gestión del riesgo (ERM) de Chubb.

La compañía administra el riesgo en ambos lados de su Balance sheet manteniendo su disciplina en la suscripción y controlando la exposición de cúmulos, además de invertir los activos de forma conservadora.

La sólida calificación de Chubb en su proceso de ERM dada por S&P la coloca en el Top 20 de las aseguradoras de Norteamérica y Bermuda. Cerca del 40% del negocio de la compañía está fuera de los Estados Unidos.

Gama de Productos

Chubb ofrece una de las más extensas carteras de productos en la industria mundial de seguros y fianzas:

- Más de 200 productos y servicios de seguros, reaseguros comerciales y fianzas.
- Coberturas especializadas para todo tipo de clientes, desde corporaciones multinacionales, compañías de mercado medio y pequeños negocios, hasta consumidores individuales.

Nuestras Líneas de Negocio y Productos

Propiedad y Responsabilidad Civil Comercial

Líder global en proveer seguros de Propiedad y Responsabilidad Civil (P&C). Brindamos soluciones efectivas e integrales para cubrir las necesidades de nuestros clientes en vastos sectores de producción y servicio:

- Coberturas en: Bienes Físicos, Pérdida de beneficios, Reparación de distintos daños causados a terceros.
- Protección a empresas: Pequeñas en crecimiento, Medianas con requerimientos graduales, Grandes con necesidades únicas.
- Servicio y Capacidad a nivel: Local y Global.

Líneas Personales

Por medio de socios de distribución y canales directos, brindamos una atención superior a nuestros clientes y ofrecemos una amplia gama de seguros tradicionales y de especialidad para la protección de personas, sus artículos y bienes, así como para individuos y familias de alta renta.

• Seguro de Auto

Te acompañamos para que tu camino no se detenga con ABA Auto Seguro de Chubb, algunas de las coberturas que ofrece este producto son: robo total, daños materiales, responsabilidad civil por daños a terceros en México, EE.UU. y Canadá, gastos médicos de ocupantes, asistencia en viaje, Auto Relevo Plus, Auto Relevo Pérdida Total y Cerocible.

Tenemos más de 400 ajustadores disponibles ubicados estratégicamente a lo largo del territorio nacional. En el 99% de los casos llegamos al lugar del accidente en menos de 60 minutos.

• Seguro de Hogar

Protegemos tu hogar y a tu familia con ABA Hogar Seguro de Chubb. Ya sea inquilino, propietario o arrendador, ofrecemos paquetes que se adaptan a las necesidades de cada cliente.

Este seguro protege tu inmueble, tus pertenencias y a tu familia, con coberturas que contemplan los principales riesgos como: incendio del edificio, incendio de contenidos, rotura de cristales, robo de contenidos, responsabilidad civil familiar, etc. También brinda asistencias de emergencia, técnico especialista, asistencia para mascotas, entre otras.

• Seguro de PyME

Protegemos tu negocio y brindamos el respaldo que requieres para superar un imprevisto y garantizar la continuidad de tu empresa.

El Seguro de PyME ofrece coberturas como: incendio, rotura de cristales, anuncios luminosos, equipo electrónico fijo y móvil. Además, cuenta con asistencias como: cerrajería, plomería, cristales, personal de limpieza, instalaciones eléctricas, personal de seguridad, asistencia legal y consultas tecnológicas telefónicas.

Accidentes y Salud

Por medio de socios de distribución a nivel mundial ofrecemos productos de seguros de accidentes personales y salud complementaria a personas y empresas como:

- Empleadores.
- Instituciones Financieras.
- Colegios, Universidades y otras Instituciones Educativas.
- Retailers.
- Grupos de Afinidad (asociaciones, sindicatos, etc.).
- Líneas de Cruceros, Agencias de Viaje y Operadores Turísticos.
- Industrias (minoristas, empresas de telecom, etc.).
- Proveedores de Servicios Públicos.

Vida

Productos altamente calificados para individuos y grupos. Atendemos las necesidades de los consumidores a través de una variedad de canales de distribución, incluyendo agentes, bancos, minoristas, corredores, y agentes de telemarketing. Ofrecemos seguros de vida corporativos, así como pólizas grupales de accidentes personales:

- Protección: Vida Término, Vida Entera, Vida Crédito/ Hipoteca.
- Ahorro: Vida Universal, Variable/Unit-linked, Seguro Dot, Anualidades.
- Seguros de Salud Complementarios: Accidentes Personales, Discapacidad, Indemnización por Hospitalización o Intervención Quirúrgica, Enfermedad Crítica/ Cáncer, Cobertura de Saldo de Premio.

Fianzas

Sumamos más de 90 años de experiencia ofreciendo fianzas para los sectores de comunicaciones, construcción, energéticos, salud y educación con presencia nacional y una amplia red de más de 750 agentes y corredores a nivel nacional. Actualmente contamos con calificación Baa1.mx en escala global otorgada por Moody's.

- Judiciales (no penales)
- Fiscales
- De crédito
- Suministro eléctrico y arrendamiento
- Permisos y concesiones
- Fidelidad
- Obra y proveeduría
- Programa de contratistas

En Chubb nos dedicamos únicamente a los seguros y a las fianzas, porque sabemos que convertirse en un especialista en algo toma mucho tiempo, dedicación y foco. Es este único foco y, también, nuestra pasión por los seguros y fianzas, lo que da a nuestros clientes la mejor experiencia. Es por eso que buscamos más maneras de hacer más, para obtener la tranquilidad que nuestros clientes quieren y necesitan.

CUBRIRSE POR RIESGO AMBIENTAL: SEGURIDAD PARA TU PATRIMONIO EMPRESARIAL

Las normas de protección ambiental son cada vez más estrictas y estas coberturas te ayudan a responder frente a accidentes e imprevistos que causen daños y perjuicios a los recursos naturales.



Lic. Claudia Granados Cervantes
Gerente de Suscripción de RC
en GMX Seguros



Cada vez un mayor número de gobiernos, ciudades, organismos, industrias y empresas coinciden en la necesidad de construir una economía más sostenible que preserve la salud y cuidado ambiental. El mundo se encamina hacia hábitos de producción y consumo bajo modelos más limpios: planes sostenibles de inversiones en energía renovable, edificios saludables e inteligentes, transporte verde y reducción de combustibles fósiles.

El mercado internacional de seguros también está haciendo lo propio y avanza hacia **limitar las coberturas a las industrias limpias**, lo que dejaría fuera aquellas de energía fósil y empresas que no están trabajando en reducir la presión al medioambiente y su huella de carbono.

Con esta evolución hacia energías limpias y cuidado ambiental, prácticamente todos los sectores se enfrentan a normas y límites más agresivos en sus regiones

para reducir la contaminación en operaciones nuevas y existentes, asegurar que plantas, edificios e instalaciones sean más eficientes y sustentables, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en todas las actividades, desarrollar nuevos estándares rigurosos de ahorro en los recursos naturales y comprometer inversión para reducir el impacto del cambio climático así como proteger la biodiversidad.

Incluso, más sectores se unen a este movimiento que ha tomado fuerza. Es el caso del financiero, en el que en los últimos años ha crecido el número de Fondos de Inversión que eligen los activos basados en aspectos de cuidados medioambientales que siguen las empresas que componen las carteras, y no solo en función del retorno que ofrecen. Con la pandemia y la crisis, el interés de las grandes compañías por mostrar su buena gestión ambiental ha sido un **elemento clave de diferenciación.**



Por tanto, las industrias y sectores empresariales deben ahora diseñar sus procesos y operaciones para evitar al máximo el impacto negativo al medioambiente y complementar esos esfuerzos a través de un Seguro de Responsabilidad Ambiental...



...que ampare a los negocios en cuestiones como la liberación real o supuesta de contaminantes, la violación de las leyes diseñadas para proteger el entorno o la aplicación de las leyes de protección ambiental que exigen el pago de gastos de remediación, en caso de cualquier accidente ambiental.

De acuerdo con **GMX Seguros**, empresa mexicana de seguros especializada en Responsabilidad Civil y Daños, un seguro de Responsabilidad Ambiental permite la reparación del entorno dañado, o en su defecto, una indemnización que financie actividades alternativas de reparación ambiental ante una posible eventualidad.

Como daño ambiental, explica GMX Seguros, se considera la **pérdida o disminución de la calidad de vida o la salud de las personas, y el detrimento, menoscabo o extinción de los ecosistemas o su equilibrio.** Los daños ambientales pueden presentarse de forma conjunta, separada, indistinta, irreversible, acumulativa, difusa, y colectiva, afectando derechos particulares o colectivos; pero siempre deberán materializarse en una lesión al medioambiente.

La Responsabilidad Ambiental también determina la obligación legal de reparación o, en su caso, de prevención que debe asumir el responsable. **Consiste en tener la certeza económica para resarcir el daño y llegar al "estado base"**, pagando el total de los costos a los que asciendan las correspondientes acciones preventivas o reparadoras.

De esta forma, las pólizas de seguros incluyen elementos como atención a emergencias, contención de contaminantes, mitigación de impactos y daños ambientales, restauración o compensación ambiental, caracterización y remediación de sitios contaminados.



La protección de **Responsabilidad Ambiental que ofrece GMX Seguros** está enfocada en brindar coberturas especializadas a las empresas, cubriendo las responsabilidades a consecuencia de los daños derivados de la contaminación que ocasione el asegurado con motivo de sus actividades industriales.

¿Quiénes lo requieren?

La preservación del medioambiente cobra cada día más importancia en lo legislativo y en las esferas de discusión pública, lo que ha incrementado al mismo ritmo la necesidad de que las empresas se cubran en este sentido y lo consideren como parte de su riesgo operativo.

A primera vista, señala GMX Seguros, las empresas que deben contar con un seguro de Responsabilidad Ambiental son las constructoras, el sector hospitalario, la industria farmacéutica y las compañías industriales con plantas de producción —como la minería, el sector petrolero y los fabricantes de diversos objetos y/o químicos—. Se debe considerar que, en muchos casos, las licitaciones en las que participan ya exigen esta cobertura para permitirles participar en concursos por grandes cuentas y clientes, tanto del sector público como privado.

Pero no son las únicas que lo requieren. Una tintorería, lavandería, restaurante, cervecerías artesanales y pequeñas tequileras o mezcaleras, hasta negocios de impresión, un taller mecánico y vulcanizadoras también se enfrentan al escrutinio oficial por los daños que podrían generar en el medio ambiente. Para ellos también puede funcionar una cobertura básica de GMX Seguros, adaptadas a la escala del negocio, sus riesgos y necesidades.

“ No solo grandes fábricas e industrias son un riesgo, también es un hecho que hay PyMes que contaminan, incluso de manera invisible, y tal vez no tienen estos procedimientos de contrapeso. ”

Hacer negocios en 2021 requiere una cobertura ambiental, los compromisos que se exigen a las empresas son de carácter internacional, una demanda de los gobiernos, pero también de los consumidores. Adapta tu negocio a las exigencias actuales y contacta a los expertos.

El Asegurador®

El Asegurador®
MAGAZINE

El ANUARIO
Asegurador®

El Asegurador®
digital

El Asegurador®
eventos

El Asegurador®
SEMANAL

boutique creativa

COMUNICAR PARA TRANSFORMAR AL SEGURO

www.elasegurador.com.mx | www.anuarioseguros.lat

Tels. 55 5440 7830, 55 5440 7831. Lada sin costo: 800 821 9393 / 55 68803931

Síguenos en:



/elasegurador-periodico @ElAsegurador ELASEGURADORmx El Asegurador El Asegurador El Asegurador



Quálitas: siempre al día para servirte mejor

Proteger a más de 4 millones de vehículos es nuestra principal misión, para lograrla, nos adelantamos al mercado a través de diversas acciones estratégicas:

Somos la primera aseguradora en obtener la **certificación ISO 9001-2015 en sistemas de valuación**, y nuestro grupo de abogados ha sido capacitado para **participar en juicios orales**.

Asimismo, apoyados en tecnología de punta, **brindamos opciones de servicio inmediato a nuestros asegurados, como QMóvil y Apps desechables**, que les permiten ser atendidos oportunamente y en el lugar donde ocurrió su siniestro. Ejemplo de ellas son: **Sigue tu Grúa, Asistencia al Asegurado y Geolocalización**, entre otras.

En Quálitas sí cumplimos nuestra promesa: Aseguramos autos, Cuidamos personas



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

Corporativo Ciudad de México
Av. San Jerónimo 478, Col. Jardines del Pedregal,
Del. Álvaro Obregón, C.P. 1900, Ciudad de México.

TECNOLOGÍA COMO PALANCA DEL CAMBIO: LA CORREDURÍA INTELIGENTE



Isidre Mensa
CEO de MPM Software

La irrupción en el mercado de un abanico de nuevas tecnologías está abriendo nuevas ventanas de oportunidad que hasta la fecha eran inalcanzables o simplemente inasumibles para las Pymes. Hoy por hoy, no hay nadie que discuta que las empresas, independientemente de su tamaño y sector, se están viendo afectadas por la convergencia tecnológica hacia un mundo digital y la globalización, y el sector asegurador, y en concreto las corredurías no son una excepción.

Apoyándose en la tecnología y nuevos modelos de negocio han nacido muchas empresas bautizadas como "Insurtech", pero también las corredurías tradicionales tienen oportunidades ante sí que sólo podrán ser aprovechadas con la digitalización.

La digitalización supone una oportunidad en todas las áreas de negocio, desde la atención al cliente, las áreas técnicas de productos y servicios hasta las áreas comerciales y de marketing. De ahí que se hable de transformación digital porque supone repensar el negocio del corredor, el modelo de relación con los

clientes, compañías y colaboradores y la necesidad de adaptar los productos aseguradores clásicos a las nuevas preferencias de consumo poniendo en valor las oportunidades que nos brindan las nuevas tecnologías.

Son muchas las corredurías que han iniciado este camino con más o menos éxito y están comenzando a explorar nuevos modelos de relación con los clientes, estrategias de fidelización en base a nuevos servicios, innovación con nuevos productos aseguradores y un largo etcétera.

La mediación se enfrenta al reto de escoger e integrar las nuevas tecnologías y soluciones como medio de profesionalizar la gestión, innovar y competir mejor en el mundo digital. No hace falta decir, que esta elección es muy importante ya que se trata de una apuesta a largo plazo que ha de garantizar no sólo la respuesta tecnológica en el presente sino la incorporación de las nuevas tecnologías a medida que se consolidan y se pueden aplicar en el día a día de la gestión de la correduría.



No estamos hablando de productos de gestión tipo ERP sino de plataformas tecnológicas escalables, que crecen con el negocio, que permiten conectividad con su ecosistema e incorporan las soluciones de gestión de la correduría a la hora que también permiten la integración con otras tecnologías y soluciones de terceros. Todo ello en un único entorno.

MPM, en su compromiso de acompañar a la mediación en su digitalización, está impulsando un nuevo modelo de "Correduría Inteligente" apoyándose en una nueva plataforma tecnológica en la nube, segElevia, para ayudar a los corredores y las corredurías de seguros avanzar en el camino de la excelencia en la gestión y la adaptación digital

Este modelo de "Correduría Inteligente" está basado en 4 pilares:

- 1. Correduría orientada al cliente:** Conociendo mejor a sus clientes para atenderlos y fidelizarlos anticipando sus necesidades. En un modelo de relación omnicanal. Maximizando la rentabilidad de la correduría e innovando para crecer.
- 2. Correduría colaborativa:** Con visión comercial. Compartiendo información y trabajando en equipo.
- 3. Correduría productiva:** Con flujos de trabajo y procesos automatizados. Con inteligencia de negocio para un mejor, gestión de la correduría y toma de decisiones.
- 4. Correduría digital:** Que adopta tecnología innovadora para su gestión y su relación con clientes y colaboradores. Correduría escalable a medida que crece el negocio y adaptable al entorno cambiante del mercado. Capaz de diferenciarse de la competencia.



MPM pretende dar respuesta a la mediación impulsando ese modelo con segElevia, plataforma tecnológica en la nube que recoge los frutos de años de innovación y desarrollo.



Cuando hablamos de una plataforma, nos estamos refiriendo a aspectos como la escalabilidad, modularidad y capacidad de integración y personalización, características esenciales para diseñar soluciones estándar o "llaves en mano" dependiendo del tamaño y la complejidad de la correduría.

En segElevia se han redefinido los modelos operacionales y soluciones de gestión de una correduría sobre la base de una plataforma que crece con el negocio y que permite conectividad con el ecosistema e integración con tecnologías y soluciones de terceros.

El diseño de segElevia ha colocado al cliente en el centro de todo, con inteligencia de negocio que permite a la correduría disponer de una visión 360º de sus clientes y de la información correcta en el momento adecuado y en tiempo real para conseguir una correduría aún más inteligente, productiva y proactiva en su relación con los clientes.

Así pues, una "Correduría Inteligente" es capaz de responder a preguntas tan concretas como: ¿qué tipo de cliente es?, ¿con quién está relacionado?, ¿cuántas primas o comisiones ha aportado?, ¿tiene

mucha siniestralidad?, pero por otro lado interrogar con preguntas más complejas del tipo: ¿vamos a tener caídas de cartera?, ¿qué productos va a necesitar este cliente?, etc.

Pero la "Correduría Inteligente" también actúa de forma autónoma. segElevia automatiza tareas sencillas como las cargas de datos de las compañías (en formato EIAC) o envío de comunicaciones a clientes (cartas, emails, etc.), pero también sofisticadas como seguimiento de siniestros y gestión de devolución de recibos (recobros).

La plataforma segElevia:



Trabaja por nosotros y nos ayuda a ganar tiempo para dedicarlo a la venta y la atención a clientes.



Nos ayuda a conocer la situación de nuestro negocio y tomar decisiones.



Facilita los procesos de comunicación y colaboración con clientes, colaboradores y aseguradoras a través de distintos canales.



Es más eficiente y productiva al realizar tareas automatizadas.



Permite acceder a la información en tiempo real, desde cualquier lugar y dispositivo.



Hace nuestro trabajo diario más sencillo y la experiencia del usuario es excelente

Avanzando en el concepto de "Correduría Inteligente", va a ser posible en el corto plazo y antes de lo que pensamos, incorporar capacidades en la plataforma segElevia de modelos predictivos basados en inteligencia artificial (AI) para fidelizar a los clientes y anticipar sus necesidades, así como asesorarle de forma personalizada con recomendaciones sobre nuevos productos y servicios. Asimismo, otros ámbitos donde aplicaremos la inteligencia artificial es en su utilización como nueva interfaz para interacciones y conversaciones inteligentes e instantáneas con los clientes para un asesoramiento más personalizado.

En definitiva, nuestras corredurías van a ser cada vez más inteligentes por el uso de la tecnología y en ese camino, la elección de los socios tecnológicos es una decisión más importante de la que lo ha sido en el pasado. En MPM ya estamos preparados y segElevia es nuestra solución y plataforma tecnológica para la mediación.



PREVISIÓN ÓPTIMA MONEX: UN NUEVO SEGURO DE VIDA E INVERSIÓN



Ing. Mauricio Martín Avendaño Ibarra
Subdirector de Asesoría Privada
Grupo Financiero Monex

El nuevo producto "Previsión Óptima Monex" aprovechará los beneficios fiscales y premiará el ahorro.

Buscando ofrecer mejores estrategias que beneficien el futuro de nuestros clientes, lanzamos el producto **Previsión Óptima Monex**, que es vehículo de ahorro e inversión de largo plazo que protege al inversionista con un seguro de vida, para lo cual creamos una alianza comercial con MAPFRE, una compañía aseguradora con más de 80 años en el mercado de seguros y con presencia a nivel global, de tal manera que ellos proporcionan el seguro de vida y Monex gestiona la inversión.

Previsión Óptima Monex aprovecha importantes beneficios fiscales, con base en lo establecido en el Artículo 93, Fracción XXI de la LISR, premiando al ahorrador de largo plazo ya que proporciona rendimientos exentos del ISR, tanto en inversiones de deuda como de renta variable, logrando el inversionista un retiro más próspero. Es importante mencionar que para lograr este beneficio el asegurado debe tener 60 años de edad o más, y la inversión debe tener un mínimo de 5 años desde la fecha de contratación.

Este producto está dirigido a Personas Físicas a partir de los 18 años de edad y sin contar con un límite de edad para adquirirlo, solo deben mantener la inversión por 5 años como mínimo para obtener rendimientos libres de impuestos y una protección junto con su inversión a través de un Seguro de Vida.

La aportación inicial es a partir de 200,000 pesos, pero se pueden hacer aportaciones extraordinarias desde 50 mil pesos a lo largo del tiempo y con monto ilimitado, mismas que también gozan del beneficio de la exención de impuestos. ("El accesorio sigue la suerte del Capital").

Previsión Óptima Monex está orientado a la construcción de un patrimonio a través de estrategias de asesoría privada que permitirán, con base en el perfil de inversión del cliente, que este cumpla sus metas y objetivos al momento del retiro.

Actualmente la inversión puede realizarse en una de las cuatro estrategias de asesoría privada gestionadas por Monex, las que se diversifican en diferentes clases de activos con base en el perfil del inversionista. Las cuatro estrategias son Deuda, Conservadora Pesos, Conservadora Dólares y Moderada.

En un país con más de 126 millones de habitantes, donde solo alrededor del 20 % de la población cuenta con un seguro de vida y donde apenas un 2.7 % tiene algún seguro ligado a algún plan de ahorro, Previsión Óptima Monex cobra gran relevancia poniendo a disposición de sus clientes un producto con las características que lo ayuden a garantizar un retiro que cumpla con sus expectativas.

Para cualquier duda o aclaración, contacta a un Asesor Especializado Monex en www.monex.com.mx o llama al 55 5231 4500 en la CDMX o de otras ciudades del país al 800 746 6639.

🐦 @monexanalisis

📘 @GrupoFinancieroMonex

¿Qué metas te gustaría cumplir?



Insignia LifeSM
Universal

Insignia LifeSM
El seguro de tu vida[®]

(55) 3088 3663 / 800 00 55555

www.insignialife.com



MONEX

EL AHORRO EN MÉXICO, REALIDAD O MITO

Durante años ha existido la concepción de que en México el ahorro no es una prioridad o simplemente no se lleva a cabo, hay que dejar muy claro que esta concepción es completamente errónea. Como referencia, tan sólo a finales de 2020 existió un incremento histórico del 9.7% en los depósitos netos en los bancos por parte de las familias y empresas a comparación de 2019, teniendo como resultado un monto de más de seis billones de pesos, según la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

Este hecho es sumamente relevante considerando que el aumento tuvo lugar en un momento de incertidumbre financiera como lo es la pandemia de COVID-19, la cual ha llevado al cierre de múltiples negocios, a la reducción de sueldos e incluso a la pérdida de empleos y al hecho de que actualmente continuamos viviendo sin tener la

seguridad de cuándo volveremos a la normalidad; el enfrentarnos a estos hechos inesperados nos ha llevado a contemplar la importancia de estar preparado para cualquier imprevisto, y qué mejor manera de asegurar esto que a través de herramientas de ahorro.

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) describe el ahorro como:



...el dinero que se reserva para uso futuro, en lugar de gastarlo de inmediato, no importando el destino posterior del dinero ni el instrumento utilizado para tal fin



Esta definición es un punto clave para identificar que el ahorro siempre ha sido una acción importante para las familias mexicanas a pesar de que ellos mismos no lo consideren así debido a que usan métodos poco convencionales para llevarlo a cabo.



Un reto importante que enfrentan las aseguradoras que ofrecen herramientas financieras que ayudan a sus clientes a construir un capital de ahorro, es el hecho de que la modalidad más usada para ahorrar de manera activa es la informal, de acuerdo con los resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2018. Es decir, que los mexicanos hacen uso de tandas, poner el dinero debajo del colchón o incluso en alcancías para poder guardarlo y llevar a cabo sus metas futuras, estos métodos o herramientas resultan sumamente riesgosos y poco funcionales, debido a que no implican un ahorro seguro ni el incremento del mismo a mediano o largo plazo y requieren un esfuerzo mayor por parte de la persona que ahorra.

Un punto importante a resaltar es que, a pesar de que el ahorro se lleve a cabo entre la población, los montos que llegan a ahorrar dependen ampliamente de su nivel de ingresos, debido a que actualmente los ingresos son más bajos y el costo de vida continúa elevándose, la CNBV indica que aquellas personas que perciben más de 4 salarios mínimos les es posible ahorrar hasta un 15% más que aquellos con un ingreso menor, pero ¿Qué sucede con este sector de la población? ¿No es importante brindarles acceso a herramientas formales de ahorro?.

El día de hoy es más importante que nunca el desarrollar productos financieros y de protección que se adapten a las necesidades de cada uno de nuestros clientes y que verdaderamente les permitan cumplir sus metas a costos accesibles, abriendo el panorama del ahorro y demostrando que una modalidad formal es realmente la mejor opción.

En Insignia Life nos importan las metas y sueños de las familias mexicanas y sabemos que sin importar que tan grandes o pequeños sean, es posible cumplirlos con la asesoría y productos correctos. Es por esto que en 2021 desarrollamos un producto universal a la medida, que le permite al asegurado fijar una meta a corto, mediano o largo plazo y que podrá hacer realidad con base en sus necesidades y capacidades de ahorro, además, podrá modificarlo con la ayuda de su Agente de acuerdo con el momento que esté viviendo y con el gran plus de contar con protección para sus seres queridos en caso de su ausencia.

Continuamos afianzando nuestro compromiso de cuidar a las familias mexicanas y ayudarlos a lograr sus sueños, comprobando que...

El futuro es como te lo imaginas®.



Prevención y resiliencia

para un mundo sustentable



Grupo Zurich con sede central en Suiza, fundado en 1872, tiene la firme convicción de compartir su visión referente a la gestión del riesgo y la prevención como un elemento fundamental en la cultura financiera. Desde entonces hemos incorporado como parte de nuestra identidad la resiliencia entendida como anticiparse a que los hechos sucedan, ofreciendo productos competitivos, adecuados y con visión de futuro, que apoyan a nuestros clientes a tener una red de seguridad que integre la prevención a sus vidas, gestionando de manera más adecuada su exposición al riesgo.

La cultura de la prevención es el mejor camino para gestionar nuestros riesgos

Nuestro negocio está centrado en las personas, y por lo mismo, el aceptar que tenemos que pensar y planificar una situación no necesariamente agradable, es complicado. La prevención y la gestión exitosa del riesgo puede ser algo que veamos hasta cierto punto ajeno a nuestro día a día, a veces,

incluso, parecería un lujo, lo cual no podría estar más alejado de la realidad. La cultura de la prevención es el mejor camino para gestionar nuestros riesgos, para personas o empresas, contar con un seguro puede ser la diferencia entre continuar con nuestros planes o desviarnos inesperadamente de ellos.

Los seguros son parte de la economía de un país, ya que tienen una función preventiva y de protección dentro del sistema financiero, porque permiten cubrir los costos de incidentes que se presente en algún momento de la vida. De igual manera, los seguros corporativos son fundamentales para las empresas, ya que contribuyen a brindar seguridad a los inversionistas que las respaldan.

La importancia de asegurarse radica en que las personas puedan aprender a identificar y gestionar los diferentes riesgos a los que están expuestas, de la mano de expertos, para que puedan actuar frente a un determinado

suceso y sus implicaciones, con base en un plan específico para reducir el impacto.

Entendiendo este contexto, en Zurich hemos desarrollado soluciones diferentes para cada tipo de riesgo, entre los que destacan: el seguro de autos y de hogar, la multipóliza empresarial, los seguros financieros, el seguro de gastos médicos mayores, entre otros.

¿Cómo nos preparamos para el futuro?

Para Zurich enfocarnos en el aspecto humano hacia los clientes, intermediarios y socios de negocio es una prioridad.

Por ejemplo, nuestros asegurados de Gastos Médicos Mayores, tienen la certeza de que recibirán una atención de primera, ya que Zurich cuenta en este ramo con la certificación ISO-9001 en gestión de calidad, con la cual garantizamos un servicio, planeación y operación de nivel internacional.

Otra de las fortalezas de Zurich es la experiencia en ingeniería de riesgos, al contar con más de 900 ingenieros de riesgos a nivel global que brindan un análisis profundo sobre los riesgos que pueden aquejar a nuestros clientes, desde el más amplio hasta el menor nivel.

En cuanto a innovación se refiere, en Zurich entendimos el impacto del proceso de la digitalización que se aceleró en los diferentes sectores de la economía a raíz de la pandemia por Covid-19. La compañía respondió y sigue trabajando en servicios alineados a las nuevas necesidades de los usuarios, por ejemplo, el servicio de ajuste virtual para incidentes de auto y daños que funciona a través de una videollamada por celular, brindando agilidad y comodidad.



Llevamos tranquilidad y protección a las personas y comunidades

La sustentabilidad como pilar de la estrategia

Para Zurich la sustentabilidad es parte fundamental de su modelo de negocios, por lo que se centra en las áreas relacionadas con sus competencias clave para poder aplicar toda su experiencia en la gestión de riesgos y, de esta manera, mejorar su contribución a la sociedad.

Nuestros planes y pilares están enfocados al compromiso de la compañía con la sustentabilidad ambiental, por ello, continuamente, analizamos las posibles amenazas que se pueden encontrar en el medio ambiente, siendo partícipes desde hace 16 años en el desarrollo del Reporte de Riesgos Globales en conjunto con el Foro Económico Mundial que se convierte en un mapa de consulta mundial que señala la ruta a la resiliencia en cuanto a los riesgos más apremiantes e impactantes. Cabe mencionar que, en el reporte de este año, se destaca que cinco de los diez principales riesgos mundiales tienen que ver con el medio ambiente.



Para lo que resta de 2021 vienen cosas interesantes y muy relevantes en temas de propósito corporativo y reforzamiento de nuestros compromisos con la sustentabilidad.

Hoy, con 150 años de experiencia a nivel global, Zurich ha logrado posicionarse como una de las 5 aseguradoras más grandes del mundo, gracias a un esfuerzo conjunto de más de 55,000 personas que colaboramos en 215 territorios para evolucionar constantemente, lo cual nos permite adaptarnos a las nuevas exigencias del mercado y aún más, ser referentes globales en múltiples áreas que, con orgullo y seguridad, nos permiten calificarnos como expertos en identificación y gestión de riesgos.



 @ZurichenMexico

 Zurich Insurance Company LTD

 @zurichenmexico

www.zurich.com.mx



GALERÍA DE LÍDERES DEL SECTOR DE SEGUROS Y FIANZAS

Consejo Directivo Nacional



ALEJANDRO SOBERA
PRESIDENTE



FERNANDO ORTEGA
TESORERO



CRISTOBAL MONTIEL
SECRETARIO

LÍDERES AMASFAC



MIRIAM CASSIS
VICEPRESIDENTA
PERSONAS MORALES



CRISTOBAL PONCE
VICEPRESIDENTE SUPLENTE
PERSONAS FÍSICAS



EUGENIO BEZANILLA
VICEPRESIDENTE SUPLENTE
PERSONAS MORALES



ULISES FLORES
VICEPRESIDENTE PERSONAS FÍSICAS



CLAUDIO CASTAÑEDA
DIRECTOR EJECUTIVO

Directores de Distrito



MONIA BELL TARÍN PADILLA
DIRECTORA PACÍFICO NORTE



MARÍA EUGENIA GUERRA GALLEGOS
DIRECTORA OCCIDENTE



RICARDO ROSADO MAÑÓN
DIRECTOR SURESTE

Presidentes de Comités



ALFREDO CHUNG
COMITÉ AUTOMÓVILES



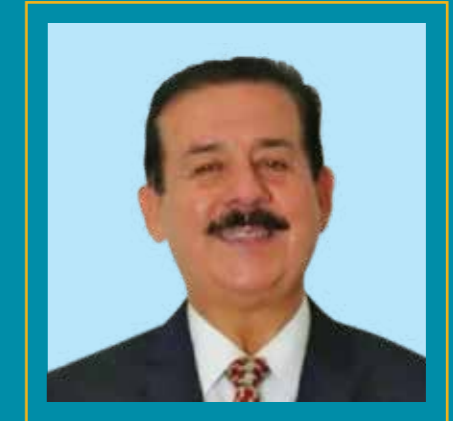
GRACIELA RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ
DIRECTORA PACÍFICO



LAURA EDITH ISLAS YAÑEZ
DIRECTORA METROPOLITANO



MÓNICA ESTRADA NEISSER
DIRECTORA GOLFO SUR



HOMERO MONREAL
COMITÉ DAÑOS



ÓSCAR ANTONIO DÁVILA
DIRECTOR NORESTE



MARCO ANTONIO ESTRADA GARCÍA
DIRECTOR BAJÍO



LUIS CARLOS ORONA LUJÁN
DIRECTOR NOROESTE



C. P. ELISABETH VOGT DE WEBER
VICEPRESIDENTE I COPAPROSE
COMITÉ CONSULTIVO AMASFAC

Presidentes de Comités



ERICK ROBERTO OCAMPO
COMITÉ DE RELACIONES
INSTITUCIONALES Y GOBIERNO



ADRIÁN GADSDEN
COMITÉ FIANZAS



ALBERTO CARREÑO
CANCELLER ORDEN AL MÉRITO



GERARDO DE LA GARZA
COMITÉ PÓLIZA RC AGENTES



FERNANDO CARROLL DE LA TORRE ARANDA
COMITÉ DE CONVENIOS Y ALIANZAS



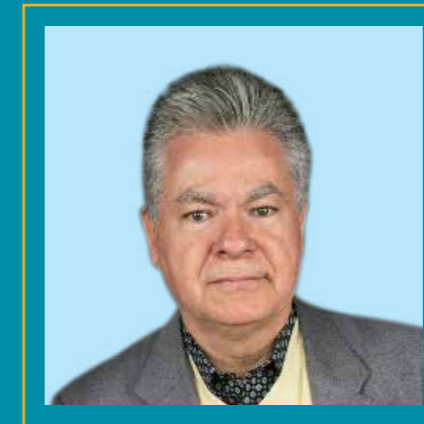
ANDRÉS JIMÉNEZ
COMITÉ JÓVENES



ANTONIO MURGUÍA
COMITÉ LEGAL



RAFAEL CRUZ
COMITÉ RESPONSABILIDAD SOCIAL



JULIO VERDUZCO
COMITÉ SALUD Y VIDA



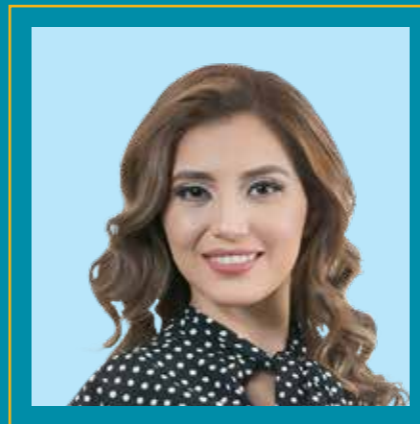
XAVIER HERNÁNDEZ
COMITÉ GOLF



OLIVIA ZAMORA
COMITÉ MEMBRESÍAS Y NUEVOS SOCIOS



MÓNICA GUTIÉRREZ
COMITÉ DE MUJERES



SCARLET RODRÍGUEZ
COMITÉ SEMANA DE LA PREVISIÓN



FERNANDO MARTÍNEZ
COMITÉ TECNOLOGÍA

MARCO ANTONIO ESTRADA GARCÍA
COMITÉ DE FORMACIÓN Y DESARROLLO

MÓNICA ESTRADA
PRESIDENTA COMITÉ COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Presidentes de Sección



REFUGIO NAÑEZ RODRÍGUEZ
SECCIÓN AGUASCALIENTES



MANUEL RIVAS TAMAYO
SECCIÓN LEÓN



CARLOS JAVIER SALINAS CELIS
SECCIÓN MORELOS



XIOMARA ESCALANTE ROBLES
SECCIÓN CULIACÁN



VICTORIA EUGENIA HAMDAN
HUERECA
SECCIÓN LAGUNA



ANGEL GABRIEL REY RODRÍGUEZ
SECCIÓN CHIHUAHUA



OSCAR JIMÉNEZ ALEJO
SECCIÓN MORELIA



MANUEL ISMAEL ALVA MARTÍNEZ
SECCIÓN SAN LUIS POTOSÍ



JUAN ARTURO CABRERA BARRÓN
SECCIÓN MONCLOVA



SERGIO CHARLES DE ZAMAONA
SECCIÓN MONTERREY



ROCÍO OLVERA MORALES
SECCIÓN NUEVO LAREDO



JOSÉ ISMAEL OSORNIO DURÁN
SECCIÓN GUADALAJARA



REMIGIO FERNÁNDEZ MONDRAGÓN
SECCIÓN OAXACA



EMILIO MUSSALI SACAL
SECCIÓN CIUDAD DE MÉXICO



SERGIO TELLO CONTRERAS
SECCIÓN SALTILLO



ALBERTO RODRÍGUEZ CABRIALES
SECCIÓN TAMPICO



JUAN CARLOS ARANA MARÍN
SECCIÓN CD. JUÁREZ



ROSA FABIOLA CONTRERAS
SECCIÓN PUERTO VALLARTA

Presidentes de Sección



PEDRO PÉREZ ONTIVEROS
SECCIÓN LOS MOCHIS



LUIS FERNANDO DIARTE ROMERO
SECCIÓN HERMOSILLO



PAMELA PAULÍN SALAZAR
SECCIÓN TUXTLA GUTIÉRREZ



JOSÉ LUIS ROBLES GONZÁLEZ
SECCIÓN PUEBLA



ALBERTO AILLAUD RANGEL
SECCIÓN VERACRUZ



SANTIAGO BARREDA RUIZ
SECCIÓN XALAPA



**MIRIAM ANAÏD IBARRA
TREWARTHA**
SECCIÓN MAZATLÁN



MARIO LUIS CORRAL VAZQUEZ
SECCIÓN MEXICALI



MANUEL JESÚS MORENO ZAVALA
SECCIÓN CAMPECHE



SALOMÓN BUJDUD ESPINOSA
SECCIÓN DURANGO



**NORA L. HERNÁNDEZ
MARTÍNEZ**
SECCIÓN MATAMOROS



**JUAN ANTONIO AYALA
CANDELAS**
SECCIÓN CIUDAD OBREGÓN



CLAUDIA RODRÍGUEZ GONZÁLEZ
SECCIÓN CANCÚN



DAVID PONCE MIRANDA
SECCIÓN MÉRIDA



**DOLORES DEL CARMEN
HERNÁNDEZ VALENCIA**
SECCIÓN TABASCO



CARLOS ALBERTO RUBIO ARMENTA
SECCIÓN ENSENADA



**JORGE ERNESTO HERNÁNDEZ
AMAYA**
SECCIÓN TIJUANA

**GERARDO DE LA GARZA
RAMÍREZ**
SECCIÓN QUERÉTARO

COLABORADORES OFICINA NACIONAL

CLAUDIO CASTAÑEDA
DIRECTOR EJECUTIVO



OMAR ROSAS
SISTEMAS Y COMUNICACIÓN



ROCÍO ROMERO
TRÁMITES CNSF



MARÍA ELENA GUTIÉRREZ
GERENTE DE SERVICIOS



CITLALI LÓPEZ
EVENTOS Y ATENCIÓN A LA
MEMBRESÍA



JORGE GUZMÁN
MEMBRESÍA, PATROCINIOS Y
EVENTOS



BERENICE CAMPOS
CONTABILIDAD



KATIA GONZÁLEZ IBÁÑEZ
FACTURACIÓN Y PÓLIZA RC



EMMANUEL REYES
AUXILIAR ADMINISTRATIVO

LÍDERES DEL SECTOR



JOSÉ ALFREDO TIJERINA GUAJARDO
TITULAR DE LA UNIDAD DE SEGUROS,
PENSIONES Y SEGURIDAD SOCIAL, SHCP



GIULIO VALZ-GEN RIVERA
PRESIDENTE CHAIRMAN OF
THE WORLD FEDERATION OF
INSURANCE INTERMEDIARIES (WFI)



MARVIN UMAÑA
PRESIDENTE COPAPROSE



SOFIA BELMAR BERUMEN
PRESIDENTA AMIS



RICARDO ERNESTO OCHOA RODRÍGUEZ
PRESIDENTE CNSF



JUAN PABLO DE VELASCO
PRESIDENTE AMIG



ALEJANDRO TURNE
PRESIDENTE CONAC



SANDRA GALLEGOS GALLARDO
PRESIDENTA ASOCIACIÓN
MEXICANA DE ACTUARIOS, A.C.
ANA



OSCAR ROSADO JIMÉNEZ
PRESIDENTE CONDUSEF



**MAURICIO ARREDONDO
FERNÁNDEZ CANO**
DIRECTOR GENERAL CENTRO DE
EVALUACIÓN PARA INTERMEDIARIOS



ROBERTO SHOJI LUNA NAKACHI
DIRECTOR GENERAL IMESFAC



ACT. CARLOS LOZANO NATHAL
PRESIDENTE ANAC



LIC. GERARDO LOZANO DE LEÓN
PRESIDENTE ASOCIACIÓN DE
FUNCIONARIOS EN SEGUROS, A.C.
FUSA



MIGUEL ÁNGEL DE LA FUENTE
PRESIDENTE ASOCIACIÓN
MEXICANA DE DERECHO DE
SEGUROS Y FIANZAS, A.C.



ROXANA HERNANDEZ PLIEGO
DIRECTOR GENERAL REVISTA
YO AGENTE



EDUARDO VARGAS SANDERS
PRESIDENTE ASOCIACIÓN
MEXICANA DE AJUSTADORES DE
SEGUROS, AC



CESAR ROJAS ROJAS
DIRECTOR GENERAL
REVISTA EL ASEGURADOR



PAUL SÁNCHEZ
DIRECTOR GENERAL PRENSA
EN SEGUROS



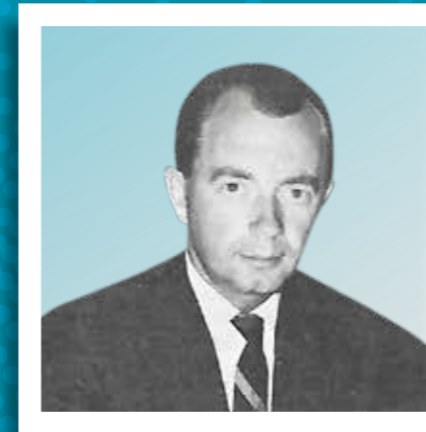
MOISÉS CASTRO PIZANA
PRESIDENTE ASOCIACIÓN NACIONAL
DE ABOGADOS DE EMPRESA



GENUARIO ROJAS MENDOZA
FUNDADOR Y EDITOR RESPONSABLE
REVISTA EL ASEGURADOR

LAURA EDITH ISLAS YÁÑEZ
DIRECTORA GENERAL,
REVISTA SINIESTRO

MURAL EXPRESIDENTES AMASFAC



DON JUAN B. RIVEROLL WESTON +
1958 - 1960



SR. FRANCISCO SAENZ O. +
1960 - 1961



HÉCTOR DOMÍNGUEZ PINGARRÓN +
1961-1962



SR. JAVIER SOL LA LANDE +
1962-1963



**LIC. CELEDONIO SÁNCHEZ
RODRÍGUEZ +**
1963-1965



SR. JULIO RICAUD ROTHOT +
1965 - 1967



ING. LUCIANO GROBET TERROBA +
1967-1969 y 1974-1983



SR. CONRADO ELKISH N.
1970-1971



SR. CARLOS S. ESTRADA FERNÁNDEZ
1971-1973



ING. JESÚS CANAVATI MARZUCA +
1973-1974



SR. ALFREDO MACÍAS HORCASITAS
1983-1986



SR. ERICH VOGT SARTORIUS +
1986-1988



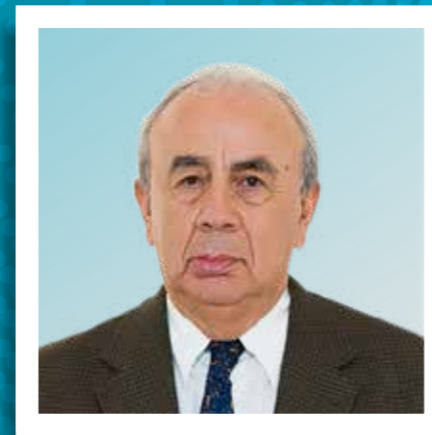
LIC. JORGE GARZA LEYCEGUI
1988-1990



**LIC. JOAQUÍN BROCKMANN
LOZANO+**
1990-1992



SR. EUSEBIO BLASCO RUIZ
1992-1994



**LIC. VÍCTOR MANUEL ALONSO
GUZMÁN***
1994-1996



SRA. ANA EMMA BLUM GONZÁLEZ +
1996-1998



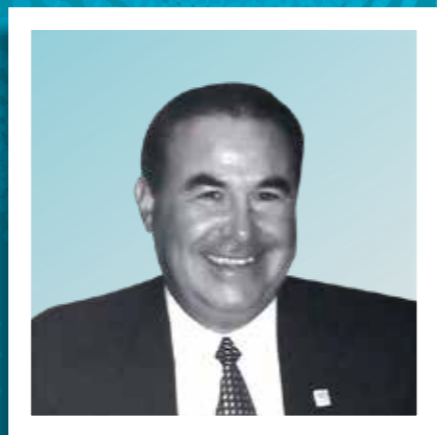
**LIC. FERNANDO RODRÍGUEZ
CHAPA**
1998-2000



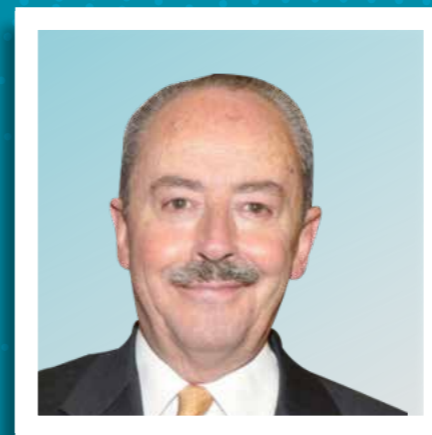
SR. GUILLERMO GÓMEZ MONROY+
2000-2002



ING. JACOBO VISKÍN JINICH
2002-2004



ING. DANIEL PEÑA GARCÍA
2004-2006



LIC. ANTONIO POZZI Y PARDO*
2006-2008



ACT. RAFAEL MORFIN MACIEL
2008-2010

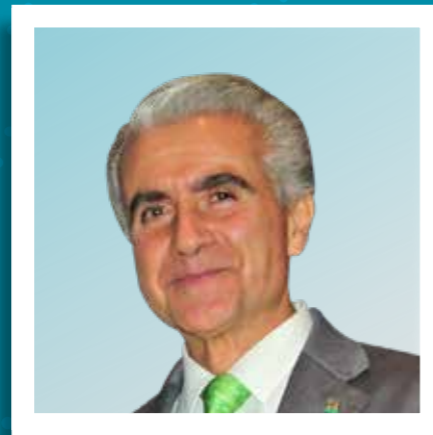


**ING. FRANCISCO X. CASANUEVA
PÉREZ**
2010-2012

*Ex Presidentes de COPAPROSE



**LIC. RAMIRO RODRÍGUEZ
MAGAÑA**
2012-2014



**DR. CARLOS OLASCOAGA
VILLANUEVA**
2014-2016



LIC. CARLOS LATORRE LÓPEZ
2016-2018



C.P. ELISABETH VOGT LÓPEZ
2018-2020



AMASFAC nace para unir la fuerza de todos los agentes de seguros y fianzas, que de manera individual no podrían tener



**Sr. Don Juan B. Riveroll Weston +
1958-1960**

DIRECTORIO

Lic. Alejandro Sobera Biótegui
Presidente Nacional

Lic. Ulises Flores Urquiza Villanueva
Vicepresidente Sector Persona Física

Lic. Miriam Cassis Arminio
Vicepresidente Sector Personas Morales

Ing. Cristóbal Ponce Miranda
Vicepresidente Sector Persona Física

Lic. Eugenio Bezanilla Guerrero
Vicepresidente Sector Personas Morales

Lic. Fernando Ortega Amieva
Tesorero

Ing. Cristóbal Montiel Campos
Secretario

Lic. Monia Bell Tarin Padilla
Distrito Pacífico Norte

Lic. Graciela Rodríguez Gutiérrez
Distrito Pacífico

Lic. María Eugenia Guerra Gallegos
Distrito Occidente

Ing. Oscar Dávila Cepeda
Distrito Noreste

C.P. Marco Antonio Estrada García
Distrito Bajío

Lic. Laura Edith Islas Yáñez
Directora de Distrito Metropolitano

Ing. Ricardo Rosado Mañón
Distrito Sureste

Act. Mónica Estrada Neiszer
Distrito Golfo Sur

Lic. Luis Carlos Orona Luján
Distrito Noroeste

Lic. J. Refugio Nañez Rodríguez
Presidente Sección Aguascalientes

Lic. Manuel Jesús Moreno Zavala
Presidente Sección Campeche

Lic. Claudia Rodríguez González
Presidente Sección Cancún

Lic. Juan Carlos Arana Marín
Presidente Sección Cd. Juárez

Lic. Juan Antonio Ayala Candelas
Presidente Sección Cd. Obregón

Lic. Emilio Mussali Sacal
Presidente Sección Ciudad de México

Ing. Ángel Gabriel Rey Rodríguez
Presidente Sección Chihuahua

Lic. Xiomara Escalante Robles
Presidente Sección Culiacán

Ing. Salomón Bujdud
Presidente Sección Durango

Lic. Carlos Alberto Rubio Armenta
Presidente Sección Ensenada

Lic. José Ismael Osornio Durán
Presidente Sección Guadalajara

Lic. Luis Fernando Diarte Romero
Presidente Sección Hermosillo

Lic. Victoria Eugenia Hamdan Huereca
Presidente Sección Laguna

Lic. Manuel Rivas Tamayo
Presidente Sección León

Lic. Pedro Pérez Ontiveros
Presidente Sección Los Mochis

Lic. Nora L. Hernández Martínez
Presidente Sección Matamoros

Lic. Miriam Anaid Ibarra Trewartha
Presidente Sección Mazatlán

C.P. David Ponce Miranda
Presidente Sección Mérida

Lic. Mario Luis Corral Vázquez
Presidente Sección Mexicali

Ing. Juan Arturo Cabrera Barrón
Presidente Sección Monclova

Ing. Sergio Charles de Zamacona
Presidente Sección Monterrey

C.P. Oscar Jiménez Alejo
Presidente Sección Morelia

Lic. Rocío Olvera Morales
Presidente Sección Nuevo Laredo

C.P. Remigio Fernández Mondragón
Presidente Sección Oaxaca

Lic. Rosa Fabiola Contreras Rico
Presidente Sección Puerto Vallarta

C.P. Jose Luis Robles González
Presidente Sección Puebla

Ing. Gerardo de la Garza Ramírez
Presidente Sección Querétaro

Sr. Manuel Ismael Alva Martínez
Presidente Sección San Luis Potosí

Ing. Sergio Tello Contreras
Presidente Sección Saltillo

C.P. Jorge Membreño Juárez
Presidente Sección Tabasco

C.P. Alberto Rodríguez Cabriales
Presidente Sección Tampico

Lic. Jorge Ernesto Hernández Amaya
Presidente Sección Tijuana

Lic. Pamela Paulín Salazar
Presidente Sección Tuxtla Gutiérrez

C.P. Alberto Aillaud Rangel
Presidente Sección Veracruz

Lic. Santiago Barreda Ruiz
Presidente Sección Xalapa

Sr. Alberto Carreño Bracamontes
Orden al Mérito

Lic. Antonio Murguía Pozzi
Comité Legal

Act. Mónica Estrada Neiszer
Comunicación y Difusión

Lic. Andrés Jiménez Meza
Comité de Jóvenes AMASFAC

Lic. Mónica Gutiérrez
Comité de Mujeres AMASFAC

Lic. Fernando Rodríguez Chapa
Comité del Centro Certificador

Lic. Scarlet Rodríguez Alday
Comité de la Semana de la Previsión

Marco Antonio Estrada García
Comité de Formación y Desarrollo

Lic. Olivia Zamora Ibarra
Comité de Membresía

Lic. Adrián Gadsden Juárez
Comité de Fianzas, Seguro de Caución y de Crédito

Lic. Homero Monreal González
Comité de Daños

Lic. Erick Ocampo Ortiz
Comité de Relaciones Institucionales y Gobierno

Ing. Gerardo de la Garza Ramírez
Comité Póliza RC

Lic. Alfredo Chung Salmón
Comité de Autos

Lic. Lic. Fernando Martínez
Comité de Tecnología

Act. Julio Verduzco Rodríguez
Comite de Salud y Vida

Lic. Rafael Cruz Lozano
Comité de Responsabilidad Social

Lic. Claudio Castañeda
Director Ejecutivo

AMASFAC, Revista Anual • Editor Responsable: Lic. Alejandro Sobera Biótegui • Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Autor: 04-2004-110112191400-102 • Número de Certificado de Licitud de Título 9958 • Número de Certificado de Licitud de Contenido: 7140 • Domicilio de la Publicación: Florencia No. 18 Int. 101 y 102, Col. Juárez, C.P. 06600, Ciudad de México • Diseño Gráfico e Impresión: Grafismo Estudio • Director Editorial: Claudio Castañeda • Consejo Editorial: Act. Rafael Morfin Maciel, Dr. Carlos Olascoaga Villanueva, Act. Jorge Barba Pingarrón, Ing. Jacobo Viskin Jinich, Lic. Carlos Latorre López, Lic. Ramiro Rodríguez Magaña, Lic. Víctor Manuel Alonso Guzmán, Lic. Antonio Pozzi Pardo, C. P. Marco Antonio Estrada García • Coordinación Editorial: Berenice Blancas, María Elena Gutiérrez, Omar Rosas • La Dirección de la Revista no se responsabiliza por las opiniones o conceptos que expresan los entrevistados en los reportajes, ni por los contenidos de los artículos firmados. Son puntos de vista personales y no reflejan necesariamente la opinión de AMASFAC.

La publicidad no implica vinculación ni defensa de los intereses de los anunciantes. Queda expresamente prohibida la reproducción parcial o total de cualquier material sin previa autorización.

En **Berkley México** llevamos el futuro en nuestra forma de trabajo.

Nuestra visión:

Mirar hacia adelante, innovar y solucionar necesidades

Nuestra ventaja competitiva reside en una estrategia descentralizada para brindar respuestas rápidas y eficientes a las condiciones cambiantes del mercado. Contamos con conocimiento especializado y recursos para responder a las oportunidades y desafíos del futuro, adelantándonos a las necesidades de nuestros clientes.



 **Berkley**
México Seguros | Fianzas
a Berkley Company

AUTOS | DAÑOS | SALUD | VIDA | AGROPECUARIO

Donde tú estés...
estamos Contigo

Nos transformamos para ti
#SoyAgenteGS



Patriotismo 266
San Pedro de los Pinos
03800 | CDMX | Tel. 55.5270.8000

generaldeseguros.mx

  /generaldesegurosocial  /generaldesegurosmx



Ciudad de México, Av. Santa Fe 505, Piso 17 Oficina 1702
Col. Cruz Manca, C.P. 05349, Cuajimalpa de Morelos

+52 55 1037 5300

A M A S F A C



ANIVERSARIO



A M A S F A C
A S E S O R E S

Creamos Valor

AMASFAC
63 años de Crear Valor para
TODOS los Agentes de Seguros y Fianzas

NOVIEMBRE 2021