



Síganos en twitter  
@ElAsegurador



**Audatex**  
a Solera company

Líder en gestión  
global de siniestros



Audatex LTN.  
Tel: 55 3003 3100  
www.audatex.com.mx



Fundador: Genuario Rojas M.

Director General: César Rojas R.

ISSN-1561-2392

Número 692

Año XXIX

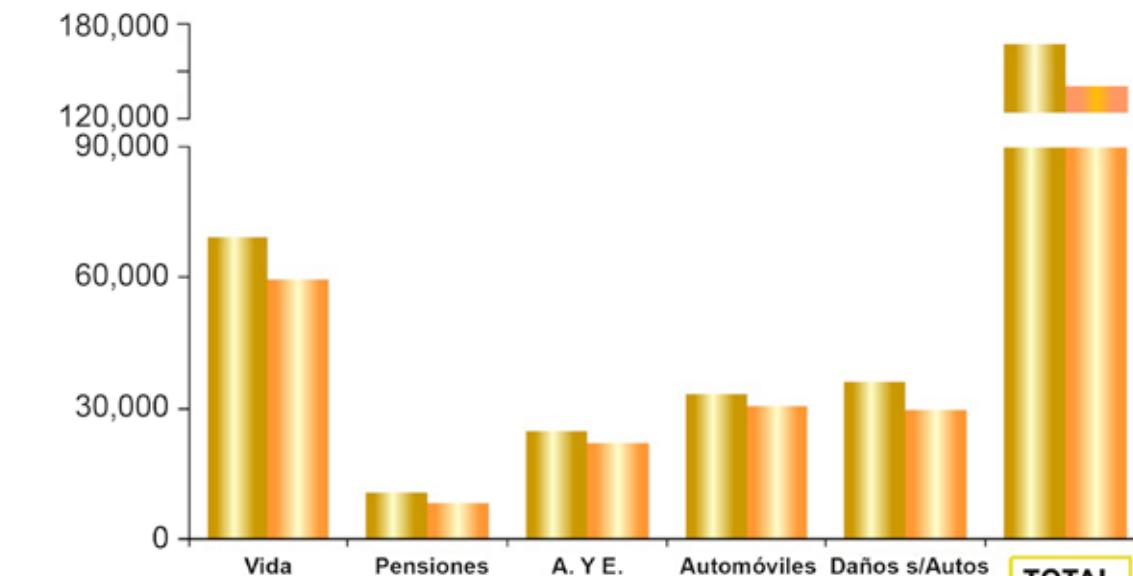
México, D.F. a 15 de agosto de 2013

Publicación Quincenal

# Crecen primaje de seguros 11.4% y siniestralidad 12.6% a junio de 2013

- Destacan Accidentes y Enfermedades (13.3 %) y Salud (53.5 %)

## Primas Directas por Operaciones Millones de pesos



## CONCILIACIÓN PEMEX

Dñ s/A	TOTAL
31,625	169,765
31,180	151,873
445	17,892
1.4	11.8

EN TÉRMINOS REALES, EL INCREMENTO DEL MERCADO ES DEL 11.4%; CON EL EJERCICIO DE CONCILIACIÓN DE LA EMISIÓN DE PEMEX, ÉSTE REPRESENTA UN INC. DE 7.4%

sigue en la página 03

■ El seguro de Daños, los precios, Pemex y su impacto  
pág. 04

■ Infundir educación financiera, el desafío  
pág. 05

■ Percibe el presidente del CNA, el inicio de época de oro para la actuaria  
pág. 14

■ ¿Quién eres tú? Dolencias de agentes y promotores....  
pág. 10

■ El día después  
pág. 16

■ La calidad más importante  
pág. 20

## Robo de autos disminuye 9.1%

Ana Laura Martínez P.  
@pea\_analaura

La Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, A.C. (AMIS) dio a conocer el informe de resultados del periodo julio 2012 – junio 2013 del robo de vehículos asegurados a nivel nacional, en el que se presenta una disminución de 9.1 por ciento con respecto al año anterior: 71 mil 565 unidades (los robados en 2011-2012 fueron 78 mil 718). Sin embargo, de acuerdo con Recaredo Arias Jiménez, director general del organismo, preocupa a la industria que no sólo los robos han disminuido, sino también la recuperación, pues en este año, nada más el 44 por ciento de los vehículos fueron recuperados, lo que significa un punto porcentual menos respecto a los resultados del periodo precedente.

sigue en la página 23

## SE DICE...

Genuario Rojas M.

@GenuarioRojas

- De promotor a promotor
- FUSA: será en octubre
- Jornadas de Swiss Re...

El miércoles 18 de septiembre del año en curso, la Asociación de Promotores de Agentes, A.C. (Aspro-GAMA México), que preside OSVELIA GÓMEZ MONTER, llevará a cabo su evento denominado "De promotor a promotor", para el cual ha logrado la intervención, como conferencistas, de MANUEL AGUILERA VERDUZCO, presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), y de MARÍA DE LOS ÁNGELES YÁÑEZ, directora de Desarrollo y Proyectos Estratégicos de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)...

sigue en la página 06

EDITORIAL	02
LA ENTREVISTA	10
CHARLEMOS SEGUROS	15
AMASFAC	18
VENTAS	20
PLAN DE NEGOCIOS	21
REFLEXIONES	22
Mundo del Asegurador	1

# EDITORIAL

## DAÑOS, CON PEMEX Y SIN PEMEX

**L**a Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) dio a conocer el comportamiento del sector asegurador al primer semestre de 2013, advirtiendo el crecimiento de todos los ramos. Hizo notar que esta tendencia positiva se ha mantenido por un periodo de más de dos años y que para el periodo de referencia, el crecimiento en primas en términos nominales fue de 16 por ciento y de 11.4 por ciento en términos reales.

La AMIS destacó asimismo que la operación de Accidentes y Enfermedades creció en términos nominales 13.3 por ciento, un avance mayor al presentado en el mismo trimestre del año pasado que se atribuye al alcanzado por el ramo de Salud, que fue de 53.5 por ciento (el mayor generado en los últimos cuatro años).

Por su parte, Daños sin Autos ofreció un crecimiento de 22.3 por ciento impulsado por la renovación de la póliza multianual de Petróleos Mexicanos (Pemex). Pensiones creció 27.6 por ciento, dato que, según la fuente, obedece principalmente a un aumento de los montos constitutivos del 28 por ciento y, por otro lado, al pequeño aumento del número de pensionados correspondientes al Issste.

Hoy la industria aseguradora acusa en sus cifras resultados que reflejan las acciones que poco a poco ha llevado a cabo para ubicar en mejor posición e impacto social ramos de la mayor prioridad para el desarrollo de México, como Salud y Pensiones. Los resultados dados a conocer por AMIS parecerían, sin duda, las primeras pinceladas rumbo al crecimiento de lo proyectado.

En el caso de la operación de Daños, aunque sus resultados son favorables, cabe destacar que buena parte de ellos se desprende tanto de la renovación de la póliza de Pemex como de los grandes negocios, pero no así de negocios nuevos o de corte masivo, en los que el aseguramiento no es aún práctica común o está indexado a algún crédito ligado a la banca.

En la entrevista con Francisco Torres (director comercial de RSA Seguros) que presentamos en esta edición se dijo que el endurecimiento del mercado del seguro de Daños (no sólo a nivel nacional sino también internacional) ha provocado que la competencia sólo privilegie las ventajas obtenidas en función del precio y haga caso omiso de los beneficios y valores agregados que deberían complementar a una propuesta.

El efecto de esto es que de un año a otro las renovaciones se pactan a precios inferiores a los del año precedente, y las ventas nuevas tienen un efecto aún más dramático, pues toda aseguradora busca quedarse con el negocio castigando el precio hasta donde pueda; por lo que el resultado es financieramente muy por debajo de lo que podría ser.

De esa manera, la renovación de la cobertura de Pemex se ha convertido en una especie de remanso o comodín, que facilita alcanzar un resultado, o esconde, como se le quiera ver, las carencias que aún privan en esta operación de Daños, un ramo que, atenido a un cliente seguro y cautivo como lo es Pemex para el mercado mexicano, ha hecho difícil apreciar qué tan grande y brillante puede ser su desempeño por sí solo.

Cuatrocientos millones de dólares le costó a la paraestatal la cobertura el año pasado. De ese tamaño es el colchón para manejar un resultado. Aquí cabe nuevamente la pregunta: ¿qué acciones creativas debería estar haciendo la industria para que el ramo de Daños tenga cada vez más fuerza, "con Pemex o sin Pemex", como producto de la diversificación en sus escenarios y la simplificación en sus procesos de promoción y venta?

¿Cuáles podrían ser algunas de las acciones que en principio deberían llevarse a cabo para fomentar el crecimiento del ramo? Por una parte, tenemos un mercado potencial (del nivel de pequeña y mediana empresa hacia abajo) desatendido en lo general y enfocado a ofrecer cobertura a las grandes corporaciones y organismos paraestatales, y que año tras año emprende la feroz batalla para pelear por las mismas canicas a un menor costo.

Por otra parte, existe un ramo de Daños con una diversidad de productos que, de acuerdo con la perspectiva de los especialistas

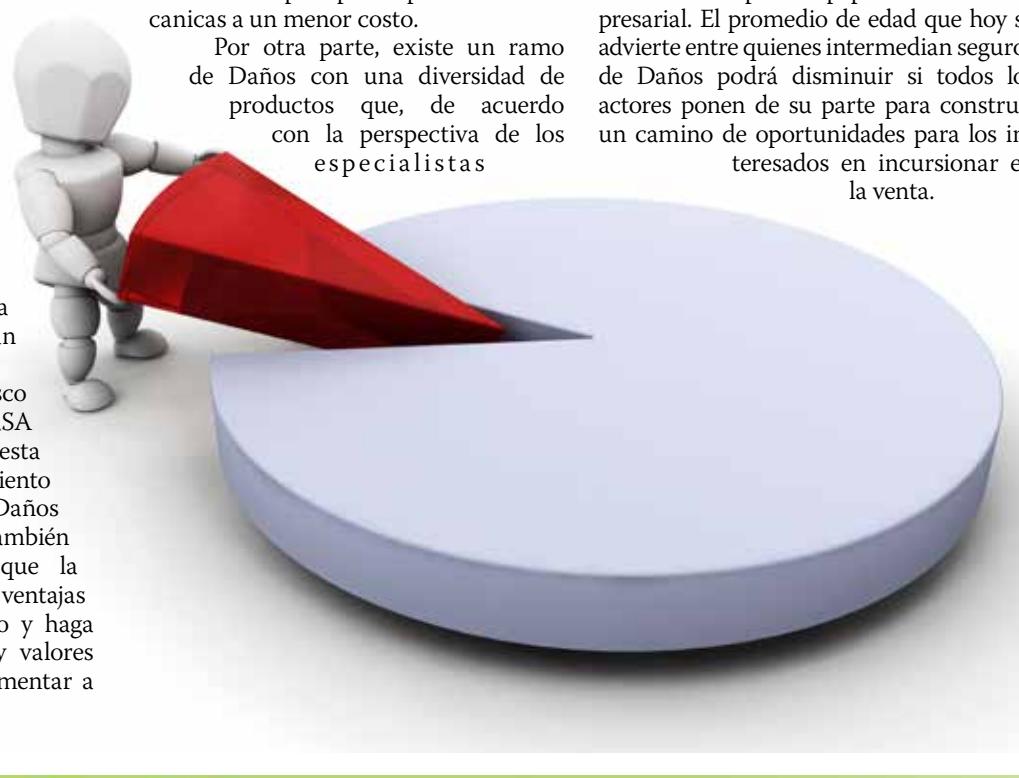
en la materia, ha mostrado limitada creatividad para presentar cada una de sus ofertas de cobertura como instrumentos lo suficientemente atractivos tanto para quien los ofrece como para quien los consume.

La tarea de hacer brillar la operación de Daños con luz propia, independientemente de lo que le pudiese significar la renovación de la póliza multianual, es un ejercicio que entraña hacer ajustes en la creación de productos a modo que satisfagan las necesidades de un interesante volumen de compradores y que estén respaldados por calidad en el servicio y ética en la comercialización.

Si son sólo los canales tradicionales los que deben emprender esa tarea, ése es otro ejercicio de meditación de la industria, y a través del cual de nueva cuenta se deberá responder con base en lo que quiere que ocurra con el seguro de Daños, para bien y para mal, y trazar con acciones el camino que desea recorrer.

Asimismo habría que revisar y en su caso hacer los ajustes necesarios para que la acreditación de los agentes que buscan intermediar el ramo sea expedita, ágil, congruente y atractiva, pues de otra forma aquellos que se acerquen a la industria buscando hacer de esta actividad su forma de vida laboral preferirán optar por sumarse a otras líneas de negocio que les garanticen obtener lo que pretenden.

Finalmente, los agentes en este y todos los ramos deberán tener la visión y determinación para que de manera proactiva abracen los desafíos que advierte el ramo, con preparación y siempre buscando ocupar un papel de orden empresarial. El promedio de edad que hoy se advierte entre quienes intermedian seguros de Daños podrá disminuir si todos los actores ponen de su parte para construir un camino de oportunidades para los interesados en incursionar en la venta.



## DIRECTORIO

ISSN-1561-2392

Editado y distribuido por:  
PEA COMUNICACIÓN,  
S. DE R.L. DE C.V.  
Insurgentes Sur 933, 2º Piso, Desp. 201  
y 202, Col. Nápoles, 03810 México, D.F.,  
Tel. y Fax: 3626 0495, 3626 0498, 5440 7830  
y 5440 7831; www.elasegurador.mx

### FUNDADOR

Genuario Rojas Mendoza  
genuario@elasegurador.com.mx

### CONSEJO EDITORIAL 2013

Claudia Elena Aragón  
Ernesto Ramírez  
Jorge Barba  
Verónica Alcántara  
José Abraham Sánchez  
Ethel García  
Hugo Butrón  
Luis Barros y Villa

### DIRECTOR GENERAL

César Rojas Rojas  
crojas@elasegurador.com.mx

### DIRECTORA COMERCIAL

Laura Edith Islas Yáñez  
lauraislas@elasegurador.com.mx

### EDITOR EN JEFE

Luis Adrián Vázquez Moreno  
lavazquez@elasegurador.com.mx

### REDACCIÓN

Ana Laura Martínez Padilla  
almartinez@elasegurador.com.mx  
Alma G. Yáñez Villanueva  
ayanez@elasegurador.com.mx

### FOTOGRAFÍA

Reymundo Martínez Merino  
rmartinez@elasegurador.com.mx

### DISEÑO

Claudia Araceli Rojas Rojas  
producción@elasegurador.com.mx

### PUBLICIDAD

Patricia Álvarez Rivera  
Xanath Sánchez Ceballos  
Mónica Guerrero Blanco

### ADMINISTRACIÓN

Briza Islas Yáñez  
administracion@elasegurador.com.mx

### SUSCRIPCIONES

Mayra Solís Tenorio  
suscripciones@elasegurador.com.mx

### ASESORÍA JURÍDICA

Lic. Gerardo Trigueros Gaisman

**EL ASEGURADOR:** periódico quincenal con circulación entre profesionales y empresas de los sectores asegurador, afianzador y ejecutivos de la industria, el comercio y los servicios de la República Mexicana y de seguros y fianzas en el extranjero.

Número de reserva al título en Reservas de Derechos de Autor 58-85; núm. de Certificado de Licitación de Título 2500 y núm. de Licitación de Contenido 1601.

Registro postal Núm. PP09-1528.

Autorizado por Sepomex.

Impreso en Milenio Diario, S.A. de C.V.  
Avenida No. 17, Col. Granjas Esmeralda  
09810, México, D.F.

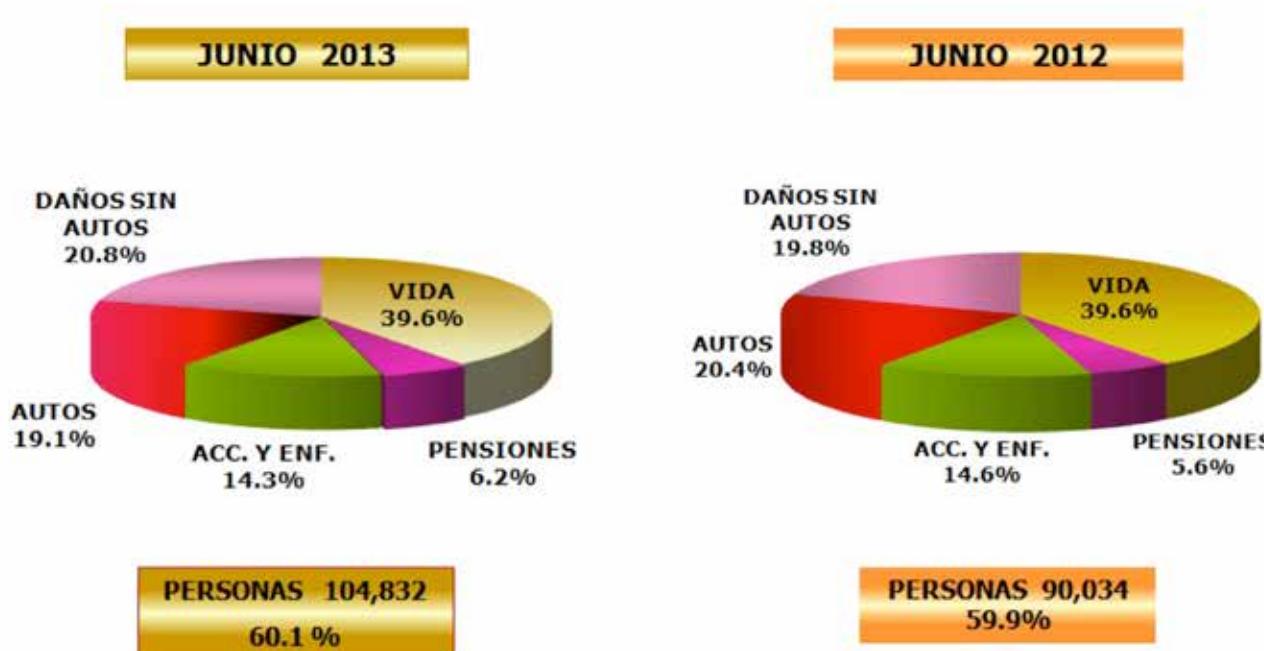
Año XXIX No. 692

Visite  El Asegurador.mx



# Primas directas de seguros crecieron 11.4 %; los siniestros aumentaron 12.6 % al primer semestre de 2013

## Participación de Mercado



En conferencia de prensa, la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) dio a conocer que el sector asegurador registró primas directas al primer semestre de 2013 por 174 mil 473 millones de pesos, lo que significa un crecimiento de 11.4 por ciento en términos reales, y un incremento de la siniestralidad del orden de 87 mil millones de pesos, lo que equivale a un aumento de 12.6 por ciento respecto al año anterior.

Se reportó que crecieron todos los ramos: Vida, 16 por ciento; Pensiones, 27.6 por ciento; Accidentes y Enfermedades, 13.3 por ciento; Automóviles, 8.6 por ciento; y Daños sin Autos, 22.3 por ciento. El organismo representante de la industria de seguros hizo hincapié en que la tendencia en el crecimiento continúa siendo positiva desde hace dos años, pues se han presentado crecimientos por arriba del 10 por ciento en términos nominales.

Se destacó asimismo que durante este año se llevó a cabo la renovación de la póliza bienal de Seguros Generales de Daños de Petróleos Mexicanos (Pemex), por lo que, al realizar el ajuste de las primas a un comportamiento anual, se obtiene un crecimiento del sector de 11.8 por ciento nominal, que, en términos reales, se traduce en un incremento de 7.4 por ciento.

El crecimiento global del sector obedece a que las operaciones que lo componen también tuvieron crecimiento por arriba de 8 por ciento en términos

nominales. Es importante destacar que la Operación de Pensiones presenta un crecimiento de 27.6 por ciento en términos nominales, lo cual se debe principalmente al aumento en los montos constitutivos, que fue del 28 por ciento. Por otro lado, también se presentó un pequeño incremento en el número de pensiones correspondientes al Issste.

El seguro de Vida registró al segundo trimestre del 2013 un incremento del 16 por ciento en términos nominales. Lo anterior se deriva principalmente del crecimiento de los seguros Individuales, el cual fue de 23.5 por ciento en términos nominales, informó el director general de la AMIS, Recaredo Arias Jiménez.

Agregó el directivo que esta operación ha tenido un importante crecimiento al comparar los resultados actuales con los del mismo trimestre del año anterior, cuando se observó un incremento del 18.8 por ciento nominal para todo el ramo. El crecimiento de esta operación es atribuible al de los seguros con componente de ahorro, los cuales se contrataron a prima única, y este tipo de productos ha tenido una bonanza en los últimos años.

Arias Jiménez destacó que en la operación de Accidentes y Enfermedades se tuvo un crecimiento en términos nominales de 13.3 por ciento, el cual es mayor al presentado en el mismo trimestre del año pasado. Este crecimiento es atribuible al que se tuvo en el ramo de Salud, el cual fue de 53.5 por ciento. En el

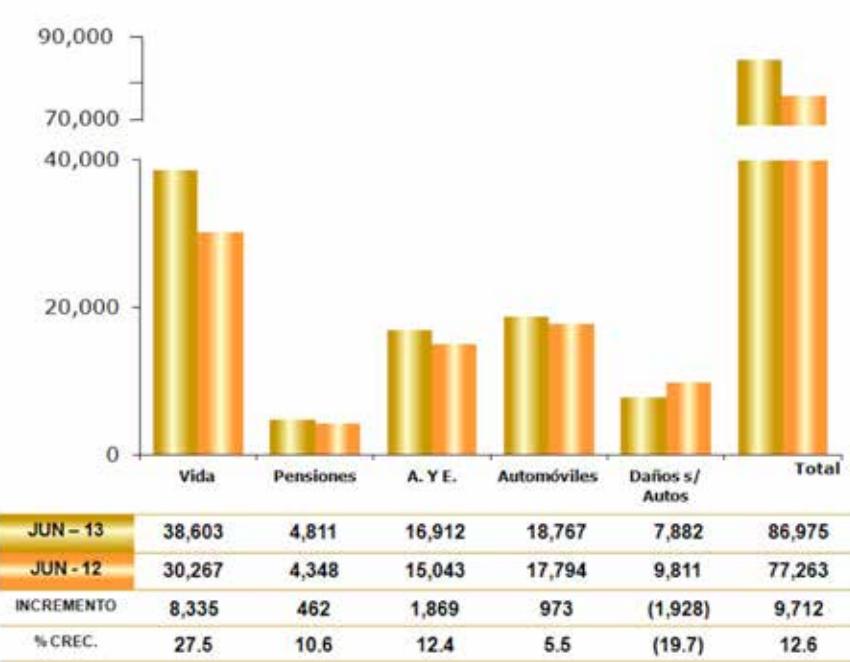
por ciento. Por el contrario, se presentó un crecimiento menor en la operación de Accidentes Personales al compararlo con el presentado durante el año pasado, que estaba por arriba del 8 por ciento.

Recaredo Arias indicó que en el caso de Automóviles, en el primer semestre del año se tuvo un crecimiento en términos nominales de 8.6 por ciento, lo que evidencia un ligero freno en su ascenso respecto a lo presentado durante el año pasado, cuando se observó crecimiento por arriba del 15 por ciento.

La Operación de Daños (sin Autos) presentó un crecimiento de 22.3 por ciento en términos nominales, lo cual se derivó de la renovación de la póliza bienal de Seguros Generales de Daños de Petróleos Mexicanos (Pemex). Dicho incremento se refleja principalmente en el ramo de Incendio. Al realizar el ajuste de las primas a un comportamiento anual, la operación de Daños (sin Autos) tiene un crecimiento del sector de 1.4 por ciento nominal.

Cabe señalar que el ramo de Riesgos Catastróficos presentó una caída de 5.6 por ciento, la cual contrasta con el incremento presentado en el mismo trimestre del año pasado, que fue de 30.3 por ciento. En el mismo sentido, se tiene el ramo de Marítimo y Transporte, el cual el año pasado en el segundo trimestre presentó un incremento de 13 por ciento. Por otro lado, el ramo de Responsabilidad Civil presentó un incremento de 18.4 por ciento, el cual es menor al presentado en el mismo trimestre de 2012, que fue de 22.3 por ciento.

## Siniestros Directos Millones de pesos



www.lojack.com.mx 2581-1060 01800 849-9053



VEHÍCULOS RECUPERADOS POR

**LO/JACK®**  
localiza • recupera • entrega

# La competencia por precio en el seguro de Daños ha impedido apreciar su verdadero tamaño sin Pemex

Luis Adrián  
Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

**B**asar el sistema de competencia en el precio para conservar o generar negocios nuevos en el seguro de Daños ha impedido que apreciemos cómo podría lucir el crecimiento de este ramo sin la dependencia de la póliza bienal de Petróleos Mexicanos (Pemex). Para desencadenar un crecimiento diferente se requiere, sin duda, olvidar que existe ese "comodín" y hacer ajustes de diversa índole que le regresen al ramo aquellas características técnicas y estéticas que lo vuelvan atractivo, comprable y cada vez más solvente por sí solo.

Francisco Torres, director comercial de RSA Seguros, está convencido de lo anterior respecto a la situación actual del seguro de Daños. En la entrevista que sostuvimos con él habló lúcidamente de los problemas de este ramo y se dio tiempo de inventar una metáfora: "Si yo fuera médico, recetaría dos ampolletas: una para simplificar procesos y otra para certificar agentes y generar productos Pyme Repeco, y una dosis diaria de productos preempaquetados muy simples y fáciles de vender pero muy segmentados; y, finalmente, dos pastillitas diferenciadoras, para promover el reclutamiento".

El directivo de RSA señaló que es un ejercicio interesante analizar el ramo de Daños con Pemex y sin ella, porque esa variable ofrece un panorama muy distinto. Primero, dijo, Daños invariablemente ha crecido a un porcentaje menor que el ramo de Vida. Segundo, al primer semestre de 2013, el seguro de Daños creció con Pemex 10.7 por ciento, y sin Pemex 7 por ciento, según dio a conocer la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), y esa cifra, de entrada, refleja una diferencia importante entre lo que representa un resultado y otro.

Cuatrocientos un millones de dólares fue lo que pagó la paraestatal por concepto de su cobertura en el más reciente año de vigencia. Al preguntarle sobre dónde está el ramo de Daños hoy y cuáles son los retos que debe enfrentar en particular, Francisco Torres explicó que el seguro de Daños vive en un medio que está compuesto por lo que se llama mercado blando (precios bajos). Este componente es un lastre que jala el mercado hacia abajo en lo que se refiere a cuotas.

Lo mismo ocurre en los mercados internacionales. Lo blando de los costos de las coberturas endurece la competencia entre todos los que participamos en el mercado y nos arrastra a bajar sistemáticamente las cuotas. Eso genera un efecto drástico, porque, si se retiene un negocio, se hace a una tasa menor; y, si se lo compara con el precio del periodo anterior, la disminución luce todavía más importante.

Francisco Torres abre el encuadre y señala que la situación de la economía mundial está muy estresada: "El Producto Interno Bruto (PIB) de México

estiman que crecerá 2.8 por ciento en 2013, lo que no es sumamente alentador; y, además, la inversión del gobierno trae un retraso, porque apenas el 15 de julio se anunció el Plan Nacional de Infraestructura, que, si bien es muy ambicioso (1.3 billones de pesos), se comenzará a liberar a finales de 2013 o principios de 2014, y mientras eso sucede los proyectos de infraestructura están atorados.

Para saber si en un porcentaje muy importante la estrategia para conquistar los mercados está fincada sólo en abatir precio, le formulamos esta pregunta: ¿Dónde quedó esa concepción romántica del seguro en la que había que competir con base en un buen soporte

compra, pero nosotros nos aferramos a esa idea?"

¿Hacia dónde puede dirigirse el mercado de Daños de continuar cimentando su venta y conservación únicamente en el factor precio?, preguntó EL ASEGU-RADOR. Y esto respondió el directivo de RSA Seguros: "En definitiva, éste es un juego en el que para darle la vuelta a la situación debemos entrar todos, es decir, desde los que ofrecen hasta los que consumen el seguro de Daños, pero también reguladores como la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), la Secretaría de Hacienda y Crédito Pú-blico (SHCP) y el propio gobierno. En el caso de este último, con incentivos

te doy un mejor producto, más fácil de contratar y de reclamar a la hora de un siniestro, pero también es importante cómo, desde la perspectiva del inter-medio, te lo hago más simple. Por ejemplo, cómo te hago pre empaquetados, como se hace con los seguros de Autos: trajes hechos a la medida, de simple acceso y contratación y a cos-tos competitivos."

¿Ha habido en las últimas dos déca-das catástrofes naturales con alto volu-men de daños en que pareciera que la industria aseguradora ha sido protagonista de una gran cantidad de indem-nizaciones por el volumen y cuantía de daños? ¿O no ha sido así por la simple razón de que ha habido carencia de in-muebles asegurados?

RSA sabe mucho de catástrofes: en *Wilma* pagamos 550 millones de dólares en el siniestro, y el grupo decidió que ésa era una muy buena oportunidad para mostrarle al mercado lo endeble que es cualquier nivel de empresa ante los embates de la naturaleza. Pese a que muchas empresas no están aseguradas y han sido víctimas de daños por los fenó-meños de la naturaleza, curiosamente no ha habido un repunte en el asegu-ramiento del ramo. Ahora hay una cir-cunstancia efecto que no nos deja ver la verdadera tendencia del seguro, y es la competencia por precio.

Todo ello te impide ver cómo luce un seguro de Daños en pleno crecimiento. Le está pegando mucho al seguro la disminución de precios, y éste no está mostrando un verdadero crecimiento. Otro tema importante es que los inter-medios que se dedican a comer-cializar el seguro de Daños en promedio tienen 50 años. ¿A qué causas atribuye ese fenómeno?

Hay varios factores. El primero de ellos es que considero que ha dejado de lucir atractiva la profesión del agente de seguros; y, por otro lado, muchos mer-cados han evolucionado hacia la sim-plificación de todo lo que realizan. Se simplifican productos tangibles. Hoy un auto, por ejemplo, hasta se esta-ciona solo. Hay productos bancarios en los que puedes obtener créditos de un día para otro. Y me parece que al sector asegurador le ha faltado agilidad para simplificarse en productos, procesos y servicios.

Simplifiquemos, preempaquetemos y demos a los agentes mayores herramientas para hacer atractivo este oficio; para que volvamos a enrolar y reclutar a los agentes. Tenemos la obligación, si el ramo es rentable, como lo es, de poner más platos sobre la mesa para promover más crecimiento para el sector y para las propias aseguradoras.

Nosotros tenemos un sistema sim-plificado de comisión. Algo que hace muy complejo el seguro de Daños es dar comisiones diferenciadas, pues no se sabe con exactitud cuánto ganará el agente porque su comisión depende de la región en la que esté la póliza. No-sotros, en cambio, las aplicamos estan-darizadas.



**Llama Francisco Torres a simplificar procesos, certificar agentes y preempaquetar productos entendibles y comprables**

técnico, buena suscripción, valores agregados, adecuada administración de riesgos... elementos todos que son parte del espíritu de la industria del seguro pero que en virtud de toda esta maraña de factores nacionales e internacionales han dejado todo de lado, privilegiando el precio con el afán de conseguir y con-servar negocios?

Francisco Torres respondió que desde la perspectiva de RSA no se ha actuado así: "Somos un jugador muy importante en el negocio de Daños en el ámbito internacional. Desde nuestro punto de vista, esa esencia romántica del servicio, del diferenciador, del valor agregado, de la suscripción esmerada, de la certidumbre y la solidez con que se respalda a un asegurado debería seguir siendo el principal motivador de compra. Lamen-tablemente, el mercado hoy nos muestra que eso no es el motivador principal de

como el Plan Nacional de Infraestruc-tura".

Si todos tratamos de participar en la búsqueda de una solución, según el juicio de Francisco Torres, la clave se circunscribe a dos o tres asuntos: uno de ellos sería fomentar la cultura del asegu-ramiento, pues sabemos que la penetración que hay en el sector es muy baja comparada con la de Chile, Brasil o Argentina; y la brecha es más grande si se compara a México con Estados Unidos o Europa. "Si no proponemos una cultura de aseguramiento enfocada en Daños para todo el sector, difícilmente podremos darle la vuelta al problema."

Para RSA Seguros, el reto ha estado en diferenciar productos y servicios del precio que representan, para evitar esa estéril competencia. "La empresa se concentra más en los valores agregados, y estos pueden radicar en cómo

# Millones de adultos mexicanos, sin el hábito del ahorro. Urge que la población tenga acceso a la educación financiera



Sólo 22 % de la población cuenta con algún tipo de seguro

Recaredo Arias, Mario Di constanzo, Carlos Noriega Curtis, Verónica Porte Petit y Luis Fabre

**Ana Laura Martínez P.**  
@pea\_analaura

**D**e los 70 millones de adultos que existen hoy en México, 25 millones no hacen esfuerzo alguno por ahorrar, lo cual se debe a que carecen de cultura de educación financiera que debió impartirse a las personas desde que eran pequeñas. Esta grave omisión hace que los ciudadanos en etapa de retiro se enfrenten a problemas económicos serios que no les permitirán tener el nivel de vida al que aspiran.

Por ello, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro (Amafore) y la Asociación de Bancos de México (ABM) se unieron para crear una serie de cuadernos en los que se explique a la población por qué es relevante que adquieran buenos hábitos financieros.

En conferencia de prensa, Mario Di Constanza Armenta, presidente de la Condusef; Luis Fabre Pruneda, vicepre-

sidente técnico del mismo organismo; Recaredo Arias Jiménez, director general de la AMIS; Verónica Porte Petit, miembro del Comité de Educación Financiera de la ABM; y Carlos Noriega Curtis, presidente ejecutivo de la Amafore, presentaron seis cuadernos (a partir del 15 de agosto estará disponible uno nuevo cada semana en el portal web de la Condusef) con los temas: presupuesto, ahorro, inversión, crédito, seguros y retiro, con el fin de acercar a la población a la educación financiera.

Mario Di Constanza señaló que un usuario informado, conocedor de las diferentes opciones de productos y servicios pero que sobre todo tiene buenos hábitos financieros toma mejores decisiones, aprovecha más las oportunidades que se le presentan y comete menos errores porque entiende los productos y servicios que contrata.

En esta presentación se habló del tema del presupuesto y se dijo que 70 por ciento de la población que tiene un trabajo recibe ingresos equivalentes a 5 mil pesos mensuales o menos, por lo que el 73 por ciento de las personas que no ahorran atribuyen este hecho a que su ingreso es insuficiente o variable. Ante esta deficiencia se confeccionó el cuaderno *Toma el control de tu dinero*,

que incluye la elaboración de un presupuesto, determinación de la capacidad de pago, generación de excedentes, metas financieras y planeación financiera.

Para tratar el tema del ahorro, el cuaderno *Primer paso para alcanzar tus metas*, incluye el concepto de ahorro, sus factores a favor y en contra, el ahorro formal e informal, las recomendaciones para empezar a ahorrar, la conveniencia de enseñar a los hijos a ahorrar y los mitos sobre el ahorro. Actualmente, sólo 18 por ciento de la población utiliza productos de ahorro formal, mientras que 44 por ciento ahorra de manera informal; de estos últimos, dos terceras partes lo hacen guardando el dinero en efectivo y una tercera parte por medio de las tandas.

Los cuadernos tocan diferentes temas del sector financiero, sin embargo, el *Anticipate al riesgo* es el cuaderno encargado de dar a conocer el concepto de *seguro*, las consideraciones al contratar uno, los tipos de seguros, los seguros básicos estandarizados, los mitos sobre los seguros y sus principales nociones. Este tema se abordó debido a que sólo 22 por ciento de la población total cuenta con algún tipo de seguro. La participación más baja en el mercado se registra en los seguros de Educación o de Retiro, con el 3 por ciento únicamente.

Más de 31 millones de adultos mexicanos ahorran de manera informal utilizando alcancías, tandas, el colchón, etcétera

## Dinámicas de Venta

25 al 26 de Septiembre

¡Mejore sus ventas y practique su baile feliz!

Este programa de capacitación de ventas de seguros es único en su tipo, diseñado exclusivamente para los profesionales de ventas de seguros e impartido por reconocidos expertos de la industria. El principio rector es que todo el mundo puede mejorar sus habilidades de ventas en cualquier mercado e incrementar sus ingresos sustancialmente al aprender y seguir las mejores prácticas de los profesionales más exitosos de la industria del seguro.

Este programa de dos días es muy interactivo y lleno de información, aporta valores excelentes y le ofrece 16 horas completas de aprendizaje.

Abierto a todos los Profesionales de Seguros



Preguntas:



001 866 765 2008



contacto @ [www.crm-international.org](http://www.crm-international.org)

D  
**DYNAMICS**  
Aprenda a vender seguros

Registro [www.crm-international.org](http://www.crm-international.org)

# Se Dice...

Aguilar Verduzco hablará acerca de la nueva legislación en materia de seguros, en tanto que Yáñez planteará los retos y oportunidades para la venta. En el evento, que tendrá lugar de las 8:00 a las 14:00 horas en el Centro Asturiano de la Ciudad de México, también participará **MAURICIO E. CANDIANI GALAZ**, presidente de la firma Allenamenti, quien dictará la conferencia titulada "La lógica del dinero y la riqueza". Quienes deseen asistir, reserven con NORMA IZQUIERDO al número 01 800 837 5737, o al correo dirección@asprograma.org.mx...

Muy lejos se está ya, al parecer, de lo que ocurría hace algunos lustros con respecto de la imagen que tienen los promotores ante la autoridad. Lo recordará **RODRIGO AVENDAÑO**: presidiendo él esta asociación, EL ASEGUADOR reunió a presidentes de asociaciones; y, al tocar el turno a los promotores, el funcionario público dijo: "Yo, a los promotores los desaparecería". La frase la pronunció **ISMAEL GÓMEZ GORDILLO**, quien era entonces director de Seguros y Valores de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público...

Hoy el tema de las promotorías tiene ya un contexto diferente: por la especialización, han debido organizarse de distinta manera en algunos casos, para poder atender a sus clientes proporcionando planes de protección de diferentes aseguradoras. La creatividad no ha faltado para hacerlo de manera muy profesional. Al final de cuentas, como es evidente por su

propio perfil, los promotores no son sino desarrolladores de agentes profesionales que han de trabajar fórmulas diversas para ganar negocios y conservarlos...

Cabe, por cierto, una aclaración sobre la fecha, anunciada en la edición anterior, en que se realizará la Convención 2013 de Funcionarios del Sector Asegurador, A.C. (Fusa). No será del 24 al 27 de septiembre, sino del 24 al 27 de octubre de 2013. Debemos resaltar que para esta edición el organismo encabezado por **VERÓNICA ALCÁNTARA** incluyó en el programa al presidente de la CNSF, **MANUEL AGUILERA VERDUZCO**, así como al director general de la AMIS **RECAREDO ARIAS JIMÉNEZ**, entre otros destacados profesionales de la industria...

Como es natural, el evento tocará diversos temas del interés de los funcionarios de los sectores asegurador y afianzador, los cuales tendrán a su cargo la implementación de una gama de situaciones derivadas de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas, marco jurídico que entrará en vigor el 4 de abril de 2015. La directora de Desarrollo y Proyectos Estratégicos de la AMIS, María de los Ángeles Yáñez, compartirá detalles relativos a la implementación de los cambios, hoy en pleno análisis por parte de autoridades, aseguradores y afianzadores...

Hoy en día cabe esperar que haya profesionales ocupados en entender cuáles pueden ser las repercusiones que para ellos tendrán las modificaciones legales. En el caso de los financieros, cuyo trabajo

guarda ineludible relación con la administración de las empresas, los desafíos no son menores. El reto de aprendizaje es aún mayor en la medida en que no pueden caer en el juego de una oferta de soluciones que en algunos casos no han sido probadas en mercado alguno pero que costarán cientos de millones de dólares al seguro y a la fianza...

La Sección Ciudad de México de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C. (Amasfac) llevará a cabo su sesión desayuno conferencia de agosto el 21 de tal mes de 2013 en la Hacienda de los Morales, de las 8:00 a las 10:00 horas, con el tema "Aplicaciones genómicas al cuidado de la salud", con **GERARDO JIMÉNEZ SÁNCHEZ** como expositor, quien entre otras numerosas posiciones tiene la de presidente de Biotecnología de la OCDE. Para asistir, reserve vía teléfono 5525 2533 o correo cdmexico@amasfac.org...

Se dice que las aplicaciones genómicas pueden modificar la probabilidad de que se presenten ciertos padecimientos en las personas. También pueden servir para el cuidado y administración de la medicina precisa para el tratamiento más adecuado, y las preguntas que el conferencista responderá se refieren a las implicaciones que conlleva para el ser humano conocer lo anterior: las consecuencias para las personas, el seguro de Vida y el seguro de Gastos Médicos; la aplicación de la ética en el ejercicio de médicos, hospitales, asegurados y el ser humano en general...

**CLEMENTE CABELLO PINCHETI**, presentado como exdirector general de Grupo Nacional Provincial; **LUIS BARROS Y VILLA**, director Risk & Insurance Management, TV Azteca, y **JORGE BARBA PINGARRÓN**, director general de Barba y Fernández Actuarios, S.C., serán tres de los ponentes del Congreso Regional Golfo Sur que organiza la Sección Puebla de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C. (Amasfac)...

**ANA ISABEL VALLE BARRIENTOS** (amasfac@axtel.net), de la Sección Puebla, señala asimismo que en el evento, que se llevará a cabo en el Hotel Presidente Intercontinental de aquella ciudad el viernes 18 de octubre de 2013, intervendrán también **HUGO CHAPA**, director de Estrategia IBM y Centroamérica, así como **EMILIO TOUSSAINT**, anunciado como experto en creación de fuerza de ventas para New York Life...

**EDUARDO ESTEVA, CRISÓFORO SUÁREZ TINOCO y JORGE SERVÍN SOTRES** serán los instructores del curso "Reservas técnicas y pasivos laborales contingentes", que Funcionarios del Sector Asegurador, A.C. (FUSA) llevará a cabo los días 28 y 29 de agosto de 2013 en el auditorio Dosal de KPMG, piso 17 de Boulevard Manuel Ávila Camacho, número 196, de las 16:00 a las 20:00 horas. Más información vía teléfono 5703 3673 o correo electrónico fusac@prodigy.net.mx...

Esteva Fisher es actualmente líder de la práctica de "Risk and Consulting Software" para Towers Watson en México y responsable de la práctica de Daños; Suárez Tinoco es miembro del Comité de

Solvencia de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, y ha colaborado desde hace 17 años en Seguros Atlas, y Servín Sotres funge hoy como director de Consultoría, Retiro y Finanzas en Mercer, firma dedicada a brindar consultoría estratégica en recursos humanos. Los tres son actuarios de amplia trayectoria en el sector asegurador...

Las Jornadas de Seguro y Reaseguro 2013 se llevarán a cabo en el Club France de la Ciudad de México los días 25 y 26 de septiembre. El programa contiene nueve temas de actualidad e interés para la industria y será ventilado por expertos en sus campos respectivos. Las dos sesiones se llevarán a cabo de las 16:00 a las 20:00 horas. Más detalles puede conocerlos el lector en una nota que por separado se incluye en este número de EL ASEGUADOR...

Grupo Mapfre captó 13,777 millones de euros y obtuvo utilidades del orden de los 456 millones de la misma divisa. Un informe de la corporación indica que América Latina le aportó más de 35 por ciento de las primas de seguro, mientras que Estados Unidos ya le representa 6.2 por ciento en ese renglón. Aún más: el ratio combinado en América Latina -donde se redujo en 5.8 por ciento por menor siniestralidad y disminución de gastos- se ubicó en 95.1 por ciento...

El Foro Regional para Agentes de Seguros y de Fianzas que el periódico EL ASEGUADOR realizará este año en el Poliforum de León, Guanajuato, está a sólo unas cuantas semanas. Es ya la sexta edición del evento que, como en años anteriores, logró conjugar un temario y un cuerpo de conferencistas que dan la certeza de que surgirán ideas prácticas para poner en acción apenas se retorne a casa, tanto en proyectos en marcha como en nuevos...

Si la idea es acudir a la cita que celebraremos del 25 al 27 de septiembre (vea programa en este mismo número) pero están ganando objeciones tales como "no tengo dinero", "no tengo tiempo" y otras de parecida o menor índole, es momento de hacerlas a un lado y tomar la decisión, apagando esas vocecitas que paralizan y evitan impulsar la carrera en ventas, lo mismo como agente o promotor que como ejecutivo de una aseguradora, afianzadora o firma relacionada...

El argumento de que al tercer día de haber escuchado algo se nos ha olvidado ya debe botarse al tacho de la basura. Lo pertinente es anotar, durante el evento o al volver a casa, las ideas clave que pretende uno implementar. A partir de los planes que se tienen, convendrá listar las cosas aprendidas que podrían ayudar a concretarlos; si no se tienen esas metas y planes, habrá que elegir las ideas que permitan establecerlos, así como las cosas por hacer para lograrlos. Nos vemos por allá...

**JORGE GONZÁLEZ**, de A.M. Best, acaba de estar nuevamente en México conociendo a más directivos de las empresas para compartir lo que dicha empresa ha estado haciendo en la región y sobre todo para platicar acerca de la importancia de las calificaciones internacionales, tema alrededor del cual las ase-

## LA PALABRA

Domine las CUATRO VÍAS de comunicación:



### ORAL- QUE DICE NUESTRA VOZ

POTENCIA • CLARIDAD • MATICES • TONOS • INTENCIones • RESPIRACIÓN • DICCIÓN

### VISUAL- QUE REFLEJA NUESTRA CARA Y CUERPO

POSTURA • LENGUAJE FACIAL Y CORPORAL • MOVIMIENTO ASERTIVO

### INTELECTUAL- QUE DECIMOS

IMPROVISACIÓN • ADAPTACIÓN AL RECEPTOR • ESTRUCTURACIÓN • SENTIDO DEL HUMOR

### EMOTIVA- QUE PROYECTAMOS

TRANSMISIÓN DE SENTIMIENTOS • CREDIBILIDAD • EMOTIVIDAD • ENERGÍA COLECTIVA

**PIERDA EL MIEDO, CAUTIVE Y CONVENZA A UNA  
O A MIL PERSONAS. DISFRUTE SER EL FOCO DE ATENCIÓN  
Y...¡SÁLGASE CON LA SUYA!**

 DESDE 1989, SOMOS LOS ESPECIALISTAS.

5662 0111 y 5662 0124

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

Se entrega diploma

guradoras y afianzadoras se están preparando cara a lo dispuesto por la nueva Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas que regirá en este país a partir de 2015...

Una de las inquietudes más comunes es el proceso interactivo de calificación. Éste normalmente toma de 16 a 18 semanas, dependiendo de la época del año en que la empresa entra en la "cola" y el tiempo que toma en poder entregar los datos requeridos. Los pasos incluyen: reunión de contrato para la emisión de una calificación; preparación para la calificación; reunión de calificación; análisis; decisión y comunicación de la calificación; cada una requerirá distintos tiempos hasta completarse de 16 a 18 semanas. González volverá a México a finales de septiembre...

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) anunció que la semana Nacional de Educación Financiera se llevará a cabo en la plancha del Zócalo de la ciudad de México y en sedes de todos los estados, del 23 al 29 de septiembre. El temario incluirá seguros, además de otros servicios...

Respecto a la protección contra las adversidades, hay consenso respecto a que proteger un bien, ya sea un carro, una casa, o prevenir los gastos de una enfermedad son cosas en las que un seguro puede ayudar, pero la realidad es que muy poca gente tiene en cuenta este instrumento. La Encuesta Nacional conocida como ENIF 2012 revela que 22 por ciento de la población cuenta con algún tipo de seguro, 20 por ciento no tiene seguro y desconoce su existencia, 19 por ciento asegura que no lo necesita y sólo 3 por ciento de los seguros es de educación o de retiro...

El Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A.C. (Imesfac) ha lanzado algunos cursos nuevos para el segundo semestre de 2013. **JOSEFINA MAGAÑA**, subdirectora de Atención a clientes (5659 2245, josefina.magana@imesfac.com.mx) cita, para empezar, Pensiones y seguros individuales de Vida "Equity Linked"; Taller guía de inspección de ingeniería; Construcción de notas técnicas de vida individual...

Asimismo, esta entidad educativa dirigida por **LAURA BERMÚDEZ** agrega los cursos denominados Gobierno Corporativo aplicado en las instituciones de seguros y fianzas; Seminario Potenciando nuestro talento; Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas: análisis técnico y financiero (enfoque Solvencia II); Seguros..., entre otros cursos, talleres y seminarios que usualmente organiza tanto para empleados como para fuerza de ventas...

Mapfre Tepeyac acaba de lanzar al mercado mexicano un producto especializado en caninos, orientado a cubrir los gastos médicos veterinarios que puedan necesitarse para restablecer la salud de este tipo de mascotas o para brindarles una protección total en el caso de ataques, robo o extravío. En esta línea, GMX Seguros maneja también, desde hace varios años, un plan que ha promovido de manera constante, con sus particulares características de especialización en Responsabilidad Civil...

**LUIS PAZOS DE LA TORRE**, economista expresidente de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), apunta que muchos izquierdistas de buena fe rechazan todo lo que huele a privatización pero que esa posición beneficia a quienes viven de los monopolios estatales y sindicales...

"Esos vivillos -dice- tratan de ocultar su interés por mantener los privilegios en los monopolios diciendo que todas

las reformas estructurales son privatizadoras. Quienes venden plazas y los miles que reciben sueldos de maestros sin dar clases difunden que la reforma educativa significa privatizar la educación, por el hecho de que obliga a los maestros a tomar un examen y condiciona sus plazas a que demuestren su capacidad para enseñar..."

La palabra privatización es utilizada como el "coco" por los grupos que lucran con los monopolios estatales y sindica-

les. Esos grupos difunden el mito de la privatización para dificultar las reformas necesarias. Los líderes, funcionarios y contratistas privados corruptos que urden negocios a la sombra de los monopolios estatales y privilegios laborales saben que las reformas estructurales reducirán su impunidad y las oportunidades para saquear los recursos públicos, dice Pazos, añadiendo que "por ello se oponen a su aprobación y usan como el espantajo la privatización"...

# NO TE LA JUEGUES...

## MÁS DE 18 AÑOS DE EXPERIENCIA

### LO SIMPLIFICAN TODO TE LO ASEGURAMOS

**OCTUBRE 2013**

**VALOR CONVENIDO**  
CON NOSOTROS TIENES  
SEGURIDAD Y CERTEZA DEL  
VALOR DE TU INVERSIÓN

**ESTAMOS CERCA DE TI**

**Quálitas**

[www.qualitas.com.mx](http://www.qualitas.com.mx)  
[ccq@qualitas.com.mx](mailto:ccq@qualitas.com.mx)

Centro de Contacto Quálitas  
01 800 800 2021



**HDI**  
Seguros

## Hablando De Innovación ... somos seguros

En HDI Seguros, más que ocuparnos en asegurar automóviles, nos preocupamos por las personas que van dentro.

### Beneficios gratis que HDI Seguros ofrece en el seguro de automóviles:

- 0% deducible en caso de robo.
- Servicio de traslado en caso de estado de ebriedad.
- Auto sustituto en caso de que el vehículo asegurado sea llevado al corralón o sufra una avería mayor.
- Gastos médicos por asalto o intento de asalto.

### Garantías sin costo en el seguro de automóvil:

- Garantía de pago en dos días hábiles en caso de pérdida total del vehículo.
- Garantía en reparaciones de hojalatería y pintura de por vida mientras el auto continúe asegurado con HDI.

### Beneficio gratis para el hombre en el seguro de automóvil:

- Encerado del vehículo cuando es reparado en talleres autorizados.

### Beneficios gratis para la mujer en el seguro de automóvil:

- Cirugía estética en caso de lesiones derivadas de un accidente automovilístico.
- Asistencia vial sin límites y reparación de neumáticos.

HDI Seguros forma parte de Talanx, uno de los grupos aseguradores más grandes en Alemania y Europa. Talanx, con sede en la ciudad de Hannover y fundado en 1903, actualmente tiene presencia en 150 países, empleando a más de 22,000 personas a nivel mundial.



## Jornadas de Seguro y Reaseguro de Swiss Re, 25 y 26 de septiembre; se analizarán nueve temas que presentan amenazas y oportunidades

**L**as Jornadas de Seguro y Reaseguro de Swiss Re se realizarán los días 25 y 26 de septiembre, de las 16:00 a las 20:00 horas cada día, en el Club France de la Ciudad de México. La firma, que en este país dirige Richard Schneider, diseñó un programa de interés para profesionales de alto nivel que trabajan en el sector asegurador, y los temas serán desahogados por reconocidos expertos.

Entre los nueve tópicos seleccionados podemos mencionar títulos de ponencias tales como La discapacidad y su repercusión en el ámbito del seguro de Vida, ¿Fianza o seguro de caución?, Actos de terceros malintencionados, Gobierno Corporativo y su efecto en el sector asegurador y Reaseguro: cerrando la brecha en el seguro de personas.

De igual manera, se tocarán materias como pérdida consecuencial: Time Element frente a pérdida de mercado / pérdida de atracción ante un evento catastrófico; primer riesgo absoluto contra relativo: casos prácticos; solución de conflictos: la mediación; los derechos humanos y su impacto en el seguro.

Para tratar el tema de la discapacidad, el ponente será el doctor Javier González Maciel, con Pablo Sáenz, Gregorio Indjejian y Eva María González Pedraza. Los puntos estratégicos, técnicos y legales se dirigen a aclarar el tema de la discapacidad y sus causas, así como la posibilidad de productos de seguro; la suscripción en sujetos con discapacidad y comentarios sobre la selección técnica.

En el tema de la fianza o seguro de Caución, el propósito será mostrar y demostrar las diferencias entre uno y otro. El ponente será el licenciado José Antonio Espinoza. Los panelistas serán los abogados Salvador Pompa, Francisco José López Álvarez, Gerardo Castillo y Luis López Amador. Serán considerados aspectos administrativos y contables; se identificarán alcance y limitaciones legales.

En actos de terceros malintencionados el ponente será el abogado Manuel García Pimentel, con el actuaria Luis Álvarez, el ingeniero Pablo Crain y el licenciado Fernando Ibarra como panelistas. El tema estará enfocado desde el punto de vista legal contra siniestros; además de que serán identificados y comentados productos existentes; así como las limitaciones ante la realidad jurídica y los siniestros ocurridos.

La discusión sobre Gobierno Corporativo y su efecto en el sector asegurador buscará actualizar los principales puntos que atañen a la industria aseguradora desde el punto de vista que observará la normatividad. Con el licenciado Gerardo Fonseca como ponente, se tratará de resaltar los puntos más relevantes que atañen al sector, comparando la ley nueva contra la vigente y analizando también la obligación de cumplimiento de las disposiciones relevantes.

Reaseguro: cerrando la brecha en el seguro de personas será un tópico que ventile Richard Schneider, quien lo hará con la idea de crear conciencia sobre

la brecha de protección que existe en varios mercados de América Latina, con la consecuencia, esperada, de hacer ver el potencial existente para desarrollar nuevos productos y canales de distribución, lo que argumentará con la presentación de resultados de una encuesta practicada en la región sobre la protección ideal y la real para los seguros de Vida y Gastos Médicos.

En el ámbito de la pérdida consecuencial, el ponente será Ricardo Espi-

nosa, con el contador Alfredo Morales, Roberto Quintana y el licenciado José Alberto Solís Marín como panelistas. A través de casos concretos y siniestros reales serán identificadas las principales diferencias y se brindarán recomendaciones de mejora en la suscripción de esta clase de coberturas.

Casos prácticos referidos a primer riesgo absoluto contra relativo será un tema para Edmundo Hernández como ponente y Richard Gross, ingeniero

Pablo Crain y licenciada Patricia Rivera como panelistas. Se busca, a través de identificar problemas reales al ocurrir un siniestro, crear conciencia con miras a mejorar la suscripción.

La mediación en la solución de conflictos será presentada por el maestro Pascual Hernández Mergoldd, director del Centro de Justicia Alternativa, como ponente. Los derechos humanos y su impacto en el seguro es un tema que tratará el doctor Ricardo Sepúlveda.

*Que los niños sólo se  
preocupen por estudiar  
y que los papás no se angustien por  
como pagarán sus estudios profesionales,  
enseñales las ventajas de  
nuestro seguro educacional*

**Dibujando tu futuro**

*El futuro es como te lo imaginas®*

/InsigniaLife  
@InsigniaLife

**Insignia Life**  
La aseguradora de tu vida®

# ¿Qué quieres tú?



**Una conversación con Miguel Ángel Arcique Calderón**

## "DOLENCIAS" DE AGENTES Y PROMOTORES

**Genuario Rojas Mendoza (GRM):** Miguel Ángel, ya como articulista de EL ASEURADOR nos has compartido ideas y vivencias de tus andares por todo México. Antes de entrar en el tema de tu gira, ¿qué "dolencias" detectas entre agentes y promotores, que eventualmente pudieran causar una elevada mortandad en un proceso de transición?

**Miguel Ángel Arcique Calderón (MAAC):** Tres son las dolencias que identifico: ausencia de control financiero, problemas en la transición de la empresa y deficiente preparación para ofrecer servicios de asesoría a clientes y prospectos. Es increíble observar que más del 80 por ciento de los agentes y promotores carecen de sensibilidad financiera ante su negocio. Esa carencia no sólo dificulta el pase de la estafeta a la siguiente gene-

ración, sino que frena las posibilidades de aumentar sus ingresos. Sus decisiones financieras requieren un mayor cuidado en el detalle. Por otro lado, no se está listo para la trascendencia del negocio, resultado de que nadie nos educa para no creer que seremos siempre jóvenes. Esto provoca que personas de edades muy avanzadas quieran seguir siendo las de la última palabra, los protagonistas; tampoco hay una tendencia muy marcada hacia la preparación para ayudar a prospectos y clientes en su toma de decisiones.

Es muy curioso que siendo las promotorías y los agentes de seguros o de fianzas instituciones y personas que venden asesoría, pierdan de vista la educación; un consultor o un asesor se alimenta de conocimientos. Predomina la idea de que ya se sabe todo, lo que da como consecuencia una falta de actualización muy sensible. En algunos casos ni siquiera hay un presupuesto para ese rubro.

## LOS TIPOS DE EMPRESARIOS

**GRM:** Hay quienes trabajan solos: venden un producto o servicio sin el apoyo de una estructura propia. Son ellos mismos el negocio; existen otros que tienen dicha estructura, pero son los únicos generadores del ingreso, y están los que ya dieron pasos institucionales, que pueden enfermar o morir sin que su concepto trascienda. ¿Qué observas en México al respecto?

**MAAC:** Hasta lo que conocemos hoy, coincido con esos modelos. Pero ya también se habla de *ecosistemas empresaria-*

**Genuario Rojas**  
@GenuarioRojas

**A**sus incisantes recorridos por toda la república mexicana dando coaching a promotores y agentes dispuestos a configurar sus carreras con una visión empresarial, Miguel Ángel Arcique Calderón, director general de Capacitación Especializada, añadió recientemente la experiencia de una gira que realizó por España.

El coach empresarial cuya firma se asienta en Irapuato, Guanajuato, no sólo vivió la oportunidad del trato uno a uno con gente del sector, sino también la experiencia de dictar conferencias en distintas ciudades, pláticas a las que él llamó "*La gira No es lo mismo*", con la que pretende recalcar diferencia que introduce la figura del agente cuando éste media entre una entidad y el cliente.

**riales.** Muchos jóvenes están mezclando los tres tipos de empresario mencionados y creando a partir de ellos. Son agentes y promotores que quizás desean tener el negocio, pero también pertenecer a un grupo ecológico, uno musical u otras actividades, todo con un equilibrio de trabajo, vida y familia. Están creando nuevos modelos, para nosotros desconocidos, como el *home office* o la colaboración mundial. Los negocios nacen en algún rincón del mundo pero por la interconexión son globales. No obstante, la pregunta fundamental sigue siendo la misma: "¿Qué quieres tú?". Es vital preguntarse y contestar ese "qué quiero yo" que les hago a mis coucheados.

## ¿SI MUEREN, MUEREN; SI ENFERMAN, ENFERMAN?

**GRM:** En algunas conferencias te escuché decir que difícilmente podremos afirmar que estamos ante un empresario si, cuando éste enferma, enferma su negocio (o, peor aún, cuando muere, muere su negocio). Esto me lleva a preguntarte: ¿cuál es tu diagnóstico de la situación que guardan agentes y promotores al respecto en todo el país?

**(MAAC):** Responde a tiempos. Son momentos del desarrollo en los que se combina el contexto mundial, el nacional, el sector y el empresariado. Hubo épocas en las que para ser agente o promotor se practicaba "la prueba del espejo": si el candidato respiraba, entonces era elegible. Esto dio pie a toda una generación cuyo ciclo está terminando. Quienes rondan los 40, 50, 60, 70 o más lo hicieron de forma intuitiva, afectiva,

emotiva, y construyeron carreras maravillosas, plausibles, exitosas. Pero conforme va cambiando el mundo, el ámbito laboral da lugar a nuevas generaciones que lo experimentan todo de manera diferente. No es algo ni peor ni mejor; sólo se trata de un cambio generacional muy importante.

Así, hoy muchos de aquellos que lo hicieron antes quieren otras cosas y se dedican a su cuidado personal, al deporte, a la educación, a la obra social; pero los menores de 40 años están tomando la estafeta, y aunque traen más técnica y estrategia y más organización, necesitan la inspiración, la emoción que tuvieron los primeros, lo que exige habilidad para lograr que todo encaje correctamente.

## ENTRE EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES

**GRM:** Hablemos del empresario y del emprendedor. Exigen poner en riesgo cosas diferentes. El segundo arriesga lo de otros, y no lo propio, excepto su prestigio profesional. En ese contexto existen aquellos que quieren ser empresarios o que quieren trabajar con un espíritu empresarial. ¿Qué hay en este renglón en suelo nacional?

**MAAC:** Es válido que alguien quiera tener una trayectoria emprendedora, e incluso morir con ella, para dejar al final, como saldo, un capital. Pero querer ser empresario para generar empleo, arriesgando sus recursos, también lo es. Cualquiera que sea la decisión, el empleado emprendedor es fundamental. Si bien no arriesga capital, ni siquiera patrimonio, es muy importante porque comprende al empresario.

**GRM:** Afloran aquí dos conceptos: el espíritu de competencia y el espíritu creativo. El primero pareciera ser producto de una visión de escasez: ir por las mismas canicas que otros buscan, canicas que siempre parecen insuficientes y que propician decisiones orientadas a volumen y no a la ganancia, con graves consecuencias para accionistas, empresas, industria. Se olvida el espíritu creativo. ¿Predomina en los sectores asegurador o afianzador la competencia o la competitividad? ¿Pesa más el espíritu de ir por el cliente y declararse vencedor? ¿Qué está sucediendo? ¿Está cambiando esto ahora que hay empresas de muchas partes del mundo?

**MAAC:** Es una tesis de educación. Somos educados en un ambiente de escasez y no de abundancia. Nos acostumbramos a ese clima desde niños, cuando se nos fustiga para ir por aquello que no tenemos, sin dar gracias por lo que sí tenemos, algo que, por otro lado, no es privativo de nuestra nación. El ser humano tiene una visión de sobrevivencia, de competencia: ganar es el objetivo.

Es vital que agentes, promotores, compañías e incluso autoridades comprendan cuál es su rol y asuman la responsabilidad sin invadir las de los demás. El agente vende asesoría para contratar, administrar, conservar, modificar y hasta para ayudar cuando se presenta el evento previsto en la póliza; los promotores venden desarrollo empresarial, y deben comprender que incluso hay momentos en los cuales deben dejar ir a uno de esos agentes que han transformado... Es cierto que el negocio es colocar pólizas en el mercado, pero habrá que hacerlo cada cual consagrado a lo suyo, donde deben estar presentes sus competencias. Si cada cual asume su papel, dejaremos de invadir los ámbitos de otros

**Es vital que agentes, promotores, compañías e incluso autoridades comprendan cuál es su rol y asuman la responsabilidad sin invadir las de los demás.**

**La educación empresarial es hoy fundamental a nivel de funcionarios, promotores, agentes y autoridad. Esta última para facilitar la trascendencia**

y haremos bien lo que nos toca, y ya no prevalecerá sólo el "yo te quito lo que tienes" por precio. Definir nuestro rol nos hace más productivos y más prósperos.

**LECCIONES DE UNA GIRA POR ESPAÑA**

**GRM:** Recientemente, hiciste una gira por España a la cual titulaste "No es lo mismo". ¿Cuál fue la razón principal de ese viaje?, ¿qué esperabas encontrar y qué encontraste?

**MAAC:** Como mexicanos, nuestra posición geográfica nos lleva naturalmente a establecer alianzas de negocios con colegas de Estados Unidos. Decidí, estratégicamente, enfocar mis baterías a otros lugares del mundo. Curiosamente, las redes sociales me acercaron a Mediator Consulting, firma con asiento en España.

España es un país en el cual tenemos raíces culturales, laborales, coincidencia de lenguaje e incluso retos y perspectivas perfectamente combinables, ambiente en el cual todos podemos sacar lo mejor que nos caracterice. Con esas ideas en mente, establezco relaciones con Mediator Consulting y tomo la decisión de buscar una vinculación.

**Creo que en países como México las asociaciones de agentes, promotores e instituciones podrían trabajar políticamente fuerte. La palabra política espanta todavía un poco, pero no se trata de ser diputado, senador, presidente, sino de influir en tu medio para generar bien común**

Yo volveré en noviembre a España, donde estuve con el propósito de aprender. Allá, el trabajo del agente, llamado *mediador*, no es lo mismo que en México. Quedó claramente establecido que no cabe "pelear" con los diferentes canales, sino simplemente "diferenciar".

**GRM:** ¿Qué lecciones o ideas llamaron más tu atención en esa gira que de alguna manera pudieran servir como fuentes de inspiración o de nuevas ideas para agentes y promotores mexicanos?

**MAAC:** Lo más importante es el concepto *vinculación*. A veces vemos que empresas de distintas partes del mundo llegan a México a tomar una porción del pastel, pero no se da la vinculación de la que hablo. Allá me encontré con que hay cosas que pueden servir a los mexicanos, pero igualmente confirmo que los

mexicanos tenemos cosas que compartir con los españoles.

Esto me lleva a algo que ojalá llegue hasta los oídos de directores de ventas de aseguradoras y afianzadoras que operan en México; de promotores y de todos aquellos que tienen que ver con las convenciones de ventas que realizan en lugares lejanos y exóticos: llama la atención que lleven a 10, 20, 100 de sus mejores productores a nivel nacional y que todo quede en un viaje cultural, de convivencia, de reconocimiento. Creo que se desaprovecha la oportunidad de generar una enseñanza o crear una vinculación a partir de acercarles la posibilidad de mostrarles cómo operan los agentes mediadores (o como se los denomine en ese país sede), labor que demandaría una mañana o una tarde. Incluso se lleva ahora a expositores mexicanos (yo he participado en algunas), en lugar de optar por aprender algo de los profesionales de aquellos lugares.

Esas convenciones podrían ser un gran elemento de vinculación. Hoy cualquier negocio es global. Sería muy útil que se aprovecharan estas convenciones. Yo creo que la palabra fundamental a este respecto es *vinculación*. Servirían no sólo para sorprendernos, sino realmente para vincularnos, para compartir también lo mejor de nosotros y hacer un mundo mejor.

**LOS OBLIGATORIOS Y LA POLÍTICA**

**GRM:** ¿Con qué regresas tú adicionalmente?

**MAAC:** En principio, con la comprensión de los efectos que acarrea la implantación de un seguro obligatorio. Creo que en países como México las asociaciones de agentes, promotores e instituciones podrían trabajar políticamente fuerte. La palabra *política* espanta todavía un poco, pero no se trata de ser diputado, senador, presidente, sino de influir en tu medio para generar bien común.

Tenemos un compromiso político, porque aspectos como la obligatoriedad de algunos tipos de seguros deberían lograr un rápido aterrizaje, ya que cambiarán la realidad nacional. A estas alturas, en España, la obligatoriedad del seguro de Automóviles no es ya un concepto debatible para las nuevas generaciones: el seguro es parte del automóvil, como las llantas o el volante.

Paradójicamente, ese seguro obligatorio vino a ser "el gran veneno" de los mediadores de seguros en España. En el inicio, agentes y aseguradores se vieron beneficiados con llamadas diarias para pedir cotizaciones y cumplir con el requisito, situación que fue muy bien aprovechada. No había internet, tampoco venta directa ni otros canales alternos.

No obstante, después, como ocurre con una dieta mal estructurada, vino el rebote. La venta directa, internet, canales alternos, hicieron que la mediación se quedara esperando, concentrada en seguros de Automóvil y casa ligados a precio, y salió del seguro de Vida (llamado allá *Vida riesgo*). Allá, el seguro de Vida, según dicen, es negocio del banco, pues todo lo ven ligado al crédito). Hoy, cuando la seguridad social se tambalea ante la crisis, muchos saben que

requerirán recursos adicionales, y el seguro de Vida es el gran llamado para hacer evolucionar el mercado asegurador europeo. Pero allá el seguro de Vida no se vende porque le han quitado la parte emocional, y hoy están sedientos de aprender a vender como se vende en México.

**FORO: DESDE EL MISMO CONCEPTO**

**GRM:** El 26 y 27 de septiembre de 2013, con un previo especial el 25, el periódico EL ASEGURADOR realizará su sexto Foro para Agentes de Seguros y Fianzas, concepto en el que primero participaste colaborando en el diseño del programa académico y como conferencista y conductor de alguna reunión especial. Esta vez volverás a intervenir como conferencista. ¿Qué podrían esperar agentes, promotores, ejecutivos... de un evento como éste?

**MAAC:** Pueden encontrar enseñanzas valiosas desde la misma configuración del concepto, que incluye una misión, visión y valores, puestos en claro desde un principio por escrito. Cuando a un proyecto le dedicas tiempo para apuntar por escrito el para qué, hacia dónde se le verá correr, en qué cree, se le dota de un blindaje.

Con todos los aprendizajes naturales derivados de aciertos y fallas, el Foro para Agentes de Seguros y Fianzas de EL ASEGURADOR se ha convertido no sólo en un evento educativo destacado, sino en algo más trascendente: una fiesta en la que todo aquel que acude encuentra sentido.

**TRES CONCLUSIONES**

**GRM:** ¿Qué conclusiones extraerías de esta conversación?

**MAAC:** Que dentro de los sectores asegurador y afianzador, existe la gran necesidad de que cada uno de los actores (compañías, agentes, promotores, autoridad), pugne, como asienta el lema de EL ASEGURADOR, "por una sociedad más y mejor protegida", trascendiendo de la competencia hacia la competitividad, para generar innovación, prosperidad y bien común.

Que la educación empresarial es primordial para cumplir con la sociedad, las expectativas de negocio de las empresas, las metas, la generación de riqueza en todos los sentidos, y, sobre todo, con la trascendencia humana: la educación empresarial es hoy fundamental a nivel de funcionarios, promotores, agentes y autoridad. Esta última para facilitar la trascendencia.

Que aun habiendo un cúmulo de mejores prácticas en lo técnico, todo nos lleva a valorar el hecho de que somos personas y que hay sueños, por lo cual el aspecto humano es un valor que deberíamos cuidar con esmero.

Finalmente, Miguel Ángel Arcíque habla del poder de la gratitud, esa palabra que, dice, es una constante que te acompaña en el camino, que te permite escuchar del amigo señalamientos que sacan lo mejor de uno, amigo que también te acompaña en los momentos duros. Así, expresa su gratitud a la casa editorial que elabora EL ASEGURADOR, integrada por personas con las cuales ha compartido visión y experiencias en un clima de confianza y oportunidades.



Te invita a:

**NUEVO PENSIONES Y SEGUROS INDIVIDUALES DE VIDA EQUITY LINKED**

Inicio: Agosto 21  
Otorga 10 Horas de Educación Continua (HECSE)  
avaladas por el CONAC  
Impartido por el Act. Jorge Rendón

**DIPLOMADO TÉCNICO EN SEGUROS, FASE II**  
Inicio: Agosto 16

**NUEVO TALLER GUÍA DE INSPECCIÓN DE INGENIERÍA**  
Inicio: Septiembre 9

**NUEVO TALLER CONSTRUCCIÓN DE NOTAS TÉCNICAS VIDA INDIVIDUAL**  
Inicio: Septiembre 20

**NUEVO HERRAMIENTAS PARA LA INSTRUMENTACIÓN DE LA LEY DE SEGUROS Y FIANZAS (Curso de Autoestudio por Internet)**

- Gobierno Corporativo
- Estrategia de Riesgo
- ORSA
- Calidad de la Información

**NUEVO CURSO GOBIERNO CORPORATIVO APlicado en las INSTITUCIONES DE SEGUROS Y FIANZAS**  
Inicio: Octubre 7

Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A.C.  
Vicente Guerrero No. 140  
Col. Del Carmen Coyoacán  
04100 México, D.F.  
josefina.magana@imesfac.com.mx  
claudia.murcia@imesfac.com.mx

Tels. 5659-2245, 5659-6513  
5659-0783 Fax: 5659-7675  
[www.imesfac.com.mx](http://www.imesfac.com.mx)

# VI Foro Regional para Agentes de Seguros y

26 y 27 de septiembre | Poliforum, León, Gto.

■ PROGRAMA  
Sujeto a cambios

Entendiendo tu entorno,  
tu negocio y tu pasión

## Tu Entorno



GABRIEL GUERRA  
CASTELLANOS  
Analista político  
y económico

Perspectiva económica y política de México  
¿Dónde estamos haciendo negocios?

## Tu Pasión



KARLA  
WHEELOCK  
Alpinista mexicana que  
conquistó la cumbre

Alcanzando tu Cumbre



GUY  
BAKER  
Presidente de la  
MDRT 2010



¿Por qué la gente compra?

## ■ PATROCINADORES



BANORTE - GENERALI  
SEGUROS



HDI  
Seguros

Insignia Life  
seguros de vida

primero  
fianzas



ASERTA  
ASESORAMIENTO  
IMEFAC



General  
de Seguros

General  
de Salud



Prevem  
seguros

ARGOS  
EGON  
SEGUROS

## Tu Negocio



MARÍA DE LOS  
ÁNGELES YÁÑEZ  
AMIS

Panorama de la distribución de  
seguros en México



ARTURO  
BRIZIO  
Ex-árbitro profesional  
y analista deportivo

Servicio a profundidad



CARLOS  
ALAZRAKI  
Publicista

El consumidor, un ser inteligente



MIGUEL ÁNGEL  
ARCIQUE  
Coach empresarial

Las 3 caras del Asesor



FAICO  
HERRERO  
Consultor de empresas  
de Asesores de seguros



El jardín del vecino ¿es más verde?  
/ Comparativo del sector México-España



## AIG y Promobroker efectuaron su primera planeación estratégica tras signar su alianza



AIG da cordial bienvenida a Promobroker para trabajar en conjunto

Presentan productos importantes

**E**l 17 de julio se llevó a cabo un desayuno en el Centro Asturiano de la Ciudad de México, en el que AIG Seguros México recibió a varios Agentes de Promobroker para celebrar la planeación de la estrategia comercial en la que se alinearán con esta alianza y a la que José Luis Navarrete, Subdirector de Ventas Agentes, ofreció una cordial bienvenida.

El ingeniero César Leal, Director General de Promobroker Agente de Seguros y de Fianzas, agradeció a AIG y recalcó el papel trascendental que juega la misma por ser una empresa estratégica para el desarrollo de sus agentes concordando en aspectos fundamentales para lograr esta alianza como lo son las herramientas, el tiempo de

respuesta y el software por mencionar algunos.

Posteriormente, Jorge Sosa Villa-real, Director Nacional de Ventas, reiteró el compromiso de la compañía al estar más cerca de sus Agentes y atender las necesidades que el mercado requiere, para así ofrecer un modelo especializado en negocios de seguros que es lo que caracteriza y distingue a AIG.

Finalmente, funcionarios de AIG mostraron los beneficios de algunos productos de las diferentes líneas como Cyber Edge, Autos, Accidentes Personales, Travel Guard y Transporte, resaltando que AIG cuenta con productos especializados para cubrir las diferentes necesidades de sus clientes.





# MetLife lleva a cabo en Puerto Rico

**M**etLife realizó del 14 al 18 de julio del año en curso su Convención Estelar 2013, en San Juan, Puerto Rico.

Carmina Abad, Directora General de MetLife México, acompañada de Marcelo Hernández, Director Ejecutivo de Negocio Privado y Salvador Gómez, Director Comercial de Negocio Individual Privado, felicitaron a los campeones por su entrega, profesionalismo y por los resultados que aportan a la organización, así mismo los exhortaron a que continúen con los altos niveles de producción, y de esa manera, sigan formando parte de estos incentivos.

Los Convencionistas realizaron diversas actividades recreativas, entre ellas, visitaron El Fuerte, Bacardi, El Viejo San Juan y gozaron de una gama de restaurantes con alto nivel culinario como Marmalade, El Convento, Casa Lola entre otros. Como parte del programa también tuvieron la oportunidad de vivir experiencias típicas de Puerto Rico como Toro Verde o un maravilloso paseo por Catamarán.

La cena de clausura fue galardonada por Carmina Abad, Directora General de MetLife México quién compartió con los ganadores su éxito.

Un acontecimiento importante que sin duda marcó una diferencia en el reconocimiento que MetLife hace a su fuerza de ventas fue que este año por primera vez se llevó a cabo, del 18 al 21 de Julio, en Miami la Convención PRIME creada para los 9 agentes y promotores con mayor producción en el año.

Salvador Gómez, Director Comercial de Negocio Individual Privado felicitó a los asistentes por formar parte de este selecto grupo.

Fue una experiencia única, expresaron los convencionistas.



**La Convención fue presidida por Marcelo Hernández Diez, Director Ejecutivo de Negocio Privado.**



# MetLife celebra su Convención Estelar 2013



**MetLife®**

¡ 300 mil !  
lesionados atendidos



Acapulco / Aguascalientes / Atotonilco el Alto / Cárdenas / Cd. Delicias / Cd. Juárez / Celaya / Chalco / Chihuahua / Chilpancingo / Ciudad de México y Área Metropolitana / Ciudad Valles / Coatzacoalcos / Colima / Córdoba / Cuernavaca / Culiacán / Durango / Ensenada / Guadalajara / Guanajuato / Hermosillo / Iguala / Irapuato / Ixtapaluca / León / Mérida / Mexicali / Minatitlán / Monterrey / Morelia / Oaxaca / Orizaba / Pachuca / Poza Rica / Puebla / Puerto Vallarta / Querétaro / Reynosa / Salamanca / Saltillo / San Luis Potosí / San Nicolás de los Garza / Tampico / Tapachula / Tehuacán / Tehuantepec / Tepic / Tepotzotlán / Texcoco / Tijuana / Tlajomulco / Tlaxcala / Toluca / Torreón / Tula / Tuxtla Gutiérrez / Veracruz / Villahermosa / Xalapa / Zacatecas / Zapopan

**Somos especialistas en el tratamiento de cualquier tipo de lesión**

CONTACTO: 01800 3 MEDICA

6 3 3 4 2 2

(55) 5514 4700 (55) 5525 2000  
[info@medicavial.com.mx](mailto:info@medicavial.com.mx)

# Fianzas | León 2013

## ASISTENCIAS

Pase Oro	\$1,500
Acceso día 26 de septiembre	
Antes del 31 de agosto: \$1,400	
Pase Diamante	\$2,500
Acceso días 26 y 27 de septiembre	
Antes del 31 de agosto: \$2,300	
<40 + pase diamante	\$3,000
Pregunte por pases grupales	
FORMAS DE PAGO	
Depósito bancario (Cuenta) PEA COMUNICACIÓN, S. DE R.L. DE C.V.	
Santander: 92-00078018-8	
Banorte: 0521072926	
Transferencia bancaria (Clabe)	
Santander: 014180920007801887	
Banorte: 072180005210729260	
Pago con tarjeta de crédito	
Sólo Visa o Master Card	



# 6º FORO para agentes de seguros y fianzas

Expo Negocios  
El Asegurador®

26 y 27 de septiembre  
Poliforum, León, Gto.

Reserva tu lugar ahora mismo

Tels. 3626 0495  
3626 0498  
5440 7830  
01800 821 9393

eventos@elasegurador.com.mx  
msolis@elasegurador.com.mx



@elasegurador



ElAsegurador

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

PATROCINIOS Y STANDS:  
[lauraislas@elasegurador.com.mx](mailto:lauraislas@elasegurador.com.mx)

## ¿Tienes 40 años o menos?

■ POR PRIMERA VEZ Programa para futuros líderes de la intermediación

25  
SEPTIEMBRE

16:00 Luis Cardona: Sucesión en la empresa, un enfoque tanatológico

17:00 Miguel Ángel Arcique: La nueva imagen del agente de seguros

18:00 César Rojas: Seguro, una pasión con altos estándares

FUTURO  
SEGURO  
< 40

\$900

# Pedro Pacheco, nuevo presidente del Colegio de Actuarios, percibe el inicio de una época de oro para la actuaria



*El reto, que el gremio participe activamente y con compromiso en todo lo relacionado con la revisión de la regulación secundaria*

Luis Adrián  
Vázquez Moreno  
*@pea\_lavm*

**L**a profesión actuarial hoy tiene una fuerte influencia en distintos rubros del sector financiero, y no se diga en el sector asegurador. Con la nueva Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF), sin duda el papel del actuario será protagónico para asegurar la adecuada operación del modelo de Solvencia II e influir en las decisiones del llamado Gobierno Corporativo. En síntesis, hoy se inicia una época de oro en la que la profesión deberá actuar a la altura de las circunstancias.

De esta manera se expresó Pedro Pacheco, nuevo presidente del Colegio Nacional de Actuarios (CNA) a lo largo de la entrevista que concedió a EL ASEGUADOR, en la cual habló en torno de los desafíos que tiene el actuario ahora con la nueva LISF, así como de los retos personales de su encomienda al frente de este órgano colegiado.

En las décadas más recientes, la actuaria en México ha cobrado un papel muy importante en distintas esferas del sector financiero. En seguros pareciera que la influencia del conocimiento actuarial incluso va más allá de su perfil natural, pues incursiona en actividades propias de otras áreas, como la adminis-

tración de riesgos, dirección de ventas, mercadotecnia, alta dirección, reaseguro, finanzas o demografía, por citar sólo algunas. ¿En qué se ha convertido hoy la profesión del actuario (en sentido positivo) y en qué campo (considerando todos aquellos en los que hoy participa) se requiere su mayor concentración?, preguntó quien esto escribe.

A ello respondió así el nuevo presidente del CNA: Creo que el desarrollo que ha tenido la profesión actuarial cada vez es más relevante no sólo por las posiciones que va escalando en la industria, sino por la influencia que ejerce en cada una de ellas.

Si hiciéramos un resumen, podríamos ver que anteriormente teníamos la enciencia interna del cálculo de reservas y el desarrollo de productos. Luego empezaron los procesos, auditorías actariales y revisión interna; y, en la medida en que ha transcurrido el tiempo, la actuaria cada vez más va teniendo relevancia dentro del proceso de control de las aseguradoras, y poco a poco su presencia es mayor.

Y lo será más ahora con los cambios de la nueva LISF, hecho que va de la mano con la paulatina implantación de aspectos de administración de riesgos que fortalezcan la parte de toma de decisiones de las empresas. En tal sentido, vislumbro que la función actuarial cobrará relevancia inusitada y

tendrá una influencia cada vez más determinante en los órganos de toma de decisiones y consejo de administración que la nueva ley llama Gobierno Corporativo.

La gran tarea para el gremio actuarial estriba en cumplir la enorme expectativa que el seguro tiene respecto de nuestra participación, que, aunque se advierte protagónica, ha de compartir con otros profesionales el reto de revisar con compromiso y enfoque agudo lo relativo a la regulación secundaria y garantizar su sana operación una vez que ésta entre en vigor. Esto no sólo será compromiso de los actuarios, sino de todas las disciplinas que interactuamos en esta industria.

**LAVM: ¿En qué actividades deberán fijar su atención los actuarios a fin de asegurar que ese camino que finalmente se plantee logre recorrerse con la certeza de que lo que se logre a partir de ello marcará un antes y un después en la industria aseguradora?**

► **PP:** En realidad son muchos los campos, porque a fin de cuentas cada uno afecta a las diferentes partes. En materia de estadística, por ejemplo, es obligación de los actuarios desarrollar elementos

estadísticos que ayuden a soportar adecuadamente la toma de decisiones en todos los sentidos con los modelos. Estamos muy cerca de lograrlo y creemos que simplemente ese aporte hará la diferencia.

Esto es multidisciplinario, porque los que estamos ligados a la parte técnica debemos caminar de la mano con los que llevan la parte contractual y de operación. El Gobierno Corporativo es un mundo distinto que formaliza muchos temas.

**LAVM: ¿Así de versátil es la profesión?**

► **PP:** Es una carrera de muchos campos. Seguros y Pensiones son los sectores en donde tradicionalmente el actuario ha tenido mucha presencia, pero hoy este profesional participa en temas de estadística, finanzas, demografía y en particular en seguros. Si bien el actuario tiene sus funciones muy claras en cuanto al manejo de cálculo de reservas y desarrollo de productos, hoy en materia de administración de riesgos se abre un campo muy amplio, distinto, en donde este especialista se tiene que relacionar íntimamente con muchas disciplinas con la intención de tratar de implementar toda una serie de controles y proyecciones que hoy se exigen y que se exigirán aún más.

Lo más importante en nuestros días es que el actuario tiene la oportunidad de interactuar con otros especialistas para revisar lo que ya está plasmado en la nueva Ley de Seguros y de Fianzas. Yo creo que es muy importante un comentario de los abogados y de los contadores en todo este proceso, y sobre todo considero muy válido que los resultados de esta consulta sean multidisciplinarios. Pero quiero resaltar que el órgano especializado para el manejo de los temas de seguros es la Asociación Mexicana de Actuarios (AMA).

**LAVM: ¿Qué desafío tiene como presidente del CNA?**

► **PP:** Todo lo relacionado con la LISF, y en ello vamos de la mano con la AMA. En cuanto al Colegio, buscaré integrar diferentes secciones de la práctica profesional, hacer presencia en universidades (actualmente la carrera se imparte en 19 instituciones), fortalecer la comunicación y hacerla eficiente, así como difundir logros profesionales.

Considero que es una oportunidad de oro la que estamos viviendo, y tenemos la obligación de vivirla con responsabilidad y compromiso. El actuario debe ser proactivo. En todos los cambios hay una gran oportunidad de fortalecer la presencia y de remarcar nuestra influencia en distintos ramos. Nuestra voz debe escucharse y tenemos que procurar que sea más fuerte nuestra preparación.

## CHARLEMOS SEGUROS



Alfredo González  
algonbe@hotmail.com  
@risk\_mr

El sector asegurador, como prácticamente todas las industrias de México y el mundo dadas las exigencias de productividad y crecimiento, busca la contribución de colaboradores con perfiles técnicos y humanos que faciliten cumplir con las exigentes metas que cada organización establece.

Pareciera, en principio, que la experiencia y los conocimientos dentro del campo de dominio en específico serían los factores, si no los únicos, sí los más importantes por tomar en cuenta para salir triunfante de una entrevista de trabajo.

Según la experiencia de Antonieta Treviño, socia directora de la firma Creo Services, hoy es de gran utilidad "dejar de lado las apariencias y la seguridad de reunir las características del perfil" y fomentar, en cambio, la autenticidad y seguridad en sí mismo. Tales factores, explica, cada vez son más apreciados para quien busca reclutar un ejecutivo en el sector asegurador".

Antonieta Treviño, experta en localización de ejecutivos desde hace más de 10 años, entabló una charla con EL ASEGUADOR y en ella explicó que es muy importante que el candidato conozca bien sus fortalezas y sea muy concreto respecto de los logros obtenidos a lo largo de su trayectoria profesional. De esa manera logrará centrar la atención de su entrevistador en los puntos de mayor relevancia de su trayectoria y habilidades, algo que evitará que el reclutador se pierda en un mundo de información que pudiera causar su desinterés.

Por ejemplo, si el candidato va a calificar para ocupar una posición de director de Ventas, debe conocer perfectamente cuál es el presupuesto que tuvo asignado así como su nivel de cumplimiento. La clave es tener los números siempre al tanto. Otro aspecto fundamental es siempre poder demostrar las capacidades que fueron plasmadas en un currículum; ya que, si el candidato manifiesta en el documento que es capaz de hablar inglés y al momento de la entrevista no puede demostrarlo, el efecto es siempre contraproducente.

Hoy las compañías aseguradoras buscan candidatos cuyas competencias y habilidades directivas se acerquen mucho al perfil del puesto requerido. Destaco: competencias y habilidades, para lo cual es muy importante siempre tomar en cuenta la opinión, además del área de Recursos Humanos, del área que está solicitando la vacante, quienes finalmente conocen mejor las actividades que debe

# Autenticidad y seguridad, claves principales para tener éxito en una entrevista de trabajo

realizar la persona que se va a contratar, es decir, se busca que las competencias del candidato ematen con el perfil requerido en la descripción del puesto para que no existan diferencias de opinión entre las áreas de RH y el jefe de la posición.

Finalmente, la socia de Creo Services, nos dice cuáles son, desde su punto de vista, algunos de los factores críticos para tomar la decisión de contratar un candidato para una posición ejecutiva.

- 1 Que cubra las características del perfil del puesto.
- 2 Que demuestre su experiencia y capacidades en la entrevista personal.
- 3 En posiciones ejecutivas es valioso evaluar al candidato a través de Assessment Center o diversos exámenes diseñados para ello.
- 4 Que el candidato posea una alta ética ejecutiva así como valores humanos. Debe destacar entre ellos la honestidad.

Hay que recordar también que en el mercado asegurador actual, al igual que en muchas otras industrias, se ha dado a últimas fechas un fenómeno creciente de movilidad del personal ejecutivo, por lo que el candidato a un puesto de ese nivel generalmente tiene que considerar esa posibilidad y estar dispuesto a cambiar de domicilio, de ciudad o incluso de país si las necesidades de la corporación para la que colaborará así lo requieren.

## Congreso 2013 ERM y BCM GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS Y CONTINUIDAD DE OPERACIONES

México, D.F. 3 - 4 de Octubre



Lance J. Ewing - Líder, IPG, Hospitality & Leisure, AIG

¿Aún Confundido? ¿Cómo los Profesionales de Riesgos saben que están haciendo las cosas correctas?



Greg Pinchbeck - Citigroup - Director/Global head Continuity of Business Global Consumer O&T

El Desafío de la Gestión de Programas de Resiliencia para Toda la Empresa

Avanzando en los Programas de Resiliencia



Grace M. Crickette - (RIMS) - Senior Vice President and Chief Risk and Compliance Officer, AAA NCU

Cibernética, la Nueva Frontera

Cambio Duradero

Panel, Lecciones Aprendidas



Enrique Guevara - Director General CENAPRED

CENAPRED y la Gestión Integral de Riesgos



Recaredo Arias - Director General AMIS

Mesa Redonda: Situación Actual del Mercado de Seguros 2013: Estado de la Industria

Panel, Lecciones Aprendidas



Leonardo Constantino - Inspector General Sección Gestión de Riesgos, Condado de Los Ángeles

ERM en la Práctica – Gestión Integral de Riesgos en el Condado de Los Angeles, CA



Laura Becerril - Subdirector de Financiamiento

Riesgos, Nacional Monte de Piedad

Mejora Continua en Administración de Riesgos y Seguros



Martin Barbosa - Administrador de Riesgos, Grupo Comex

Tips de Coberturas de Seguros que Todo Profesional de Riesgos Necesita Conocer

Mesa Redonda: Situación Actual del Mercado de Seguros 2013: Estado de la Industria



Yvette K. Connor - ARM, Managing Director, 3D National Practice, Marsh

Excelencia en Administración de Riesgos 10



Li Cheng - Director North American Insurance Ratings, Standard & Poor's

ERM en un Ambiente en Constante Cambio



Mary Gardner - Chief Risk Officer VP of Business Resilience, Zurich Services of the Americas

¿Cómo diseñar y ejecutar un ejercicio de escenario de crisis?



Rolando Rivera - Vice President - Senior Originator Food & Agriculture, Swiss Re

La seguridad alimentaria y el papel del seguro agrícola



Víctor M. Herrera - Director General Standard & Poor's México

Mesa Redonda: Situación Actual del Mercado de Seguros 2013: Estado de la Industria



Jorge Escalera - Director Risk México

Taller: Desarrollando un BCP/DRP para tu Organización, con base en las 10 Prácticas Profesionales del DRII



Iván Palomares - Director general de SIP Asesores en Riesgos

Tips de Coberturas de Seguros que Todo Profesional de Riesgos Necesita Conocer

### SEDE DEL EVENTO

México, DF - WTC  
Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones  
CIUDAD DE MÉXICO

### FECHA DEL EVENTO

3 y 4 de Octubre, 2013

### REGISTRO

[www.riskmexico.com/congreso](http://www.riskmexico.com/congreso)

### MAYOR INFORMACIÓN

Tel. (81) 8676.3401 y 04

[congreso@riskmexico.com](mailto:congreso@riskmexico.com)

#### PATROCINADORES

##### PLATINO



##### ORO

Swiss Re  
Corporate Solutions



##### PLATA



##### INSTITUCIONALES



UN EVENTO DE RISK MÉXICO

# El día después...

En el pasado se consideraba que los accidentes vehiculares eran sucesos eventuales o aleatorios que ocurrían como consecuencia inevitable de las actividades del transporte. Más aún, el término accidente puede sugerirnos la connotación de inevitabilidad, es decir, de suceso imposible de controlar. Sin embargo, a partir de la década de 1960, la concepción que se tenía de los accidentes cambió, y éstos pasaron a ser reconocidos como sucesos prevenibles. "Los traumatismos causados por el tránsito se pueden prevenir y predecir en gran medida; se trata de un problema causado por el ser humano que cabe someter a un análisis racional y a la aplicación de medidas correctivas", revela un estudio recientemente publicado por Fundación Mapfre.

Es en esta nueva perspectiva del fenómeno –centrada en la prevención– en la que emerge el concepto de seguridad vial, con el que se hace referencia, entre otras cosas, a los factores involucrados en un accidente de tráfico: factor humano, mecánico y del entorno. Así, aparecen campañas que promueven por ejemplo el uso de cinturones de seguridad y de sistemas de retención infantil y se fomentan mejoras en los neumáticos y el chasis y en las condiciones del asfalto o la señalización de las carreteras.

En el análisis de Fundación Mapfre se pone en evidencia que un accidente de tráfico no sólo significa pérdidas económicas para el Estado y la sociedad en su conjunto, sino también acarrea un problema de salud pública y atención sanitaria. Obviamente, un accidente no extiende sus daños sólo a quienes se ven implicados directamente en él. Además, las consecuencias de un siniestro vial van más allá de lo que representan las estadísticas que se difunden; y un escollo adicional son las barreras a las que se enfrentan las víctimas (o sus familiares) que buscan atención en las distintas instituciones involucradas. Éste es, en síntesis, el desalentador panorama que padecerán los implicados en un accidente vial un día después de la ocurrencia del siniestro.

Las barreras dificultan la relación de los afectados con las diferentes instituciones y determinan las malas experiencias de éstos tras el accidente de tráfico. Pueden surgir de siete organismos: los servicios médicos, cuerpos de seguridad, centros de rehabilitación médica, abogados privados, sistema judicial, compañías de seguros y clínicas de atención psicológica.

Se han identificado asimismo tres tipos de víctimas: las indirectas con un familiar fallecido, las indirectas de familiar dependiente de tercera persona y las directas con dependencia de tercera persona.

La investigación cita vivencias que las víctimas han tenido en su relación con la esfera pública tras la ocurren-

**Tabla 6. Barreras identificadas por víctimas indirectas de familiar dependiente de tercera persona**

Barreras			
Servicios Médicos	Información Lenguaje/comunicación Trato personal	Abogados	Aptitud profesional
Cuerpos de Seguridad	No se ha identificado ninguna	Sistema Judicial	Sentencias En el juicio: todo vale
Rehabilitación médica	Implicación profesional Información Cobertura Medios técnicos Burocracia-trámites	Compañías de Seguros	Confianza
		Atención psicológica	Coordinación institucional

**Perspectivas de las víctimas después de un accidente de tránsito**

cia de un accidente de tránsito. Todo desde un punto de vista sociológico. No se debe olvidar que los familiares siguen siendo víctimas, pues son personas que sufren daño tras el siniestro, si no de forma directa en sus cuerpos, sí en sus allegados, en sus intereses. Son ellos quienes después del siniestro se ven enfrentados a una serie de negociaciones con distintos ámbitos de la esfera pública (sanidad, justicia, trabajo, compañías de seguros, etcétera).

## Características generales de las víctimas

Hay una serie de similitudes o coincidencias en la experiencia vital de las víctimas de un accidente vial grave. Tal convergencia provoca el inicio de seis procesos comunes al conjunto de los implicados. Estos procesos son: cambio familiar profundo, falta de información, simultaneidad aguda de obligaciones, cambio en la concepción del tiempo, cambio en la percepción de los accidentes de tránsito e invisibilidad social.

1 El cambio familiar profundo da cuenta de aquellas situaciones de carácter inmediato y evidente que inciden profundamente en los vínculos familiares. Se inicia un proceso de duelo mediante el cual

**Tabla 8. Barreras identificadas por víctimas directas con dependencia de tercera persona**

Barreras			
Servicios Médicos	Medios técnicos Aptitud profesional Información Trato personal	Abogados	Información Ética
Cuerpos de Seguridad	Trato personal	Sistema Judicial	Tiempo de actuación En el juicio: todo vale Lenguaje/comunicación Diferencias socioeconómicas Trato personal
Rehabilitación médica	Coordinación institucional Cobertura Medios técnicos Trato personal	Compañías de Seguros	Confianza Baremo
		Atención psicológica	No se ha identificado ninguna

se asume progresivamente lo ocurrido.

2 La falta de información surge de la percepción subjetiva de los informantes afectados por accidentes de tráfico y sus familiares, que de forma reiterativa y enfática manifiestan descontento en su relación con la esfera pública debido a la escasez de información.

3 La simultaneidad aguda de obligaciones es un concepto que tiene que ver con la sincronía de gestiones que deben resolverse con distintas instituciones durante un tiempo que se intuye indeterminado;

nado; lo agudo o intenso se refiere a lo farragoso de cada uno de los trámites y al carácter obligatorio que tiene cada procedimiento.

4 Cambio en la concepción del tiempo. Las consecuencias que un accidente de tráfico desencadena en un proceso de duelo suponen también un giro respecto a las prioridades que las personas afectadas asumen en algunos aspectos de su vida, y llegan a modificar incluso, su visión del mundo.

5 Cambio en la percepción de los accidentes viales. Esto se refiere a que la percepción social de los accidentes de tráfico también se modifica tras la vivencia del siniestro. Se caracteriza por que las víctimas exhiben un alto grado de conciencia individual al respecto, por la modificación de sus propias conductas y por el énfasis que ponen en la difusión mediática de las repercusiones del suceso.

6 La invisibilidad social es el sentimiento que se arraiga en las víctimas ante la exigua entrega de información por parte de las instituciones intervinientes. La información no fluye en cantidad ni en calidad ni a tiempo). Se padece este sentimiento cuando las personas consideran que no han tenido voz en las horas posteriores al accidente, lo que las lleva a acusar de indolente a la sociedad, pues están convencidas de que su situación es de interés colectivo.

**Tabla 4. Barreras identificadas por víctimas indirectas de familiar fallecido**

Barreras			
Servicios Médicos	Tiempo de actuación Burocracia-trámites Normas Información Aptitud profesional Trato personal	Sistema Judicial	Indemnización Aptitud profesional Sentencias Tiempo de actuación Trato personal En el juicio: todo vale Lenguaje/comunicación
Cuerpos de Seguridad	Medios técnicos Información Trato personal Aptitud profesional	Compañías de Seguros	Confianza Utilidades económicas Baremo utilizado Lenguaje/comunicación Burocracia-trámites Acuerdo extrajudicial
Abogados	Intereses Aptitud profesional Lenguaje/comunicación	Atención psicológica	Disponibilidad Utilidad

## Conclusiones

- Las mejoras en la atención a las víctimas de accidentes con graves consecuencias deben plantearse desde una perspectiva más exhaustiva; debe tenerse en cuenta que existen necesidades distintas y que no puede aplicarse un único modelo de atención.
- Las instituciones trabajan por separado para responder a las necesidades de las víctimas de accidentes ocurridos en carretera. Al efectuar sus quehaceres el día después, las instituciones constituyentes de la esfera pública operan entre sí de forma independiente, fijando objetivos fragmentados. Realizan su trabajo sin mirar más allá de las consecuencias específicas que tienen que afrontar.
- Todas las víctimas de accidentes de tráfico afrontan una simultaneidad aguda de obligaciones. Quienes sufren un accidente deben cumplir con una serie de gestiones burocráticas para acceder a la atención institucional relacionada con el siniestro. Es lo que se conoce comúnmente como "papeleo": el conjunto de certificados, permisos y documentos que avalan las pérdidas materiales o humanas como consecuencia del siniestro. Estos trámites se producen a la vez, de forma sincrónica, con la importancia y particularidad que cada uno conlleva. Cada víctima debe asumir una gran implicación para conseguir resolverlos dado el carácter obligatorio que la mayoría de estos procedimientos tiene.
- La esfera privada de la familia se ve afectada de forma permanente por un accidente de tráfico con graves consecuencias. Un accidente en carretera destaca por producirse de forma espontánea y conlleva una serie de consecuencias personales y materiales inesperadas no sólo para la víctima que lo sufre de manera directa, sino también para las personas más cercanas a ella, como puede ser su familia, amigos. Y no hay que olvidar que, si la víctima directa queda en situación de dependencia, los gastos económicos en relación con sus necesidades aumentan en cantidad y se hacen extensibles en el tiempo.
- Tras el accidente de tráfico, todas las víctimas cambian su visión sobre el significado del fenómeno, volviéndose más conscientes de él. Los efectos del accidente generan un cambio en la mente de las víctimas, respecto a las secuelas que produce un siniestro e incluso en la valoración de su propia vida. La experiencia de los momentos posteriores al accidente afecta también psicológicamente a cada una de las víctimas, lo que repercute en el sistema familiar.
- Las víctimas de un accidente vial se encuentran insatisfechas con la respuesta que las instituciones les entregan el día después del accidente. Se ha comprobado que los afectados por accidentes de carretera se encuentran, en general, insatisfechos con la atención brin-

dada por parte de las instituciones intervenientes durante el día después.

- Respecto a las víctimas directas que quedan en situación de dependencia, se produce un deterioro progresivo de la atención sanitaria. Como se ha advertido, no comparten la misma suerte las víctimas de accidentes de tráfico con graves consecuencias. Dependiendo del grado de daño producido, si es muy alto o si es fatal, establecerán una serie de vínculos con las instituciones de la esfera pública.
- La experiencia del día después está marcada por lo que se conoce

como desesperanza aprendida. Es una reacción que se desata ante la actuación de todos los organismos intervenientes. Tras las vivencias posteriores al siniestro, la sensación que mantienen las víctimas respecto a la respuesta de las instituciones el día después del accidente de tráfico sigue siendo de insatisfacción.

- Para las víctimas de accidentes es prioritario instalar en la agenda pública todo lo relacionado con la educación vial.
- Las víctimas de accidentes de autos coinciden en que los medios de comunicación no dan cuenta adecuadamente de la problemática

ca de los accidentes en carretera. Consideran que no proporcionan la cobertura que un suceso tan grave merece; y que dentro del escueto espacio que les dedican, los tratan como simples estadísticas.

- Las redes sociales de las víctimas de siniestros viales contribuyen a mitigar los déficits en las respuestas ofrecidas por los agentes de la esfera pública. La atención de las instituciones de la esfera pública que intervienen durante el día después en los accidentes de tráfico tiene, a juicio de las víctimas, una serie de carencias importantes.



**XXXIV Conferencia Hemisférica de Seguros  
FIDES 2013  
GUATEMALA**

**La Antigua Guatemala será la sede de la XXXIV Conferencia Hemisférica de Seguros, a la cual invita la Federación Interamericana de Empresas de Seguros - FIDES, del 10 al 13 de noviembre de 2013.**

**Se espera la participación de cerca de 1,100 ejecutivos de Empresas de Seguros y Reaseguros en representación de más de 250 empresas y de 33 países.**

**Programa e Inscripciones:** [www.fides2013.com](http://www.fides2013.com)  
**Información:** [secretaria@fides2013.com](mailto:secretaria@fides2013.com)






**XXXIV Conferencia Hemisférica de Seguros FIDES 2013  
Guatemala, 10 al 13 de noviembre de 2013**

**Convoca:**



**FIDES**  
Federación Interamericana  
de Empresas de Seguros

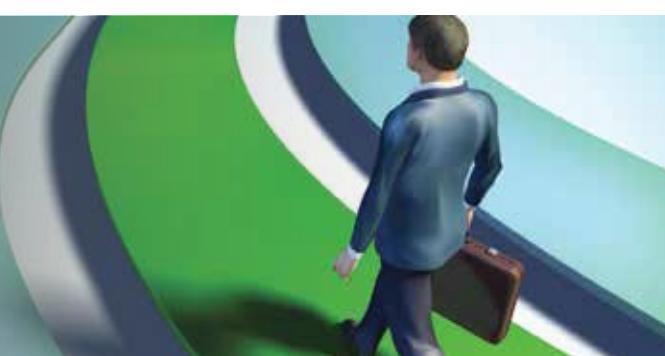
**Organiza:**



AGIS  
ASOCIACIÓN GUATEMALTECA  
DE INSTITUCIONES DE SEGUROS

# Amasfac

## Próximos Eventos AMASFAC



### SECCIÓN GUADALAJARA 15 DE AGOSTO

#### RETOS Y EXPECTATIVAS UNA HISTORIA DE ÉXITO TRAS 5 AÑOS EN EL SECTOR ASEGUADOR EN MÉXICO

Expositor: Xavier de Bellefon • CEO, AXA México  
Lugar: Club de Industriales • Hora: 08:00 a 11:00

**Informes:** (33) 3344-3580  
E-mail: coordinacion@amasfacguadalajara.com.mx

### SECCIÓN MONTERREY 15 DE AGOSTO

#### PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE INSTITUCIONES DE SEGUROS Y FIANZAS

Expositor: Lic. Manuel Aguilera Verduzco  
Presidente Comisión Nacional de Seguros y Fianzas

**Más información:** Tel. 8151-5118 y 19  
E-mail: administracion@amasfacmty.org

### SECCIÓN QUERÉTARO 16 DE AGOSTO

#### LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE PARTICULARES

Impartido por: La Comisión Estatal de Querétaro de Información Gubernamental  
Lugar: Hotel Mirage • Hora: 08:00 a.m.

**Reservaciones:** Tel. 01-442-2162373  
E-mail: coordinacion@amasfacqro.com

### SECCIÓN TABASCO 16 DE AGOSTO

#### CONFERENCIA LIC. RAMIRO RODRÍGUEZ MAGAÑA• Presidente Nacional AMASFAC

**Más información:** Tel. 01-993-3113440  
E-mail: omoreno@crg.com.mx

### SECCIÓN SAN LUIS POTOSÍ 15 y 16 DE AGOSTO

#### 5º FORO DE SINIESTROS

Ramos: Vida, Daños, Accidentes y Enfermedades  
Lugar: Hotel María Dolores • Hora: 09:00 a 19:00

**Más información:**  
Lic. Manuel Alva Martínez • Tel. 4448293168  
E-mail: alvama@prodigy.net.mx  
Lic. Francisco Quintanilla • Tel. 4441747220  
E-mail: fquintanilla9@hotmail.com

### SECCIÓN PUEBLA 20 DE AGOSTO

#### ADMINISTRANDO TU CARTERA DE GMM Y RECLAMACIONES DE UNA MANERA EFICIENTE

Expositor: Act. Rafael Morfin Maciel • Expresidente Nacional AMASFAC  
Lugar: Hotel Camino Real Puebla Angelópolis • Hora: 08:30

**Reservaciones:** Tel. 01-222-4038818  
E-mail: amasfac@atxel.net

### SECCIÓN CD. DE MÉXICO 21 DE AGOSTO

#### APLICACIONES GENÓMICAS AL CUIDADO DE LA SALUD

Expositor: Dr. Gerardo Jiménez Sánchez  
Presidente, Genómica y Bioeconomía A.C.  
Lugar: La Hacienda de los Morales. • Hora: 07:45 a.m.

**Reservaciones:** Tel. 5525 2533 / 5533 4983 / 5207 7900  
E-mail: cdmexico@amasfac.org • eventoscdmexico@amasfac.org

### SECCIÓN LAGUNA 22 DE AGOSTO

#### OPORTUNIDADES EN EL SEGURO DE GASTOS MÉDICOS MAYORES

Expositor: Lic. Juan Ignacio Gil Antón  
Lugar: Hotel Crown Plaza, Torreón Coah. • Hora: 8:30 a.m.

**Más información:** Tel. (871) 749 29 14  
E-mail: margaritac@garciaayvillarreal.com.mx

### SECCIÓN MÉRIDA 27 DE AGOSTO

#### TALLER Y DESAYUNO DE R.C. EN CARRETERAS FEDERALES Y TRASLADO DE DOMINIO EN PÉRDIDAS TOTALES

Lugar: Hotel Holiday Inn Express • Hora: 08:00

**Reservaciones:** 01-999-920-5056 y 920-5057  
E-mail: contacto@amasfacmerida.org

### SECCIÓN OAXACA 6 y 7 DE SEPTIEMBRE

#### PRIMER FORO DE SEGUROS Y FIANZAS DISTRITO GOLFO SUR “EL SEGURO UN RESPALDO DE VERDAD”

**Informes y confirmaciones:** C.P. Mireya Revilla Pulido  
Tel: (951) 5166492 • E-mail: mrevilla8@hotmail.com

### SECCIÓN CHIHUAHUA 26 DE SEPTIEMBRE

#### DÍA DEL AGENTE AMASFAC

**Más información:** Tel. 01 614 4149450  
E-mail: jrequenaseguros@hotmail.com

### SECCIÓN CHIHUAHUA 29 DE SEPTIEMBRE

#### 2DA. CARRERA PEDESTRE AMASFAC 2013

Parque Metropolitano El Rejón

**Más información:** Tel. 01 614 4149450  
E-mail: jrequenaseguros@hotmail.com

### SECCIÓN SAN LUIS POTOSÍ 9 DE OCTUBRE

#### PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE INSTITUCIONES DE SEGUROS Y FIANZAS

Expositor: Lic. Manuel Aguilera Verduzco  
Presidente Comisión Nacional de Seguros y Fianzas

**Más información:** Tel. 01-444-2100415  
E-mail: alvama@prodigy.net.mx

### SECCIÓN PUEBLA 18 DE OCTUBRE

#### CONGRESO REGIONAL PUEBLA 2013

Lugar: Hotel Presidente Intercontinental

Algunos de los expositores:  
**Clemente Cabello** Ex Director General de GNP.  
**Luis Barros** Director, Risk & Insurance Management TV Azteca.  
**Jorge Barba** Director General Barba y Fernández Actuarios, S.C.  
**Hugo Chapa** Director de Estrategia IBM México y Centro América.  
**Emilio Toussaint** Experto en creación de fuerza de ventas para New York Life.

### SECCIÓN ENSENADA 18 DE OCTUBRE

#### XIV CONGRESO REGIONAL DISTRITO PACÍFICO NORTE

**Más información:** Tel. 01 646 1757872  
E-mail: jp-dominguez@hotmail.com

### SECCIÓN CD. JUÁREZ 25 DE OCTUBRE

#### DÍA DEL AGENTE AMASFAC

**Más información:** Tel. 01 656 648 72 06  
E-mail: abarragangnp@gmail.com

### CONSEJO DIRECTIVO NACIONAL 4 DE NOVIEMBRE

#### 16º TORNEO DE GOLF AMASFAC 2013

Lugar: Club Campestre Cd. de México

**Inscripciones:** Tel. 5514-2090, Ext. 110 y 112  
E-mail: revista@amasfac.org

### SECCIÓN HERMOSILLO 7 DE NOVIEMBRE

#### 1ER. CONGRESO REGIONAL AMASFAC SECCIÓN HERMOSILLO

Lugar: Hotel Royal Palace • Hora: 07:45

**Más información:** Tel. 01 662 2070339  
E-mail: Seccionhermosillo@amasfac.org

### SECCIÓN MAZATLÁN 8 NOVIEMBRE

#### PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE INSTITUCIONES DE SEGUROS Y FIANZAS

Expositor: Lic. Manuel Aguilera Verduzco  
Presidente Comisión Nacional de Seguros y Fianzas

**Más información:** Tel. 01 669 9131384  
E-mail: sainzseguros@hotmail.com

### SECCIÓN CD. JUÁREZ 6 DE DICIEMBRE

#### COMIDA DE NAVIDAD

**Más información:** Tel. 01 656 648 72 06  
E-mail: abarragangnp@gmail.com

# El problema de los costos oncológicos y la economía familiar

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

**L**as repercusiones de los padecimientos oncológicos se hacen presentes en el ámbito familiar, profesional y social, y la respuesta ante lo complejo de abatir el costo económico del cáncer sería poder comprometer a todas las partes respecto al interés genuino de ayudar, primero, a quien tiene la enfermedad, pero con la conciencia de que la bondad de un sistema económicamente sustentable en salud depende de la honestidad de todos los involucrados.

Así se expresó el doctor Javier Kelly García, director de Onco Quality Care, en entrevista con EL ASEGU-RADOR, al hablar de los costos de padecimientos oncológicos y sus tratamientos. Aquí la charla.

- Alma Yáñez Villanueva (AYV): ¿De qué tamaño es el problema relacionado con el costo de los padecimientos oncológicos y su tratamiento?

**Javier Kelly (JK):** Hoy en día, el cáncer es la primera causa de muerte para hombres y mujeres de los 45 a los 60 años de edad. Esto implica un problema grave para la sociedad, ya que este grupo etario comprende la etapa -económicamente hablando- más productiva para la mayoría de las personas, no sólo por lo que a la persona en sí misma corresponde, sino también por el daño colateral que esto conlleva, es decir, las repercusiones que se tienen en el ámbito familiar, profesional y social.

- AYV: ¿Tiene conocimiento de cuál ha sido el costo más alto que el seguro ha pagado por un siniestro relacionado con el tema?

**JK:** El mayor costo del cual yo he tenido conocimiento ha sido el pago de alrededor de 40 millones de pesos. Pero esto implica el costo de la atención solamente; en ningún momento se han considerado los costos "fantasma" en los que ha incurrido el enfermo o su familia.

- AYV: Si pudiera hacer una propuesta a favor de abatir estos costos, ¿cuál sería?

**JK:** Creo que la mejor propuesta sería poder comprometer a todas las partes respecto al interés genuino de ayudar, primero, a quien tiene la enfermedad, pero con conciencia de que la bondad de un sistema económicamente sustentable en salud depende de la honestidad de todos los involucrados.

- AYV: ¿En qué porcentaje contribuye el médico y en qué medida los servicios hospitalarios y tecnológicos en el incremento o disminución de los costos?

**JK:** El porcentaje es variable, dado que depende mucho del segmento en el cual se haya tasado al enfermo y las condiciones del contrato del prestador del servicio; sin embargo, en lo personal he observado que el costo del personal en salud es el menos relevante, y raramente excede el 20 por ciento del total de los costos.

- AYV: ¿Hacia dónde advierte usted que será la tendencia en cuanto al trata-

miento y aseguramiento de este tipo de padecimientos?

**JK:** Creo que la tendencia, desafortunadamente, va hacia la contención del gasto de manera prioritaria, donde la medicina

basada en evidencia ha logrado desplazar en gran medida la evidencia narrativa, situación que sin lugar a dudas nos conduce a una medicina cada vez más deshumanizada, donde la persona representa un monto, y su dignidad no cuenta. No

quiero decir con esto que la sustentabilidad económica de los modelos en salud debiera ponerse en riesgo ante una sociedad cuyo poder adquisitivo cada vez se ve más mermado, y, al mismo tiempo, el precio de su longevidad cada vez es mayor.



## Participa



LIC. MANUEL AGUILERA VERDUZCO  
Presidente de la CNSF



DRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES YÁÑEZ  
Directora de Desarrollo y Proyectos Estratégicos de la AMIS

## Conferencias:



# NUEVA Legislación En materia de seguros “Retos y Oportunidades para la Venta”

## Además

# “La lógica del dinero y la riqueza”



Mauricio E. Candiani Galaz  
Presidente de Allenamenti

Centro Asturiano Polanco Miércoles 18 de septiembre 2013 8:23 a.m. a 2:00 p.m.

### Inversión:

Socios \$600  
No Asociados \$1,000

Cierre de inscripciones 9 de septiembre

### Pagos en Scotiabank

Cta. 00104741617 Clave 044 180 001 047 416 176  
Asociación de Promotores de Agentes, A.C. RFC: APA 89061 N55  
Fecha límite 11 de septiembre

Informes e inscripciones: NORMA IZQUIERDO

Tel: 01 800 837 5737 | 5605 - 6463 | 5531 - 4004

direccion@aspromaga.org.mx

www.aspromaga.org.mx | @Aspromaga México

# Pague, trabaje y sea feliz

Nissim Mansur T.  
mansurnissim@gmail.com

Conocí a Gonzalo Benítez cuando ya era un próspero ingeniero.

Su empleador junto con él, se dedicaban a trazar y hacer nuevas carreteras en México.

Dueño de una mansión en las Lomas de Chapultepec, poseedor de varios autos.

Casado, con dos hijos varones y una bella esposa.

Su capacidad de trabajo era notable. De más está decir que su nivel de vida era alto.

Le perdí la pista, y no volví a verlo hasta hace algunos meses, cuando casualmente en una reunión nos volvimos a encontrar.

- ¿Qué es de tu vida Gonzalo?

- Nada. Me retiré de los negocios hace algunos años. Despues de viajar un poco por el mundo, empecé a sentir cierto vacío existencial, un deseo de volver a ser útil. Pasado algún tiempo, de pronto vi un anuncio en el periódico:

PAGUE, TRABAJE Y SEA FELIZ.

>>Se me hizo un absurdo; me causó risa. Venía anotada la dirección y fui.

>>Me encontré en una oficina sobriamente amueblada. Detrás de un escritorio, un joven ejecutivo me dijo: "¿En qué lo podemos servir?".

>> Yo llevaba el periódico donde el anuncio aparecía. "Quisiera más información sobre este anuncio", dije, y le mostré el periódico. El joven ejecutivo contestó: "Efectivamente. Así es, somos una trasnacional y proporcionamos trabajo, con la diferencia de que aquí el prospecto escoge en qué le gustaría trabajar u ocuparse; no se trata de emplear a desempleados. No. Todo lo contrario... Tenemos a disposición oficios, carreras, ocupaciones a satisfacción del cliente..."

>> "Existen personas que a lo largo de su vida les hubiera gustado dedicarse a otra profesión, otro oficio, y otras a quienes les gustaría incursionar en otros campos del saber y el hacer humanos. Aquí está su oportunidad.

>>"Se cobra por ello. Partimos del hecho de que el

ser humano es idóneo para el trabajo; de que necesita de él para llenar su vida; con la ventaja de que aquí puede escoger el camino a seguir y ser feliz realizándolo. Por eso cobramos y no pagamos ningún sueldo".

>> "Pero ustedes sí cobran todos los servicios que proporcionan producidos por nosotros", le repliqué. Él continuó con la mayor calma: "Efectivamente, así es. Por un lado, ofrecemos a cada uno trabajar en lo que le gusta; y, por el otro, con las utilidades que obtenemos podemos siempre dar una capacidad y una orientación superiores. Todas nuestras utilidades se reinvierten".

>> Entonces le aclaré: "Al ver su anuncio en el periódico pensé que se trataba de algún error o de una publicación engañosa".

>> Al escuchar esto, el joven ejecutivo concluyó su explicación de esta manera: "No es así, y curiosamente cada vez tenemos más candidatos a trabajar en lo que les gusta. Partimos de la premisa: SI SE TRABAJA EN LO QUE A UNO LE GUSTA, ENTONCES NO SE TRABAJA".

## La calidad más importante

**P**ese a que unos pocos asesores pueden haber nacido con un talento natural para la venta, la mayoría de ellos adquiere confianza en ventas a través de la práctica constante de sólidos procedimientos. Se ha dicho que el denominador común del éxito en ventas yace en el hecho de que los asesores exitosos se forman el hábito de hacer aquellas cosas que a los asesores que fracasan o no tienen éxito, no les gusta hacer. *Desarrollar los hábitos que se necesitan para tener éxito requiere de gran autodisciplina.*



La autodisciplina es la cualidad más importante para alcanzar éxito sostenido. Hay cinco áreas en su vida profesional en las que la autodisciplina marca la diferencia. *Es en esas áreas en las que usted desarrolla el tipo de hábitos que causarán que piense, trabaje, venda, estudie y viva bien.*

*Pensar bien* es un requisito fundamental en cada faceta de la venta. Resulta esencial que usted piense bien con respecto al negocio en el que está, a los productos que vende, a su capacidad para hacer bien la tarea y para lograr éxito. No resultará posible que alcance éxito en ventas si primero no tiene la expectativa de lograr éxito. Pueden los que creen que pueden. No pueden los que creen que no pueden reza una inflexible e irrefutable ley de la venta (y en realidad de la vida en sí misma).

*Trabajar bien* es reconocer la diferencia entre eficiencia y eficacia. *Eficiencia* es hacer las cosas correctamente. *Eficacia*

es hacer correctamente *las cosas correctas*. Los asesores eficaces saben en qué invertir su tiempo. Se enfocan en las actividades que producen resultados. Tienen sentido de urgencia. Creen que el esfuerzo honesto e inteligente siempre es recompensado.

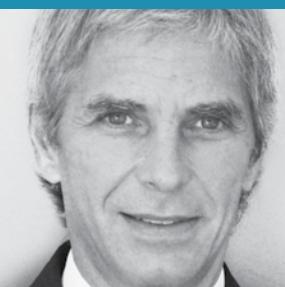
*Vender bien* se resume en tres fundamentos básicos: prospectar, estar frente a los que toman la decisión y tener dominada y perfeccionada una estrategia eficaz de ventas.

El proceso de aprendizaje es un proceso continuo. Nunca deje de alimentar su mente. Fórmese el hábito de *Estudiar bien* y aprender todo lo posible acerca de sus prospectos, de sus productos, de sus procedimientos, de su industria y de su desempeño.

Obviamente, para alcanzar un éxito sostenido es necesario formarse el hábito de *Vivir bien*. Descubrirá que los asesores que viven una vida equilibrada desarrollan tanto energía como perseverancia. Éstos son grandes activos que le proveerán una ventaja competitiva.

La autodisciplina es la cualidad que lo lleva a la grandeza en ventas. La autodisciplina hace que usted se forme los

## VENTAS



Diego Chornogubsky

Kinder Brothers International  
VP & Consultor Senior – América Latina  
@diegokbigroup  
www.kinderbrothers.com

Diego Chornogubsky representa a Kinder Brothers International en América Latina desde 2007, utilizando sus años de experiencia en capacitación de ventas y management. El profundo conocimiento que Diego posee de los sistemas, métodos y capacitación de KBI le permiten potenciar tanto a agentes como promotores. En México trabaja con las compañías más grandes del sector.

hábitos que los mediocres no podrán o no querrán desarrollar.

*La autodisciplina es la cualidad más importante!*

No he trabajado un día sin vender. Si creo en algo, lo vendo... y lo vendo bien

Estée Lauder



El 42% de nuestros lectores se dedica a la intermediación de seguros o fianzas

Perfil de lector / Moctezuma y Asociados  
©El Asegurador

¿ a quién  
le estás  
hablando ?

# PLAN DE NEGOCIOS

PARA AGENTES Y PROMOTORES

Jaime Massieu Gosselin

Estimados Agentes y Promotores:

Quisiera demostrar tanto a Agentes como a sus Promotores la relevancia de un inicio sensato, pensado y debidamente estructurado y planeado cuando se "arranca" en las actividades profesionales como Agente de seguros de personas, ya que la etapa inicial es la que marcará en gran medida (quizá la de mayor importancia) la probabilidad de éxito del nuevo Agente en su nueva actividad profesional, y con ello su permanencia como tal. Por tanto, **no desestimemos la importancia del ARRANQUE y hagamos de éste un ARRANQUE EXPLOSIVO, ESTRUCTURADO Y PLANEADO.**

Considero importante contestar y definir **¿qué es un ARRANQUE EXPLOSIVO?** *Arranque explosivo* es aquella etapa en que se inician las actividades comerciales para vender con éxito seguros de personas. Aquí el Agente ya ha adquirido conocimientos técnicos y comerciales desde un punto de vista académico y de aula, "**sale a la calle**" para cumplir su misión y logra éxito en sus **primeras ventas** a una lista de prospectos determinados. Por éxito entiendo que es alto su "porcentaje de bateo" entre las ventas realizadas frente a los prospectos contactados. Normalmente, esta etapa tiene una duración de **seis a nueve meses**.

Es curioso ver cómo algunas Instituciones o Promotorías inducen al nuevo Agente a elaborar su primera lista de prospectos sin una planeación para su etapa de arranque; se le pide al Agente que contacte a todos esos posibles clientes de manera indiscriminada e inmediata y a veces con cierta "prisa". Estoy en contra de hacer esto, ya que la lista de contactos y prospectos iniciales requiere estrategia para maximizar los beneficios que puede redituar.

Habiendo dicho lo anterior, ahora dediquemos un tiempo para estructurar y planear el arranque para convertirlo en un verdadero éxito, es decir, un **Arranque Explosivo**. Para esto fijemos unas reglas y de ahí una metodología.

## Algunas reglas iniciales

- 1** Comencemos con una lista inicial de prospectos. Digamos unos 150 nombres de conocidos y conocidos de conocidos. Hoy las redes sociales los pueden ayudar mucho a conectarse con muchas personas.
- 2** Una vez que se cuente con el **listado de prospectos**, ahora **cataloga y prioriza** a cada uno de ellos usando los siguientes tres factores:
  - a) Calidad y capacidad de comunicación por el **GRADO DE RELACIÓN** que se tenga con el prospecto.
  - b) Aun sin saberlo a ciencia cierta, calificalo si piensas que tiene, o no, la **CAPACIDAD o AFLUENCIA ECONÓMICA** para invertir en un seguro o transferir sus riesgos a un tercero.

# Al inicio de la carrera del nuevo agente, ¿cómo hacer un arranque explosivo eficaz y perdurable?

## Metodología

Ya has logrado tener una lista de prospectos y ya los has clasificado. Ahora vamos a analizar a qué prospectos daremos prioridad a la hora de comenzar a llamar y a quien visitaremos primero.

- 1** Calificarás a cada prospecto con uno de los factores del 1 al 3: el número 1 es lo mejor, el 2 es una calificación media, y el 3 se aplica si la relación es lejana o estimas que su capacidad económica es baja.
- 2** Si desconoces su capacidad económica del todo, procura averiguarla con conocidos. Si no te es posible, catalogalo como un 2.
- 3** Una vez hecho esta clasificación, ahora **SUMA** los puntos de tus calificaciones para **GRADO DE RELACIÓN Y CAPACIDAD ECONÓMICA** de cada prospecto en lo particular. **A MENOR RESULTADO DE DICHA SUMA, MAYOR LA PRIORIDAD EN TU LISTA DE PROSPECTOS.**
- 4** Ahora simplemente ordena tu lista y tendrás una relación calificada y priorizada de prospectos (ver cuadro, columna de Prioridad calificada).
- 5** Una vez hecho esto, elabora una estrategia de contacto y visita considerando la **REGLA FUNDAMENTAL DE ORO** que un poco más adelante te describo. Usa tanto tu sentido común como esta regla para hacer tu estrategia de contacto y visita.
- 6** Usa una hoja de Excel para hacer la clasificación. Se deberá de ver algo como esto:

Nombre de los prospectos	Calidad de la relación	Capacidad económica	Total de puntos	Prioridad calificada
Prospecto 1	1	3	4	5
Prospecto 2	1	2	3	3
Prospecto 3	1	1	2	1
Prospecto 4	3	2	5	6
Prospecto 5	3	3	6	7
Prospecto "X"	2	1	3	2
Prospecto N	2	2	4	4

## ► REGLA FUNDAMENTAL DE ORO

Es importante que a los prospectos que te resulten catalogados como de **alta relación y con afluencia económica** (es decir, los que tienen **como resultado una sumatoria baja**) **NO LOS VISITES AL INICIO DE TUS ACTIVIDADES**; en cambio, plánea visitarlos una vez que te sientas cómodo con tu actividad, con tus conocimientos técnicos, con los productos y con tus habilidades de venta. Guárdalos para cuando tengas un poco más de experiencia cara a cara con otros clientes. Por tanto, la **REGLA FUNDAMENTAL DE ORO** ES: no "practiques" con los que

consideres como MUY buenos prospectos. Permitete ganar un poco de experiencia con otros clientes potenciales. Recuerda: un cartucho quemado ya no dispara una bala de oro ni de plata ni de plomo.

## Tres sugerencias finales

- 1** **Usa las redes sociales.** Te ayudan a conocer a los conocidos de tus conocidos y además te permiten ponerte en contacto con ellos. Mi recomendación es Facebook y LinkedIn.
- 2** **Deberemos mantener siempre una nutrida lista de prospectos.** Cuantos más, mejor. Un rango de 150 a 200 es ideal. Recuerda que esta lista es el equivalente al tanque de combustible de un automóvil: tener 150 o más es tener el tanque lleno; tener 75 es tener el tanque a la mitad; tener 35 nombres listados como prospectos es el equivalente a tener un cuarto de tanque, y tener 20 o menos es como estar manejando un auto sólo con la reserva... y sabemos la angustia que eso genera, y sabemos mejor que nadie lo que pasa cuando NO tenemos gasolina, esto es, el automóvil simple y sencillamente se para. Bien, usando la analogía, sabemos que, si se nos ha agotado la lista de prospectos, nuestra actividad se para en seco, y ¡el Agente se queda sin chamba! Por tanto, midan el "nivel de su tanque de gasolina" y procuren llenarlo to-



tados, en su planeación de actividades anuales y trimestrales, ya que puede ser un buen ejercicio de reflexión respecto a la cantidad y calidad de los prospectos contenidos en la lista y puede servir para estructurar un plan que te ayude a contactarlos.

## CONCLUSIÓN

Es imperativo dar estructura y planeación a la etapa de inicio de actividades comerciales del nuevo Agente, ya que ésta es la etapa en que pondrá en práctica los conocimientos adquiridos en el aula. Cada cierre y cada éxito alimentará significativamente su autorrealización y su deseo de continuar en esta profesión. Recordemos que, si hay beneficio percibido (en este caso, ingresos generados por su actividad), habrá ilusión; y, si hay ilusión hay ánimo y compromiso. Procuremos el éxito de cada nuevo Agente.

Como promotores, procuremos el éxito del nuevo Agente ayudándole a estructurar y planear su Arranque Explosivo, y mediante una capacitación de calidad tanto en aula como en la calle, para acabar midiendo su "porcentaje de bateo".

Por último, como autoevaluación propia del Promotor, éste deberá medir su propio "porcentaje de bateo", o sea su porcentaje de retención de agentes a los 12 y 24 meses. Si éste es alto, estará haciendo un buen trabajo. Un Arranque Explosivo efectivo de sus nuevos agentes incidirá directamente en la retención.

¡Mucho éxito a todos!

# Dejándolo para después



**M**e hubiese encantado titular esta reflexión Procrastina la vida, pero la palabra "procrastinación" no tiene un uso extendido en español. En inglés es procrastination; es una palabra que aprendí recientemente y que tiene un significado simple y a la vez fuerte, ya que quiere decir 'dejar las cosas para después, diferir, aplazar'.

¡Qué fuerte! ¿A quién no le pasa esto? Una de las cosas más complicadas es tomar una decisión: ¿qué hacer, lo importante o lo urgente? Hay una buena frase que dice: "De lo importante, lo urgente, y de lo urgente, lo importante". En la realidad no es tan fácil.

El problema es ¿cómo priorizamos y por dónde empezamos? Yo recuerdo que de niño regresaba cansado de la escuela; pero, una vez comido y con energía recargada, venía la gran disyuntiva: ¿jugar o hacer la tarea? Como todo niño yo quería jugar, pero sabía que debía hacer la tarea. Y como ganaba el deseo de vivir, natural de la infancia, primero jugaba y luego hacía la tarea. No sabía la clase de trampa que estaba tejiendo desde pequeño, al grado de pensar que por extender las horas de juego "funcionaba mejor bajo presión". Esto lo seguimos pensando de adultos: vivimos atrapados en esa trampa y, así, vamos urdiendo ese peligroso juego que llaman los estadounidenses y británicos procrastination".

Con el pasar de los años me he dado cuenta de que la verdadera alegría de la vida está en "aprender y vivir", en vez de jugar. Le vamos dando más importancia al deber que al placer, pero eso no resuelve el problema, porque el virus de "dejar las cosas para después" sigue ahí.

Y no nos damos cuenta de que nos estamos engañando a nosotros mismos y con el pretexto de hacer lo que tenemos que hacer no hacemos lo que es esencial en la vida: VIVIR.

¿Cómo hacer para arrancar, para tomar esa decisión tan importante y simplemente empezar a vivir como nos gustaría? Hace poco escribí en la red una frase que leí por ahí que decía que cuando tuviéramos que elegir entre dos cosas y surgieran dudas, "echáramos un volado", es decir, lanzar una moneda otorgándole a una de las posibilidades el águila y a la otra el sol.

Esto no funciona para que la suerte nos defina qué hacer, sino para que en el preciso instante en que la moneda está en el aire, justamente antes de caer, "brote el deseo" y nos permita "sentir" en dónde quisiéramos realmente que cayera. Así, usamos esta argucia para tentar al subconsciente y permitir que, por un momento, el corazón venza al intelecto y sienta lo que racionalmente callamos.

Sí, porque lo grave es que hay muchas cosas que "dejamos para después". Nada más equivocado, porque lo hacemos sobre todo para las cosas que realmente quisiéramos hacer en la vida. Quizás un poco por temor, quizás porque pensamos que "ya habrá tiempo para ello", y el problema es que la vida se nos va sin vivir a nuestra manera.

Imagínense qué belleza que pudiésemos decir al final de nuestros días lo que dice la canción que inmortalizó Frank Sinatra: "I did it my way", que en castellano grandes cantantes como Estela Raval y Raphael entonaron con las versiones tituladas *A mi Modo* y *A mi manera*, respectivamente, y que expresan la idea central del autor (Paul Anka) que es: "Ahora que el final se acerca, puedo decir que viví a mi manera".

Bronnie Ware, la escritora y cantante australiana, escribió un libro después de

## REFLEXIONES



Carlos Molinar Berumen

carlos@molinar.com  
blog: www.carlos-molinar.com

varios años de estudio de muchos casos de pacientes terminales. Lo tituló *Los cinco principales arrepentimientos de los que van a morir*.

Lo interesante es que no hubo ninguna referencia al sexo ni a emociones vibrantes como practicar el puenting o tirarse en paracaídas, ni a los deseos típicos de escribir un libro o plantar un árbol.

Lo que descubrió Ware después de centenares de entrevistas con enfermos a punto de morir es que sus cinco principales lamentos eran:

**1** Querría haber vivido a mi manera, complaciéndome a mí mismo y menos a los demás.

**2** Querría haber trabajado menos duro (lo dijeron sobre todo los varones): no me habría perdido de la infancia de mis hijos y habría disfrutado más a mi pareja.

**3** Querría haber tenido el valor de expresar mis sentimientos más a menudo. (Muchas veces, las personas renuncian a sus sueños e ideales por complacer a los demás, y esa frustración es el origen de muchas enfermedades.)

**4** Querría haber mantenido el contacto con mis amigos, porque son un incalculable tesoro.

**5** Querría haberme atrevido a ser feliz verdaderamente.

Estos cinco lamentos nos muestran cómo vivimos atrapados en viejos patrones y hábitos.

Yo te preguntaría a ti, lector: ¿Qué cosas importantes quisieras hacer en tu vida y has aplazado para después? Quizás las has dejado para cuando tengas tiempo... para cuando no tengas tantas obligaciones... para cuando te lo permitan tus ocupaciones... para cuando tengas tiempo para ti... para cuando tengas suficiente dinero... o por el pretexto que quieras.

¿Cuándo vas a empezar a vivir a tu manera? Todos pensamos que aún tenemos tiempo... ¿Y qué si no lo hubiera? ¿Qué tal si de repente te dijeran que te queda un mes de vida? Quizás entonces escribirías lo que aquella gente le describió a Ware: sus lamentos más importantes.

Periódico  
**El Asegurador**

pone a su disposición títulos especializados en seguros, entre los que destacan:

Más de 50 títulos totalmente especializados

- Diccionario bilingüe de expresiones y términos de seguros
- Ramos técnicos
- El reaseguro
- El contrato de seguro
- Manual del seguro de responsabilidad civil

Más de 100 títulos relacionados con ventas

- 55 respuestas a preguntas clave en ventas
- Arriba el telón crecimiento personal
- El plan de ventas
- La motivación empieza en uno mismo
- Alta fidelidad, técnicas e ideas operativas para lograr la lealtad del cliente

Solicite sus libros y los recibirá con toda comodidad en su oficina o en su hogar

## PEDIDOS

[www.elasegurador.com.mx](http://www.elasegurador.com.mx)  
lauraislas@elasegurador.com.mx  
tels. 3626 0495 y 5440 7830



GRUPO  
Libros & Editoriales



RGS Libros S.A. de C.V.

# Disminuye 9.1 % el robo de vehículos asegurados a nivel nacional en el último año

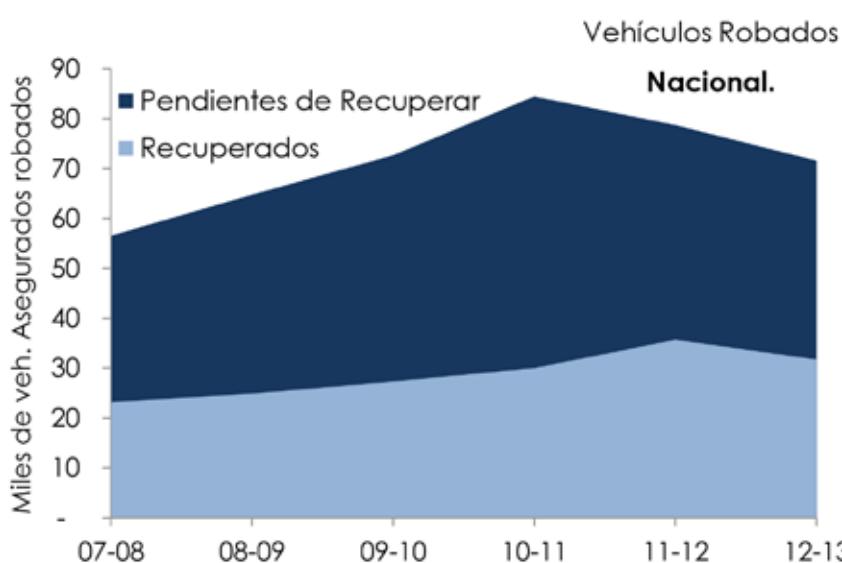
Ana Laura Martínez P.  
@pea\_analaura

**L**a Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, A.C. (AMIS) dio a conocer el informe de resultados del periodo julio 2012 – junio 2013 del robo de vehículos asegurados a nivel nacional, en el que se presenta una disminución de 9.1 por ciento con respecto al año anterior: 71 mil 565 unidades (los robados en 2011-2012 fueron 78 mil 718).

Sin embargo, de acuerdo con Recaredo Arias Jiménez, director general del organismo, preocupa a la industria que no sólo los robos han disminuido, sino también la recuperación, pues en este año, nada más el 44 por ciento de los vehículos fueron recuperados, lo que

(16 por ciento más que el año pasado); sin embargo, en el Distrito Federal (segunda entidad con más robos) hubo una disminución de 7 por ciento, con 10 mil 649 unidades registradas. Es decir, que en este lugar la incidencia de robo vehicular es menos de la mitad de la que se sufre en el Estado de México. El tercer lugar lo ocupa Jalisco, con 7 mil 811 (incrementó 20 por ciento), seguido por Nuevo León, con 3 mil 854 unidades (63 por ciento menos que hace un año), Sinaloa, con 3 mil 410 unidades (lo que refiere 20 por ciento menos) y Chihuahua, con 2 mil 372 unidades (disminuyó 38 por ciento).

En cuanto a la violencia utilizada al momento de robar vehículos asegurados, el porcentaje se incrementó de 53

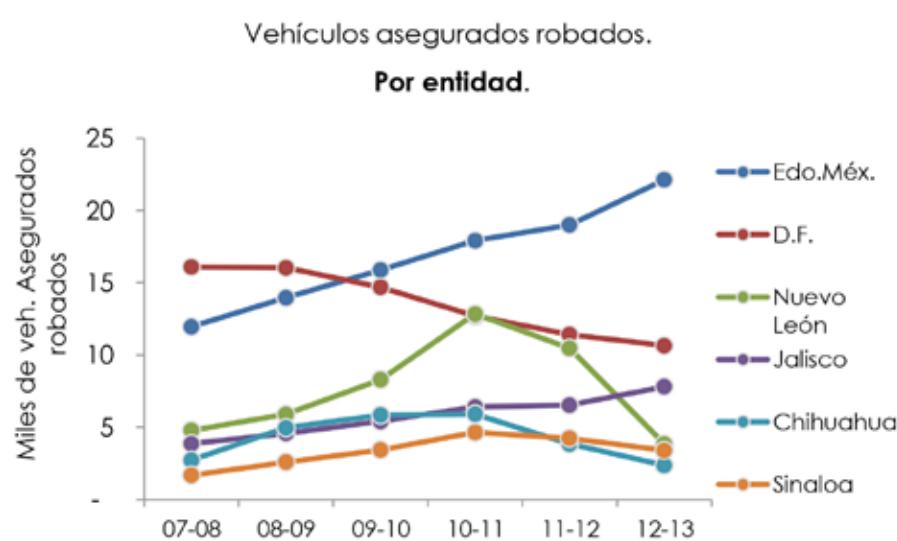
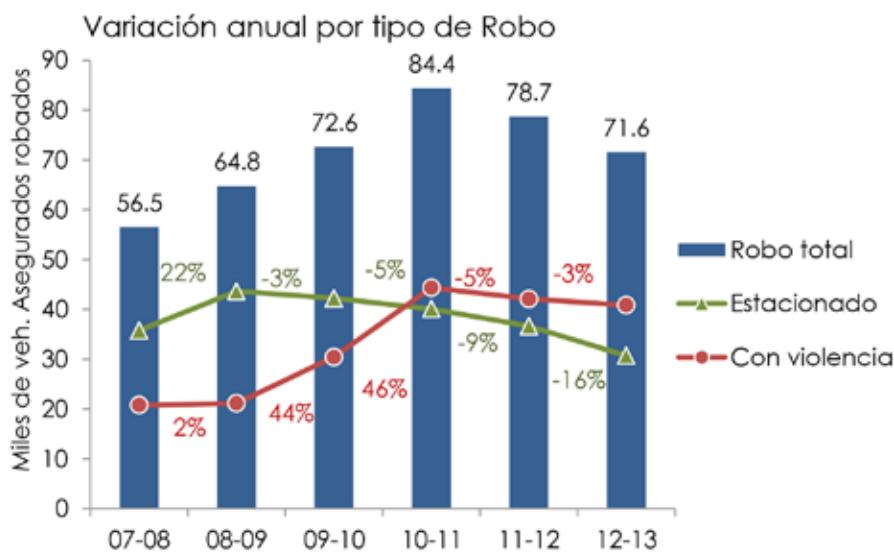


significa un punto porcentual menos respecto a los resultados del periodo precedente.

De julio de 2012 a junio de 2013, el mes que más siniestros de esta naturaleza registró fue octubre, con un aproximado de 6 mil 500 unidades, y el mes en el que menos ilícitos hubo fue junio, con 5 mil 500 unidades en promedio. Esto comprueba que, efectivamente, la tendencia de los robos va a la baja.

Por entidad, el Estado de México continúa siendo el área que más robo de vehículos asegurados presenta, esta vez con 22 mil 130 unidades registradas

puntos que se registraron en el periodo 2011-2012 a 57.1 puntos registrados durante 2012-2013. Sinaloa, con 78.5 puntos; Guerrero, con 77.7 puntos, y Tamaulipas, con 70 puntos, son las tres primeras entidades que superan en porcentaje de violencia al total nacional. A éstas les siguen Zacatecas (69.9 por ciento), Estado de México (69.6 por ciento), Durango (67.6 por ciento), Coahuila (64.2 por ciento), Nuevo León (62.9 por ciento), San Luis Potosí (62.4 por ciento), Michoacán (61.3 por ciento), Tlaxcala (61.2 por ciento), Morelos (61.1 por ciento) e Hidalgo (59.4 por ciento).



Sobre las submarcas de automóviles con mayor número de robos de julio de 2012 a junio de 2013, Tsuru de Nissan continúa siendo el número uno (aunque este año bajó 9.1 por ciento), con 71 mil 565 unidades; seguido por las Pick-up corta, larga, doble y king de Nissan (que también bajó 13.7 por ciento), con 11 mil 965 unidades; Jetta modelo 1999 al 2011 y clásico de Volkswagen (disminuyó 34.3 por ciento) con 2 mil 940 unidades, y el Sentra de Nissan (con 7.9 puntos menos)

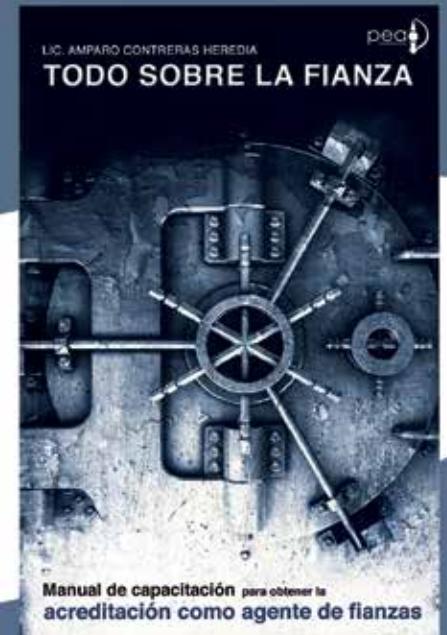
con 2 mil 530 unidades.

Recaredo Arias finalizó diciendo que durante todo 2012 la industria aseguradora recibió 62 mil 654 millones de pesos en primas de Autos y pagó 37 mil 300 millones de pesos en indemnizaciones, de los cuales, 7 mil 322 millones de pesos fueron pagados únicamente por robo. Se estima que para 2013 el pago por dichas indemnizaciones ascienda solamente a 6 mil 500 millones de pesos.

¿Estás listo para presentar el examen oficial y obtener la cédula de fianzas?

LIC. AMPARO CONTRERAS HEREDIA 

**TODO SOBRE LA FIANZA**



Todo sobre la fianza contribuirá a tu preparación mediante un método teórico – práctico para obtenerla

Manual de capacitación para obtener la acreditación como agente de fianzas

 Tel: 5440 7830 Fax: 5440 7831  
Lada sin costo 01800 821 9393  
[www.elasegurador.mx](http://www.elasegurador.mx)  
sección librería



AHORA EN VERSIÓN MÓVIL

Descarga la aplicación para iPad y iPhone y lleva permanentemente toda la información del sector asegurador y afianzador



1



DESCARGAR

2



COMPRADO

Las ediciones que compres estarán marcadas.

DISFRUTA  
HOY DE  
2 MESES  
GRATIS.

3

INTERFASE  
ACCESIBLE



Explora el índice  
antes de comprar



Ingresá a la versión LECTURA  
de las notas de la edición



Ve la versión PDF completa

ADQUIERE:



Explora el contenido  
antes de comprar

1 EDICIÓN  
\$26

MES COMPLETO  
\$39