



## Contenido de Circular Única ya está en discusión; afinado en julio de 2014, se publicará en agosto

Genuario Rojas M  
@GenuarioRojas

**C**on el fin de que las empresas y profesionales de los sectores asegurador y afianzador tengan tiempo para adoptar las nuevas condiciones que establezca la regulación secundaria de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas

que entrará en vigor en abril de 2015 y adaptarse a ellas, la Circular Única ya se examina y se espera que esté lista en julio de 2014 y que se publique en agosto o septiembre de ese año, para comenzar a regir paralelamente con el nuevo marco jurídico.

Lo anterior se dio a conocer durante el seminario que acerca del tema efectuó el 10 de abril del año en curso la Asociación Mexicana de Derecho

de Seguros y Fianzas, A.C. (Amedesef) presidida por Aldo Ocampo Castañares, evento durante el cual llamó la atención sobre el hecho de que pasarán cuatro años antes de que sea autorizado un modelo interno a una aseguradora, toda vez que la autoridad ha propuesto una fórmula general que ya se discute y que persigue crear una experiencia que permita la comparabilidad.

*Serán 15 meses los que se ocupen para definir esa normatividad*

sigue en la página 03

## Promulga jefe del Ejecutivo Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas



Enrique Peña Nieto, presidente de México

El jefe del Ejecutivo Enrique Peña Nieto, a través del Diario Oficial de la Federación (DOF) del 4 de abril de 2013, promulgó la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF), abriendo el periodo de negociaciones en torno a la Circular Única que contiene la regulación secundaria y la cual entrará en vigor al mismo tiempo que la ley marco.

De acuerdo con el procedimiento considerado para que la LISF entre en vigor ya sea el 4 o el 6 abril de 2015, autoridades y los sectores asegurador y afianzador analizarán con detalle la Circular Única que establece las reglas del juego para cada uno de sus apartados, para así negociar los cambios y adecuaciones al contenido que la autoridad ya propuso y que ya están en manos de los aseguradores y afianzadores, un ejercicio que deberá concluir en julio de 2014.

*Reformas a Ley sobre el Contrato de Seguro, en vigor a partir del 5 de abril*



Síganos en twitter  
@ELAsegurador

EDITORIAL	02
EN ENTREVISTA	08
Mundo del Asegurador	1
COACHING	X
ANALOGÍAS	19
VENTAS	20
REFLEXIONES	21
PLAN DE NEGOCIOS	22



El Asegurador  
Periódico

## Circular de GMM entró en vigor el 7 de abril

El 7 de abril de 2013, se hizo oficial la circular en la que se establece que las compañías de seguros que ofrecen planes de Gastos Médicos Mayores deberán ceñirse a las disposiciones puntuales de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas publicadas en el 11 y el 18 de abril de 2012, algunas de las cuales eliminan la oferta de sumas aseguradas ilimitadas, pero deja a salvo los derechos adquiridos de los asegurados para efectos de renovaciones automáticas garantizadas, pues la CNSF carece de facultades para revertir esos compromisos establecidos.

sigue en la página 20

## SE DICE...

Genuario Rojas M.

@GenuarioRojas

- **Promulgación de ley**
- **Circular en aplicación**
- **Fides y Copaprose**

La publicación de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas en el **Diario Oficial** el 4 de abril de 2013 marca el inicio de los 730 días de plazo para que la nueva normativa entre en vigor, lo que ocurrirá el 4 de abril de 2015, que es sábado, o el 6 de abril, que es lunes, tema este de las fechas que se analiza para que sea debidamente precisado...

sigue en la página 06

Regulará la nueva ley desempeño de ajustadores

pág. 04

Redes sociales  
plataforma de negocio para aseguradoras

pág. 10

# EDITORIAL

## REGULACIÓN SECUNDARIA



**E**l 4 de abril de 2013 la industrias de seguros y fianzas conocieron la noticia de que la nueva Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF), cuya negociación comenzó a hacerse desde 2008, había sido promulgada por el jefe del Ejecutivo a través del Diario Oficial de la Federación (DOF) abriéndose con ello asimismo el periodo perentorio de 730 días para que esa Ley marco entre en vigor.

Autoridades, aseguradores y afianzadores tendrán hasta julio de 2014 para discutir el contenido de la Circular Única que contiene la secundaria misma que la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) puso en manos de los sectores para su análisis. Con ello, ley y regulación secundaria entrarán en vigor en abril de 2015.

Seguros y fianzas tenían décadas de no registrar de un solo golpe resoluciones legislativas tan importantes y desafíos de tal envergadura, con el reto de que las negociaciones conduzcan a condiciones adecuadas que faciliten el crecimiento. Es un hecho que la unificación del articulado para seguros y fianzas, la incursión de una figura diferente para garantizar operaciones, la implementación del modelo de Solvencia II y reglas claras para ajustadores, agentes de seguros y registro de productos, entre otros aspectos, demandarán una concentración absoluta y una verdadera visión de largo plazo para lograr condiciones que faciliten el desarrollo de los sectores asegurador y afianzador.

Especialistas en derecho de seguros y fianzas, así como de la actuaria, definen que la regulación secundaria es, de una manera simple, la que se establece para determinar cómo se van a hacer las

cosas que marca la ley marco. A partir de la promulgación de la Ley corren los plazos para argumentar y acordar cómo y con qué elementos se desahogará cada uno de los puntos que propone la Circular Única.

Algunos abogados han advertido que aunque la creación de la nueva ley sí representa una evolución para la vida de las industrias aseguradora y afianzadora de México, también existen diversos puntos en lo que se pudo haber aportado mucho más y, sin embargo, se desaprovechó la coyuntura, lo que, sin embargo, por ahora queda en segundo plano.

Hoy se estaría ante la oportunidad de afinar reglas del juego en la regulación secundaria a partir de lo que marca la nueva ley. Este desafío demanda involucrarse a fondo y de realizar las aportaciones con una muy amplia visión técnica y conceptual de lo que se necesita en el sector para que crecer y desarrollarse.

Los siguientes 15 meses serán un periodo durante los cuales los argumentos fundamentados tendrán un enorme peso para influir en el contenido de la Circular Única. Los buenos deseos no bastarán. Será preciso incorporar todo el talento técnico, estratégico y político, para influir en el diseño final de un documento acorde a las interacciones que propiciaron la creación de una nueva ley.

Es tiempo ahora de identificar en el mercado el talento existente y convocarlo para que aporte conocimientos e ideas producto de su experiencia, con la clara intención de alcanzar resultados que institucionalmente requieren seguros y fianzas para cumplir sus cometidos social y empresarial.

## 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  
produccion@elasegurador.com.mx

### PUBLICIDAD

Patricia Álvarez Rivera  
Xanath Sánchez Ceballos

### 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 Licitud de Título 2500 y núm. de Licitud 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. 684

Visíte  El Asegurador.mx



# Contenido de Circular Única ya está en discusión; se firmará en julio de 2014 y se publicará en agosto

Genuario Rojas M  
@GenuarioRojas

**C**on el fin de que las empresas y profesionales de los sectores asegurador y afianzador tengan tiempo para adoptar las nuevas condiciones que establezca la regulación secundaria de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas que entrará en vigor en abril de 2015 y adaptarse a ellas, la Circular Única ya se examina y se espera que esté lista en julio de 2014 y que se publique en agosto o septiembre de ese año, para comenzar a regir paralelamente con el nuevo marco jurídico.

Lo anterior se dio a conocer durante el seminario que acerca del tema efectuó el 10 de abril del año en curso la Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y de Fianzas, A.C. (Amedesef) presidida por Aldo Ocampo Castañares, evento durante el cual llamó la atención sobre el hecho de que pasarán cuatro años antes de que sea autorizado un modelo interno, a una aseguradora, toda vez que la autoridad ha propuesto una fórmula general que ya se discute y que persigue crear una experiencia que permita la comparabilidad.

Luis Eduardo Iturriaga Velasco, abogado director general consultivo y de intermediarios de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), abrió los trabajos, subrayando que el mercado mexicano es ya un mercado maduro y que la nueva ley permitirá que el comportamiento de los participantes incremente su eficiencia y su innovación en beneficio de los usuarios, eje central de disposiciones en materia de ajuste, productos, gobierno corporativo, inversiones...

En síntesis, Iturriaga Velasco dijo que la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas busca garantizar que el

**Un modelo interno podría ser autorizado dentro de cuatro años**



Aldo Ocampo, Roberto Lazo de la Vega, Eduardo Iturriaga, en el análisis inicial de la nueva Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas.

José Manuel Méndez, Yves Hayaux-du-Tilly y Santiago Carnada. Cronograma y calificaciones, entre los puntos que tocaron.



## Su entrada en vigor será simultánea a la de la nueva ley en abril de 2015

desarrollo sea sano y que estos instrumentos financieros penetren más en el mercado en un ambiente de competencia y mayor eficacia, pues la legislación mexicana coloca a este país en segundo lugar en el índice de apego a los estándares básicos en la materia, al alcanzar una puntuación de 96.8 frente al 97.3 de Alemania que es el más alto. Estados Unidos se califica en 88.8, observó Iturriaga.

Roberto Lazo de la Vega, abogado director jurídico de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), hizo hincapié en que, siendo éste un negocio de administración de riesgos que opera con recursos de terceros, se justifica el que se haya elaborado un nuevo marco jurídico. Destacó particularidades de dicha legislación y consideró relevante que au-

toridades, aseguradores y afianzadores trabajen juntos en el contenido de la Circular Única.

El actuario José Manuel Méndez, de Ernst & Young, y Santiago Carnada, de Standard & Poor's, participaron en un panel coordinado por Yves Hayaux-du-Tilly, vicepresidente de Seguros de la Amedesef. Se habló aquí del cronograma propuesto por la CNSF para la definición de la Circular Única, tarea que implicará 15 meses de trabajo y que representa una gran oportunidad para los abogados y actuarios de hacer presencia y dejar sentir su peso.

En esta mesa de discusión se insistió en que pensar en un modelo interno se presume difícil. En la banca, se comparó, no se aceptan aún modelos internos. Las autorizaciones han sido parciales en determinados rubros,

pero no como en la ley se pintan. Se cree que ocurrirá lo mismo en seguros y en fianzas. Se debe contar con demasiada información, y esperar que se concrete algo en el corto plazo es poco realista. La misma autoridad se vería rebasada si varias empresas solicitaran la autorización para un modelo interno.

La calificación que obligatoriamente deben tener aseguradoras y afianzadoras representa asimismo un desafío. La técnica para otorgarla permite, sin embargo, que haya posibilidad de que las empresas interesadas contraten un servicio de calificación sólo para conocer su realidad y, de esa manera, proponerse mejorar los índices que no satisfagan aún los requerimientos, de cara al periodo en que la calificación ya tenga que ser abierta a todos y no sólo a la empresa y a la calificadora.

## Toma mucho tiempo volverse joven

Pablo Picasso



49 % de nuestros lectores tiene entre 25 y 44 años, 39% tiene más de 45.

Perfil de lector / Moctezuma y Asociados  
El Asegurador®

¿ a quién  
le estás  
hablando ?

# Obligará la LISF a agentes a conocer y seguir al pie de la letra lo que establecen sus productos, para poder ejercer



José Luis Arce

**Luis Adrián  
Vázquez Moreno**  
@pea\_lavm

Entre los cambios reglamentarios que contiene la nueva Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF) en punto a la labor de los agentes de seguros se destaca el propósito de eliminar de la práctica de la intermediación el factor improvisación, que, según se dijo, es frecuente en el mercado y cuya persistencia contribuye a distorsionar la esencia de la información comercial que el cliente debe recibir. Por tal motivo, la LISF establece que para

ejercer tal profesión el intermediario deberá conocer y seguir al pie de la letra el contenido y pormenores de la descripción de las características de los productos que ofrece.

Lo anterior fue dado a conocer por José Luis Arce, abogado de DACbeachcroft, al participar como expositor durante un seminario organizado por la Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y Fianzas (Amedesef) en el que abogados de la industria analizaron los cambios sustanciales que en la nueva ley se han establecido para distintos actores de la industria.

El abogado Arce señaló también que el nuevo documento legal obliga a los

agentes de seguros a suministrar a su compañía los datos y elementos necesarios y suficientes para que se puedan evaluar los riesgos de manera correcta; de ahí la importancia de conocer con exhaustivo detalle los productos y de establecer un puente de comunicación eficaz con los clientes para propiciar tanto el adecuado aseguramiento como la correcta estimación del costo del riesgo.

Aún más: para los canales de distribución no tradicionales, la normativa establece que, si por ejemplo la venta se realiza de manera telefónica (call center), los oferentes del servicio están obligados a llevar un programa de capacitación para la promoción de aquellos productos que demanden una mayor orientación para el consumidor.

Un tercer punto que ahora se prevé en la LISF es el relacionado con la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), que ahora tiene facultades para solicitar en cualquier momento información de productos o de la

forma en que están ofreciendo los seguros los canales de distribución alternativa. Éstos, a pesar de que continuarán sin reglamentación específica, sí están obligados a proporcionar y atender el llamado y señalamientos de la autoridad.

A pesar de que el abogado José Luis Arce considera que muchos podrían haber sido las aportaciones reglamentarias en materia de intermediación y que simplemente se desaprovechó la oportunidad, hoy por lo menos, a diferencia del pasado, ya existen algunos aspectos que con claridad los agentes sabrán en qué y por qué se les supervisarán, hecho que tradicionalmente había sido poco claro.

En materia de pago de primas, ahora los agentes de seguros sólo podrán cobrarlas si dan un recibo expedido por las instituciones que representan, nunca recibos distintos. De esa manera se atenderá la claridad en el flujo de los pagos que los asegurados hacen por el servicio.



## Regulará la CNSF a ajustadores, según establece la nueva Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas

- **La aseguradora se hará responsable del desempeño de los ajustadores que designe**
- **Los ajustadores tendrán que acreditar conocimientos y honorabilidad antes de su designación**

La nueva Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF) prescribe lo siguiente: para que los ajustadores de seguros, ya persona física, ya moral, puedan ser designados por las compañías de seguros como sus representantes para la evaluación de los siniestros, la compañía otorgante de esa facultad deberá verificar y acreditar los conocimientos de

su ajustador, así como dar fe de la honorabilidad de su proceder para poder ejercer.

Precisó lo anterior José Luis Arce, abogado de DACbeachcroft al participar como expositor en un seminario denominado "La nueva Ley de Seguros y Fianzas", organizado por la Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y Fianzas (Amedesef), que preside Aldo Ocampo.

En el mismo documento legal se le dan facultades a la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) para que pueda emitir disposiciones de carácter general relativas a actividades irregulares o que se considere que se apartan de la sana práctica del ajuste.

De igual forma, José Luis Arce apuntó que las aseguradoras deberán confeccionar manuales que señalen claramente los lineamientos, políticas y procedimientos que habrán de observar los ajustadores de seguros, y estarán obligados a publicar tales prontuarios en la página de internet de la institución. Cada asegurado será responsable del desempeño de los ajustadores de seguros que designen.

La LISF precisa que, a partir de su reciente publicación en el Diario Oficial de la Federación (DOF), los

ajustadores de seguros estarán sujetos a la inspección y vigilancia de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), y una compañía aseguradora sólo podrá designar como ajustadores (en relación con los contratos de adhesión) a aquellos peritos que se encuentren registrados ante la CNSF.

Por su parte, los ajustadores deberán acreditar sus conocimientos y honorabilidad para poder obtener dicho registro, y será facultad de la Comisión suspendérselo de 30 días a un año cuando declaren falsamente, requieran al asegurado o beneficiario cualquier prestación de carácter ilegal (aun cuando no se llegue a recibir) u oculten o proporcionean información falsa sobre las causas de un siniestro.

Asimismo se puede cancelar el registro cuando el ajustador actúe para aseguradoras extranjeras sin autorización para vender seguros en México; cuando no cumpla con los requisitos establecidos o deje de tenerlos y actúe como ajustador en contratos de adhesión estando suspendido.

Finalmente, José Luis Arce señaló que, al formalizarse el tema de los ajustadores en esta nueva ley, se termina con la discusión sobre su designación como peritos.

# Las redes sociales sus principales riesgos y la protección ante ellos

Ana Laura Martínez P.  
@pea\_analaura

**A**ctualmente, las redes sociales se han convertido en un canal de comunicación de alto impacto a nivel mundial; tanto es así que los internautas cuentan con entre tres y cuatro redes sociales en las que interactúan con diferentes personas compartiendo pensamientos, fotografías, videos, música y demás en el tiempo y forma en que lo deseen. Sin embargo, a nivel empresarial, estos medios también han ido evolucionando de tal manera que las compañías de diferentes mercados promocionan y venden sus productos y ofrecen diferentes tipos de servicios a sus clientes por medio de las redes.

Debido al gran alcance que han logrado obtener las redes sociales en los últimos años, la Procuraduría General de Justicia del Estado de México (PGJEM) dio a conocer un comunicado en el que se explican los diferentes tipos de redes sociales, los riesgos a los que sus usuarios están expuestos y cómo pueden protegerse.

Las redes sociales son comunidades virtuales donde los usuarios interactúan con personas de cualquier otra parte del mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común; además, permiten conectar a gente que se conoce o desea conocerse y la dejan centralizar recursos como fotografías y videos en un lugar fácil de acceder y administrado por los mismos usuarios.

Existen diferentes tipos de redes sociales, y cada una de ellas tiene características específicas:

- **Foros.** Probablemente el primer formato de red social que hubo en internet. Permiten la interacción social entre personas que comparten intereses comunes.
- **Blogs.** Originalmente llamados web-logs, los blogs son una plataforma para que las personas expresen sus ideas y pensamientos sobre su vida.
- **Micro-blogging.** Aunque parezcan similares a los blogs, este tipo de sitio busca hacer una versión pequeña y resumida de lo que está sucediendo; puede tratarse de pensamientos o noticias. El microblog más conocido es Twitter.



- **Para compartir fotos.** Si bien se pueden compartir fotos en todas las redes sociales, existen plataformas especiales, ya que sus funciones son más útiles para quienes desean subir cantidades considerables de imágenes. Flickr es la más popular.
- **Para compartir videos.** La dinámica es similar a las redes para compartir fotos. Los videos se comparten en línea y se les agregan palabras claves y etiquetas para facilitar las búsquedas. YouTube es el sitio más popular, aunque también encontramos Vimeo y MetaCafe.

- **Profesionales.** Diseñadas para establecer contactos en el mundo de los negocios. Las redes de este tipo permiten no perder la relación con excompañeros de trabajo o jefes y enlazar nuevas oportunidades profesionales. La más conocida es LinkedIn.



- **Para socializar.** Permiten mantener el contacto con conocidos y amigos, y al mismo tiempo favorecen el establecimiento de nuevas amistades, ya que justamente en estos sitios se trata de ser sociales. El líder en esta categoría es Facebook.



Cuando los usuarios están integrados en estas redes sociales se exponen a diferentes riesgos, como los siguientes:

- 1 Al descargar aplicaciones como juegos o pruebas, indirectamente proporcionas información personal a los desarrolladores del software, quienes pueden hacer mal uso de tus datos.
- 2 Al publicar los lugares en donde te encuentras, contribuyes a que desconocidos conozcan tus hábitos de consumo, estilo de vida, horarios, etcétera.
- 3 Algunos sitios preguntan nombres de mascotas o de familiares como pregunta secreta para recuperar tu contraseña. Verifica que la información que proporcionas no sea igual a alguna que hayas ingresado en datos bancarios, para evitar un fraude electrónico.
- 4 No toda la información que se publica es privada.
- 5 Acoso cibernético (cyberbullying) entre menores.

En su comunicado, la PGJEM también compartió algunas de las formas en que pueden protegerse quienes usan estas vías de comunicación:

- Verifica la política de privacidad de la red social en la que quieras abrir una cuenta.
- No pubiques teléfonos, dirección, ni te registres en los lugares que normalmente frecuentas.
- No aceptes como "amigos o seguidores" a personas que no conoces, especialmente si tu perfil es privado.
- Si tus hijos quieren abrir una cuenta, ten en consideración que algunas redes sociales tienen restricciones para menores de 13 años; por lo mismo, no los expongas; mejor ofréceles plataformas alternativas adecuadas a su edad.
- Ajusta los niveles de privacidad de manera adecuada.

Por último, el documento invita a los usuarios a aprovechar todos los beneficios que cada red social brinda sin dejar de tomar en cuenta que éstas conllevan riesgos que pueden ser evitados con la debida prevención y precaución, por lo que es necesario adoptar éstas como la mejor precaución.

Promueve que este  
día del niño  
el mejor regalo  
sea la seguridad de una  
educación profesional

Dibujando su futuro

El futuro es como te lo imaginas®

**Insignia Life**<sup>TM</sup>  
 La aseguradora de tu vida®

[insignialife.com](http://insignialife.com)  
 01 800 00 55555

# Se Dice...

También hizo ruido la entrada en vigor de la Circular Única el 7 de abril, que dispone que los seguros de Gastos Médicos Mayores ya no pueden ser vendidos con sumas aseguradas ilimitadas, aunque los contratos con garantía de renovación automática deberán ser cumplidos por las aseguradoras en los términos originalmente planteados...

Promulgada la ley por el jefe del Ejecutivo, queda ahora trabajar durante 15 meses en la regulación secundaria. Un seminario realizado el 10 de abril por la Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y Fianzas, A.C. (Amedesef) permitió conocer, en efecto, que lo que originalmente se había planteado como una reforma a las leyes de seguros y fianzas terminó generando un golpe de timón para llegar a un marco jurídico unificado.

Ahora lo que sigue precisamente es analizar la Circular Única. De hecho, ya se trabaja en ella, pues la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) puso en manos de aseguradores y afianzadores el documento en cuestión, que incluye asimismo la propuesta de una fórmula estándar, un modelo estándar, para que sea la base sobre la cual las compañías aprendan a trabajar al mismo tiempo que se genera información comparable...

La autoridad considera que el marco legal que regirá dentro de dos años está dirigido a un mercado mexicano maduro. La tarea de los regulados es, desde ese enfoque, colocarse a la altura de una regulación orientada a tratar con secto-



Jaime Andrade (derecha), presidente de Copaproce, en sesión el 10 de abril. Transparency and congreso 2014 en Perú, entre los temas.

res adultos, listos para la competencia y para asumir la responsabilidad de innovar, aumentar su eficiencia y desarrollar el mercado. Se prevé la implantación de mecanismos que permitan una mayor libertad de acción...

Lo que busca la ley, se dice, es garantizar que el desarrollo del seguro y de la fianza en México sea sano y que estos mecanismos penetren en el mercado a largo plazo. Con esto, por lo pronto, México se equipara con Holanda en cuanto a cumplimiento de regulación con apego a los principios básicos de seguros, pues tiene una calificación de 96.8 puntos de 100. Alemania es el primer lugar, con 97.3 puntos, y Estados Unidos

se califica con 88.8 puntos. Con esto, la autoridad mexicana parece haberse ganado una palomita, pues antes de este proceso estaba en 92.7 puntos.

La nueva ley introduce, sin duda, disposiciones que darán lugar, en algunos casos, a fuertes debates entre reguladores y regulados. Esto abre la oportunidad a diversas profesiones, que tendrían que estar muy atentas a la forma de aportar su grano de arena, sobre todo porque existe la idea de que hoy en día hay situaciones que pueden sonar más a cumplimiento en el papel que en forma auténtica...

En nota por separado apuntamos que la Circular Única deberá quedar revisada en su totalidad hacia junio de 2014 y que sería publicada en agosto o septiembre de este año, para entrar en vigor en abril de 2015, en forma paralela respecto a la nueva ley. La idea es que haya tiempo para que las empresas adecuen su situación con tiempo y no haya desfases en los plazos por las fechas de aplicación...

## GASTOS MÉDICOS

En cuanto al seguro de Gastos Médicos, la Circular viene a tratar de poner orden en el manejo de ciertos puntos críticos. No es una solución final, se

advierte, porque hay diferencias de opinión, todavía, entre autoridades y aseguradores. Esas diferencias de opinión tienen que ver con el tamaño del problema que se está creando. Las autoridades argumentan que ese problema no es de corto plazo pero que debe atacarse antes de que se presente...

## HUMBERTO RUIZ QUIROZ

La Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y Fianzas hizo entrega del Premio al Mérito Amedesef a **HUMBERTO RUIZ QUIROZ**, abogado que, al igual que su padre, se ha orientado a examinar las leyes que atañen al seguro y a la fianza. El fruto de estas reflexiones se divulga después lo mismo en libros que en artículos para publicaciones especializadas, lo que los condujo a establecer pautas que, a pesar del paso del tiempo y las reformas a la regulación existente, siguen siendo útiles...

El presidente de la Amedesef, **ALDO OCAMPO CASTAÑARES**, le pidió al primer premiado por ese organismo, **IGNACIO LÓPEZ MERLO**, que hiciera entrega del reconocimiento. Es importante destacar que RUIZ QUIROZ junto con su padre, **LUIS RUIZ RUEDA**, son referentes en el estudio del derecho de seguros. Ruiz Quiroz también dicta cátedra en la Escuela Libre de Derecho...

Recalcó López Merlo que con Ruiz Quiroz y Ruiz Rueda las autoridades han trabajado, trabajaron, en anteproyectos y proyectos que merecían un amplio reconocimiento también. Ruiz Quiroz dijo por su parte que pronto habrá un nuevo libro con lo más reciente en materia legal en seguros y fianzas, y admitió que hay sin duda puntos que celebrar, aunque otros serán objeto de las críticas que correspondan...

## DOS TROFEOS MÁS

El 24 de abril de 2013 la Sección Ciudad de México de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C. (Amasfac) entregará el Trofeo Vida y el Trofeo Gastos Médicos a los agentes que hicieron los méritos para recibirlos



Durante el seminario que organizó la Amedesef (Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y Fianzas) el abogado Humberto Ruiz Quiroz recibió el Premio al Mérito que dicho organismo otorga por segunda ocasión. Lo entregó Ignacio López Merlo, el primero en recibirlo el año pasado. Atestigua el presidente de Amedesef, Aldo Ocampo Castañares.

## 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

mediante producciones que tienen requisitos muy puntuales. El propósito de tales trofeos es impulsar el desarrollo de estas dos líneas de negocio, ya que se otorga un reconocimiento tanto a venta nueva como a conservación...

#### FIDES 2013 EN GUATEMALA

Del 10 al 13 de noviembre de este año, Guatemala será sede para los trabajos de la XXXIV Conferencia Hemisférica de Seguros de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (Fides). El evento, que se realiza cada dos años desde 1946, espera recibir esta vez a 1,100 inscritos, representantes de 250 compañías de seguro y reaseguro de 33 países. Por lo pronto, ya son, a ocho meses de la fecha, 300 los interesados que han reservado para participar...

Como ya es costumbre, el domingo 10 de noviembre se llevará a cabo el Torneo de Golf en el Club La Reunión. Ese mismo domingo habrá una excursión al volcán Pacaya. Por la noche se ofrecerá un coctel de bienvenida. Este evento será amenizado por un grupo de destacados músicos guatemaltecos, encabezados por el barítono de prestigio internacional **LUIS FELIPE GIRON MAY**. La inauguración formal se hará a las 9:00 de la mañana del lunes, día en que se ha programado una conferencia magistral. La Expofides será abierta a las 11:00 de la mañana. ¿Más información? Vea [www.fides2013.com...](http://www.fides2013.com...)

#### FORO 2013 RISK MÉXICO

Varios son los propósitos que tiene el Foro de Administración de Riesgos y Seguros programado para el 16 de mayo de 2013 en Monterrey, Nuevo León. Sus organizadores los explican así:

- Definir y entender la participación del ejecutivo de finanzas, administrador de riesgos y profesionales relacionados con riesgos asegurables y los seguros en las empresas.
- Conocer por qué una empresa debe considerar la Administración de Riesgos como parte de sus decisiones estratégicas de negocio.
- Comprender los aspectos relacionados con la compra y el diseño de los seguros de Daños y Gastos Médicos, así como la tendencia de la industria aseguradora en estos ramos.
- Conocer sobre el riesgo de contaminación del producto y los factores clave de la gestión de crisis ante un evento de este tipo.
- Conocer cómo se integran las megatendencias de Continuidad de Operaciones, Preparación ante Desastres y la nueva Ley General de Protección Civil para avanzar hacia una gestión integral de riesgos en las organizaciones.
- Conocer y entender las Perspectivas Económicas Mundiales y obtener una mayor percepción acerca de la urgencia de la adaptación al cambio climático y los esfuerzos en este tema en los países en desarrollo.

#### REUNIÓN DE COPAPROSE

El 10 de abril de 2013 se llevó a cabo, en Montevideo, Uruguay, la reunión del Consejo Directivo de la Confederación Panamericana de Productores de Seguros (Copaprose), que preside **JAIME ANDRADE**, peruano que en abril de 2014 será anfitrión del Congreso Panamericano del organismo. Durante el evento fue presentado un Manual de comunicación que pretende apoyar a las asociaciones en ese tema y en marketing...

Parte destacada del evento es la preo-

cupación manifestada por los trabajos que se están desarrollando en Europa, que tienen que ver con la propuesta de la directiva de mediación IMD-2, que se refiere a la transparencia. "La mediación entiende que no es necesario informar obligatoria y previamente al consumidor sobre las comisiones", se dijo...

En este sentido, el presidente de la Asociación de Productores de Uruguay (APROASE) expresó que "es una violación de la intimidad, ya que interviene en las relaciones entre corredor y cliente". Los miembros de Copaprose acordaron seguir de cerca la evolución

de IMD-2, con el fin de analizar el impacto que este procedimiento puede llegar a tener en Latinoamérica, dado que algunos países ya están incorporando legislaciones parecidas a la europea...

Por último, se informó sobre el Congreso Panamericano que se celebrará en 2014, en Lima, Perú, del 24 al 26 de abril. Se ha dado cuenta también de las candidaturas de Ecuador y Paraguay para organizar el XII Congreso Regional 2015. Chile se postuló también por si los anteriores países no aprueban su organización...

**NO TE LA JUEGUES...**  
MÁS DE 18 AÑOS DE EXPERIENCIA  
LO SIMPLIFICAN TODO TE LO ASEGURAMOS

**MOTOS**  
ESTAMOS ABARCANDO  
MÁS PARA TI

**Qualitas**  
ESTAMOS CERCA DE TI

www.qualitas.com.mx  
ccq@qualitas.com.mx  
Centro de Contacto Qualitas  
01 800 800 2021

**E**rasmo Torres era agente de Seguros Monterrey en la promoción de María Elena Betancourt, en 1991, cuando les presentó a Jesús Márquez. Una vez convencido de entrar a seguros, Márquez preguntó a quien sería su promotora: "¿Aquí como cuántas son las ventas que piden?". Betancourt le contestó con otra pregunta: "¿Cuántas haces en donde estás ahora?". Jesús le contestó que 10 al mes. "Pues éas precisamente."

Así, pensando que tenían que venderse 10 pólizas mensuales, comenzó a ver a sus clientes, y durante los primeros tres meses ése fue su promedio de ventas. "Yo estaba acostumbrado a tener auto de la empresa, pero aquí me dijeron que no era así. Sin embargo, yo tenía un guardadito y, con el apoyo de Erasmo, fuimos a ver al director de Ventas para que me hiciera un préstamo. Para mi sorpresa y la de muchos, me lo dio inmediatamente". Sus ventas ya realizadas lo avalaban.

Jesús considera que comenzó con el pie derecho en los seguros, carrera en la que cumplirá 22 años, que se le han pasado como agua. Cuando comenzó, su hijo apenas tenía ocho meses de nacido.

#### ► Arrancar en los noventa

A principios de la década de los noventa no había tanta tecnología. Jesús recuerda: "Te daban un listado que tenía la edad de la persona, las sumas aseguradas, que eran cantidades al millar, y luego los beneficios de muerte accidental y de incapacidad, y tú le ibas sumando. Le hacías el cálculo al cliente".

Ya en el mejor de los casos se podía solicitar un estudio actuarial en la compañía, que tardaba un día y se imprimía en papel continuo con hoja calca. "Debías tener mucho cuidado para despegar las hojas sin manchar la propuesta".

Los conceptos de análisis de necesidades financieras, detección de necesidades y otros que han venido con el tiempo no existían.

#### ► El bache

"Oye, loco, ¿por qué estás vendiendo 10 pólizas mensuales?", le dijo uno de sus compañeros, "si con dos es más que suficiente". Jesús confiesa que nunca debió hacerle caso. Su producción bajó y, no sólo eso, comenzó a sobrarle tiempo, que invirtió en capacitar en ventas a agentes de una funeraria, área en la que tenía experiencia. Así estuvo dos años, hasta que vio que servir a dos amos implicaba quedar mal con uno. Era tiempo de tomar un solo camino, y eligió regresar ciento por ciento a los seguros.

#### ► MDRT, el parteaguas de su carrera

En Seguros Monterrey comenzaron a promocionar mucho la Mesa Redonda del Millón de Dólares. "Decían que ahí estaban los sobresalientes; así que me propuse estar entre ellos, y lo logré", comenta. En ese entonces, los agentes se congregaron en Nashville, Tennessee.

## En la Mesa aprendí...



### Entrevista con Jesús Márquez Gómez, miembro vitalicio de la MDRT

*Jesús Márquez recuerda que, cuando comenzó en ventas, le decían "joyero". No porque vendiera joyas, sino "joyos", es decir, perpetuidades en Parque Memorial. Con el tiempo se volvió buen vendedor, carrera de la cual está muy orgulloso, y parecía que las cosas no cambiarían hasta que uno de sus clientes, Erasmo Torres, le dijo: "Yo creo que tu tendrías mucho éxito en los seguros". Estaba en lo correcto.*

**César Rojas Rojas**  
@pea\_crojas

"Además de conocer una bella ciudad, me impactó llegar a la sesión plenaria y encontrar a un conferencante hablando frente a siete mil personas. Las pláticas eran tan impactantes que salí llorando de más de una. Todo aquello me llegó profundamente, y ahí entendí que estaba viviendo un parteaguas en mi profesión. Aprendí que no sólo debes saber más de seguros, sino que tienes que ser mejor humano, más honesto contigo mismo y con tus clientes", reflexiona.

Ahí comenzó el aprendizaje para Jesús Márquez. Le inculcaron que un agente tiene que indagar cuáles son las posibles soluciones que resuelven el caso de la vida del asegurado; buscar la más adecuada. "Porque morirán una sola vez; y, si el asegurado se te murió, ya no puedes

dicir: 'Me equivoqué en el programa que le ofrecí'". Una gran responsabilidad.

En la MDRT supo que es importante mantenerse saludable para ser más productivo: "Una doctora habló del cambio de hábitos alimentarios; y esto es muy relevante porque, si no estás bien, no puedes ayudar a tus clientes. Aprendí a comer mejor inclusive. Y una salud deficiente no sólo se nota, sino que, cuando no estás sano y vas con un asegurado, no tienes la misma capacidad de observación, de reacción, porque no estás sano íntegramente para concentrarte en la asesoría".

Aunque está orgulloso de llamarse vendedor, carrera en la que ya cumplirá 32 años, confiesa que en la MDRT comprendió que, más que un vendedor, de-

bería ser un asesor para sus clientes. "La frase clave es cómo te voy a ayudar, porque así construyes relaciones duraderas."

#### ► El Segubeco

Márquez Gómez llegó a tener a 200 niños asegurados, lo que le valió el sobrenombre de el segubeco, ya que el producto que más vendía se llamaba Segubeca. No sólo llevaba una agenda muy precisa de embarazos y niños que acababan de nacer, sino que, además, en 1996 tuvo la ingeniosa idea de promocionar los productos de una manera no estándar: tomó su camioneta Ram, la adaptó y se instaló fuera de cuatro es-

## Al llegar a la Mesa vi que hay mil maneras de hacer las cosas mejor, de manera más profesional

cuelas, de manera alternada, para ofrecer una garantía de educación a los niños.

"Hice unos letreros en acrílico para promocionarme y me ponía fuera de las escuelas a la hora de la entrada y de la salida, con una laptop Toshiba, que era pesada pero ya portátil, y les platicaba a los papás acerca del producto. Ahí adquirí muchos clientes", recuerda.

### Aprendizajes de la MDRT

En Nashville, Márquez vio que varios agentes eran "miembros vitalicios". Pensó que era una proeza convertirse en uno, pero de inmediato se dio cuenta de que ya habían pasado los 10 años consecutivos de calificación necesarios para convertirse en miembro vitalicio. "Hubo una transformación en mí. Antes pensaba que hacía las cosas muy bien porque no me había comparado, pero al llegar a la Mesa vi que hay mil maneras de hacer las cosas mejor, de manera más profesional, para identificar las necesidades de un prospecto y buscar las mejores soluciones."

### Más allá del programa

Una de las ventajas que Márquez destaca de la reunión de la MDRT es lo que pasa alrededor del programa de conferencias. "Se aprende en los recesos, con agentes de otros estados o países", comenta.

Recuerda que un agente, hoy amigo suyo, comentó algo sobre la importancia de insistir: "En una ocasión, la esposa de un prospecto casi me corre de su casa. No quería que él adquiriera la póliza, pero logré colocarla. Cuando fui a entregar la póliza encontré un moño negro. La compañía pagó, y 30 días después, durante una misa que se celebró en memoria del fallecido, la esposa me presentó ante todos. Dijo que, en contra de su voluntad, yo había convencido a su marido para firmar la solicitud, a pesar de que ella quería vacaciones y un auto nuevo. Dijo que gracias a mí sus hijos tendrían para comer, para vestir y seguir yendo a la escuela".

Este tipo de historias, y muchas similares que se escuchan en las conferencias de la reunión de la MDRT, le corroboran a Jesús Márquez que no podría estar en una industria distinta ni mejor porque no existe. "En la Mesa cambia la forma en la que me entrego a mis asegurados. Hoy la mayoría son mis amigos, y no necesariamente te adquieren pólizas importantes en un principio."

En la MDRT aprendió acerca de tres riesgos: vivir poco tiempo, tener una incapacidad o vivir demasiado; así que se ha especializado en Vida y Gastos Médicos.

### La hora de pagar

Jesús Márquez ha pagado cuatro indemnizaciones de seguro de Vida. En 1997 fue Jorge, un ganadero de Ecatepec; después vino Margaret, su propia hermana. Pero dos casos le enseñaron mucho.

"Cuando falleció una de mis aseguradas, María Eugenia, dejó como beneficiaria a su hermana, a quien también encargó velar por sus hijos. A pesar de que su marido le decía que invirtieran ese dinero en un negocio que duplicaría el capital en poco tiempo, la hermana dijo: 'Mi hermana siempre me platicó acerca de la confianza que le tenía a Jesús; así que por el bien de los niños voy a hacer lo que él me aconseje'. Esto sin conocerme. Hoy los niños han crecido, y el dinero aún le alcanza para solventar varios gastos."

El otro caso más reciente, fue Guillermo, a quien no hacía mucho se le había pagado un seguro educacional. Jesús no quiso que quedara desprotegido, así que le ofreció un Ordinario de Vida, que aceptó. "Poco después le dije que adquiriera otro y me dijo que ya era suficiente".

Tiempo después recibió una llamada de Memo. Le urgía verlo para comprarle un seguro porque era muy probable que tuviera cáncer de páncreas. "Desafortunadamente, Memo, no hay ningún seguro que pueda venderte. Simplemente no funciona así", le contestó Márquez. Cinco meses después, Guillermo murió.

En el funeral, Jesús vio a la viuda muy inquieta. La mujer no entendía por qué la funeraria le estaba cobrando antes de que su esposo fuera cremado. Lo peor: las tarjetas estaban al tope. "Le dije que tal vez no era el momento para hacerlo, pero tenía que recordarle que Memo tenía un seguro conmigo. Al principio pensó que era el educacional, que ya había pagado, pero le contesté que no, que había uno adicional por 85 mil dólares, que podíamos pagar muy pronto." A la viuda le volvió el alma al cuerpo. Más tarde, Jesús observó que ella hablaba con otros familiares, señalando hacia donde él estaba. "¿Ves a ese señor?", decía, "es quien me trajo dinero para salir de esta situación." Desde entonces ellos son también sus asegurados.

### Regresar a la MDRT, un compromiso

Para muchos, las expectativas que se generan la primera vez que pisas una reunión de la MDRT despiertan el compromiso de regresar y continuar como miembros. "Se viven experiencias maravillosas dentro y fuera del programa; pero, si no las pones en práctica, no sirven de nada. Una idea no es tuya si no la pones en práctica, pero la ventaja de ir a la MDRT es que puedes tomar ideas efectivas que otros ya han probado por ti. ¿Para qué picar piedra desde abajo si puedes aprender de alguien más?"

Algo que aprendió Márquez en la MDRT es compartir, hacer negocios en conjunto. Ha implementado el esquema con otros agentes para cerrar negocios grandes compartiendo la comisión. "Ayudas a que otros compañeros cumplan sus sueños, y todos ganan."

### Más que calificar, involucrarse

Hoy Márquez es miembro del Comité de Comunicación para México en la MDRT y aplica el programa de mentoría, mediante el cual comparte con noveles su experiencia y los ayuda a calificar también. Ha encontrado satisfactorio trabajar con jóvenes porque ellos se atreven a hacer cosas nuevas y él puede enseñarles también.

Pero el primer paso fue involucrarse. "Recuerdo, y se me enchina la piel, la primera vez que llegué a la reunión de la MDRT, y todo el mundo te dice 'congratulations'. La energía que contagian además también te dice que ellos, en otro lugar del mundo, se dedican a lo mismo que tú."

Jesús Márquez también es voluntario para los miembros hispanos. "Yo fui ayudado por mucha gente, y difícilmente algún día voy a pagar lo que me ha dado la Mesa, pero sí puedo contribuir con un granito de arena, y lo haré siempre."

Tal vez alguien en 20 años platicue una historia parecida a la mía y, si puedo orientarlo y darle información como voluntario, lo haré. Tienes que pararte antes, dormir menos, pero la satisfacción de hacer lo que te gusta es compensación más que suficiente. No es algo para presumir o que sea rentable, te lo llevas el día que partes, pero te da la oportunidad de dejar huella. Tocas otras vidas a través de los colegas."

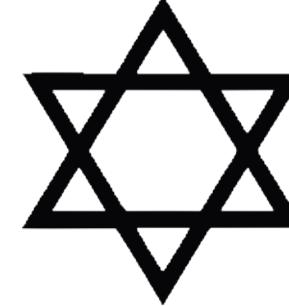
### Para quienes van comenzando

Jesús Márquez quiso aprovechar la entrevista con EL ASEGURADOR para enviar un mensaje a aquellos que van comenzando:

"Ésta es una carrera excepcional, que te permite vivir bien mucho tiempo, porque te vuelves protector de patrimonios, familias, huérfanos y viudos. Además, te pagan por hacerlo, y te pagan muy bien. Te permite viajar, conocer mucha gente, y en México el mercado es virgen. Hay una gran oportunidad, y cuantos más jóvenes, mejor; porque su mercado existe, y después a los hijos y hasta los nietos. Es un mercado renovable y, además, hoy en día la cultura del seguro es más amplia que hace 20 años."

Jesús recuerda que su padre le dijo que nunca se dedicara a las ventas porque cuando no vendiera no le pagarian. "Pero antes de partir me dijo cuán orgulloso estaba de lo que yo estaba haciendo."

**Yo fui ayudado por mucha gente, y difícilmente algún día voy a pagar lo que me ha dado la Mesa**



Los Socios y Colaboradores de

**PROMO**  
Broker  
Agente de Seguros y de Fianzas, S.A. de C.V.

Lamentamos profundamente el sensible fallecimiento del

**Act. Salomón Zetune Moljo**

Acaecido el 23 de marzo del presente.

Expresamos a toda su familia nuestra solidaridad ante esta irreparable pérdida.

Abril, 2013.

# Las redes sociales como una nueva plataforma de negocio para las compañías aseguradoras del mundo

Ana Laura Martínez P.  
@pea\_analaura

**A**lrededor del mundo, el uso de las redes sociales y otras plataformas tecnológicas (como aplicaciones para teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras), se ha convertido en algo indispensable para muchas personas, ya sea para utilizarlas de forma personal o por su actividad empresarial. El sector asegurador, por supuesto, no es la excepción y ha encontrado en estas vías de comunicación un espacio para dar a conocer sus servicios a los prospectos y de esta manera convertirlos en clientes; así pues, la tecnología permite abrir un nuevo canal de negocio.

De esta forma se expresó Ángel Gascón, director de Servicios Financieros de Capgemini, empresa especializada en consultoría, en la entrevista que sostuvo con EL ASEGURADOR. Nosotros le pedimos entrar en detalles respecto a la importancia actual de las redes sociales

*El no sumarse a estos canales de comunicación implicará graves desventajas*

y medios móviles de comunicación y el impacto que tendrán dentro de algunos años como plataforma de la venta de seguros.

Nunca van a dejar de existir los canales tradicionales, como oficinas de servicio o call-center; sin embargo, se prevé que para 2015 las redes sociales tendrán un alto impacto de manera que se podrán realizar desde ellas todas las operaciones que se llevan a cabo en una compañía de seguros, señaló Ángel Gascón.

En México, por ejemplo, las redes sociales están sirviendo ya como un canal por medio del cual se expresan demandas y quejas de cualquier tipo, en cualquier momento y lugar

y con cualquier dispositivo; esto obviamente minimiza los costos y tiempos de atención a los clientes, lo cual hace a cualquier compañía más competitiva.

“En Capgemini sentimos que la finalidad de las aseguradoras de abrirse a estas nuevas herramientas tecnológicas es dar a conocer sus productos y servicios; pero, además, les interesa tratar de llegar a sus asegurados de una forma más rápida y eficaz. Buscan con ello que cada uno de sus clientes pueda estar en contacto con su agente o aseguradora en el momento en que lo requiera.

En cuanto a las personas que aún no se familiarizan con esto, el entrevistado recalcó que no se pretende que dejen de existir los canales tradicionales; más bien, las redes sociales sirven como una nueva plataforma, y quien las quiera adoptar será recibido, pero quien no lo deseé puede seguir comunicándose vía telefónica o de manera personal; pero todos deberían darles una oportunidad a estos medios.

Como referencia, dijo Ángel Gas-

cón, hoy en día las reclamaciones por medio de canales tradicionales suman solamente 16 por ciento, mientras que a través de redes sociales y dispositivos móviles se concentran más del 80 por ciento.

La mayor ventaja que se encuentra en estos nuevos procedimientos de queja es que las compañías aseguradoras competirán por mejorar la calidad de los costos y servicios de sus productos, lo cual debe ser lo más importante. También se puede conocer de manera más profunda al cliente y establecer una relación más fuerte.

Ángel Gascón cerró la entrevista explicando que el reto más importante que tendrán las compañías de seguros al sumarse a esta nueva plataforma es asegurarse de que cada una de ellas tendrá la fortaleza (en estructura, atención y servicios) para poder ofrecer lo mejor de sus productos en tiempo y forma, y no olvidar que esta canalización requerirá gastos pero que, al final de cuentas, si no lo hacen, se verán en desventaja y poco a poco perderán clientes.

**Sólo uno de cada tres clientes califica como positiva la experiencia que tuvo con su aseguradora**

 **MAPFRE | MÉXICO**

**Sr. Nicolás Ricardo Gustavo Eversbusch y Loebbecke**

MAPFRE México lamenta de manera profunda el deceso de nuestro entrañable amigo y agente, acaecido el pasado 30 de marzo en la Ciudad de México.

Para nuestra compañía, siempre serás un referente de lucha, éxito profesional y ejemplo, palpable a través de tu legado plasmado en los múltiples reconocimientos y distintivos que obtuviste a través de una larga y fructífera relación con nosotros.

Q.E.P.D.

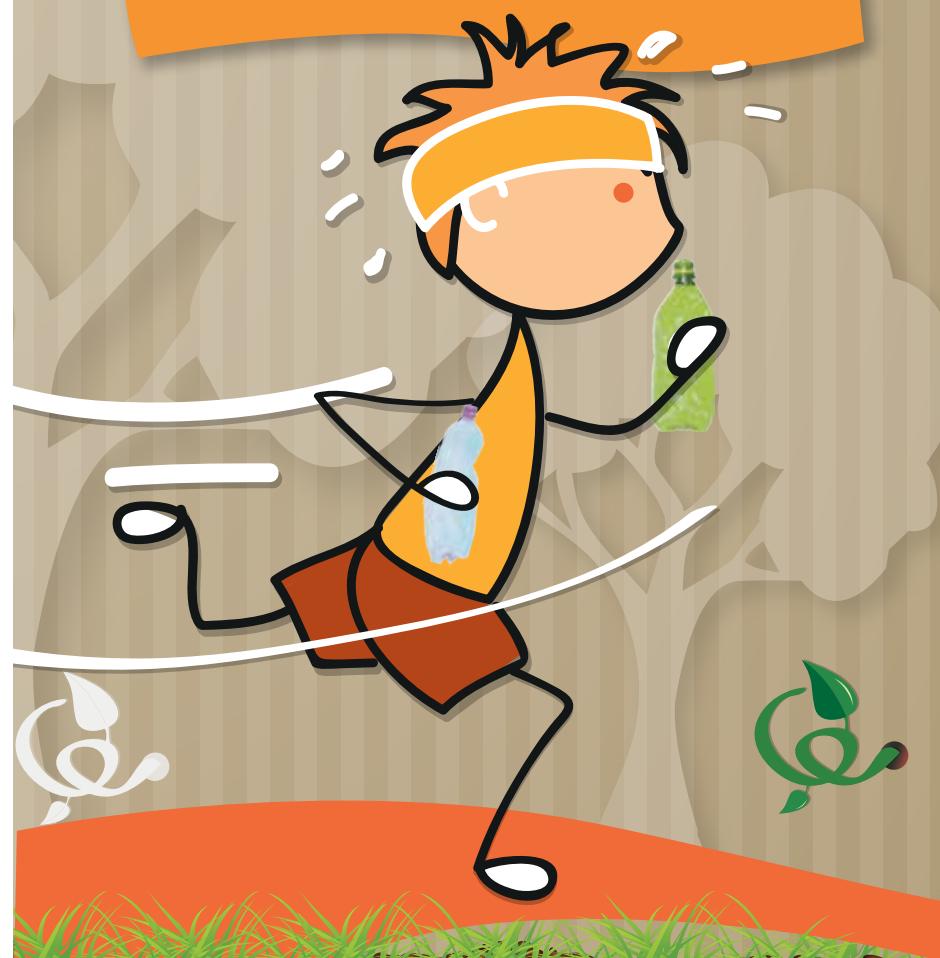




## ¡ÚLTIMOS DÍAS DE INSCRIPCIÓN!

**¡No te la pierdas!**

**Invita a tus familiares  
y amigos. ¡Inscríbete!**



Más información en [www.aserta.com.mx/Carrera](http://www.aserta.com.mx/Carrera)



Hemos planeado la mañana perfecta para ti con tu familia y amigos.

### BASES

**Fecha:** domingo 21 de abril de 2013

**Lugar:** Circuito Ciudad Universitaria (UNAM)

**Hora de arranque:** 8:00 h

**Distancia:** 5 km y 10 km

**Caminata:** 3 km

**Carrera Infantil:** 50, 100, 200, 300 y 400 metros

**Hora de arranque:** 9:30 h

### INSCRIPCIONES - COSTO

**Carrera adultos:** \$ 200.00 (doscientos pesos 00/100 m. n.)

Inscripciones por internet con cargo a tu tarjeta de crédito \$230.00

**Carreras Infantiles:** \$100.00 (cien pesos 00/100 m. n.)

Inscripciones por internet \$100.00 con cargo a tarjeta de crédito: \$130.00

Para inscribirte por Internet, con cargo a tu tarjeta de crédito, ingresa a: [www.mx-race.com](http://www.mx-race.com), o acude a las **sucursales de Aserta** o a la siguiente dirección: **Mexicali 80, Hipódromo Condesa, teléfono: (55) 5256-2110**

### ENTREGA DE PAQUETES

Sábado 20 de abril en la Fuente Xochipilli en la 2<sup>a</sup> sección de Chapultepec de 8:00 a 14:00 h.  
Es necesario que presentes tu comprobante de inscripción.



**imagina**  
soluciones®

# Tu negocio

## Diego Chornogubsky

Representa a Kinder Brothers International en América Latina, compañía reconocida en la industria por sus programas de capacitación y procedimientos transferibles y adaptables que producen resultados. Su especialidad es llevar a asesores y managers a niveles más altos de desempeño.

Su sobresaliente liderazgo y el profundo conocimiento que Diego posee de los sistemas, métodos y capacitación de KBI, le permiten ayudar a numerosas compañías, cientos de líderes de agencia, agentes, capacitadores y funcionarios de casas centrales a acelerar su crecimiento y alcanzar logros extraordinarios.

Diego frecuentemente da conferencias en convenciones y otros importantes eventos de compañías en México, Argentina y en Estados Unidos.

Esta exitosa experiencia le permite a Diego ser un consultor y capacitador de clase mundial motivando e influenciando a asistentes de todo el mundo.



- Autor del libro “Vendiendo exitosamente”
- En KBI es Vicepresidente y consultor Senior para América Latina
- En 2010, 2012 y 2013 fue invitado a dar presentaciones en LAMP, convención anual más importante del management de la industria de seguros

### PATROCINADORES



# MUNDO DEL **Asegurador**



**SOFIMEX reconoce el empeño y esfuerzo de su equipo**

**Estrategia, Evolución y trabajo en equipo, factores determinantes en el crecimiento de PROMOBROKER en 2012**

**SOFIMEX premia a sus agentes con la convención de St Petersburgo**

**Promotores de AXA se reúnen en LAMP para seguir creciendo**

**ZURICH, una Empresa Socialmente Responsable**

**MAPFRE México lanza adecuaciones a su línea de productos de Gastos Médicos Mayores**

 **MAPFRE | MÉXICO**

**Gana MAPFRE México, nuevamente el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR)**

**Recibe Alejandro de la Mora Hernández reconocimiento internacional en LAMP 2013**

**Asisten a LAMP 2013 “Trazas tu futuro” Promotores del Negocio Individual Privado de METLIFE**



Omar Gutiérrez.

## Sofimex reconoce el empeño y esfuerzo de su equipo

*La Hacienda de los Morales fue el marco esplendoroso en el que la fuerza de ventas de Sofimex fue reconocida por sus directivos.*

Sin lugar a dudas la gente es prioridad para Sofimex. Así quedó demostrado en el desayuno que ofreció a su fuerza de ventas que ha participado de manera puntual y con crecimiento dentro de la empresa durante 2012.

El Director General, Lic. Armando Rodríguez Elorduy, dio la bienvenida a los asistentes, con el propósito de agradecerles el cumplimiento de las metas propuestas en el 2012. "Me da mucho gusto recibirlos, estamos aquí para reconocer su esfuerzo y constancia con Sofimex", aseguró.

Durante su discurso, el directivo ofreció un panorama de cómo se vislumbra el negocio de las afianzadoras para este 2013, en el cual confía obtener mejores resultados con base en los cambios y proyectos que el gobierno ha iniciado para este sexenio.

Antes de concluir sus palabras, agregó: "Estoy muy agradecido con todos por tomarnos en cuenta, también aprovecho para agradecer al equipo comercial por un año tan bueno como el que tuvimos".

Después, tomó la palabra el Director Comercial, Lic. Omar Gutiérrez Robles, quien expresó: "Antes que nada, muchas gracias por confiar en Sofimex; como ustedes saben la participación de Sofimex en el sector se ha mantenido dentro de los primeros lugares del mercado, creemos que vamos con pasos muy firmes" aseguró el encargado de Comercialización.

El evento concluyó con la entrega de medallas conmemorativas, a los representantes de Sofimex por su buen trabajo, expresando su confianza en que las cosas marchan bien y que se espera repuntar para este 2013.

La recepción finalizó con júbilo y entusiasmo de los asistentes, quienes manifestaron su orgullo por pertenecer a la gran familia que es SOFIMEX.



Armando Rodríguez, José Juan Maldonado.



Armando Rodríguez, Jesús Tavares.





Armando Rodríguez acompañado por el 1er lugar en ventas Grupo Vitesse encabezado por la Lic. Graciela Álvarez, Salvador Plata y Claudia Sánchez.



Directivos de Sofimex, Sres. Villa de Vr Integra Agente de seguros y fianzas.

## Sofimex premia a sus agentes con la convención de St Petersburgo



Jorge Rodríguez Elorduy.

Sofimex, una Afianzadora sólida y comprometida en el mercado, realizó la cena de convencionistas, en las instalaciones del Restaurante San Ángel Inn.

En una noche llena de color y amenizada con excelente música, el evento, contó con la asistencia del Director Comercial, el Pdte. del Consejo de Administración, el Director General, Lic. Armando Rodríguez Elorduy, y algunos integrantes del equipo de Sofimex. La cena se puso a tono con la deliciosa interpretación del guitarrista-cantante que se paseaba entre los invitados para deleitarlos con su armónica que acompañaba su voz y el toque de las cuerdas de su guitarra.

Poco a poco transcurrió la noche y los presentes tomaron su lugar en las mesas para disfrutar de la cena. Con luz media y buena música, los invitados celebraban estar presentes y haber cumplido el reto: asistir a la Ciudad de San Petersburgo, Rusia.

Después, el Lic. Jorge Rodríguez Elorduy, Pdte. del Consejo de Administración, solicitó la atención de los presentes y expresó: "Esta noche la dedicamos para agradecerles su preferencia por Sofimex, la elección que ustedes hacen para llevar sus negocios, pero sobre todo para reconocer en ustedes la razón de ser de nuestra empresa; si ustedes no hicieran lo que hacen, si ustedes no valoraran nuestro negocio, nosotros no tendríamos empresa".



Armando Rodríguez, María Luisa Hernández, Omar Gutiérrez, Jorge Rodríguez González.



Armando Rodríguez, Ildefonso Sánchez, Omar Gutiérrez.



Armando Rodríguez.



En adición mencionó: "El sector afianzador mexicano en estos momentos está inmerso en un cambio legislativo, que trae implícita una modificación en la forma de operar, se han introducido elementos para profesionalizar la actividad de las afianzadoras".

No dudó en expresar su sentir sobre el tema y comentó: "En Sofimex, nos sentimos con la obligación de tomar el liderazgo total de las negociaciones de esta nueva normativa, para que todo lo bueno que tiene la fianza se mantenga (...) El augurio es totalmente positivo, la tranquilidad para todos nosotros es que vamos a mantener nuestra actividad, pues es un oficio interdisciplinario, y vamos a seguir siendo los mismos jugadores, aunque se llame Seguro de Caución".

Posteriormente tomó la palabra el Director General, Lic. Armando Rodríguez Elorduy, quien resumió los logros del año pasado: "El 2012 ha sido un año lleno de satisfacciones, cerramos con un muy buen balance, no sólo en lo económico, en todos los aspectos, donde Sofimex se vio fortalecida y sigue creciendo en la integración de un equipo, en la formación de una conciencia empresarial y social mucho más sólida, conscientes de lo que estamos haciendo y de nuestra responsabilidad empresarial".

La velada fue el marco para la entrega de reconocimientos y certificados para la convención. "Son el orgullo de nuestra empresa y el ejemplo a seguir de todo el equipo que conforma Sofimex. Porque somos una gran familia, deseamos premiar la eficacia, dedicación y compromiso que nos han regalado día con día, por eso están aquí" finalizó el Lic. Armando Rodríguez Elorduy.

También dentro de esa mágica noche, los directivos de Sofimex decidieron premiar la lealtad y calidad de suscripción de uno de sus agentes, el C.P. Jorge Rodríguez González, a quien se le entregó un reconocimiento.

En medio de aplausos, concluyó la premiación y continuó la velada especial para nuestros convencionistas.

## Estrategia, Evolución y TRABAJO EN EQUIPO, factores determinantes en el crecimiento de PROMOBROKER en 2012

**E**l pasado 5 de marzo PROMOBROKER presentó en el Centro de Convenciones de la Clínica González Diez del Hospital Español, los resultados alcanzados durante 2012 en su Junta Anual de Planeación, a la cual asistieron 155 de sus principales Asociados y en esta ocasión participaron tres de sus principales socios comerciales.

El Ingeniero César Leal, Socio Director General de la firma destacó que algunos de los factores determinantes para lograr el crecimiento sostenido son; su estrategia comercial a través de sus alianzas, su evolución constante en sus procesos, infraestructura y herramientas para la administración de la cartera de sus Asociados y sobretodo el apego a uno de sus principios institucionales: el TRABAJO EN EQUIPO.

Asimismo hizo énfasis en la importancia de establecer una supervisión de los procesos vigentes, consolidando su alianza con sus Asociados y Socios Comerciales. Señaló también que el evidente éxito principalmente se debe al apoyo de la fuerza de ventas y no queda más que agradecer la confianza depositada, "porque por el trabajo desarrollado por ustedes es por lo que podemos continuar con este negocio".

Maria del Pilar Muñoz Directora Regional de Grandes Promotores de MAPFRE presentó su propuesta comercial para lograr una mayor participación y posicionamiento durante este año.

Al hacer uso de la palabra, el M.A. Rodrigo Avendaño, Presidente del Consejo de Administración y Socio de la firma señaló que de mayo 2012 al la fecha en la que lanzaron el cotizador homologado al

mercado, incrementaron el número de cotizaciones mensuales de 20 mil a 70 mil. "Esta mecánica es muy importante porque a través de la tecnología podemos estar de manera constante en la mente del potencial consumidor y eso hace

una gran diferencia para crecer en este o en cualquier otro negocio e implica cambiar la forma de hacer las cosas".

Por su parte, Francisco Oliveros, Director General de RSA habló de la importancia que representa ser

una compañía estratégica para Promobroker, Fernando de la Torre Director del ramo de Automóviles comentó las ventajas y valores agregados que ofrecen a la fuerza de ventas tanto en la parte comercial en coberturas y costos, como en la parte de ingresos por concepto de bonos de acuerdo a la productividad.

Para terminar con su presentación Oliveros habló de los cambios en la Ley Federal del Trabajo (LFT) y su efecto sobre las coberturas de Responsabilidad Civil y las estrategias que están llevando a cabo para atender las necesidades de sus clientes.

En su participación el Licenciado Francisco Alatorre, Socio de Promobroker, al dirigirse a los Asociados ahí presentes los invitó a continuar dando siempre lo mejor de sí para mantenerse en el camino del éxito. "En nuestra profesión no hay límites, sin embargo, curiosamente hay momentos en donde comienza a decaer el entusiasmo, por lo que los invitó a romper su propio paradigma y a reflexionar cuál es el tipo de pensamientos que debemos de mantener, liberarnos de nuestros miedos y hacer tangible lo que tenemos en mente. Estamos en una actividad maravillosa en la cual, además, somos nuestro propio patrón. ¿Qué nos detiene entonces?

"Si mi manera de pensar en el pasado es la responsable de mi situación presente, y no estoy dispuesto a cambiar, mi futuro, será muy fácil predecir". ¿Qué tanto estoy dispuesto a afrontar el reto?

Para concluir la sesión, el Actuario Salvador Arceo, Director General de Plan Seguro habló de los resultados obtenidos tras 11 años de relación comercial, tiempo durante el cual se han obtenido logros importantes, ocupando durante el 2012 el segundo lugar en participación de las ventas totales en Promobroker y siendo la primera en el ramo de Gastos Médicos Mayores y consolidando su posicionamiento con la fuerza de ventas al ofrecer productos diferenciados y manteniendo excelentes resultados de siniestralidad, reiterando su compromiso de cumplir con los niveles de servicio.



César Leal



Francisco Alatorre



Rodrigo Avendaño



Pilar Muñoz



Francisco Oliveros



Salvador Arceo



**PROMO**  
*Broker*

Agente de Seguros y de Fianzas, S.A. de C.V.

**reinventando / los seguros**

# Promotores de AXA se reúnen en LAMP para seguir creciendo

San Diego, CA - Desde el sábado, un día antes del arranque de la reunión Anual de la General Agents and Managers Association, la comunidad de promotores de AXA llegó a esta ciudad, donde ya eran esperados por directivos y personal de la aseguradora con regalos y el itinerario de lo que sería una jornada de aprendizaje y convivencia.

Las ideas que promotores estadounidenses y mexicanos comparten en esta reunión han probado ser de gran utilidad en el desarrollo de las carreras de este grupo, que año con año se da cita en distintas ciudades de Estados Unidos. Pero además, la convivencia y todo aquello que se platica fuera del programa oficial ha Enriquecido sus relaciones personales.

En esta ocasión, AXA coordinó la asistencia de 64 promotores de todo el país, un número superior al de 2012 y, además, compuesto por exitosas mujeres promotoras que representaron, no sólo a su gremio, sino el hecho de que cada día son más quienes se dedican a esta actividad.

Los promotores de AXA tomaron Ideas de promotores de Estados Unidos y México e historias de vida se vertieron en la plataforma principal y las sesiones simultáneas. Pamela Arestegui, Directora del Canal de Agentes y Promotores, fue la encargada de presentar a Morris Ezquenazi, quien participó en una de las sesiones simultáneas.

Además de las actividades que cada promotor tenía planificadas en esa ciudad fuera del programa de LAMP, AXA organizó una cena en Bertrand at Mr. A's, donde pudieron intercambiar puntos de vista sobre las pláticas y pasar un gran momento de convivencia.

Nuevamente AXA Seguros vuelve a mostrar el interés que tiene en que sus promotores estén a la vanguardia en cuanto a desarrollo de agencias de seguros, organizando todo lo necesario para que asistieran al mejor evento en el mundo para aprender sobre su negocio.



Méjico D.F a 10 de abril de 2013: Manteniendo el compromiso de mejora continua en sus productos, el Director Ejecutivo de la Unidad de Personas de MAPFRE, Angel Legarreta Dong, realizó un certero análisis respecto al tema de los cambios en la normatividad de seguros de Gastos Médicos Mayores de acuerdo a la circular 5.1.24 y 5.1.25 y de cómo MAPFRE aplicará estas adecuaciones tratando en todo momento de beneficiar a sus clientes.

En este sentido, explicó lo que ocurrirá con las renovaciones en MAPFRE a partir del 7 de abril del 2013 y las Ventajas competitivas y mejoras en los productos de Gastos Médicos Mayores Individual y Colectivo para renovaciones y pólizas nuevas.

Por lo anterior, el directivo señaló que MAPFRE México dispondrá a partir del 1º de Mayo de 2013, de un nuevo proceso de atención al servicio del cliente, mediante el **Programa Red Preferente Mapfre**, teniendo como objetivo que el asegurado tenga acceso a una **atención médica inmediata sin necesidad de llegar al Hospital** cuando la complejidad médica de su padecimiento así lo requiera, además de **dirigirlo hacia prestadores de servicios preferentes** donde recibirá un trato diferenciado en su atención.

Explicó que a partir de esa fecha, todos los asegurados de Gastos Médicos Mayores en pólizas Individuales y Colectivas de su **red preferente, recibirán estos beneficios sin costo adicional**, tales como: A) La incorporación de **proveedores seleccionados** a la Red Preferente; B) **Trato preferencial y descuentos adicionales** a asegurados Mapfre; C) El acceso a 137 Hospitales Preferentes a nivel nacional distribuidos en 85 ciudades, cubriendo los 32 estados del país, así como 12 Hospitales en el DF y su zona Metropolitana, 6 Hospitales en Monterrey y 6 en Guadalajara, con el gozo de diversas **amenidades** que dependen de la propuesta de



## **MAPFRE México lanza adecuación de línea de productos de Gastos Médicos Mayores**



**El producto se anunció a manera de Road Tour, en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey, con una convocatoria de más de 800 asistentes y la presencia de los directivos de los hospitales que tienen convenio con MAPFRE y el personal comercial de las Direcciones Regionales.**

cada hospital ; y D) la **tarjeta de Beneficios MediciPlus, sin costo** para los asegurados.

En el caso específico de las **características de la tarjeta de Beneficios MediciPlus**, el Actuario Legarreta mencionó los siguientes: I) Se otorgará sin costo a todos los asegurados que cuenten con un producto de Gastos Médicos Mayores Individual o Colectivo; II) La Tarjeta de Beneficios se incluirá en las pólizas en su renovación o la emisión de la misma cuando se trate de una póliza nueva; sin embargo, los beneficios son para todas las pólizas en vigor a partir del 1º de mayo de 2013; III) Consulta médica a domicilio con costo de \$400 pesos; IV) Consultas



ciones a su  
cos Mayores



**MAPFRE por  
conducto de la  
Unidad de Personas,  
realizó del 02 al 04  
de Abril pasado estos  
lanzamientos, en el  
marco de "MAPFRE  
INNOVACION 2013".**



programadas ilimitadas con Médico General con costo de \$250 pesos; V) Consultas programadas ilimitadas con Médicos Especialistas con costos de \$350 y \$450 con orientación a nuestra exclusiva red de Hospitales Preferentes; VI) Descuentos del 15% al 70% en otros proveedores como Farmacias, Laboratorios, Gabinetes, Ambulancias, etc.; y VII) asistencia médica telefónica gratuita las 24 horas del dia y psicológica y nutricional en horarios hábiles.

Todos estos servicios se pueden obtener sin costo alguno llamando a la CENTRAL MEDICA del Área Metropolitana, al 52 46 75 02, y en el Interior de la República, al 01800 365 00 24.

Además, el director de MAPFRE co-

municó la **Reclasificación de hospitales** en las principales ciudades del país, en un nivel hospitalario más accesible y el lanzamiento de los **nuevos Productos Alianza**, que otorgan protección al asegurado por los gastos que puedan presentarse como consecuencia de accidente o enfermedad y que se eroguen exclusivamente por la atención en los hospitales con los que MAPFRE tenga convenio.

Finalmente y como Unidad de Personas, se aprovechó también para exponer el tema de Vida, relanzando el excelente seguro de vida, **Plan de Ahorro Devolución de Primas 5 años**, comentando, sus características y ventajas competitivas, en la cual sobre-

sale que es una **alternativa** de Ahorro garantizado a corto plazo, ya que al terminar el periodo de 5 años de protección, al asegurado se le devuelven las primas de la cobertura básica. Para impulsar la venta de este producto, se dieron a conocer, detalles de la campaña para los aliados: **¡Viaja Gratis! Con el Plan de Ahorro Devolución de Primas 5 años**, misma que tendrá una vigencia de 3 meses (Del 01 de Abril al 30 de Junio del 2013).

**MAPFRE en toda la República Mexicana continuará con la difusión de INNOVACIÓN 2013 a nivel nacional.**

# Gana MAPFRE México, nuevamente el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR)

**Es el quinto año que MAPFRE lo gana de manera consecutiva en el país.**



Enrique Kassian Rank. Director Ejecutivo de Recursos Humanos

Méjico D.F., a 9 de Abril de 2013. El Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi) distinguió a la compañía **MAPFRE** México por quinto año consecutivo, con el galardón de Empresa Socialmente Responsable.

Este distintivo se otorga con base en diversos parámetros de cumplimiento por parte de las empresas que el CEMEFI evalúa, tales como: ética en los negocios, gestión de la responsabilidad social, así como el empuje que las compañías le dan a sus colaboradores para involucrarse en temáticas como la vinculación de estos con su comunidad, así como el cuidado y la preservación del medio ambiente.

**El Distintivo de ESR es un reconocimiento otorgado anualmente por el Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi)**

El Director Ejecutivo de Recursos Humanos, Enrique Kassian, señaló que dicho distintivo "confirma el cumplimiento de nuestros principios de transparencia, sustentabilidad y rendición de cuentas, lo que nos permite fortalecer la gestión responsable y ética frente a colaboradores, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general".

El Ejecutivo hizo hincapié que en México, existe el interés en este tema aunque poco conocimiento del mismo, lo que compromete a instituciones como MAPFRE México a permear la im-

portancia e impacto de la Responsabilidad Social, para que mas empresas se sumen al desarrollo de acciones que permitan el crecimiento y desarrollo conjunto ya que "El Distintivo ESR no es un asunto de una sola vez, sino que se debe refrendar año con año para mantener vigente una cultura basada en la Responsabilidad Social".

MAPFRFE México ha venido desarrollado e implementado diferentes acciones y programas que le han valido obtener durante 5 años consecutivos el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) tales como,

**PROGRAMAS DE AHORRO DE LUZ, AGUA, CONSUMO DE PAPEL, ACTIVIDADES DE INCLUSIÓN FAMILIAR, PROGRAMAS DE SALUD PARA SUS COLABORADORES, ETC.,** por mencionar algunas; hecho que, pone en claro el compromiso manifiesto en sus valores institucionales, mismos que

cumple a plenitud a través de una actuación contundente y de alto valor social, para beneficio de todos los mexicanos.



Raquel Magdaleno Martínez. Coordinadora de Desarrollo Organizacional

# ZURICH, una Empresa Socialmente Responsable



**Z**urich recibió por primer año el distintivo como Empresa Socialmente Responsable (ESR) por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

Para Zurich ser una **Empresa Socialmente Responsable** significa tener una visión integral de nuestra gestión desde la ética empresarial y la calidad de vida de sus colaboradores hasta el impacto de transformación que pueden brindar a la comunidad y al medio ambiente.

Por ello, ha diseñado una estrategia, alineada a su negocio, a fin de generar cadenas de va-

lor que creen una **contribución social de alto impacto**.

Es así como emprenden iniciativas de reforestación en zonas ecológicas que necesitan atención inmediata. Se acercan con comunidades de escasos recursos a través de Fundaciones, realizan campañas de donación de juguetes con sus colaboradores para entregar a niños enfermos de cáncer o que se encuentran en casas hogar.

Dentro de sus actividades como ESR se encuentran la alianza con la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja, así como con la Cruz

Roja Mexicana para desarrollar un proyecto de alto impacto en temas de prevención y atención para comunidades en México que se ven afectadas por las inundaciones que se registran anualmente en el país y donde Zurich invertirá 5 millones de dólares en un periodo de 5 años; donativos y programas de apoyo para la Fundación Lorena Ochoa, a fin de contribuir al programa de educación de niños y jóvenes de la Escuela La Barranca, en Guadalajara, Jalisco.

Junto con la Fundación "Un techo para mi País", convocaron a más de 60 voluntarios en el levantamiento de catastro para construir casas a familias con hogar de madera o cartón, ubicadas en zonas críticas de la Ciudad de México. Y desde 2011 realizan la Global Community Week donde Zurich a nivel mundial ayuda con actividades específicas a las comunidades con las que se relaciona.

Zurich se enorgullece de haber recibido este distintivo por primera vez; compromiso que espera refrendar año tras año, bus-



Vanessa Rivas, Subdirectora de Comunicación Corporativa, recibe el distintivo a nombre de Zurich

cando apalancar sus tres ejes de acción en responsabilidad social: voluntariado, educación y medio ambiente, asegurando así un planeta mejor.



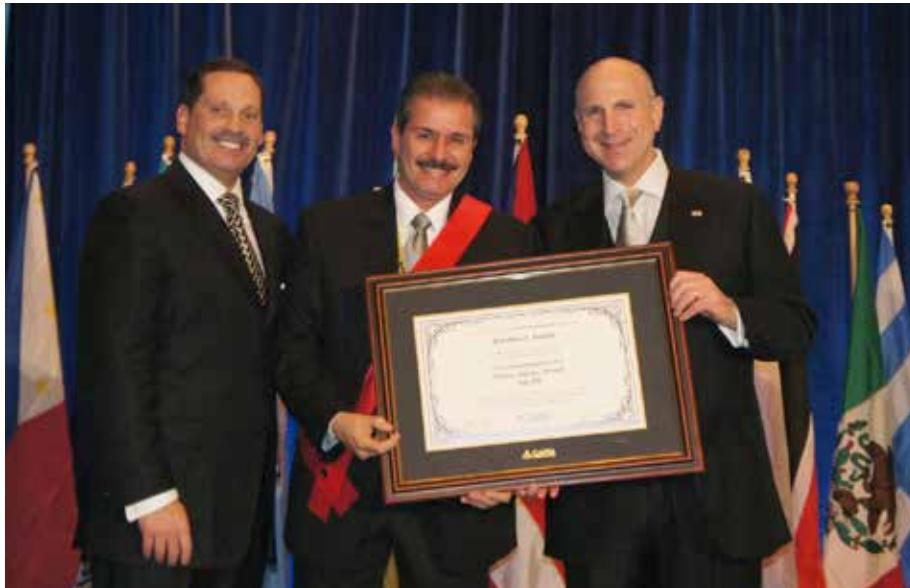
Zurich en alianza con la Federación de la Cruz Roja y la Cruz Roja Mexicana

## Recibe Alejandro de la Mora Hernández reconocimiento internacional en LAMP 2013



Consultoría Profesional

Seguros para la Educación, El Retiro, Gastos Médicos y de Vida



Alejandro de la Mora Hernández, Director General de ADM Consultoría Profesional, S.C., fue distinguido con el premio INTERNATIONAL MANAGEMENT AWARD - SILVER por los éxitos alcanzados como promotor en LAMP 2013, evento que organizó la General Agents and Managers Association (GAMA) en San Diego, CA.; reunión anual de promotores de agentes de seguros más importante del continente.

### La mejor INVERSIÓN como asesor de seguros

**L**a educación es como los cimientos de un gran edificio: sin buenos cimientos cualquier gran construcción puede derrumbarse. ¿Qué estás haciendo hoy para invertir en tu negocio? Tú, como asesor de seguros, tienes que invertir en TU negocio, y seguramente ya habrás comprado una computadora, teléfono, tablet, ropa, maletín, etcétera, pero ¿ESTÁS INVIRTIENDO EN TI? ¿Sí sabes que el MOTOR de tu negocio eres tú, verdad? Entonces, si ya sabes eso, seguramente has hecho cosas que te ayuden a crecer y a ser mejor como asesor y como persona. Si no lo has hecho, ¿QUÉ ESPERAS? Una empresa de manufactura no puede crecer si no se invierte en máquinas. Una empresa comercial no puede crecer si no invierte en productos. Una empresa de servicios no puede crecer si no invierte en su personal. Y TÚ, ¿cómo vas a crecer si no inviertes en TI?

Todo asesor de seguros tiene que tomar en cuenta que el crecimiento de su negocio está en sí mismo. Y, si no haces nada para tu crecimiento personal, seguramente el negocio puede ir a la baja. Claro, si es que éste ya es un buen negocio. Y no esperes a que tu compañía o tu promotoría lo haga por ti. Recuerda que el negocio es TUYO, y las metas son tuyas, los sueños son tuyos, y los ingresos son tuyos. Así que, si siempre estás esperanzado en que tu promotoría o tu compañía te ofrezca algo para tu crecimiento, entonces eres de los que aún se sienten como empleados y no como empresarios.

Existen muchas formas de capacitarte

## COACHING



Ricardo Garza

*Life & Executive Coach, Especializado en Asesores y Promotores de Seguros  
Fundador de "La Academia de Asesores de Seguros", ricardo@esmicoach.com  
Twitter@esmicoach, www.EsMiCoach.com  
Apoyo a los Asesores de Seguros a ser más Felices, logrando multiplicar sus Ingresos"*

y de invertir en ti mismo: lee libros que te ayuden a ser mejor, escucha audiolibros para tu crecimiento personal, asiste a seminarios, conferencias y pláticas. Invierte en un coach, mentor o asesor. Piensa que, si realmente quieras ser el mejor, vas a requerir apoyo y más conocimientos tanto del negocio como de tu persona. Evita ser de esas personas que piensan que un buen libro es un gasto. Y, si no eres de aquellos a los que les gusta leer, entonces compra audiolibros o audiolibros. Sin embargo, no dejes pasar la oportunidad de SER MEJOR... HOY, como siempre, TÚ DECIDES...

Te Mereces Lo MEJOR



## Foro de Administración de Riesgos y Seguros

Monterrey, N.L. - 16 de Mayo

Evento anual de Administración de Riesgos y Seguros por excelencia en México. Diseñado para permitirte adquirir información de vanguardia a través de sesiones de alto nivel, específicas y estratégicas.

### Patrocinadores



UN EVENTO DE | RISK MÉXICO

### Mayor información en:

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

Tel. +52 (81) 8676.3401 y 04

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



# Asisten a LAMP 2013 "Traza tu futuro"

Promotores del Negocio Individual Privado de **MetLife®**



**S**an Diego, Ca.- Promotores de la Línea de Negocio Individual Privado de MetLife asisten por primera vez al Congreso LAMP 2013 "Traza tu Futuro" de GAMA International.

El equipo de MetLife organizó una sesión privada del 8 al 10 de Marzo denominada "MetStars Meeting" previa al evento LAMP 2013, sesión exclusiva para los Promotores Top de la Compañía, ganadores del programa de reconocimiento MetStars.

La apertura del evento contó con la presencia de Jeff Hughes CEO de GAMA International y de Luis Chiappy Presidente de GAMA quien compartió con los asistentes "Los Principios del Liderazgo Efectivo".

También contaron con la presencia de Garry Kinder, Presidente y Fundador de Kinder Brothers International quien durante su intervención compartió su experiencia en el tema "Reclutando Ganadores", dónde además de sentirse honrados



Celebridades como Jeff Hughes CEO de GAMA International, Luis Chiappy Presidente de GAMA, y Garry Kinder Presidente y Fundador de Kinder Brothers International comparten la experiencia que han tenido dentro del Sector Asegurador con promotores de MetLife.

con su presencia, tuvieron la oportunidad de intercambiar ideas sobre cómo construir una agencia exitosa.

El evento estuvo al nivel del congreso LAMP, lo que permitió que los Promotores continuaran con entusiasmo, preparándose y enriqueciéndose.

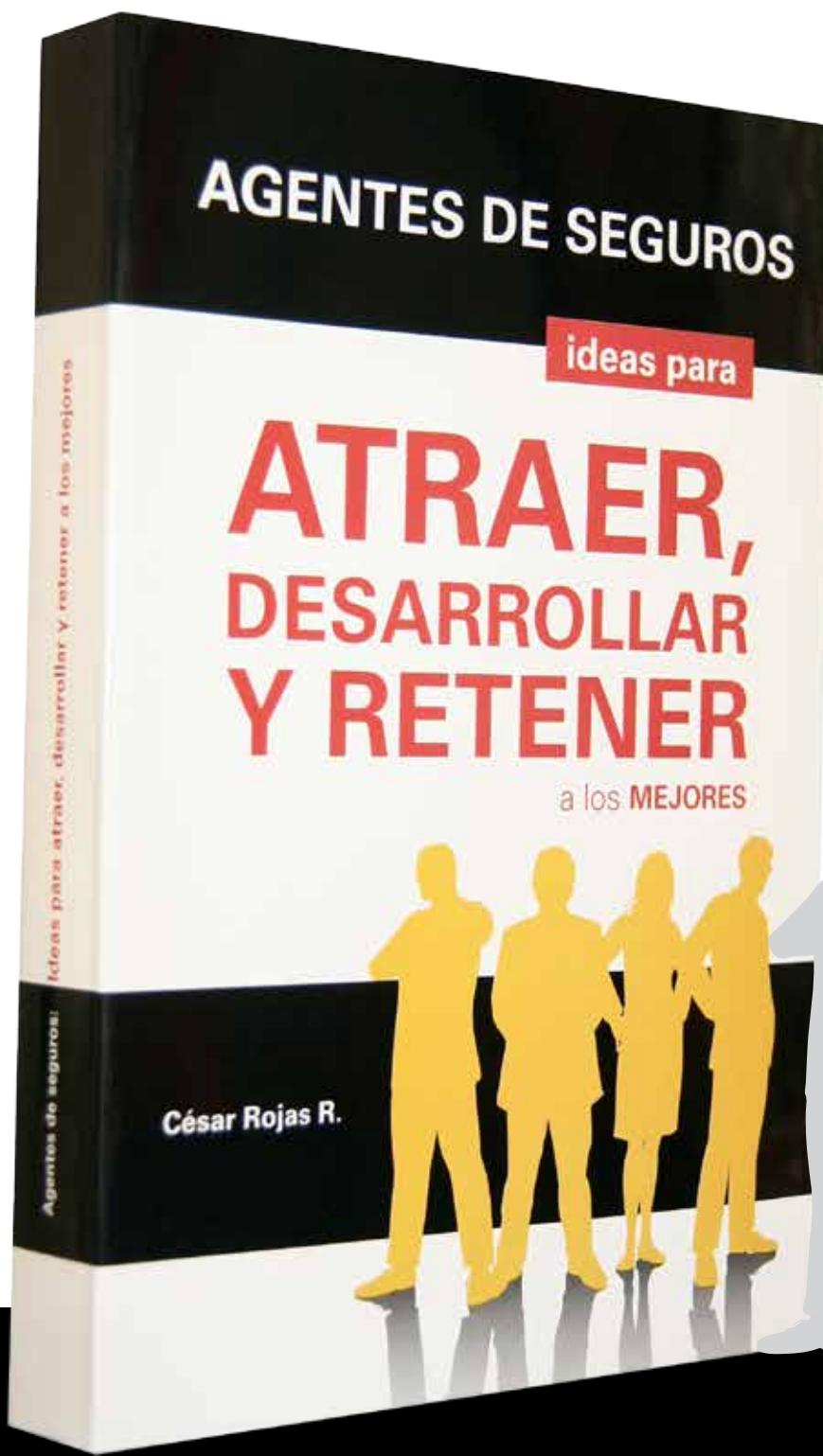
Del 10 al 13 de marzo se integraron a LAMP en

dónde se compartieron las mejores prácticas sobre la Industria Aseguradora con Promotores de prestigio internacional y ponentes de primer nivel como Marshall Faulk exitoso jugador de la NFL, Aron Ralston protagonista de la historia 127 días, Chef Jeff Henderson maestro de cocina, estrella de TV y autor, entre otros.



"This important compilation is more than a chronically of a decade of LAMP best practices, but a tool that a fuel leader can refer to each day when struggling with a key distribution process or method. It is a valuable addition to the body of work that demonstrates GAMA's world-wide relevance".

Jeff Hughes  
CEO  
GAMA INTERNATIONAL



The book cover features the title "AGENTES DE SEGUROS" at the top, followed by "ideas para" and the main title "ATRAER, DESARROLLAR Y RETENER" in large red letters. Below the title is the subtitle "a los MEJORES". The author's name, "César Rojas R.", is at the bottom left. The cover also includes silhouettes of four yellow people standing on the left and a group of grey people standing on the right.

*"Esta importante compilación es más que una crónica de una década de las mejores prácticas de LAMP. Es una herramienta a la cual un líder puede referirse cada día, cuando lucha con algún proceso o método clave de distribución. Es una adición valiosa al cuerpo de trabajo que demuestra la relevancia mundial de GAMA."*

ADQUIÉRALO EN Tels. 3626 0495, 3626 0498, 01 800 82 19 393

CUPO  
LIMITADO / RESERVA TU LUGAR



# Primer Foro Regional Noreste para Agentes de Seguros y Fianzas

26 de junio de 2013 / Camino Real Valle, Monterrey, Nuevo León

Entendiendo tu entorno,  
tu negocio y tu pasión

## ■ CONFERENCISTAS

### DIEGO CHORNOGUBSKY



FEDERICO REYES  
HEROLES  
Presidente de Transparencia  
Mexicana



ENRIQUE  
GÓMEZ  
GORDILLO  
Consultor experto en Marketing



MARY CARMEN  
MALDONADO  
Responsable de LIMRA y LOMA  
para América Latina y el Caribe



PHILIP  
HARRIMAN  
Expresidente de la Million Dollar  
Round Table

## ■ ASISTENCIAS

Inscripción:

**\$1,890**

Preventa:

**\$1,490**

(hasta antes del 30 de abril)

Consulta la opción de pases corporativos

## ■ BENEFICIOS

5 conferencias / Material de Asistente / Suscripción de 6 meses en Revista Mexicana de Seguros y Fianzas / Coffee Break / Comida / Coctel de clausura

 El Asegurador®

Tels. 3626 0495  
3626 0498  
5440 7830  
01800 821 9393

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



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



Vive la experiencia de un día de aprendizaje y desarrollo

# Acceso efectivo, calidad en el servicio y fomento de la prevención, prioridades de la Política Nacional de Salud

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

**E**n el Día Mundial de la Salud, el presidente Enrique Peña Nieto estableció los lineamientos de una nueva Política Nacional de Salud para los próximos seis años, enfocada en prevenir enfermedades, promover la salud y procurar el bienestar de las familias mexicanas. Esto se hará a través de un acceso efectivo, calidad en el servicio y fomento de la prevención.

En el patio central de Palacio Nacional Peña Nieto resaltó que uno de los compromisos más importantes de su gobierno es cimentar las bases de un Sistema de Seguridad Social Universal que proteja a las familias del país. Afirmó que "necesitamos mexicanos en movimiento, mexicanos con la salud, la fortaleza, la energía necesarias para transformar su entorno y construir entre todos el México que todos queremos".

El presidente de la república detalló las tres prioridades de la Nueva Política:

**1 Acceso efectivo.** El Estado debe asegurar los servicios de salud a toda la población, independientemente de su nivel socioeconómico o su condición laboral. Se fortalecerá el Seguro Popular y se apoyará al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y al Ins-

tituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (Issste).

"La visión de largo plazo es igualar la calidad en los servicios y hacer posible que los mexicanos puedan ser atendidos en cualquier clínica u hospital del

Sistema Nacional de Salud Pública si así lo requieren".

**2 Calidad en el servicio.** Para que todos los mexicanos por igual cuenten con médicos profesionales, calificados, e instalaciones para recibir un servicio de salud

**para la prevención y el control de la obesidad y la diabetes.**

El Ejecutivo Federal exhortó "a todos los mexicanos a incorporar la prevención y la salud en su vida cotidiana. Una buena alimentación, el ejercicio constante y los buenos hábitos son las herramientas que necesitamos para construir un país más sano, vigoroso y dinámico".

Peña Nieto reconoció que México vive una situación compleja en materia de Salud Pública, lo cual obliga a una transformación del Sistema Nacional de Salud. Subrayó que "las acciones gubernamentales son importantes, pero sin el autocuidado de los mexicanos nunca serán suficientes".

Por su parte, Mercedes Juan López, secretaria federal de Salud, informó que el tema de este 2013 es la hipertensión arterial, a la que llamó **la epidemia silenciosa del siglo XXI**, y remarcó la idea de que los mexicanos requieren contar con servicios de salubridad de calidad.

La funcionaria agregó que la contribución del Sistema Nacional de Salud para lograr el México incluyente y próspero que ha esbozado el presidente Peña Nieto, es decisiva y que será necesario transformar al país en una sociedad de derechos que se concretará cuando los mexicanos tengan acceso pleno a los servicios de salud, sin importar su condición laboral, su lugar de residencia, su preferencia política, el género o la edad que tengan.

de calidad. "Queremos que haya justicia y calidad en los servicios de salud".

Como muestra de compromiso, el primer mandatario informó que en el Presupuesto de Egresos de este año se incluyó un nuevo programa enfocado, precisamente, a mejorar la calidad de la atención a la salud.

**3 Prevención.** "Anticiparnos a la enfermedad y evitar las condiciones que la generan es la mejor forma de cuidar la salud", expresó el jefe del Ejecutivo. Indicó que una de las acciones más importantes de prevención estará dirigida a **reducir la obesidad y el sobrepeso**, para lo cual instruyó a la Secretaría de Salud a poner en marcha una **estrategia nacional**

En su intervención, la representante en México de la Organización Panamericana de la Salud y de la Organización Mundial de la Salud, la doctora Maureen Birmingham, expuso que el objetivo del Día Mundial de la Salud 2013 es reducir el número de infartos al miocardio y de accidentes cardiovasculares, y consideró a la hipertensión arterial como un asesino silencioso que, sin la detección oportuna, aumenta el riesgo de infarto al miocardio, los accidentes cerebrovasculares y la insuficiencia renal.

Birmingham recordó que en la Reunión de Alto Nivel de Naciones Unidas, efectuada en el 2011, las agencias del Sistema de Naciones Unidas se comprometieron a incluir en sus programas intervenciones para la prevención y el control de enfermedades crónicas.



**Seguros**

EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN,  
EL COMITÉ DE DIRECCIÓN  
Y LOS EMPLEADOS DE ROYAL & SUNALLIANCE MÉXICO

Lamentan profundamente el fallecimiento de la

**SRA. SOCORRO SAENZ FRANCO**

Madre de nuestro apreciado amigo y Socio Comercial  
Jesús Ruiz,  
acaecida en México, D.F. el día 29 de marzo de 2013.

Nos unimos a la pena que embarga a la familia,  
enviando nuestras más sinceras condolencias.

- En México, las enfermedades cardiovasculares provocan el mayor número de defunciones.
- En el año 2000 murieron más de 62 mil personas, y durante el año pasado, más de 105 mil.
- Las defunciones se incrementan cuando el paciente padece hipertensión arterial, diabetes o sobrepeso.
- La hipertensión arterial es uno de los factores de riesgo más importantes para la enfermedad cardiovascular.
- Cifras de la Encuesta Nacional de Salud 2012 muestran que el 31 por ciento de la población adulta mayor de 20 años padece hipertensión arterial, y casi la mitad de este universo lo desconoce. Por la ausencia de síntomas, se le conoce como el "asesino silencioso".
- A nivel mundial, esta enfermedad fue la causa directa de siete millones y medio de defunciones en el año 2008, lo que representó casi el 13 por ciento de la mortalidad.

# Uno de cada tres adultos en el mundo padece hipertensión



**Insta la Organización Mundial de la Salud (OMS) a intensificar acciones para prevenirla y controlarla**

El 7 de abril, la Organización Mundial de la Salud (OMS), a propósito de la conmemoración del Día Mundial de la Salud, hizo una llamado para intensificar los esfuerzos de prevención y control de la hipertensión arterial, que en el mundo afecta a uno de cada tres adultos de 25 años o más, lo que equivale a mil millones de personas afectadas por cardiopatías.

De acuerdo con la fuente, la hipertensión es uno de los factores que más exponen a los accidentes cerebrovasculares, que en conjunto representan la causa más importante de muerte prematura y discapacidad. Los investigadores estiman que esta enfermedad provoca cada año casi 9.4 millones de muertes por enfermedades del corazón. También contribuye a aumentar el riesgo de insuficiencia renal y de ceguera.

Por lo tanto, la OMS exhortó a todos los adultos del mundo para que midan su presión arterial y lleven a cabo las medidas de prevención y control pertinentes. Sólo monitoreándose frecuentemente, las personas logran conocer el estado de su presión arterial, detectar posibles anomalías y entonces actuar para controlarla.

Por su parte, la Secretaría de Salud implementó una disposición que obliga a los establecimientos que venden alimentos a retirar de las mesas los saleros, ya que se ha observado que los comensales agregan sal a sus platos cuando ni siquiera los han probado. En adelante, sólo a aquel cliente que lo solicite se le hará llegar el salero.

"Queremos que las personas tomen hoy conciencia de la necesidad de conocer su nivel de tensión arterial; necesitamos que comprendan la gravedad de la hipertensión y decidan actuar para controlarla", dijo la doctora Margaret Chan, directora general de la OMS.

El riesgo de padecer hipertensión se puede reducir:

- disminuyendo la ingesta de sal
- siguiendo una dieta equilibrada;
- realizando actividades físicas con regularidad
- evitando el consumo de tabaco
- evitando el uso nocivo de alcohol.

La OMS destacó también que la prevalencia más alta de la hipertensión se observa en África (el 46 por ciento de los adultos), y la más baja en las Américas (35 por ciento). En general, la incidencia es menor (35 por ciento) en los países de ingresos altos que en los de ingresos bajos y medios (40 por ciento), una diferencia que cabe atribuir al éxito de las políticas públicas multisectoriales y al mejor acceso a la atención de la salud.

En la Asamblea Mundial de la Salud de 2012, los Estados miembros de la OMS establecieron la meta de reducir en un 25 por ciento para 2025 el número de muertes prematuras por enfermedades no transmisibles.

"Los dirigentes de todo el mundo reconocieron que la prevención y el control de la tensión arterial alta son pasos importantes para alcanzar esta meta," dijo el doctor Oleg Chestnov, subdirector general de la OMS para Enfermedades No Transmisibles y Salud Mental.

La OMS ha lanzado una campaña para alentar a las personas a medir su tensión arterial, en respuesta a la Declaración Política de las Naciones Unidas sobre prevención y control de las enfermedades no transmisibles, adoptada por los jefes de Estado y de Gobierno en septiembre de 2011. En esta declaración se insta a los países a intensificar sus esfuerzos para promover campañas de concientización pública encaminadas a mejorar la prevención y el control de enfermedades no transmisibles, como las cardiopatías, los accidentes cerebrovasculares, los cánceres, la diabetes y las enfermedades respiratorias crónicas.

"La detección precoz de la hipertensión y la reducción del riesgo de ataques cardíacos y accidentes cerebrovasculares resultan mucho menos costosas para las personas y los gobiernos que la cirugía del corazón, la atención posterior a esos accidentes, la diálisis y otras intervenciones que puedan requerirse posteriormente si la tensión arterial no se mide y controla," explicó el doctor Shanthi Mendis, director interino del Departamento de Gestión de las Enfermedades No Transmisibles de la OMS.

La OMS apoya las iniciativas nacionales para elaborar políticas y planes de

alto nivel sobre prevención y control de las enfermedades no transmisibles, así como programas en materia de promoción, movilización de la comunidad, intervenciones ambientales, organización del sistema de salud y suministro de servicios, legislación y reglamentación.

La OMS ha elaborado orientaciones para prestar asistencia a sus Estados miembros en la aplicación de soluciones asequibles y eficaces que permitan reducir la carga sanitaria y financiera rela-

cionada con la hipertensión, por ejemplo estableciendo medios adecuados para la gestión de un enfoque de control del riesgo cardiovascular total en los centros de atención primaria de salud.

El Día Mundial de la Salud se celebra el 7 de abril de cada año para conmemorar el aniversario de la creación de la OMS en 1948. Cada año se elige para ese día un tema que ponga de relieve una esfera de interés prioritario para la salud pública mundial.



Te invita a:

## PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN SUSCRIPCIÓN SEGURO DE VIDA GRUPO 1

Inicia el 3 de Mayo  
(Otorga HEC - Horas de Educación Continua para Actuarios Certificados)

## DESARROLLO DE PRODUCTOS

16 al 18 de Mayo  
(Otorga HEC - Horas de Educación Continua para Actuarios Certificados)

## LIBRO ELECTRÓNICO DE AUTO ESTUDIO

Cédula A Cédula B  
Cédula F  
PLD Seguros  
PLD Fianzas

## CURSOS A TRAVÉS DE AULA VIRTUAL

Seguros  
Fianzas  
Desarrollo  
Servicio

¿Necesitas elaborar el Programa de Capacitación para la Fuerza de Ventas y los Colaboradores de tu empresa?

**¡Prueba nuestra DNC Automatizada!**

# Superan los 77 mil millones de dólares las pérdidas aseguradas debidas a catástrofes naturales y antropógenas mundiales en 2012

Ana Laura Martínez P.  
@pea\_analaura

**M**ás de 77 mil millones de dólares fueron las pérdidas aseguradas a causa de las 168 catástrofes naturales y 150 catástrofes antropógenas que se presentaron durante 2012 a nivel mundial. Las pérdidas económicas totales equivalen a un estimado de 186 mil millones de dólares; las de vidas humanas sumaron más de 14 mil personas en tales desastres.

Para las compañías aseguradoras, 2012 representa el tercer año más costoso, detrás de 2011, cuando terremotos e inundaciones contribuyeron a elevar la cifra de daños asegurados por encima de los 126 mil millones de dólares, y de 2005, cuando los huracanes *Katrina*, *Wilma* y *Rita*, ocasionaron pérdidas superiores a los 100 mil millones de dólares.

La información anterior fue recopilada y dada a conocer por Swiss Re en su último documento Sigma **Catástrofes de la naturaleza y grandes siniestros antropógenos en 2012 un año de fenómenos meteorológicos extremos en Estados Unidos**, en el cual se subraya que Norteamérica fue la región más afectada de todo el orbe, pues tuvo pérdidas económicas cifradas en 118 mil millones de dólares al sufrir una de las sequías más graves de los últimos decenios y recibir el impacto del huracán *Sandy*.

Las catástrofes naturales costaron más de 71 mil millones de dólares a las compañías de seguros, mientras que las antropógenas les significaron 6 mil millones de dólares más. La mayoría de estos costos fueron provocados por el huracán *Sandy*, la sequía veraniega y varias tormentas en Estados Unidos, en donde los daños asegurados se elevaron a casi 65 mil millones de dólares.

## Por regiones

En Latinoamérica y El Caribe, las catástrofes naturales y los siniestros antropógenos de 2012 ocasionaron pérdidas económicas totales por alrededor de

Los 20 siniestros asegurados más caros en 2012

Daños asegurados <sup>19</sup> (en USD mill.)	Víctimas <sup>20</sup>	Fecha (inicio)	Evento	País
35.000 <sup>21</sup>	237	24.10.2012	Huracán Sandy	EE. UU. y otros
11.000 <sup>22</sup>	123	15.07.2012	Sequía en el Cinturón del maíz	EE. UU.
2.500	42	02.03.2012	Fuertes tormentas, tornados	EE. UU.
2.500	1	28.04.2012	Tormentas, pedrisco, tornados, fuertes lluvias	EE. UU.
2.000	28	28.06.2012	Derecho con vientos de hasta 146 km/h, tornados, granizo	EE. UU.
1.700	-	25.05.2012	Tormentas eléctricas, granizo, tornados	EE. UU.
1.622	26	Mayo 2012	Terremotos (MW 5.9 y M <sub>w</sub> 5.7), réplicas	Italia
1.600 <sup>23</sup>	40	26.08.2012	Huracán Isaac	EE. UU. y otros
1.000	-	06.06.2012	Tormentas eléctricas, pedrisco, tornados	EE. UU.
950	-	11.06.2012	Tormentas eléctricas, pedrisco, tornados	EE. UU.
910	6	13.04.2012	Tormentas eléctricas, >100 tornados, granizo, inundaciones (Wichita)	EE. UU.
841	4	03.04.2012	Tormentas con vientos de hasta 150 km/h	Japón
813	1	Junio 2012	Inundaciones provocadas por las intensas lluvias (dos eventos)	Reino Unido
813	4	23.11.2012	Inundaciones a causa de las intensas lluvias	Reino Unido
775	-	02.04.2012	Tormentas eléctricas, tornados, granizo, intensas lluvias	EE. UU.
532	-	12.08.2012	Tormenta de granizo	Canadá
515	32	13.01.2012	Naufragio del crucero Costa Concordia tras encallar en las rocas	Italia
450	2	24.06.2012	Incendio en el Cañón Waldo; 348 casas destruidas	EE. UU.
443	5	04.01.2012	Tormenta Andrea	Alemania y otros
ndp <sup>24</sup>	2	31.03.2012	Explosión en planta química	Alemania

Fuente: Swiss Re Economic Research & Consulting

4 mil millones de dólares, y el costo que esto supuso para el sector asegurador fue de 900 millones de dólares, debido, principalmente, a las intensas lluvias que provocaron inundaciones en Brasil, Colombia, Perú y Ecuador y las persistentes condiciones atmosféricas secas

en el noreste de Brasil, que dieron lugar a la sequía más grave de los últimos 50 años en la región. Las pérdidas humanas fueron mil 167.

En Norteamérica, como ya se explicó, se sufrieron las mayores pérdidas tanto económicas como aseguradas al igual

que humanas (560 víctimas totales). Además de la sequía en el Cinturón del Maíz y el huracán *Sandy*, la temporada de tornados ocupó el lugar número 25 desde 1950, y la temporada de huracanes trajo 19 tormentas, de las cuales 10 se convirtieron en huracanes; por contera, 2012 fue el año más caluroso en la historia de Estados Unidos desde 1895.

En Europa los desastres ocasionaron pérdidas económicas por alrededor de 27 mil millones de dólares; y para las aseguradoras, más de 5 mil millones de dólares, provocados en su mayoría por el terremoto que azotó a Italia el 7 de mayo con una magnitud de 5.9 grados Richter y una réplica de 5.8 grados Richter el 29 de mayo. Los daños asegurados procedieron principalmente de instalaciones industriales debido a la baja penetración del seguro contra terremotos en inmuebles residenciales. En esta región, el mayor desastre antropógeno fue el hundimiento del crucero *Costa Concordia* el 13 de enero.

Asia, al igual que en 2011, fue la región más afectada en cuanto al número de víctimas, con un total de 7 mil 177 personas fallecidas durante 2012. El costo total de los eventos registrados fue de 30 mil millones de dólares, y el de los asegurados, 3 mil millones de dólares, debido al tifón *Bopha* que azotó a Filipinas a finales del año, inundaciones que arrasaron regiones enteras en China y Pakistán durante el verano, el tifón *Bolaven*, que llegó a Corea del Sur y el incendio de una fábrica de confección textil en Pakistán durante septiembre.

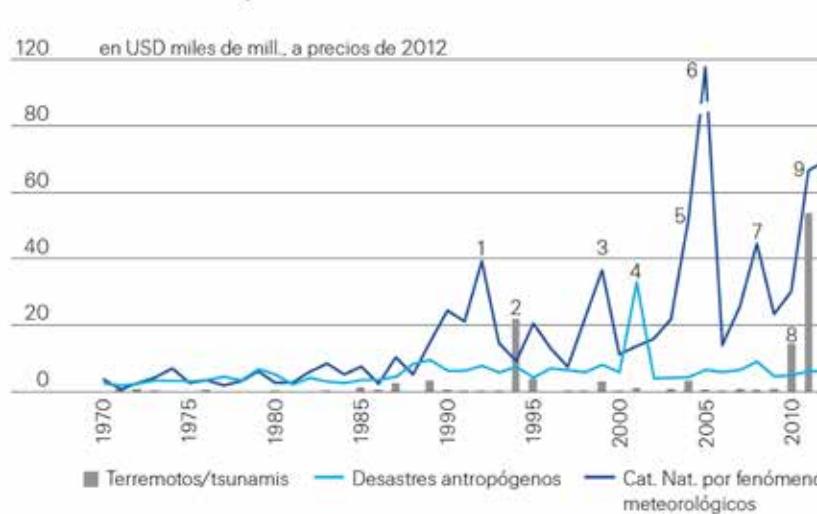
Por último, en Oceanía hubo pérdidas económicas totales superiores a los mil millones de dólares, lo que le significó al sector asegurador pérdidas por aproximadamente 300 millones de dólares. Australia se vio afectada por las inundaciones producidas en Queensland y Nueva Gales del Sur a comienzos del año. Fueron 97 las vidas que se perdieron.

Catástrofes en 2012, por regiones

Región	Número	Víctimas	en %	Daños ase-gurados en USD miles de mill.	Daños totales en USD miles de mill.	
				en %	miles de mill.	en %
Norteamérica	43	560	4,0%	64,6	83,6%	118,5
Latinoamérica y el Caribe	30	1.167	8,4%	0,9	1,2%	4,2
Europa	33	1.480	10,7%	5,5	7,1%	26,8
África	53	2.300	16,5%	0,2	0,3%	1,5
Asia	115	7.177	51,5%	3,4	4,4%	30,5
Oceanía/Australia	7	97	0,7%	0,3	0,4%	1,1
Navegación marítima/espacial	37	1.148	8,2%	2,4	3,1%	3,1
<b>Total</b>	<b>318</b>	<b>13.929</b>	<b>100,0%</b>	<b>77,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>185,7</b>

Fuente: Swiss Re Economic Research & Consulting

Daños catastróficos asegurados 1970–2012



Fuente: Swiss Re Economic Research & Consulting

- 1 1992: Huracán Andrew
- 2 1994: Terremoto de Northridge
- 3 1999: Tormenta invernal Lothar
- 4 2001: Atentados del 9/11
- 5 2004: Huracanes Ivan, Charley, Frances
- 6 2005: Huracanes Katrina, Rita, Wilma
- 7 2008: Huracanes Ike, Gustav
- 8 2010: Terremotos de Chile y Nueva Zelanda
- 9 2011: Terremotos de Japón y Nueva Zelanda, inundaciones en Tailandia

# Se registran en México más de 14 sismos al día

**Alma G. Yáñez Villanueva**  
@pea\_alma

**D**e acuerdo con datos del Servicio Sismológico Nacional, en 2012 se registraron en el país 5105 eventos sísmicos, es decir, más de 14 al día. De la cifra anual, 13 tuvieron una magnitud superior a 6 grados en la escala de Richter. Así lo explicó en conferencia de prensa Nicholas Deakin, director de Ingeniería de Riesgos Latinoamérica Norte, de Zurich Seguros.

Esto quiere decir que, en los últimos cinco años, la frecuencia de estos eventos se ha triplicado; y, ante tal situación, es fundamental contar con estrategias de continuidad enfocadas en la preventión, respuesta, mitigación y recuperación ante el impacto, diseñadas de acuerdo con las condiciones del país.

Ésta es la enseñanza que, a tres años de distancia, se obtiene del terremoto ocurrido en Chile, donde las pérdidas económicas fueron de 30 mil millones de dólares; las pérdidas aseguradas, de entre 5 mil y 8 mil millones de dólares; y donde perdieron la vida 700 personas.

Cerrando un poco el encuadre, Deakin explicó que, aunque la Ciudad de México está ubicada en la zona B, las condiciones del subsuelo del valle de México favorecen situaciones que pueden amplificar, extender, distorsionar y

en general afectar a las ondas sísmicas. En consecuencia, se modificará el comportamiento de las construcciones durante un sismo (alta aceleración).

## Pero ¿qué se debe evaluar en un riesgo sísmico?

Se deben prever riesgos eléctricos, pararrayos, instalaciones de gas, sistemas contra incendios. Todo lo anterior lleva a revisar el proyecto. "Hay empresas en México que no tienen continuidad de negocio ante un terremoto, cuando lo más importante es trabajar en la prevención. Como sociedad, se nos olvida que esto (un sismo) nos puede ocurrir a las tres de la mañana", advirtió Deakin.

Al referirse en específico a la pro-

blemática de los edificios de este país, Nicholas Deakin dijo que "después de cada evento, hay un cambio en las normas de construcción; y todo depende de la ubicación del inmueble, del tipo de suelo donde esté, de la aceleración, intensidad y energía que tenga el movimiento".

El ingeniero explicó que el enfoque completo gira en torno a la divisa de "protegernos ante los riesgos".

"Las empresas necesitan un socio en la administración de riesgos que pueda identificar sus exposiciones al riesgo primario y que trabaje con ellas para construir la resiliencia o capacidad de recuperación dentro de la planificación sólida de sus negocios."

En cuanto al sismo en Chile, Javier

Cercas, director de Siniestros para Seguros Generales, indicó que en el país suramericano resultaron afectados los sectores de industria, pesca y turismo; vivienda y educación. Cercas agregó que Zurich recibió un total de 42 222 reportes de siniestros; esto es, más del 300 por ciento de los reclamos recibidos en un año. El 98 por ciento fueron de casas habitación, industrias y hospitales; uno por ciento, de autos; y uno por ciento, de otros, como industria pesquera.

"En total, Zurich generó pagos hasta por 100 millones de dólares de forma mensual. Y tan sólo en autos se pagó un total de un millón de dólares. Digamos que fue un proceso "fast track": se tuvo el 35 por ciento de los siniestros pagados y cerrados en tiempo récord."

## Aprendizajes que ayudarán a prevenir

### EN UN ALMACÉN

- Las luces incandescentes deben estar sujetas y protegidas contra los golpes por caída de objetos.
- Las lámparas deben estar diseñadas para efectos sísmicos en las zonas propensas a terremotos.
- No es recomendable usar luces de alta densidad en almacenes con materiales combustibles.
- Utilizar sistemas de rociadores automáticos.
- Diseñar el suministro de agua para asegurar que continúe en funcionamiento después de la ocurrencia de un terremoto.
- Instalar válvulas de cierre automático en la tubería principal de suministro de gas.

### PÉRDIDAS POR INSUMO

- Almacenes con suficiente anchura de pasillo, con el fin de evitar efectos dominó.
- Evaluar la fuerza de los recipientes para soportar la actividad sísmica y determinar qué altura deberá tener la estiba que garantice que no colapsarán bajo su propio peso.
- Accesos amplios de salida y movimiento de almacenaje.

### AFFECTACIÓN DE EDIFICIOS

- Evaluar condiciones locales de suelo y utilizar resultados para desarrollar estrategias de prevención de daños a la instalación.
- De acuerdo con la exposición del sismo por ubicación geográfica, se deberán cumplir los códigos de construcción adecuados.
- Considerar condiciones del subsuelo para la cimentación de maquinaria pesada o que opera en condiciones extraordinarias.

**NUEVO...**

# Dinámicas de Venta

**Un Programa de Capacitación de Ventas de Seguros Excepcional.**

Diseñado exclusivamente para los profesionales de ventas de seguros e impartido por los profesionales más destacados de la industria. Mejore sus habilidades de ventas en cualquier mercado e incremente sus ingresos sustancialmente al aprender y seguir estas prácticas valiosas.

**Abierto a todos los Profesionales de Seguros**

Este programa de dos días es muy interactivo, lleno de información y aporta valores excelentes

<b>Próximo curso de Dinámicas de Venta</b>	25 al 26 de Septiembre	Dinámicas de Venta
Ciudad de México, D.F.		
<b>Próximos cursos CRM:</b>		
17 al 20 de Abril	Análisis del Riesgo	Ciudad de México, D.F.
22 al 25 de Mayo	La Práctica de la Admón. de Riegos	Guadalajara, Jal.
19 al 22 de Junio	Principios de la Admón. de Riesgos	Ciudad de México, D.F.

**Preguntas:**

 001 866 765 2008  
 contacto@crm-international.org

# Tres retos tecnológicos del sector asegurador: Respuesta proactiva, rentabilidad y gestión de riesgo

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

Gestionar el riesgo del portafolio, mejorar la rentabilidad del cliente y responder proactivamente ante la competencia son los retos más importantes del sector asegurador, expresó Scott Horwitz durante la sesión "Avances en tecnología, gestión de productos y canales y estrategia de precios", efectuada dentro del Foro Ejecutivo de Seguros FICO.

Horwitz, Senior Director en Insurance and Health, indicó lo anterior luego de señalar que las compañías nuevas, que crean una nueva cartera, "adoptan la tecnología más rápido porque no tienen una infraestructura que les dificulte pasar de una estructura a otra. Empiezan quizás con datos, pero impulsan el proceso de negocio conforme éstos van creciendo".

"Por su parte –agregó–, las empresas ya establecidas tienen un proceso más lento, ya que tienen que cambiar su modo de hacer las cosas. Sin embargo, estos cambios pueden hacerse por partes; se puede ir construyendo sobre lo ya hecho, con datos más precisos".

El ejecutivo se refirió en primera instancia a la Gestión de productos. Dijo que cuando hablamos de aseguradoras (en todos los ramos) debemos pensar en:

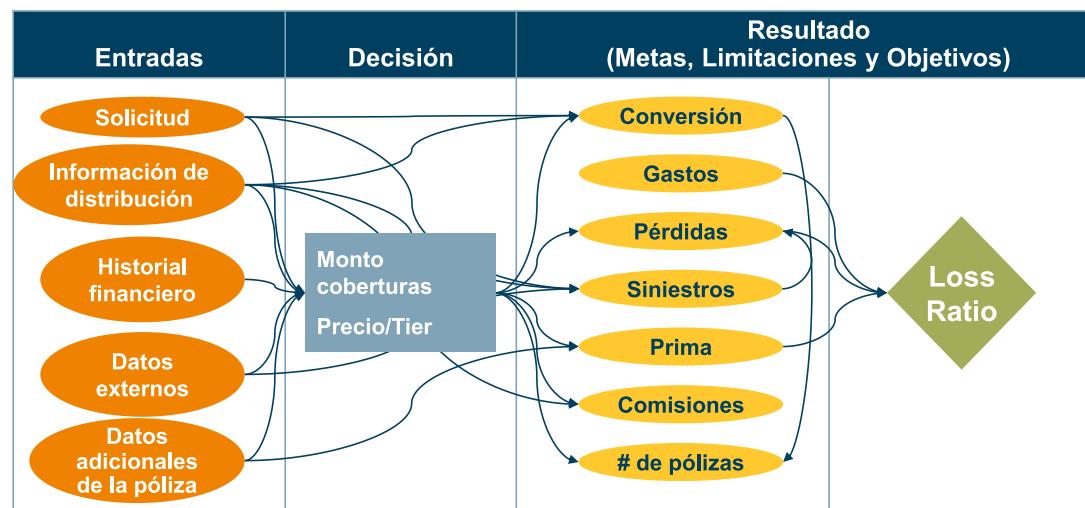
- Un entorno coherente para la configuración o desarrollo de productos.
- Definiciones de productos centralizados (que sean configurables, en una terminología de "negocios", reutilizando reglas y

## Analíticos de decisión Tecnologías de apoyo

	Tecnología	Descripción	Usuarios
Modelamiento, Optimización, y Refinamiento	FICO™ Model Builder	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Analíticos para predecir el comportamiento individual futuro</li> <li>» Utiliza analíticos para definir árboles de decisión que optimizan la estrategia seleccionada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Mejorar la evaluación de riesgo de clientes</li> <li>» Identificar y perseguir oportunidades de marketing</li> <li>» Mejorar el uso de la información en la gestión del portafolio</li> </ul>
	FICO™ Decision Optimizer	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Técnicas analíticas para identificar la mejor acción o tratamiento para cumplir los objetivos dadas las limitaciones</li> <li>» Simula ofertas para alinear decisiones con los objetivos de negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Diseñar estrategias que aumentan rentabilidad, respuesta y otras mediciones importantes</li> <li>» Administrar el portafolio de riesgo a nivel local o de agencia</li> </ul>
Implementación	FICO™ Blaze Advisor® sistemas de gestión de reglas	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Software para definir, probar y ejecutar reglas, estrategias y procesos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Tomar decisiones de forma instantánea y consistente en tiempo real y en todas las decisiones del negocio</li> </ul>

© 2011 Fair Isaac Corporation. Confidential.

## Más allá de las predicciones → Analíticos de decisión



» Modelamiento explícito de las **decisiones** disponibles

» Considera un conjunto más amplio de resultados, limitaciones y objetivos

© 2011 Fair Isaac Corporation. Confidential.

estrategias y con una estructura centralizada de información de políticas y pólizas).

- Servicios configurables (esto es, suscripción, rating y recomendaciones para cada titular).
- Simular el impacto en el negocio (donde hay que hacer simulaciones "what if").
- Implementación centrada en productos.

Horwitz explicó que lo que "realmente quisieran tener las aseguradoras son reglas y modelos analíticos predic-

tivos. Es decir, un esquema modular donde se puedan utilizar las diferentes partes de los diferentes productos para mejorar, no reconstruir uno nuevo".

Asimismo, se pretende reducir a una combinación de componentes los productos y sus beneficios, lo que permite su reutilización. Y una definición común del diseño de productos y sus procesos relacionados.

Scott Horwitz manifestó que el tener una visión de gestión de producto es asegurar una comunicación eficiente. Esto es, comunicarse de manera distinta de acuerdo con mis necesidades y las del

cliente, lo cual significa ser detallista, tener herramientas adecuadas para tener siempre datos disponibles.

"Los modelos analíticos deben ser funcionales de acuerdo con estrategias para enfocar las decisiones que deseamos."

Para finalizar, Horwitz expresó que en este proceso de modelar la decisión existen cuatro pasos clave.

### 1. Modelamiento de decisiones

- Evalúa y monitorea datos que impactan en las decisiones.
- Construye modelo gráfico de una o más decisiones.
- Establece relaciones matemáticas dentro de variables clave.

### 2. Optimización de la decisión

- Encuentra las estrategias de riesgo que mejoran la rentabilidad.
- Utiliza cambios en las limitaciones principales para evaluar alternativas.

### 3. Refinamiento de decisiones

- Refina estrategias para hacerlas más interpretables, robustas y fáciles de implementar.
- Gestiona el portafolio de riesgos en sus diferentes dimensiones y niveles de detalle.

### 4. Implementación de decisiones

- Incorpora estrategias optimizadas inmediatamente en los aplicativos de procesamiento.
- Gestiona y mantiene las estrategias de decisión para responder a demandas y cambios en el mercado de forma eficaz.

**Adoptar medidas de vanguardia facilita el camino, se advierte en el Foro FICO**

## César Solares Ponce de León

Presidente de Dale Carnegie México (Región Central). Lo puedes seguir por Twitter: @CesarSolars

Hace menos de un mes estuve en una reunión con directivos de una compañía que preparaban sus presentaciones para una convención que sostendrían a la siguiente semana en Cancún. Algunos de ellos preparaban y presentaban información que reflejaba evidencias de los resultados del año.

Cuando los escuchaba el CEO de la empresa, a menudo les pedía que no tan sólo presentaran los hechos tal y como fueron, sino que dieran el contexto, los porqués, los para qué... no tan solo los qué.

Quizá desde nuestra infancia o adolescencia escuchamos a algún maestro o familiar decirnos: "Lee entre líneas, ¿qué es lo que el texto quiere decir? Mira más allá de lo obvio".

Como líderes, en nuestras organizaciones debemos no tan solo "leer" los hechos de lo que pasa dentro de nuestra compañía, los hechos de cómo se comporta el mercado, nuestra competencia, o cada medidor clave de desempeño (KPI). No nos debemos conformar con analizar lo sucedido, sino que debemos ir más allá... Debemos leer entre líneas.

### ANALOGÍAS

## Ler entre líneas

**1** La primera pregunta que debemos responder al preparar una presentación es: "¿Quién es mi auditorio?". No importa si se trata de una reunión con tres personas o con 2000. La importancia de darnos el tiempo para saber quién estará en nuestra presentación nos da foco para personalizar la comunicación, haciéndola pertinente para quien nos escucha. Si creen que esta primera pregunta es innecesaria, créanme que no lo es: en esta misma reunión de Cancún hubo más de seis expositores invitados de diferentes países y ninguno hizo referencia al puesto que ocupaba cada uno de los dueños de negocio que se encontraban en el auditorio. Sólo uno de los expositores mencionó el nombre de la compañía que lo invitó... y eso que eran conferencistas expertos.

**2** La segunda consideración es: ¿Cuál es mi propósito? Esta pregunta sencilla merece al menos varios minutos de reflexión hasta quedar ciertos de cuál es la razón principal de mi exposición. Cuando el propósito es claro, se produce algo así como el "efecto defroster" en el parabrisas de un coche: se disipa la bruma y todo es claridad. Hasta la apertura y el cierre de nuestra presentación quedan claros y congruentes.

**3** Una vez que planteemos los hechos y evidencias de nuestra presentación, concentrémonos siempre en los beneficios y en los porqués y para qué de nuestro auditorio.

## Un machete filoso

En una plantación de caña de azúcar en el municipio de Tamazula, Jalisco, trabajaban, entre otros sembradores y cortadores, Gonzalo Huerta y Humberto Morales, que eran compadres.

El corte de la caña se hacía a machete. Las labores de trabajo eran muy duras: un sol inclemente, entre diez y once horas diarias de trabajo. Algo muy duro físicamente.

Se pagaba a destajo; así que se trabajaba muy intensamente; el riesgo de herirse con el machete era alto.

Al final de la jornada diaria, el cansancio físico era lo que predominaba en el ánimo de los trabajadores.

Como la paga era a destajo, quien más caña cortaba más dinero ganaba.

Se daba el caso entre los dos compadres que Gonzalo ganaba más dinero que Humberto en el mismo turno de trabajo. El rendimiento a destajo de Gonzalo era mayor.

Un día Humberto comentó a su esposa Carmen:

- Fíjate, Carmelita, que mi compadre Gonzalo gana más que yo trabajando el mismo turno...
- No lo creo, Humberto, si tú trabajas muy duro.
- Pues inexplicable, pero así es.

Pasado algún tiempo, Carmelita se encontró casualmente con Adriana, la esposa de Gonzalo. Después de un cariñoso saludo:

Ya en el avanzado atardecer Humberto llega a casa...

Carmelita, su esposa, le comenta:

- Fíjate que me encontré con Adriana, la mujer de Gonzalo; le pregunté que cómo le hacía Gonzalo para ser más productivo en su trabajo... Me platicó que Gonzalo con una piedra de esmeril afila todos los días su machete un rato todas las tardes...
- Sí, ya ni me digas más -le contesta Humberto, casi enojado-. Mujer, ¿no te das cuenta de que trabajo mucho todo el día?
- Sí, pero... -empezó a decir Carmelita.
- ¡Entiende, mujer, que yo no tengo tiempo de afilar! -atajó Humberto.

Deseo que el relato de esta anécdota les sea útil.

Jack Welch, antiguo CEO de General Electric, recordaba que en sus inicios, cuando tenían que presentarle algún proyecto en la empresa y apagaban las luces para ver los visuales, él se molestaba mucho porque no veía al presentador, no distinguía sus expresiones, no sentía la presentación; en otras palabras, le importaba más el contexto que los hechos.

Jack trataba de leer más entre líneas lo que el presentador quería decir, y menos ver cualquier cantidad de información en los visuales.

Existen tres aspectos fundamentales en una presentación que, al tomarlos en cuenta, consiguen que el presentador muestre intención y claridad en su exposición:

**1** La primera pregunta que debemos responder al preparar una presentación es: "¿Quién es mi auditorio?". No importa si se trata de una reunión con tres personas o con 2000. La importancia de darnos el tiempo para saber quién estará en nuestra presentación nos da foco para personalizar la comunicación, haciéndola pertinente para quien nos escucha.

Si creen que esta primera pregunta es innecesaria, créanme que no lo es: en esta misma reunión de Cancún hubo más de seis expositores invitados de diferentes países y ninguno hizo referencia al puesto que ocupaba cada uno de los dueños de negocio que se encontraban en el auditorio. Sólo uno de los expositores mencionó el nombre de la compañía que lo invitó... y eso que eran conferencistas expertos.

**2** La segunda consideración es: ¿Cuál es mi propósito? Esta pregunta sencilla merece al menos varios minutos de reflexión hasta quedar ciertos de cuál es la razón principal de mi exposición. Cuando el propósito es claro, se produce algo así como el "efecto defroster" en el parabrisas de un coche: se disipa la bruma y todo es claridad. Hasta la apertura y el cierre de nuestra presentación quedan claros y congruentes.

**3** Una vez que planteemos los hechos y evidencias de nuestra presentación, concentrémonos siempre en los beneficios y en los porqués y para qué de nuestro auditorio.

Al considerar estos tres elementos de preparación en una presentación, nos percibirán como líderes que no tan sólo dan información sino que la integran, la interpretan y saben leer entre líneas.

## Venda el proceso, no el producto

Domine el arte de vender.

**VENDIENDO EXITOSAMENTE**

Cómo vender seguros de vida y otros servicios financieros en el mundo de hoy

GARRY KINDER  
DIEGO CHORNOGUBSKY

Vendiendo Exitosamente nació de la combinación de los grandes logros de Garry Kinder y Diego Chornogubsky en la industria de seguros como Asesores, Managers, y expertos en marketing. Ellos comparten en este libro el secreto de su continuo éxito y nosotros lo alentamos a usted que siga el proceso.



**INVERSIÓN**

**\$390**

Tels. 3626 0495  
3626 0498  
5440 7830  
01800 821 9395

**ADQUIERA SU EJEMPLAR**

# Espere lo mejor

**E**spera realizar aquellas cosas que parecen imposibles de lograr. **Establezcase expectativas muy altas. Ellas serán el límite hasta el que usted llegará.** Y, después de fijar esas expectativas bien arriba, comience a hacer pequeñas cosas, pequeñas acciones que se requieren para alcanzar esas metas. Hacer pequeñas cosas correctamente es el escalón necesario para hacer grandes cosas con excelencia.

La siguiente historia seguramente le resultará familiar.

Romana Acosta Bañuelos tenía pocas razones para esperar que grandes cosas sucedieran en su vida. Cuando ella tenía apenas 18 años y vivía en México, su esposo la abandonó y la dejó sola con sus dos pequeños hijos. Romana era pobre y carecía de educación. **Pero el día en que se encontró sola y sin dinero, comenzó a tener altas expectativas respecto a sí misma.**

Romana pidió prestado dinero suficiente para comprar boletos de autobús para ella y sus dos niños a Los Ángeles, California. Romana no hablaba inglés. No tenía oficio ni educación alguna.

Ella llegó a Los Ángeles con solamente 7 dólares en la bolsa, dinero que apenas le alcanzó para llegar en taxi hasta la casa de unos parientes lejanos. Ya a salvo con estos parientes, Romana comenzó su búsqueda de una vida con significado. **Aunque se sentía abatida, desilusionada y rechazada, se aferró a sus grandes expectativas de una vida mejor.**

Romana consiguió un trabajo de lavandera de platos en una cafetería. Después de que el turno de la noche terminaba, Romana se quedaba desde la media noche hasta las seis de la mañana haciendo tacos. **Así consiguió ahorrar 400 dólares, los cuales invirtió en una máquina para hacer tacos. ¡Ella esperaba grandes cosas de sí misma!**

Pasaron 20 años y durante ese periodo romana construyó el más grande

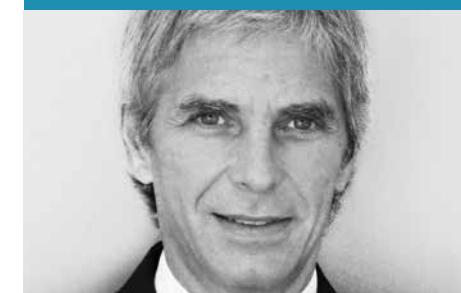
negocio mayorista de comida mexicana en el mundo, aunque ése no fue el final de las grandes expectativas de Romana Acosta Bañuelos. Debido a sus logros sobresalientes, con frecuencia la comunidad empresarial la requería.

Finalmente, el presidente de los Estados Unidos de Norteamérica la nombró secretaria del Tesoro. Fue la primera mexicana y la sexta mujer en ocupar el cargo en Estados Unidos.

Romana Acosta Bañuelos tenía un sueño. Esperaba grandes cosas de sí misma. Esperaba hacer muy bien las pequeñas cosas que hizo. Y esas pequeñas cosas bien hechas allanaron el camino para hacer grandes cosas con excelencia.

¿Y qué hay de usted? ¿Espera grandes cosas de sí mismo? ¿Espera hacer las pequeñas cosas muy bien? ¿Espera que esas pequeñas cosas bien hechas allanen el camino para hacer grandes cosas con excelencia? **¡Espera grandes cosas de sí mismo!**

## VENTAS



**Diego Chornogubsky**

Kinder Brothers International  
VP & Consultor Senior – América Latina  
@diegokbigroup  
[www.kinderbrothers.com](http://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.

# Entra en vigor Circular de GMM y elimina la venta de sumas aseguradas ilimitadas

Genuario Rojas M  
@GenuarioRojas

**A**partir del 7 de abril del año en curso, las compañías de seguros que ofrecen planes de Gastos Médicos Mayores deberán ceñirse estrictamente a las disposiciones de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) publicadas el 11 y 18 de abril de 2012. En algunas de estas normas se establece que se eliminará la oferta de sumas aseguradas ilimitadas, aunque se dejan a salvo los derechos adquiridos de los asegurados para efectos de renovaciones automáticas garantizadas, pues la CNSF carece de facultades para revertir esos compromisos establecidos.

Desde que en 2009 la CNSF turnó a la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) el proyecto de Circular, dejó asentado el propósito de la normatividad señalada, consistente en dar a los asegurados una mayor claridad y certeza jurídica respecto del alcance y costos de su cobertura. De ahí que el organismo considere que en esta clase de productos no existe concurrencia y obligue a precisar la secuencia de la aplicación del deducible y coaseguro con respecto a la suma asegurada en el momento del siniestro.

En síntesis, las disposiciones para seguros individuales y colectivos no sólo eliminan la suma asegurada ilimitada, sino que acaban con la posibilidad de que haya alguien que, argumentando concurrencia, se niegue a pagar un siniestro porque existe otra póliza que cubre el mismo riesgo; al mismo tiempo, en el tema de la renovación automática, las condiciones deben ser congruentes



**Pretende la normatividad dar una mayor claridad y certeza jurídica a los asegurados**

con las originalmente contratadas, y se advierte que no deben ser modificadas las limitaciones, ampliados los períodos de espera o reducidos los límites de edad; tampoco se deberán solicitar requisitos de asegurabilidad.

En los casos de seguros individuales, se establecen las primas por edad, y no

por quinquenio; se incluye una advertencia en la póliza sobre los incrementos de la prima, sobre todo en el caso de los adultos mayores; además de que se advierte sobre la necesidad de reconocer la antigüedad de los planes en coberturas similares en la misma aseguradora, todo esto porque un asegurado con renovación automática podrá cambiarse de compañía y perderá los derechos adquiridos, o bien podrá asegurarse en otro plan y también registrar esa pérdida.

Desde el punto de vista de la autoridad, la Circular que entró en vigor no resuelve el problema de fondo. Manuel Calderón de las Heras, vicepresidente de Operación Institucional de la CNSF, considera que el tema deberá seguir revisándose porque no se está ante una solución final: por prácticas detectadas se generan incentivos perversos que podrían acarrear contratiempos en el largo plazo al cambiar el manejo de los seguros por una administración de pérdidas, rompiendo con la esencia que caracteriza a un seguro.

Supuestamente, dice Calderón de las Heras, para que exista una mutualidad, los riesgos deben ser homogéneos e independientes; es decir, riesgos que tengan más o menos la misma posibilidad de sufrir alteraciones o siniestros. Cuando un asegurado sufre un siniestro y se lo condiciona a renovar para continuar cubriéndose, se está introduciendo a la mutualidad a un asegurado que no guarda las características que ésta demanda. La solución es que ese siniestro se pague y que la nueva póliza excluya esa enfermedad de la cobertura.

La advertencia es clara, sin embargo,

en el caso de que existiera el manejo de argumentos de que la autoridad exige, por el contenido de la circular ya en vigor, que se integren sumas aseguradas limitadas en los planes con renovación automática garantizada. Si un asegurado ya tenía el derecho de contratar sumas aseguradas ilimitadas, tiene derecho a continuar con un producto así. La compañía de seguros tiene que cumplir ese compromiso. Si el asegurado acepta alguna propuesta, ya será su decisión, pero no por imposición de la autoridad.

Las exigencias de las nuevas disposiciones que ya están en vigor generan apremios de distinta índole. Sin embargo, uno de los que cobra especial importancia es el de la asesoría que deben brindar los agentes. Esta asesoría deberá ser adecuada. Tendrán que hacerles ver a sus prospectos y clientes que su apuesta, al comprar una póliza de Gastos Médicos, es anual, y que no genera derecho alguno se haya enfermado o no el asegurado durante el periodo en el que estuvo protegido.

Las disposiciones que entraron en vigor el 7 de abril de 2013 buscan avanzar en el ataque a una problemática en Gastos Médicos. En ese contexto hay que pensar en soluciones ingeniosas de largo plazo. Es mejor hacer los cambios cuando no son urgentes que cuando el asunto ya reventó. La autoridad persigue que este seguro sea saneado y que represente negocio en el largo plazo y que simultáneamente sirva de manera eficiente a la sociedad. Siendo ésta la primera etapa que se vive, el desafío es continuar analizando el tema para que todo esté bien en el largo plazo.

**No obstante, deja a salvo derechos adquiridos por asegurados en renovación automática**

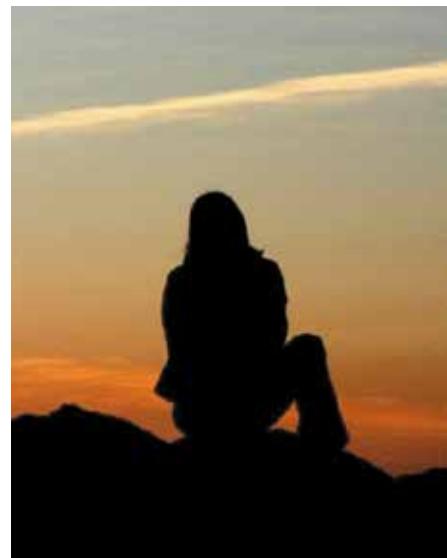
# Sólo se trata de vivir

Ayer la misa de entrega de las cenizas de mi madre fue un exceso emocional, un agradecimiento a la vida. Tanta gente que la quería, todos vestidos de azul turquesa, pero sobre todo el amor, el apoyo y las lágrimas desde el alma de mi amada Tanya, de mis hijas adoradas Mariana y Ximena, que me abrazaron y acompañaron durante la despedida oficial de Teté, me hicieron derramar algunas lágrimas que siento muy sanas.

Hoy desperté antes de que sonara el despertador y escribí en la red un pensamiento que me compartió mi esposa. De pronto, apareció en el umbral de la puerta Natalia, mi hija de cuatro años que nació el 26 de enero, el mismo día que mi madre, entreabrió la puerta y se quedó callada observándome. Le dije: **"Hola, princesa"**. En vez de acercarse y subir a la cama o decirme algo, cualquier cosa, se quedó ahí, parada, mirándome con una expresión indescriptible, como advirtiéndome que debía poner atención a lo que venía.

La llamé: **"Ven, princesa"**, y, abriendo la sábana, la invité a recostarse conmigo. Se acurrucó en mi pecho y levantó varias veces la mirada para regalarme una sonrisa, lo cual no es nada habitual. Le dije: **"Te amo, preciosa"**, y entonces ocurrió la magia.

Siempre que le digo **"Te amo"**, se limita



a sonreír o a decirme, a veces... **"Papi: ¿por qué siempre me dices eso?"**. Sorprendentemente, en esta ocasión la respuesta fue la misma que siempre me daba mi madre cuando le decía que la amaba: **"Yo más"**. Y volvió a mirarme con esa mirada indescifrable.

Mi madre ya me había advertido que en Natalia iba a observar muchas cosas que me la recordarían cuando se fuera; pero no pensé que de una manera tan extraordinaria y tan pronto después de su par-

tida. Era como si mi madre la aconsejara en su interior.

Me pidió ponerle una película en el cuarto de televisión, explicándome que se había quedado a la mitad la noche anterior, pero que no quería despertar a su mamá. Así que me fui con ella, le puse su película y fue cuando encontré un mensaje de una amiga que me envió un regalo: el video de una hermosa canción que me ayudó a liberar lágrimas atrapadas, que como dice la letra: **"me descansaron la pena, hasta la próxima vez y me recordaron que sólo se trata de vivir"**.

Aquí, la letra de la canción de Litto Nebbio, que interpretan a dúo Mercedes Sosa y el propio autor:

*Dicen que viajando,  
se fortalece el corazón...  
Pues andar nuevos caminos,  
te hace olvidar el anterior.  
Ojalá que eso pronto suceda...  
Así podrá descansar mi pena  
hasta la próxima vez.  
Y si encuentras una paloma herida,  
que te cuenta su poesía de haber  
amado y quebrantado otra ilusión...  
Seguro que al rato estará  
volando, inventando otra  
esperanza para volver a vivir.  
Creo que nadie puede dar una*

## REFLEXIONES



Carlos Molinar Berumen

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

*respuesta, ni decir qué  
puerta hay que tocar.  
Creo que a pesar de tanta melancolía,  
tanta pena y tanta herida,  
sólo se trata de vivir.  
En mi alma hay una fecha vacía,  
es la del día que dijiste que  
tenías que partir.  
Debes andar por nuevos  
caminos, para descansar la pena  
hasta la próxima vez.  
Seguro que al rato estarás amando,  
inventando otra esperanza,  
para volver a vivir".*

Y en verdad creo que... sólo se trata de vivir.

## Fianzas Monterrey es ahora ACE Fianzas Monterrey.



Estamos orgullosos de anunciar que Fianzas Monterrey, el segundo afianzador más grande de México, es ahora parte del Grupo ACE.

ACE es una de las organizaciones de seguros más grandes y sólidas del mundo, con más de USD\$90 mil millones en activos y una calificación AA- de S&P.

ACE Fianzas Monterrey, con más de 70 años de experiencia, con sede en la Ciudad de México y oficinas en todo el país, brinda a sus clientes los más altos niveles de servicio y capacidad en el área de fianzas.

JUNTOS, ACE Fianzas Monterrey y ACE Seguros brindaremos soluciones integrales a la medida de las necesidades de nuestros clientes apoyando su crecimiento en México como también a nivel Global.

# El valor de la junta semanal de ventas y resultados

Estimados Agentes y Promotores:

Durante estas semanas baja significativamente la actividad comercial debido a que muchos clientes y prospectos están gozando del periodo vacacional de Semana Santa y de Pascua, por lo que es oportuno aprovechar para hacer otro tipo de reflexiones que deriven en una mejora de nuestra planeación y actividad comercial. Por eso considero pertinente hacer algunas reflexiones acerca de la importancia de la organización, desarrollo y utilidad de la Junta Semanal de Ventas.

La Junta Semanal de Ventas es importante siempre y cuando que reúna algunos de los siguientes objetivos y requisitos. Yo los expongo, bajo mi personal perspectiva, de mayor a menor importancia:

- Que provea información de utilidad para los participantes, por ejemplo:
  - Técnicas para prospectar
  - Técnicas para presentar y cerrar negocios
  - Habilidades y formas para
- Mejorar en la gestión de objeciones
- Prácticas "en vivo" del proceso de ventas
- Exposición de casos de éxito y logros
- Que promueva la motivación y ac-



- titud mental positiva del grupo y de los individuos
- Que integre al equipo de ventas
- Que refleje la actividad y logros de la semana, generando un sano sentido de competencia interna y de RECONOCIMIENTOS.

Para lograr lo anterior, el promotor deberá considerar que la planeación, preparación y desarrollo de la Junta Semanal de Ventas es una parte relevante de sus actividades durante la semana, ya que a través de ella se puede impulsar la actividad comercial de la Fuerza de Ventas. Una buena junta puede hacer maravillas en la motivación para el sentido de logro. En cambio, una mala junta puede llevar a todos en sentido contrario, cosa que ni el promotor ni el agente querrán.

Por tanto, sugiero a mis amigos promotores y directivos de ventas en agencias de corretaje que consideren la siguiente agenda de labores para diseñar su Junta Semanal de Ventas:

- 1 Desarrollar un **SENTIDO DE PROPÓSITO** que sea afín a todos los integrantes y adecuado para la agencia en su conjunto. Este sentido de propósito le da cohesión y congruencia a toda la actividad que se va a desarrollar.
- 2 Iniciar con un ejercicio de **ROMPIENTE DEL HIELO** para establecer el clima organizacional positivo y necesario para la junta. Esto puede incluir desde presentaciones diversas por parte de los integrantes, pero siempre motivacionales o que generen la reflexión; videos, adornos en la agencia acordes con la época del año, festejos de cumpleaños, hasta ejercicios varios (incluyendo una sesión de baile!). El caso es que la junta tiene que ser "divertida y amena para todos".
- 3 **EXPOSICIÓN DE CASOS DE ÉXITO** relevantes de la semana por parte de los agentes. Se presentará el caso y se compartirán los retos a los

## PLAN DE NEGOCIOS

PARA AGENTES Y PROMOTORES

Jaime Massieu Gosselin

que el agente se enfrentó, cerrando cada exposición con una sesión de preguntas y respuestas. Se sugieren muchos aplausos.

**4 TÉCNICAS Y HABILIDADES:** proveer de técnicas y habilidades que fortalezcan al agente en su quehacer comercial.

**5 Seguimiento a los OBJETIVOS CUANTITATIVOS** de la promotoría (que serán acordes con las metas de cada agente en lo individual y que en el agregado esté reflejado el objetivo de la promotoría) a fin de obtener un registro estricto de ellos. Los componentes de la revisión de objetivos deberían ser pocos, procurando incluir al menos estos cinco: **a)** actividad (número de citas logradas); **b)** inventario de prospectos; **c)** pólizas generadas en la semana; **d)** prima generada en la semana; y, finalmente **e)** prima cobrada de la semana.

**6 RANKING DE VENTAS** por agente en comparación con el presupuestado y en función de: **a)** primas de la semana; **b)** primas acumuladas del mes; **c)** primas acumuladas del año; **d)** número de pólizas y casos generados en los mismos plazos (semana, mes, acumulado en el año).

**7 PALABRAS DE CIERRE Y MOTIVACIÓN** por parte del líder de la promotoría, destacando los casos o situaciones relevantes de la semana. El líder deberá estar atento siempre y aprovechar ideas y oportunidades para generar el ambiente positivo y de arduo trabajo en su oficina productora.

Finalmente, tres **REGLAS DE ORO**:

- **REGLA DE ORO 1:** La duración no deberá ser de más de una hora con 30 minutos. Idealmente, una hora.
- **REGLA DE ORO 2:** Nunca poner en ridículo o llamar la atención en público. Si hay que hacerlo, que se haga en privado, uno a uno, con la debida preparación del caso.
- **REGLA DE ORO 3:** El trabajo en la agencia deberá ser profesional y enfocado a la realización personal del individuo, y con ello, o mejor dicho, por ello, a la generación de resultados comerciales efectivos, ya que con esto se generarán ingresos sustanciosos para el agente que, por ende, coadyuvarán a su felicidad y sentido de éxito. Como dice el dicho: el dinero no es la felicidad, ¡pero como ayuda!

Por otro lado, convoco e invito a los Agentes a que participen activamente y con esmero en las juntas semanales. Éstas son relevantes para ustedes, ya que los impulsarán en su desarrollo comercial y profesional.

Les deseo muchas buenas juntas, ya sea como líderes o como participantes.

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

RGS Libros S.A. de C.V.

Libros & Editoriales

MAPFRE

Alma G. Yáñez Villanueva  
@pea\_alma

**E**n este artículo se hablará del concepto de fianza, algunas características, ventajas y componentes. Además exponemos las diferencias que la separan del seguro.

El Código Civil del Distrito Federal define la fianza como un contrato en el que intervienen, mediante vínculo contractual, un acreedor, un deudor principal y un fiador.

El artículo 2794 del código de la materia establece que la fianza es un contrato mediante el cual una persona se compromete con el acreedor a pagar por el deudor si éste no lo hace.

La fianza civil puede ser otorgada por cualquier persona; pero, de acuerdo con el mismo ordenamiento, cabe observar las limitaciones siguientes:

- a) **no se otorga en forma de póliza;**
- b) **su otorgamiento no es sistemático;**
- c) **no se anuncia en la prensa ni en otro medio de comunicación;**
- d) **no emplea agentes o intermediarios.**

Existen diferencias entre la fianza civil y la fianza mercantil respecto a los beneficios de orden y excusión. Por un lado, en el caso del fiador civil, de conformidad con el código de la materia, éste gozará de los citados beneficios; en el caso de la fianza mercantil, se sujetará



al artículo 118 de la Ley Federal de Instituciones de Fianzas, el cual prescribe: "Las instituciones de fianzas no gozan de los beneficios de orden y excusión".

#### DIFERENCIAS ENTRE FIANZA Y SEGURO

La fianza y el seguro son contratos que a veces se confunden, sobre todo porque ambos son contratos de servicio; por ello es muy conveniente diferenciarlos desde el punto de vista práctico y de ventas.

#### Fianza

- Es una obligación accesoria que se deriva de una obligación ajena.

- Cubre obligaciones contractuales asumidas voluntariamente.
- El incumplimiento o exigibilidad de la fianza obedece a una acción voluntaria.
- Riesgo trasladado a otra persona (afianzadora).
- Basado en la capacidad individual de cumplimiento y un esquema de contragarantías.
- Cuando se paga la fianza, debe recuperarse lo pagado a través del fiado u obligados solidarios.
- Al ser exigible, la Afianzadora puede cumplir mejor la obligación de pagar.
- Se cancela cuando se extingue la obligación principal.
- Es un contrato tripartito: fiado,

## Glosario Básico de fianzas

### Fianza

**¿Qué es?** La fianza es entendida como una obligación contraída ante una o varias personas. Por ello, para poder comprender su funcionamiento es indispensable conocer qué es una obligación.

#### Definición del concepto fianza

- a) La fianza es un contrato a través del cual una persona llamada **fiador** (afianzadora) se compromete a pagar al acreedor (beneficiario) si el deudor (fiado) no lo hiciere.
- b) La fianza es un contrato por medio del cual una institución de fianzas (fiador), debidamente autorizada por el gobierno federal (SHCP), se compromete a título oneroso mediante la expedición de una póliza a garantizar el cumplimiento de una obligación ante un acreedor (beneficiario), en caso de que el deudor principal (fiado) no la cumpla.
- c) La fianza es una garantía que busca asegurar el cumplimiento de una obligación de dar, hacer o no hacer.

#### ¿Y qué es una obligación?

Una obligación es una relación jurídica entre dos personas por la cual una de ellas, llamada **acreedor**, tiene el derecho de exigir cierto hecho a otra llamada **deudor**. Las principales fuentes de obligación son el **convenio** y el **contrato**.

- **El contrato y el convenio** son acuerdos entre dos o más personas por medio de los cuales se

crean efectos jurídicos, los cuales pueden ser:

- crear una relación de derecho
- crear o transmitir un derecho
- generar obligaciones
- modificar una relación preexistente, o incluso, extinguirla.

El **convenio** es, pues, el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones. De esta manera, se define al contrato como aquel convenio que produce o transfiere las obligaciones y derechos.

Fundamentalmente, todo contrato está compuesto por tres elementos básicos:

- **sujeto:** activo y pasivo
- **objeto:** obligación de dar, hacer o no hacer
- **relación jurídica.**

El **sujeto activo** es quien puede exigir el cumplimiento de la obligación y es llamado acreedor (beneficiario).

El **sujeto pasivo** es quien debe cumplir la obligación y se llama deudor (fiado). Puede ser una persona física o moral por quien se garantiza una obligación determinada.

El **objeto** es todo aquello que puede exigir el acreedor al deudor; se manifiesta como una obligación de dar, hacer o no hacer.

- a) Obligación de dar. Se refiere a la transmisión de la propiedad o de un derecho de uso de una cosa o bien.
- b) Obligación de hacer. Consiste en la prestación de un hecho.
- c) Obligación de no hacer. Se refiere a hechos nega-

tivos o abstenciones como en el caso de delitos (robo, fraude o abuso de confianza).

La **relación jurídica** es una situación de dependencia temporal que vincula a dos personas para alcanzar un fin determinado.

### Elementos personales que intervienen en la fianza

**Afianzadora o fiador.** Es la persona moral autorizada legalmente por la SHCP para ser garante de terceras personas. Se compromete a respaldar al fiado (en caso de incumplimiento de éste), en obligaciones contraídas ante personas físicas o morales, mediante el cobro de primas.

**Fiado o deudor.** Es la persona física o moral por quien se garantiza una obligación determinada. Es el deudor principal en la relación contractual de la obligación principal y es el sujeto pasivo.

**Obligado solidario.** Es la persona física o moral que se responsabiliza ante la afianzadora de hacer frente al compromiso que adquiere el fiado ante el beneficiario.

**Beneficiario.** Es la persona física o moral que se verá favorecida, en caso de incumplimiento del fiado, a través del pago que le efectúe la afianzadora como fiador.

**Agente de fianzas.** Es el profesional que funge como asesor intermedio en el afianzamiento; él cobra una comisión por la intermediación entre la afianzadora y el fiado.

beneficiario y fiador.

- Aunque se dejen de pagar las primas, subsiste la obligación.

### Seguro

- Es una obligación principal.
- Ampara daños ajenos a la voluntad del asegurado.
- El siniestro ocurre por caso fortuito o fuerza mayor.
- Riesgo personal sustituido por un riesgo colectivo.
- Basado en la frecuencia o probabilidad estadística de eventos.
- Generalmente no se recupera lo pagado por un siniestro.
- El siniestro se paga en dinero, generalmente.
- Se puede cancelar en cualquier momento.
- Es un contrato bipartito: asegurado y asegurador.
- Si se dejan de pagar las primas, se cancela el seguro.

### Similitudes

- La afianzadora y la aseguradora necesitan autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para operar; la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) es el órgano que las vigila.
- Ambas instituciones cobran primas como costo de la protección o garantías que venden.

# El sector asegurador y afianzador mexicano ¡ahora en tus manos!

Si eres usuario de iPhone, entra a la App Store y descarga la nueva versión del Anuario Mexicano de Seguros y Fianzas



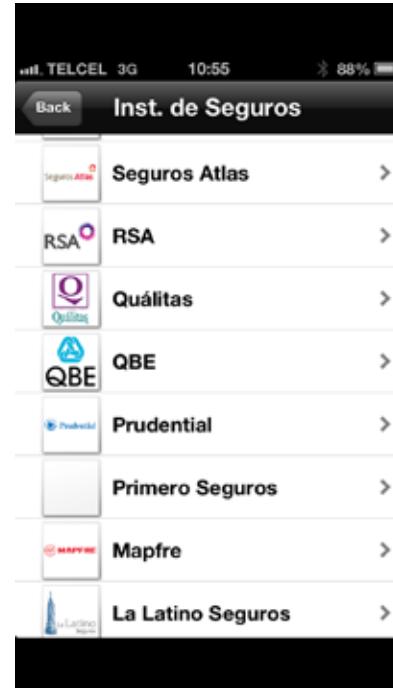
aplicación gratuita



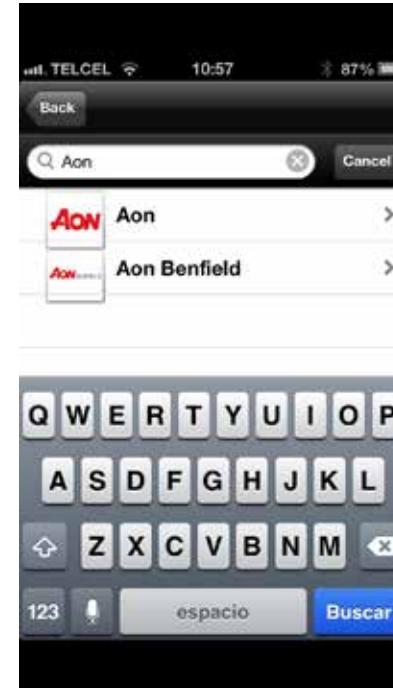
Accede al directorio digital



Navega entre las categorías



Elige la compañía que sea de tu interés



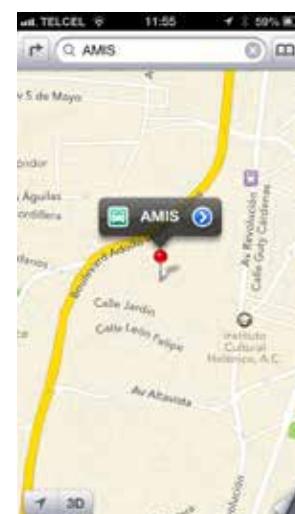
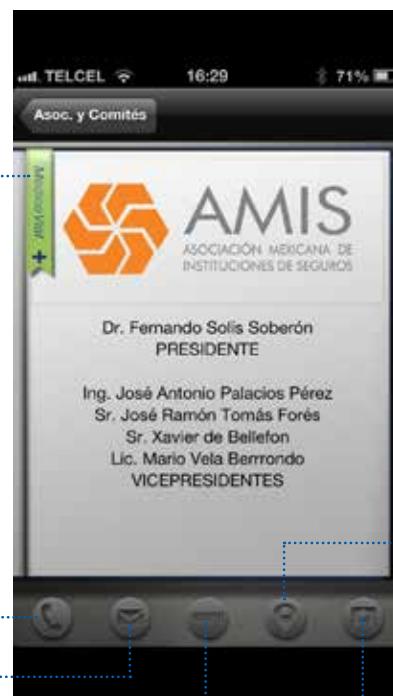
O utiliza el buscador para localizarla

Tus favoritos quedarán marcados así

Marca directamente desde tu teléfono

Envía correo electrónico

Accede a su página de internet



Ubícalo en el mapa

Agrégala a tus favoritos

El Anuario Mexicano de Seguros y Fianzas evoluciona, por ti.

ANUARIO  
MEXICANO  
DE SEGUROS  
Y FIANZAS