



En sus propósitos de establecer Solvencia II, el regulador debe andar con pies de plomo

Así lo advierte el nuevo secretario general de Fides

Genuario Rojas Mendoza

@GenuarioRojas

Frente a la intención de las autoridades de introducir una nueva manera de gestionar la solvencia de las aseguradoras basada en riesgos, la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (Fides) tiene estructurado un claro mensaje para los reguladores de los países miembros del organismo: "Andar

con pies de plomo, no apurarse, no adelantarse".

El secretario general de Fides, el peruano Raúl de Andrea --de visita en México para terminar de concretar el traspaso de la posición que ocupó durante cuatro años el mexicano Recaredo Arias Jiménez--, dijo lo anterior, y recalcó: Solvencia II representa "un cambio brutal" y afectará a la manera de manejar el negocio, al impactar sobre todas las áreas de una aseguradora.

Aunque el organismo interamericano tiene una gama amplísima de temas por atender --tales como, entre otros, capacitación en los mercados, normas de contabilidad aplicables a la actividad (hoy en revisión), riesgos catastróficos, microseguros, seguros agropecuarios--, es la regulación uno de los fundamentales, "porque muchas veces se traduce en sobreregulación", algo que "no es bueno", afirma De Andrea.



Raúl de Andrea, secretario general de Fides; Recaredo Arias, director general de la AMIS, y Genuario Rojas.

sigue en la página 19

SE DICE...

Genuario Rojas M.

@GenuarioRojas

- La iniciativa de ley y la Amexig en el D.F.
- Seminario de fianzas Amasfac en Guadalajara

El 6 de febrero, la Academia Mexicana de Jurisprudencia y Legislación, A.C., y la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías, A.C., llevarán a cabo una reunión para analizar y comentar la iniciativa de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas, con JORGE OROZCO LAINÉ como relator, en tanto que la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A.C., efectuará, del 6 al 9, en Guadalajara, Jalisco, su Seminario de Alto Nivel de Fianzas 2013. Temario y conferencistas permiten hablar de dos eventos por cierto atractivos para los interesados en las fianzas, el seguro de caución...

sigue en la página 06



EDITORIAL	02
ASPRO	12
Mundo del Asegurador	1
PLAN DE NEGOCIOS	14
VISIÓN EMPRESARIAL	15
A RIESGO PROPIO	17
REFLEXIONES	18

■ Lo que quedó a deber la Ley Sobre el Contrato de Seguro pág. 03

■ Los legisladores empiezan a entender el problema de RC pág. 04

■ México en el lugar 105 en percepción de la corrupción pág. 11



El Asegurador
Periódico

Indemnizaciones de 730 DSM a 5,000 DSM "obligan" a actualizar la suma asegurada en RC Automóviles

Nosotros no podemos ponerle precio a la vida humana y, en consecuencia no estamos en posición de decir que elevar de 730 días de salario mínimo a 5,000 días de salario mínimo las indemnizaciones por ocasionar la muerte de una persona está fuera de toda lógica o no. Como aseguradores no incidimos ni en favor ni en contra de la decisión. Para nosotros es un hecho con el cual debemos trabajar.

sigue en la página 22

El tema se vuelve difícil al saber que sólo 1 de cada 4 autos tiene RC

EDITORIAL

CON PIES DE PLOMO

El nuevo secretario general de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (Fides) ha sido la vía para que este organismo advierta acerca de lo peligroso que puede resultar acelerarse en la implantación de Solvencia II en los distintos mercados del área de su influencia. Recomendó, como se reporta en este número, que los reguladores anden con pies de plomo y no caigan en la tentación de apurarse, de adelantarse, en el establecimiento del nuevo esquema de supervisión para efectos de solvencia.

En primera instancia podría pensarse que la advertencia, por lo menos en el caso de México, esta vez llega tarde, y que tendría mejor cabida en otros mercados de la zona, en los cuales los proyectos, si bien se trabaja en ellos, todavía deben recorrer algunas brechas antes de que se llegue a su establecimiento. No obstante, atender al llamado no necesariamente pudiera resultar ocioso, en la medida en que faltan algunos pasos todavía por darse y, por lo tanto, convendría no descartar mejoras en las condiciones que están por llegar.

Ir con pies de plomo, como lo indica una expresión española, orilla a ir muy despacio. Significa tener mucha cautela al hacer las cosas, ir con mucho cuidado, despacito, paso a paso, de forma delicada. Se dice por lo tanto que hay muchas veces en las que hay que ir con mucha precaución al hacer algo (por la importancia que tiene o sus posibles consecuencias) y es en esas ocasiones en las que se dice que hay que ir con pies de plomo.

El llamado tiene su peso, y no sólo para efectos del establecimiento de Solvencia II, sino que tiene aplicación en prácticamente cualquier ámbito. El llamado podría entonces extenderse hasta el resto de las decisiones y acciones que una industria tendría que poner en juego para lograr sus propósitos, justamente por los efectos que podría acarrear, delicados muchas veces no para quienes están pugnando por algo específico, sino para terceros que en un momento dado son olvidados, marginados de las negociaciones.

El asegurado no es, por cierto, uno de los convocados en el proceso de establecer nuevas reglas de juego, a pesar de que podría ser el centro de las discusiones. Es, de ese modo, y por lo pronto, apenas un argumento en las conversaciones, no obstante que termina, muchas veces, por ser el que, de un modo u otro, absorbe todos los costos que genera cualquier acción, sin importar día, hora o lugar. En todo caso, gana si gana una de las partes o la otra.

Ir por ello con pies de plomo no es un llamado hueco. Ir por un promedio que beneficie a todos sería muy plausible. Exagerar hacia un lado o hacia el otro estaría colocando en la posición más difícil a un tercero que no tiene ni voz ni voto. Bien lo señala en esta misma edición el presidente de los abogados de seguros de este país, en cuanto a que el usuario no goza precisamente de la máxima certeza al contratar una póliza, debido a que la Ley sobre el Contrato de Seguro igual fue modificada para fines muy concretos que no era justamente el de generar confianza.



El secretario general de Fides aludió otros temas en los cuales el organismo trabaja y, sin duda, en todos y cada uno de ellos se requiere de andar con pies de plomo. No es cosa fácil. Él mismo lo admite: habrá que hacer mucho trabajo con quienes toman las decisiones desde la parte pública, para que las decisiones contemplen planteamientos hechos por el sector asegurador. No es cosa fácil ni asuntos que puedan trabajarse sin invertir recursos. Esto es algo que no es popular, pero es así.

No obstante, en medio de estas condiciones, hay algo que de pronto se olvida: la fortaleza que los organismos intermedios requieren para poder influir en las grandes decisiones. Sin esa fortaleza, es la advertencia, poco es lo que puede hacerse, y la debilidad no proviene muchas veces de que algunos no participen, sino de aquellos que teniendo mayor influencia abdicen en aras de los intereses particulares que defienden. Es menester entonces la fuerza de un liderazgo que aglutine y, otra vez, cosa fácil no es.

No es cosa fácil marcar un liderazgo contundente porque, por lo menos en un mercado como el asegurador mexicano, las características de los jugadores dificultan encontrar temas comunes con igual grado de complejidad, pues el dominio que cada uno tiene en el entorno que desea provocar que les gane su naturaleza, que es, finalmente, la de aventajar al competidor, muchas veces, dicho sea de paso, con actuaciones que se encuentran mucho muy alejadas del caminar con pies de plomo.

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 2012

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

DIRECTOR EDITORIAL

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

Dr. Arturo Díaz Bravo †

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. 679

Visíte  El Asegurador.mx



Contrasta la modernidad de los cambios hechos a la nueva LISF con la Involución de las reformas a la Ley sobre el Contrato de Seguros

El proyecto de reforma a la Ley sobre el Contrato de Seguros (LSCS), tal como lo aprobó el Senado, es un proyecto que, lamentablemente, se queda a medias y que no aprovechó la oportunidad legislativa, dado que, por un lado, la parte corporativa y regulatoria propone reformas a la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF) de primer mundo, frescas, que obligarán a las compañías a una dinámica diferente; pero por otro lado, la LSCS "recibe unos cambios pequeños, mediocres y que dejan todavía un campo muy amplio a la interpretación de los abogados y a la imaginación".

Las palabras anteriores son el punto de vista de Aldo Ocampo, presidente de la Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y Fianzas (Amedesef), en referencia a los cambios y desafíos que el Contrato de Seguros trajo con su modificación y al impacto que éstos tendrán en las industrias de los seguros y las fianzas.

Aldo Ocampo agregó que lo que debería haber ocurrido en esta reforma legislativa es, primero, que la modernidad pudiera ser ya parte de la operación diaria, "y lo digo tanto para la emisión de pólizas como para el litigio". Esto hubiera significado crear seguridad jurídica tanto para el asegurado como para la aseguradora a través del desarrollo de una fuente de datos fiable en donde estuvieran las condiciones generales de las aseguradoras a disposición del cliente para cuando las necesite, mediante un recurso electrónico manejado tanto por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), como por las compañías.

Igualmente se perdió la oportunidad de aclarar algunas imprecisiones que tiene la Ley sobre el Contrato de Seguros. "Están devolviéndole la vida a la Ley para que ejerza la acción de hacer exigible el pago de primas de seguros, pero en ello no dicen cómo ni cuándo. Si vemos la Ley y se contrasta con la existente, notaremos que hay ciertas contradicciones entre sí. Realmente opino que con las reformas hacia donde vamos es a continuar tapando los parches de la Ley con modificaciones que no nos invitan a más.

¿Habrá algo que celebrar en torno a las modificaciones a la LSCS?, preguntó EL ASEGURADOR.

El hecho de que la LSCS permanezca independiente de la LISF y no como parte de ella, como se pensaba, revela muchas intenciones del legislador, entre ellas, que su tarea es congruente con la tendencia actual de mantener el contrato como una cuestión mercantil. Mi opinión es que cada vez se desmercantiliza más el contrato de seguro para pasar a ser una actividad sumamente regulada por el Estado, apuntó Aldo Ocampo.

"Sin embargo, particularmente llama la atención que durante los dos sexenios anteriores el sector financiero ha tenido la tendencia a poner todos los productos financieros dentro de un esquema de modernidad. Fianzas lo logró con

la contratación de fianzas por vía electrónica, mecanismo que hace cada vez más sencilla la adquisición de este instrumento garante. Los servicios bancarios no se quedan atrás; sin embargo, en seguros lo que tenemos no es una evolución, sino una involución."

De igual manera, el presidente de la Amedesef expresó que otro de los cambios que esperaba que se atendiera es el relacionado con la implantación de la

que está contratando, y el papeleo excesivo y la falta de modernidad para que el asegurado tenga prácticamente a la mano las características de lo que está comprando lo alejan de ello. Por ejemplo, la digitalización de expedientes es una cosa que está realmente relegada y se vuelven a retomar métodos que son realmente imprácticos hoy en día y que dejan a esta industria en este punto al margen de la evolución.

cúal es el plazo para el pago de la prima, que puede ser de un día o hasta los 365 días, y eso es muy bueno porque le quita mucha incertidumbre y se ahorran muchos litigios porque ya se le quita esa connotación que tenía de ser una cuestión imperativa, y eso es muy interesante porque ahora sí se les permite pactar el pago generando certeza para todos los involucrados, señaló Ocampo.

Hace muchos años existía la acción para el pago de la prima, esto es, que la aseguradora podía ejercer acción y hacer exigible el pago de la prima, y por una reforma se derogó. Con esta nueva legislación reforman el artículo 84 que es arcaico y hablan nuevamente ya de la acción para el pago de la prima.

Finalmente, el representante de la Amedesef dijo: "Creo que esta reforma, como muchas otras, está hecha con total ausencia de técnica legislativa porque se les olvidan muchas cosas. Estamos frente a un proyecto que pretendía mejorar, y se logró hacer lo mismo



Aldo Ocampo

Se perdió la oportunidad de aclarar algunas imprecisiones que tiene la Ley sobre el Contrato de Seguros. "Están devolviéndole la vida a la Ley para que ejerza la acción de hacer exigible el pago de primas de seguros, pero en ello no dicen cómo ni cuándo.

suscripción de un seguro en línea que se lleve a cabo de una forma eficaz. Ahorita tenemos un problema: el hecho de hacer papel cada vez es más caro, y todavía esta legislación continúa considerando relevante la impresión de las condiciones generales antes de la celebración del contrato de seguro.

Esto tiene muchos pros y contras. En el primer punto reitera el mecanismo que tiene la aseguradora para cerciorarse y de obligarse a que el asegurado tenga conocimiento de qué es lo que está contratando, habla de formas de ejemplares, de impresiones, que alejan a la posibilidad de incluir por lo menos en hasta este momento que el sector asegurador entre a la modernidad en este tema. En este sentido, reitera Aldo Ocampo, el desafío vuelve a ser el mismo: ¿cómo le vamos a hacer para que la contratación sea dinámica?

Es necesario darle mayor certidumbre al asegurado en torno de qué es lo

"Tenemos una legislación que está por aprobarse en la Cámara de Diputados, repito, vanguardista, y en la que estamos al nivel de la Comunidad Económica Europea y de países de primer mundo, pero que por parte del Contrato es totalmente anacrónica. Si bien no caemos en el extremo de no tener nada que celebrar, tampoco le daría las gracias a nadie por lo insrito en las modificaciones."

El pago de la prima, por ejemplo, en el artículo 40 antes decía que no debía hacerse en un plazo menor a 3 días ni mayor a treinta días y la ley era lapidaria con el efecto. Es decir, si no se paga en ese periodo el contrato, cesaba sus efectos, hoy te da 44 naturales, y el enorme problema que te da esa interpretación se utilizaba con mucha elasticidad bajo la protección del agente de seguros en algunos casos.

Lo que se incorpora es que se elimina el plazo entre los tres y los treinta días. Ahora el asegurado pacta libremente

pero más confuso. No entiendo cómo una legislación nueva que pretendía darle esa frescura al Contrato de Seguro nos deja todavía con muchos equívocos que enmendar.

Naturalmente que la parte novedosa es el tema del seguro de Caución y su regulación, y hay algunas cuestiones que llaman la atención en torno a ello. La póliza puede aparejada ejecución el que tenga el contrato puede llegar a requerir de pago porque se incumplió con una obligación y esa es de las cuestiones que habrá que estudiar por el impacto en la operación para una aseguradora.

Ha habido algunos siniestros que han desencadenado el problema de a quién le debe pagar la aseguradora, hay un clausulado en donde dice que la aseguradora se liberará cuando le haya pagado a los beneficiarios previstos en el contrato y volvemos al tema d cómo debemos de designar beneficiarios y volvemos a lo arcaico, por escrito.

Los legisladores empiezan a entender el problema

Mauricio Ramírez
mramirez@excelenciaseguros.com

D espués de que el 30 de noviembre pasado se hizo pública la reforma al artículo 502 de la Ley Federal del Trabajo (LFT) (entró en vigor al día siguiente), las compañías de seguros empezaron a calcular el costo que tendría aumentar el precio de la cobertura de Responsabilidad Civil para los autos particulares. La reacción de las aseguradoras fue casi inmediata, pero se enfocó de manera exclusiva en cómo proteger a sus asegurados temporalmente y no pasó de puntillas por el problema de fondo, que son las exageradas indemnizaciones que podrían estar obligadas a pagar, algo que traería como consecuencia el incremento de los costos del seguro.

Con la reforma, los montos por indemnizar serían mucho más onerosos; y no sólo eso, sino que, aun cuando la ocurrencia de eventos no se modifique al alza, el flujo de reclamaciones sí podría verse incrementado, ya que las sumas que se pueden obtener "valen la pena", sin considerar todavía los fraudes.

Días después de que se publicó la nueva normativa, algunas compañías de seguros dieron la opción de obtener incrementos de suma asegurada para unidades de carga y de servicio público, unidades que en realidad se encuentran más expuestas al riesgo tanto en severidad como en frecuencia, aunque sólo consideraron la cobertura de Responsabilidad Civil y no la de Pasajeros (R.C. Viajero), ya que la indemnización a los viajeros de unidades de Servicio Público de pasaje no está excluida de las obligaciones que establecen los Códigos Civiles. Ahora bien: a la fecha de esta edición no había una aseguradora que ofreciera la opción de cobertura de 20,000 salarios por pasajero o más, lo cual también arrojaría primas impagables para el total de los transportistas; es decir, este sector no tendría opción de cobertura.

Durante varias semanas tuvimos reuniones con líderes transportistas y sociedades mutualistas en el estado de Jalisco y en el resto del país, y ante tal situación estos grupos mutualistas se vieron obligados a informar a sus agremiados que harían frente a indemnizaciones a terceros hasta cierto límite,

en su mayoría los 5,000 días de salario, y que el exceso lo debería absorber cada uno de ellos.

Los transportistas, como el sector más perjudicado por el impacto de la reforma al 502 de la LFT (por su correlación con el Código Civil, donde se aplica), nos ayudaron a presionar a un grupo de legisladores locales, y no sólo se logró la integración de una iniciativa de ley para modificar el Código Civil Estatal, que promueve la eliminación de quintuplicar el monto dispuesto por la LFT para que quede en UN SOLO TANTO, sino que ésta **fue aprobada el pasado viernes 18 de enero de 2013**, y en días próximos deberá publicarse en el **Diario Oficial**.

Si bien es cierto que la reforma al 502 de la LFT se consideró un éxito en beneficio de las familias de los trabajadores, esta reforma al Código Civil Estatal también se puede considerar un paso importante para evitar indemnizaciones exageradas a los terceros perjudicados y no provocar con ello pérdidas millonarias a las compañías de seguros, aunque por ahora sea solamente en el estado de Jalisco.

El estado de Jalisco representa una importante muestra en la captación de primas de seguros en México, y estas medidas locales pueden ayudar a impulsar a los demás estados (en los cuales el Código Civil multiplica el monto dispuesto en la LFT) a crear iniciativas que disminuyan el impacto de la reforma. Como gremio debemos hacer que las cosas sucedan, alertar a las autoridades sobre la gravedad de la jurisprudencia, levantar la mano y decir que la oportunidad que vemos en este problema no sólo es la mayor captación de primas, sino hacer ver a los ciudadanos que los agentes y corredores de seguros somos asesores en riesgos. Necesitamos despertar en ellos el temor ante el riesgo y la conciencia sobre la importancia de la prevención y la capacitación. Sería muy bueno actualizarnos como obligación, y de esta manera fidelizar a nuestros clientes.

El hecho de que en algunos Estados pudiera modificarse el Código Civil no nos libera del problema aunque si nos disminuye el riesgo, ya que aplica la Ley del Estado donde el evento haya tenido lugar.

Indemnizaciones actuales por estado

ESTADO	ART. C.C.	ESPECIFICACIÓN	TANTOS	LFT DÍAS	SMGV	INDEMNIZACIÓN
AGUASCALIENTES	1784-1808	RESTABLECIMIENTO DE LA SITUACIÓN ANTERIOR	2	5,000	62.33	623,300
BAJA CALIFORNIA	1788-1812		5	5,000	62.33	1,558,250
BAJA CALIFORNIA SUR	1815-1840		4	5,000	62.33	1,246,600
CAMPECHE	105-1829		4	5,000	59.08	1,181,600
CHIAPAS	1886-1910	RESTABLECIMIENTO DE LA SITUACION ANTERIOR	1	5,000	59.08	295,400
CHIHUAHUA	1795-1819	SIEMPRE QUE SEA SUPERIOR AL DOBLE	1	5,000	59.08	295,400
COAHUILA	1851-1898		4	5,000	59.08	1,181,600
COLIMA	1801-1824	SIN EXCEDER DEL DOBLE	1	5,000	59.08	295,400
DISTRITO FEDERAL	1910-1934		4	5,000	62.33	1,246,600
DURANGO	1794-1818		1	5,000	25.00	125,000
GUANAJUATO	1399-1424		4	5,000	59.08	1,181,600
GUERRERO	1735-1774		4	5,000	59.08	1,181,600
HIDALGO	1894-1918		3	5,000	59.08	886,200
JALISCO	1387-1431		5	5,000	60.57	1,514,250
MÉXICO	7.145-7.178	SIN EXCEDER DEL TRIPLE DEL SMGD	3	5,000	62.33	934,950
MICHOACÁN	1076-1102		4	5,000	59.08	1,181,600
MORELOS	1342-1370	VIDA PRODUCTIVA			59.08	
NACIONAL	1910-1934		4	5,000	62.33	1,246,600
NAYARIT	1283-1307		3	5,000	59.08	886,200
NUEVO LEÓN	1807-1831		3	5,000	60.57	908,550
OAXACA	1782-1806	SIEMPRE QUE EXCEDA EL TRIPLE DEL SMGD	3	5,000	59.08	886,200
PUEBLA	2088-2094	1200 DÍAS		1,200	59.08	70,896
QUERÉTARO	1773-1805		4	5,000	59.08	1,181,600
QUINTANA ROO	87-120	800 DIAS			59.08	
SAN LUIS POTOSÍ	1746-1770		4	5,000	59.08	1,181,600
SINALOA	1794-1819		2	5,000	59.08	590,800
SONORA	2081-2114	VIDA PRODUCTIVA				60.57
TABASCO	2070-2074	1460 DÍAS		1,460	59.08	85,075
TLAXCALA	1420-1424	1100 DÍAS		1,100	59.08	64,988
TAMAULIPAS	1388-1417	3000 DÍAS		3,000	62.33	186,990
VERACRUZ	1843-1867	RESTABLECIMIENTO DE LA SITUACIÓN ANTERIOR	4	5,000	62.33	1,246,600
YUCATÁN	1097-1123		4	5,000	62.33	1,246,600
ZACATECAS		MÁS 60 DÍAS DE GASTOS FUNERARIOS AL DOBLE	2	5,000	59.08	590,800

Breves

Congreso CILA 2013, en Lisboa

El Comité Ibero Latinoamericano de Derecho de Seguros anuncia que llevará a cabo su XIII Congreso CILA en Lisboa, Portugal, del 8 al 10 de mayo de 2013. Registro, consulta de programa y reservaciones en los hoteles que tienen convenio, pueden hacerse a través de la página www.aida-portugal.org. Se sugiere a los interesados realizar su registro lo más pronto posible, y considerar que la fecha límite para hacerlo es el 31 de marzo del año en curso.

Plasma Amedesef programa de trabajo 2013

Aldo Ocampo Castañares, presidente de la Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y de Fianzas, A.C., informa que este organismo tiene planeadas sesiones desayuno de trabajo y que dos de ellas tratarán acerca de la nueva ley de seguros y fianzas y Responsabilidad Civil Médicos y Hospitalares.

Adicionalmente, esta asociación, mejor conocida como Amedesef, continuará con su Diplomado de Derecho de Seguros y Fianzas en la Universidad Panamericana, a la vez que organizará la que ha denominado Primera Carrera Amedesef, con distancias de 5 y de 10 kilómetros.

FIAP: dos libros titulados México 2012

La Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones (FIAP) acaba de editar dos libros: uno en español y otro en inglés, que recoge conferencias del evento realizado en Cancún en mayo de 2012. El tema: "Oportunidades y Desafíos de los sistemas de Capitalización Individual en un Mundo Globalizado". Es el onceavo libro publicado por la FIAP bajo el mismo formato, y los interesados en adquirir ejemplares pueden contactar vía e-mail fiap@fiap.cl.

OCDE y su informe sobre gobierno corporativo

"The Role of Institutional Investors in Promoting Good Corporate Governance" es un informe que presenta los resultados de la segunda revisión temática basada en los principios de gobierno corporativo de la OCDE. Se centra en el papel de los inversores institucionales en la promoción de prácticas de buen gobierno corporativo, incluyendo los incentivos que se enfrentan para promover tales resultados. Cubre 26 jurisdicciones diferentes, incluyendo análisis a fondo de Australia, Chile y Alemania.

Indica: un gobierno eficiente contribuye a fortalecer la democracia y los derechos humanos; promueve la prosperidad económica y la cohesión social; reduce la pobreza; estimula la protección ambiental y el buen uso de los recursos naturales. Con ello, acrecienta la confianza en la administración pública. Por su parte, se observa, el buen gobier-

no corporativo es esencial para la integridad de las empresas, las instituciones financieras y los mercados. Es indispensable para la transparencia y la estabilidad de las economías. Por ello, advierte, en los dos ámbitos resulta primordial el combate a la corrupción, ya que ésta amenaza al desempeño del gobierno, al proceso democrático y a las prácticas empresariales equitativas.

Presentación de Dictamen Fiscal 2012

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) publicó en su página de Internet el calendario para la presentación de los dictámenes fiscales que corresponden al ejercicio fiscal que terminó el 31 de diciembre de 2012. Señaló las siguientes fechas, considerando la primera letra del RFC.

Letras A a la F del 14 al 19 de Junio de 2013.
Letras G a la O del 20 al 25 de Junio de 2013.
Letras P a la Z del 26 de Junio al 1 de Julio de 2013.

Tratándose de sociedades controladoras que consoliden su resultado fiscal, deberán enviar el dictamen fiscal a más tardar el 15 de julio de 2013.

VI Congreso Fiap Asofondos

El 11 y 12 de abril de 2013, Cartagena de Indias, Colombia, será sede para el VI Congreso de la Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones (FIAP). El Evento internacional se desahogará alrededor del tema central denominado "El Ahorro Individual: mejores pensiones y más desarrollo económico". Para mayores informes, los interesados pueden consultar la página www.seminariosfiap.com

XI Congreso Regional Copaprose Uruguay 2013

La Confederación Panamericana de Productores de Seguros (Copaprose) celebrará su IX Congreso del 10 al 12 de abril en Montevideo, Uruguay, durante el cual

participarán Jaime Andrade, presidente de Copaprose; Carlos Galati y José María Priz, presidente y secretario general de la Agrupación de Profesionales Asesores en Seguros (Aproase), entre otros. Recaredo Arias Jiménez, director de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) y Vicepresidente de la Federación Global de Asociaciones de Compañías de Seguros, será el encargado de dictar la conferencia de clausura. Quienes deseen más información, visiten la página www.aproase.com.uy

México 2013: Crecimiento para todos

Durante el recién efectuado Foro México 2013, expertos consideraron que México podría convertirse en el motor del crecimiento e innovación regionales. En el debate sobre cómo hacer el país más próspero e incluyente, Hasan Tuly, vicepresidente regional del Banco Mundial, expresó: "en las próximas décadas México podría situarse entre las economías desarrolladas del planeta".

Seguro hay Boda

Ayúdalos a cumplir sus sueños

El futuro es como te lo imaginas®

Insignia Life
La aseguradora de tu vida®

insignialife.com
01 800 00 55555

Insignia Life
La aseguradora de tu vida®

Se Dice...

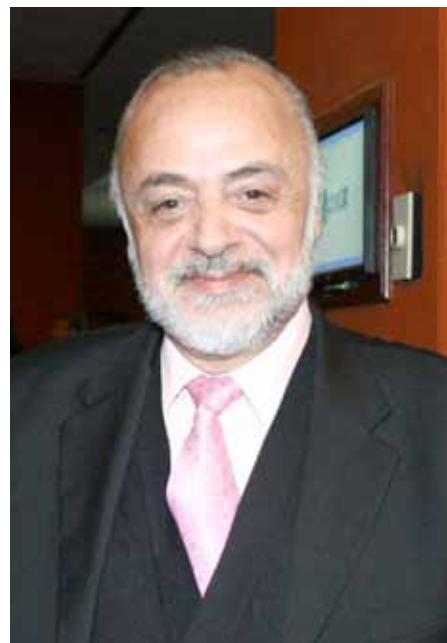
En el seminario de la Amasfac, se contempla la intervención de **ADOLFO CHRISTLIEB MORALES**, presidente de consejo de Fianzas Monterrey, quien hablará del seguro de caución, para que después **MANUEL AGUILERA VERDÚZCO**, presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, exponga consideraciones relacionadas con la iniciativa de Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas, que vendrá a sustituir la vigente Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros y

la Ley Federal de Instituciones de Fianzas...

Un tema que llama sin duda la atención es el que compartirá otro experto en fianzas como lo es **JUAN ARTURO ALTAMIRANO DUEÑAS**. Conociendo a tu cliente y prevención de lavado de dinero. El interés por este tópico ya lo reflejaba el Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A.C., presidido por **ALFONSO CASTRO TOLEDO**, y dirigido por **LAURA BERMÚDEZ**, al rendir a finales de enero su informe 2012. Es uno de los cursos que más éxito ha tenido desde que comenzara a exigirse su aprendizaje...

XAVIER MÉNDEZ ALVARADO, de Méndez Alvarado, hablará de las reformas a la Ley Federal del Trabajo, todo esto después de que se comentan aspectos tales como la venta directa de las afianzadoras, la competencia desleal, para que después entre en acción **ENRIQUE GÓMEZ GORDILLO**, un conocedor de la mercadotecnia y conferencista plenario de ideas que conducen, pueden conducir, al éxito en la carrera de las ventas, y de los negocios en general. El doctor **JUAN RAMÓN DE LA FUENTE** planteará los retos del desarrollo nacional...

En el caso del evento de la Asociación Mexicana de Instituciones de Garantías, los ponentes serán **ARMIDA RAMÍREZ DUEÑAS**, **ÓSCAR VÁZQUEZ DEL MERCADO CORDERO** y **JAIME HUGO TALANCÓN**



Juan Arturo Altamirano



Jorge Orozco

ESCOBEDO, todos ellos, al igual que **JORGE OROZCO LAINÉ**, todos ellos doctores y académicos de número. Un mensaje final lo pronunciará el presidente de la Academia Mexicana de Jurisprudencia y Legislación, **FERNANDO SERRANO MIGALLÓN**...

El propio **JOSÉ S. SUQUET**, cubano de origen y presidente de Pan-American Life Insurance Group, encabezó el 17 de enero del año en curso el lanzamiento oficial de Pan-American México, Compañía de Seguros, S.A., que comienza operando seguros de Gastos Médicos bajo la dirección general de **JULIO VERDÚZCO** y la dirección comercial de **MIGUEL A. MEDELLÍN PAREDES**. La presentación se hizo en la Torre Mayor. Las instalaciones de la aseguradora se ubican en Boulevard Manuel Ávila Camacho número 184 en el piso cinco, en la Ciudad de México...

Esta empresa es una de las de más reciente incursión en el mercado mexicano. De entrada agudiza la competencia en Gastos Médicos Mayores, ramo en el cual operan, entre otras, firmas como BUPA Compañía de Seguros, dirigida en lo general por **FABIÁN CASAUBÓN GARCIN**, así como Prevem Seguros, firma encabezada por **PEDRO PACHECO VILLAGRÁN**, sólo por citar algunas que van por mercados que reclaman de una diferenciación que vaya más allá del precio, dadas las condiciones que guarda Gastos Médicos en el mercado...

Presidida por **FERNANDO SOLÍS SOBERÓN** y dirigida por **RECAREDO ARIAS JIMÉNEZ** afina los últimos detalles de varios proyectos que configuran su plan estratégico 2013. Será después del 14 de febrero, que pueda saberse con exactitud todo lo que sí recibió el visto bueno de los aseguradores. Por lo pronto, las cifras correspondientes a 2012 estarán siendo dadas a conocer a finales de febrero, y su denominada Convención de Aseguradores de México se verificará 7 y 8 de mayo, en el Distrito Federal...

Por cierto, uno de los proyectos que ciertamente podrían ser de los más importantes del sector es el relacionado

con canales de comercialización, que conduce **MARÍA DE LOS ÁNGELES YÁÑEZ**, actuaria que igualmente se ocupa de otros temas relevantes en la AMIS. El tema es ciertamente relevante en la medida en que el número de aseguradoras crece, pero no así el de los agentes, y las empresas que llegan al mercado no precisamente están utilizando canales nuevos o alternativos para colocar sus productos, sino la fuerza ya establecida...

Parecería que el tema del reclutamiento no les resulta del todo atractivo a numerosas compañías, en la medida en que sale "caro" el formarlos, sólo para que, se dice, terminen intermediando para otras aseguradoras. Así, se cuentan con los dedos de una mano las empresas de seguros que reclutan, capacitan, entran, desarrollan. Esto no es extraño: se nos comenta que sucede lo mismo en otros mercados, en los cuales las instituciones más grandes, las que tienen mayor participación de mercado, las que lo hacen...

De todo esto resulta algo muy curioso: las que forman agentes terminan por generar una lealtad de su fuerza de ventas superior frente a otros competidores. Dada su política de conservación de agentes, lo común es que se vayan de las firmas, sobre todo, aquellos que por una u otra razón no alcanzan el nivel que se les ha establecido en materia de productividad. Los que logran las metas fijadas terminan prácticamente por tatuarles ellos mismos la camiseta de la aseguradora para la cual intermedian...

Platicamos con **RAÚL DE ANDREA**, peruano de 64 años de edad, que ahora es el secretario general de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros, organismo conocido mejor como Fides. Estaba en México para darle curso a la transferencia de responsabilidades en ese puesto, mismo que durante cuatro años ocupara **RECAREDO ARIAS JIMÉNEZ**. Antes de llegar a seguros, hace 10 años, a desempeñarse como director ejecutivo de la Asociación Peruana



Adolfo Christlieb

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

Se entrega diploma

de Empresas de Seguros, De Andrea se ocupaba en asuntos ajenos a esta materia, como trabajar en la banca internacional, en lo corporativo. Lo que nos dijo, puede ubicarlo en otro espacio de este número...

Se dice que **DARÍO LUNA PLA**, titular de la Unidad de Seguros, Valores y Seguridad Social de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público presentó su renuncia al puesto en el cual había sido ratificado...

Vía correo, comenta **PEDRO AGUILERA** el que le hubiera tocado estar presente en algunas pláticas del coloquio de actuaria de la UNAM, llamándole la atención la presentación de **SOFÍA ROMANO**, la cual tocó un aspecto medular, ya que, en alguna parte de su exposición, habló de la falta de sustentabilidad de alguno tipo de seguros de gastos médicos, que se produce cuando en una compañía (ante la promesa de seguir pagando las reclamaciones sólo si se renueva la póliza) se quedan los enfermos y se van los sanos, haciendo que a la larga, la compañía tenga primas comercialmente inviables y poniendo en riesgo la viabilidad misma del ramo...

"Ese efecto de "piramidación" que está ocurriendo en los seguros de gastos médicos en donde se ha llegado a creer que los nuevos asegurados sanos podrán subsidiar a los enfermos, es claramente insustentable a la larga, porque llega el momento en que ya no se tiene esos subsidios y el costo sigue aumentando", puntualiza, para agregar enseguida: Creo que lo valioso de la presentación de Sofía es el "reconocimiento" de la existencia de un problema en gastos médicos. Para solucionar un problema primero es necesario aceptar que existe...

"Ojalá y se pueda avanzar rápidamente en la búsqueda de soluciones evitando que el problema alcance mayores dimensiones. Ojalá se acepte que existe realmente el problema...", apunta el funcionario que trabaja en la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas...

El tema es, dice alguien como **JORGE SUZÁN VÉLEZ**, es que todo cuanto sale al mercado es resultado de actuarios certificados y de planes autorizados precisamente por la dependencia en la cual trabaja Aguilar. Comoquiera que esto sea, lo cierto es que se está ante un tema que constituye hoy un dolor de cabeza pero que, de no atenderse hoy, en algunos años podría provocar mucho ruido en la sociedad. Claro, quizás para entonces otros nombres sean los que enfrenten esas consecuencias...

El expresidente de la CONDUSEF escribe, en una columna que comparte vía correo, que cuando uno termina una encomienda es importante dejar cuentas claras y también dar a conocer los frutos de su gestión, pues hay quienes, por ignorancia o mala fe, critican y desacreditan. De ahí que puntualice:

Al entrar (2006) se atendió a 329 mil usuarios; al salir (2012), a 1.2 millones; al entrar se recibió un promedio de 307 llamadas diarias, y



Manuel Aguilera

en 2012 un total de 2,639. Y aclara: a pesar de su aumento, las llamadas abandonadas se redujeron de 70% en 2006 a 2% en 2012...

En 2006 las controversias contra bancos, compañías de seguros y SOFOMES concluyeron con un 31% a favor del usuario, en 2012, con un 59%; las controversias al inicio se resolvían en 53 días hábiles, al final en 20...

En 2006 entraron a la página web de CONDUSEF 9.4 millones, al salir 22.5 millones, la gran mayoría ciudadanos de clase media, por lo que Condusef se ganó el título de "asesora de la clase media". Millones de mexicanos han tomado mejores decisiones financieras en base a las calculadoras y comparaciones de la página electrónica de CONDUSEF...

Le dimos una gran importancia a

la educación financiera. De 2001 a 2006 se distribuyeron 4.9 millones de materiales educativos; de 2007 a 2012, fueron 21 millones, y se organizaron semanas de educación financiera. En 2006 los periódicos citaron las recomendaciones y alertas de la CONDUSEF 1,856 veces; en 2012, un total de 7,426 veces, 300% más...

A pesar de que en el 2008 se le atribuyeron nuevas funciones a la CONDUSEF, que implicaban mayores regulaciones, desregulamos. En 2006 había 79 artículos en 3 ordenamientos de la CONDUSEF; al salir, 50 en una sola circular. Los usuarios atendidos por empleado crecieron de 493 a 1,495: la productividad aumentó en más de 200%. De 11 mil usuarios encuestados, 92% calificó la atención recibida de buena y excelente...

Hacia donde vayas **estamos contigo**



**18 años de experiencia en el sector automotriz
nos respaldan.**



Centro de Contacto:
01800 800 20 21
ccq@qualitas.com.mx

Disponible en:
iPhone, BlackBerry y
Android (excepto Nokia)



emergencia Q



Reporta tu emergencia:
Asistencia vial, accidente, robo, rotura de cristal, etc.
Descarga la aplicación en tu teléfono móvil.
Visita: www.qualitas.com.mx

Phone®, BlackBerry®, Android® y Nokia® son marcas registradas de Apple Inc., Research In Motion Limited, Google Inc. y Nokia Corporation, respectivamente.

Incrementar la penetración del seguro agrícola, necesidad prioritaria de los mercados emergentes

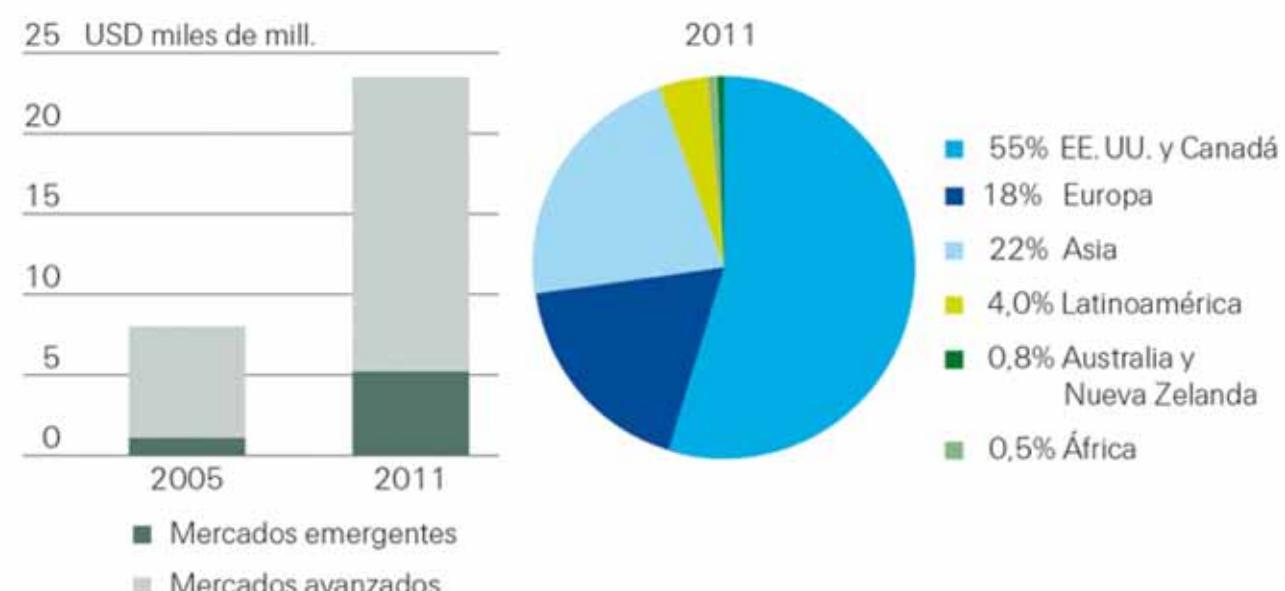
Para 2050, la población mundial será de 9 mil millones de habitantes, por lo que la producción agrícola mundial debe aumentar 60%

Ana Laura Martínez P.
@pea_analaura

Incrementar la penetración del seguro agrícola es una necesidad prioritaria de los mercados emergentes, pues gracias a este tipo de coberturas se gestionan de mejor forma riesgos agrícolas, se estabilizan los ingresos de los agricultores y se fomenta la inversión en la agricultura con el fin de reforzar la cadena de valor de los alimentos que servirán para alimentar a la población de estas zonas, que actualmente está en una situación crítica respecto al abastecimiento y producción, pues una de cada ocho personas padece hambre o está desnutrida.

Hoy en día la penetración del seguro agrícola tiene un nivel muy bajo en los mercados emergentes; sin embargo, se calcula que el primaje podría alcanzar de 15 mil a 20 mil millones de dólares para el año 2025. Y el panorama no es

Volumen mundial estimado de primas del seguro agrario, 2005 y 2011



Fuentes: El Banco Mundial, Swiss Re Economic Research & Consulting

distinto en el ámbito global: para poder alimentar a la población de todo el mundo (que para el año 2050 alcanzará la cifra de 9 mil millones de habitantes), la producción agrícola mundial debe aumentar 60 por ciento, por lo que de nuevo entra en juego el seguro agrícola.

“Por un objetivo común: la seguridad alimentaria en los mercados emergentes” es el nombre del documento Sigma publicado por Swiss Re del que se ha tomado la información anterior. En este

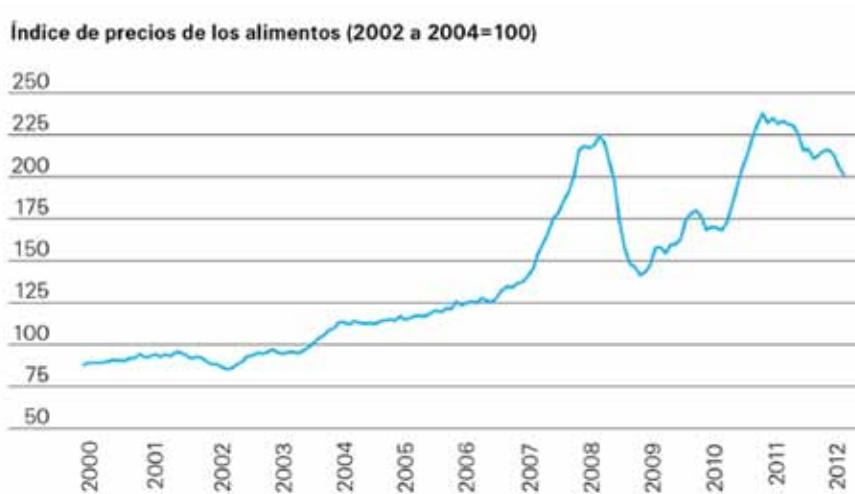
alimentos, fenómenos que a menudo impiden el acceso de la población a la comida. Por otro lado, las nuevas preferencias alimentarias y la demanda nutricional están ejerciendo presión sobre la producción y la disponibilidad de alimentos. Últimamente, la subida de los precios de los alimentos se ha convertido en una grave preocupación debido a una combinación de factores complejos”, señala el documento.

Desde 2005 los precios de los alimentos se han incrementado 74 por ciento; aunado a ello, los problemas de suministro a raíz de la sequía que asoló a Estados Unidos en 2012 han hecho que recientemente se agrave la preocupación acerca de la seguridad alimentaria, en especial con respecto a las personas vulnerables de los mercados emergentes. Se debe considerar que 98 por ciento de los 850 millones de personas que padecen hambre en todo el mundo viven en regiones de mercados emergentes: 528 millones se concentran en la región de Asia-Pacífico, y en África subsahariana hay 237 millones.

Señalado lo anterior, es indispensable reafirmar que las estrategias integrales de reducción del riesgo, que ayudan a reducir, mitigar y manejar los distintos riesgos agrícolas, forman parte de la tarea de asegurar una producción agrícola sostenible. Además de que el seguro agrícola también puede servir como garantía para solicitar créditos y así ayudarles a los productores a desarrollar más productos.

Algunas cifras interesantes que cita el informe Sigma son las siguientes: en 2011 las primas del seguro agrario mundial se estimaban en 23 mil 500 millones de dólares; de esa cifra, los mercados emergentes (fundamentalmente China e India) generaban alrededor de 5 mil millones de dólares. Y, aunque el seguro

Hoy en día la penetración del seguro agrario en países emergentes es muy baja, pero se calcula que el primaje podría alcanzar entre 15 mil y 20 mil millones de dólares para el año 2025



Fuente: Índice nominal mensual de precios de los alimentos, Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

En los mercados emergentes, una de cada ocho personas padece hambre o desnutrición

texto se destaca lo indispensable que es el seguro agrícola como fuente de crecimiento del proceso productivo de estos productos alimenticios.

“El crecimiento constante de la población, una inversión insuficiente en agricultura, la inestabilidad socioeconómica y los sucesos meteorológicos adversos siguen siendo los principales desafíos para el suministro mundial de

agrícola por sí mismo no puede proporcionar seguridad alimentaria en los mercados emergentes, sí puede contribuir en gran medida a alinear los incentivos a la producción, a crear conciencia de la importancia que tiene la reducción del riesgo y a fomentar la inversión en eficiencia agrícola.

“Para aprovechar todo el potencial del seguro agrícola en los mercados emergentes se requieren muchas cosas: políticas gubernamentales proactivas y capacitadoras, infraestructura de apoyo, productos innovadores, modelos de negocio económicamente eficientes, nuevos canales de distribución y una tecnología avanzada. Gran parte de esto se puede conseguir a través de la asociación con las compañías de seguros”, finaliza el documento.

Fuente: Swiss Re Economic Research and Consulting



SABEMOS QUE CADA ACTIVIDAD REQUIERE
DE UNA PROTECCIÓN DIFERENTE.



En GMX Seguros hemos diseñado pólizas
a la medida de cada riesgo.

ESPECIALISTAS EN SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL Y DAÑOS.

CONTACTA A TU AGENTE DE SEGUROS O ACÉRCASTE A GMX SEGUROS DONDE ENCONTRARÁS LA PROTECCIÓN QUE TU EMPRESA NECESITA.

Distrito Federal
Tel.: (01 55) 5480.4000 - 01.800.718.8946
León
Tel.: (01 477) 718.3656 - 01.800.501.3577
Tijuana
Tel.: (01 664) 683.5464 - 01.800.019.9090

Góndalojara
Tel.: (01 33) 3616.7609 - 01.800.508.5720
Mérida
Tel.: (01 999) 920.4202 - 01.800.504.0173
Satélite
Tel.: (01 55) 5393.2402

Monterrey
Tel.: (01 81) 8356.7330 - 01.800.504.0278
Puebla
Tel.: (01 222) 246.7816 - 01.800.005.2020
Querétaro
Tel.: (01 442) 212.9231 - 01.800.624.0055

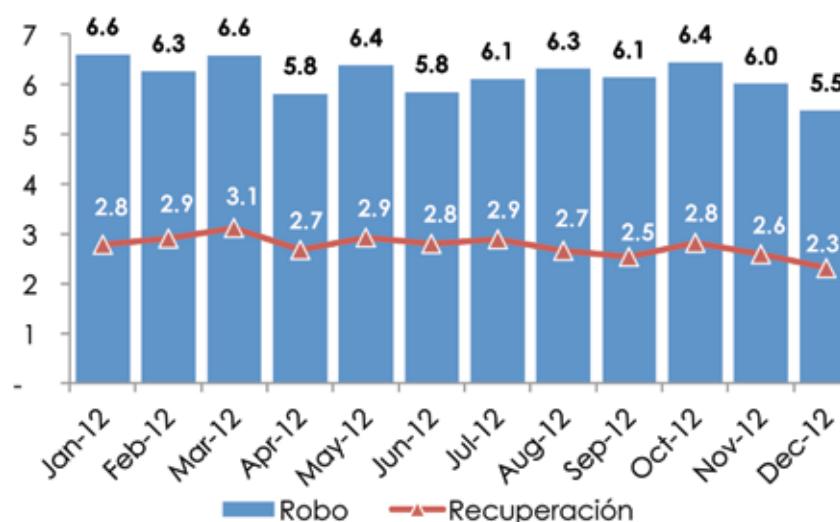
www.gmx.com.mx



- La cifra es de casi 74 mil unidades a nivel nacional
- Sin embargo, la recuperación también disminuyó 2.7%, pues sólo se reintegraron poco más de 33 mil unidades
- En los últimos seis años, el robo de vehículos asegurados se incrementó 38.2%
- El 80% de los robos con violencia ocurrieron en nueve entidades federativas, encabezadas otra vez por el Estado de México

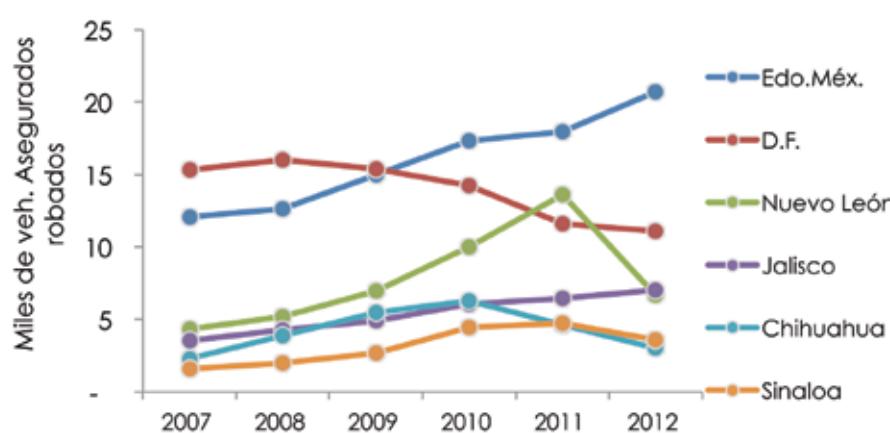
Disminuye 11.7% el registro de vehículos asegurados robados en 2012

Miles de vehículos asegurados robados mensualmente. Enero-Diciembre 2012



Vehículos asegurados robados.

Por entidad.



Ana Laura Martínez P.
@pea_analaura

Durante 2012 fueron robados 73 mil 878 vehículos asegurados en todo el país, cifra que muestra una disminución de 11.7 por ciento con respecto a 2011, cuando el registro se situó en 83 mil 676 unidades; sin embargo, la otra cara de la moneda, la recuperación, muestra números no tan positivos ya que, sólo se recobraron 33 mil 38 unidades (45 por ciento) en este periodo, informó en conferencia de prensa Recaredo Arias, director general de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, A.C. (AMIS).

A lo largo del año anterior, marzo fue el mes que tuvo más robos de vehículos asegurados: aproximadamente 6 mil 600 unidades; mientras que en diciembre este tipo de delito bajó a 5 mil 500 automóviles. En la recuperación, marzo también aparece como el mes más favorable, con 3 mil 100 unidades, y diciembre ocupa el último sitio, pues en ese

mes sólo se rescataron 2 mil 300 autos. En cuanto al registro de vehículos asegurados robados por entidad, el Estado de México volvió a colocarse en primer lugar, con 20 mil 732 unidades (hubo un incremento de 15 por ciento respecto a 2011), seguido por el Distrito Federal, que tuvo 11 mil 71 unidades sustraídas (cifra que disminuyó 4 puntos porcentuales respecto al conteo anterior de 2011); Nuevo León tuvo 6 mil 680 unidades robadas (fue la entidad con mayor disminución respecto a 2011, con 51 por ciento); Jalisco, 7 mil 52 unidades (incrementó su índice 9 por ciento); Chihuahua, 3 mil 40 unidades (bajó 34 por ciento); y Sinaloa, 3 mil 619 unidades (aquí hubo un decremento de 24 por ciento).

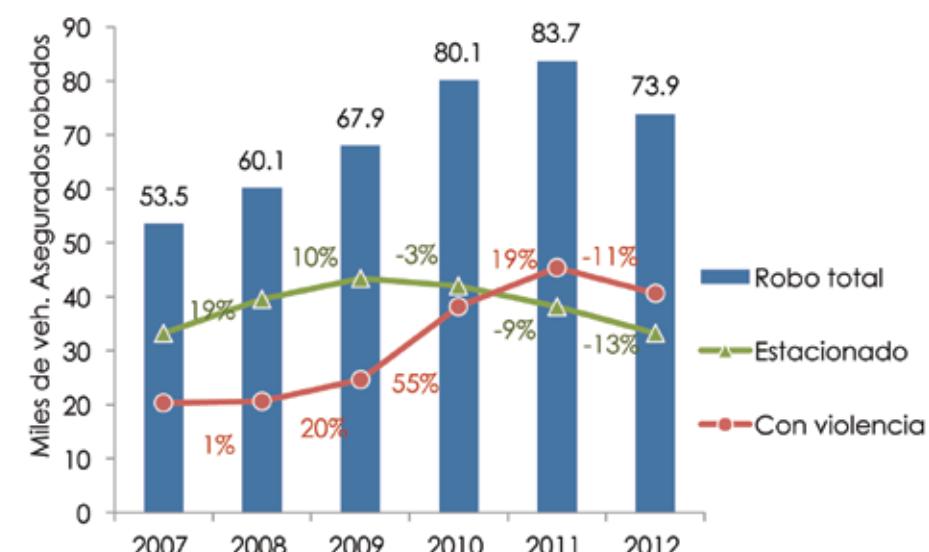
Ahora veamos cuáles son los otros estados en donde se presentan robos importantes: Baja California, Tamaulipas, Veracruz, Puebla, Coahuila y Durango; este tipo de delitos se centra en 12 entidades de la República Mexicana principalmente.

La recuperación de vehículos asegu-

rados robados por entidad presenta los mismos registros que los robos: tenemos así, al Estado de México en primer lugar, seguido por el Distrito Federal, Nuevo León, Jalisco, Chihuahua y Sinaloa.

Los vehículos asegurados robados de 2012 cuya recuperación está pendiente sumaron 40 mil 840 unidades, aunque

Variación anual por tipo de Robo



el índice bajó 17.9 por ciento respecto a 2011. Ésta es aún una cantidad importante de automóviles, lo que obliga a pensar en estrategias diferentes tanto de autoridades como de aseguradoras e intermediarios para poder recuperar el 100 por ciento de las unidades, señaló Recaredo Arias.

Del robo total de vehículos asegurados a nivel nacional, en el 55 por ciento de los casos se sufrió violencia. El director general de la AMIS dijo que el 80 por ciento de los casos de este delito agravado con violencia suceden en ocho en-

tidades federativas principalmente: Estado de México (33 por ciento), Distrito Federal (13 por ciento), Nuevo León (11 por ciento), Sinaloa y Jalisco (6 por ciento cada uno) Tamaulipas y Chihuahua (4 por ciento cada uno), y Veracruz y Coahuila (3 por ciento cada uno). El resto representa el 17 por ciento.

Entre los cinco municipios y delegaciones que presentan mayor número de vehículos asegurados robados están Ecatepec de Morelos, Estado de México; Guadalajara, Jalisco; Nezahualcóyotl, Estado de México; Monterrey, Nuevo León; y Culiacán, Sinaloa. En el robo con violencia, estos cinco municipios encabezan nuevamente la lista.

Las marcas más robadas en 2012 continúan siendo Nissan, Volkswagen, Honda, Yamaha, General Motors y Seat. La submarca número uno es Tsuru, seguida por Pick up corto, largo, doble y King (todas de Nissan). Aparece después el Jetta, modelos 1999 al 2011 (de Volkswagen).

En el comportamiento del robo de vehículos por su tipo, la estadística quedó así: en primer lugar, automóviles particulares, con 50 mil 212 unidades; automóviles de uso comercial, con 14 mil 163 unidades; motocicletas, con 3 mil 166 unidades; tractocamiones, con 2 mil 799 unidades; semirremolques, con mil 971 unidades; camiones, con mil 496 unidades; y autobuses, con 71 unidades.

Finalmente, Recaredo Arias destacó que en los últimos seis años el robo de vehículos asegurados presentó un incremento de 38.2 por ciento, puesto que se llegó a un total de 419 mil 136 unidades, y también hubo una recuperación de 167 mil 694 unidades (incremento total de 45.7 por ciento). El robo con violencia bajó 2.4 por ciento (sólo fue el 40 por ciento del total), y el número de vehículos robados que aún deberán recuperarse incrementó 32.7 por ciento (con 251 mil 442 unidades); todas estas cifras respecto al sexenio anterior.

México, en el sitio 105 del índice de percepción de la Corrupción 2012

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

En 2012 México se colocó en el sitio 105 del Índice de Percepción de la Corrupción según un análisis de la organización Transparencia Internacional. El sondeo clasifica a 174 países, además de que presenta la percepción que tienen a este respecto los ciudadanos. También se consigna la opinión de diversos especialistas y colectivos consultados por diferentes organismos internacionales.

En un lapso de 10 años, nuestro país descendió del lugar 64 al 105 en la lista; del mismo modo, Venezuela bajó del 100 al 165. Países como Chile y Uruguay se encuentran actualmente con una calificación ventajosa respecto a naciones como Francia, Austria y España. Colombia, pasó del lugar 59 al 94.

Afganistán, Corea del Norte y Somalia ocupan los primeros lugares negativos; mientras que los más Estados más "limpios" son Dinamarca, Finlandia y Nueva Zelanda.

Los resultados del Índice de Percepción de la Corrupción en los países se clasifican en una escala de 0 (muy corrupto) a 100 (muy limpio). Si bien ningún país tiene una puntuación perfecta, dos tercios de los países obtuvieron un resultado por debajo de 50, lo que indica una grave pandemia de corrupción.

Corrupción se traduce en sufrimiento humano, en familias pobres que son extorsionadas con sobornos para, por ejemplo, consultar a los médicos u obtener acceso a agua potable. Esto conduce a un fallo en el suministro de servicios básicos como la educación o la salud. Del mismo modo, se descarrila la construcción de infraestructura básica.

Los gobiernos tienen que integrar las acciones de lucha contra la corrupción en todos los aspectos de la toma de decisiones. Deben priorizar adecuadamente las normas sobre financiamiento de la política y cabildeo, transparentar el gasto público y la contratación e instituir organismos públicos más responsables.

Después de un año de haber adoptado un enfoque global sobre el tema, se esperaba que los gobiernos asumieran

*Transparencia
Internacional
da a conocer la
clasificación de
174 países en
este rubro*

una postura más dura contra el abuso de poder. Los resultados del Índice de Percepción de la Corrupción 2012 demuestran que hay todavía muchas sociedades y gobiernos que deberían dar prioridad a esta cuestión.

El estudio cita, además, que la corrupción equivale a un impuesto sucio; y que los pobres y los más vulnerables son sus principales víctimas.

Así que ¿cómo podemos contrarrestar los efectos de la corrupción en el sector público?

176 COUNTRIES. 176 SCORES. HOW DOES YOUR COUNTRY MEASURE UP?

The perceived levels of public sector corruption in 176 countries/territories around the world.



Los gobiernos tienen que integrar las acciones de lucha contra la corrupción en todos los aspectos de la toma de decisiones. Deben priorizar adecuadamente sus normas

La vida es menos frágil cuando estás asegurado



Contrata uno o más de estos seguros y págalo cómodamente a
12 meses sin intereses
con tu Tarjeta de Crédito Banorte.

Aplica para todos los planes y paquetes de los seguros participantes:

- Seguro de Auto • Seguro de Taxi
- Seguro de Vida • Seguro de Hogar
- Seguro de Gastos Médicos Mayores

Contrátalos con tu agente de Seguros Banorte-Generali, o llama al 01800 837 1133



VISA



Escanea este código con tu celular y conoce más detalles.

CAT 0% informativo para meses sin intereses. No aplica para Tarjeta Empresarial ni Débito. Esta promoción aplica sólo para la contratación de nuevas polizas de los seguros participantes. No aplica en la renovación de las mismas. Compra mínima del seguro por \$10,000. Promoción vigente al 31 de marzo de 2013. Aplica solamente en el primer año de la póliza. Consulta aviso de privacidad, términos, condiciones, comisiones y requisitos de contratación aplicables en tarjetas-generali.com.

BANORTE - GENERALI
SEGUROS

Aspro

Ocho puntos esenciales para desarrollar una agencia de seguros de éxito



Alejandro Julián, embajador de Aspro para GAMA International; Luis Chiappy, hoy presidente de GAMA y Arturo García, entonces presidente de Aspro, durante la conferencia para la delegación mexicana que presentara en marzo de 2010.

Luis Chiappy visita México el próximo 20 de febrero como expositor del desayuno "De Promotor a Promotor". La cita es 8:30 en el Centro Asturiano (Arquímedes 4, Col. Chapultepec Morales). Más información: dirección@aspogama.org.mx

A propósito de la visita que Luis Chiappy, presidente de GAMA International, realizará a México este 20 de febrero de 2013, recuperamos la participación que él tuvo en la reunión anual de LAMP 2010 frente a la delegación mexicana. Esta versión aparece también en el libro **Agentes de seguros: ideas para atraer, desarrollar y retener a los mejores**, escrito por César Rojas.

Para Luis Chiappy, la diferenciación en el servicio que se ofrece como asesores financieros marca la distancia entre el éxito y el fracaso en la actividad. Chiappy, quien tiene una agencia de AXA Equitable en Florida, con 250 asesores, lo sabe bien: es la manera en la que ha construido una organización que produce más de 100 millones de dólares de primas al año. El también secretario de GAMA International dictó la primera conferencia hablada en español dentro del programa de conferencias de Lamp 2010, y dijo que la estrategia de diferenciación por precios no es adecuada, porque éstos, así como las condiciones de las pólizas, pueden variar. Para alcanzar el éxito, Chiappy apuesta, en cambio, por la calidad de asesoría brindada a los clientes.

Lograr esa diferenciación requiere primero establecer una misión y una visión. "Todos debemos tener claro adónde queremos llegar, a quién queremos asesorar. En mi caso elegimos el mercado de ingresos altos de Florida, y de ahí partimos para definir el tipo de asesoría que debíamos darles y cómo íbamos a llegar a él."

Luis Chiappy plantea algunos puntos que pueden ayudar para desarrollar un negocio exitoso:

1 Perfil de cliente ideal

Habrá que empezar por la localidad geográfica para definir un territorio específico que permita el enfoque y determinar el segmento de mercado por atender. Es de acuerdo con la zona como se estima el poder adquisitivo de los posibles clientes.

Se necesita hacer investigación de mercado con los recursos que se tengan a la mano, yendo desde

la aplicación de cuestionarios hasta la realización de sesiones de "focus groups", pues de ahí partirá un plan de mercadeo y penetración.

"Ya que tenemos a nuestro mercado meta debemos asegurarnos de contar con un proceso estandarizado de ventas y tenemos que poner en marcha estrategias de comunicación, así como sistemas de apoyo y servicio", señala Chiappy.

2 Perfil de recluta y agente

Para que tengan oportunidades de vender, los asesores deben provenir del mismo mercado que queremos atacar, de nuestro mercado ideal. En el caso de la empresa de Chiappy, se verifica que el candidato maneje relaciones existentes y pueda acceder a ese mercado objetivo.

Y añade: "En el proceso de entrevista verificamos también que el candidato cuente con una trayectoria de éxito profesional, con algo que valga la pena. También revisamos su historia de ingresos y activos, porque si hay una persona de 40 años a la que nunca le ha ido bien en lo que hace, pues algo extraordinario debería pasar para que su tendencia cambiara radicalmente y se volviera de éxito".

Para Chiappy y sus promotores es muy importante ver también las habilidades de comunicación del candidato, su nivel de metas y am-

bición, pues todo esto marca la diferencia, desde la primera entrevista, entre empresario y empleado. Y hay más requisitos que se evalúan antes de dar con el agente perfecto: que reúnan un alto nivel de energía, que estén inmersos en su comunidad y que reciban el apoyo familiar.

"Sin el apoyo de la familia resulta muy complicado tener éxito en esta carrera. Ya de por sí es una carrera complicada que presenta momentos difíciles, para tener que ir a contracorriente con la familia", advierte.

Para que un agente logre el éxito en esta actividad debe ser capaz de automotivarse, pues la motivación externa no dura. Se trata de tener metas y ambiciones y de pagar el precio por conseguirlas. "Estamos buscando empresarios que sepan que, si bien hay riesgos mayores, también hay recompensas mayores."

3 El proceso de reclutamiento

Para comenzar, se busca en las fuentes de posibles candidatos, generalmente otros agentes que han constatado que ésta es una buena carrera. De ahí se pasa al análisis y selección de los posibles candidatos para concretar la primera entrevista, en la cual se pone sobre la mesa una compra-venta de la

carrera de asesor y se obtiene una aplicación de empleo, de la cual se realizará un chequeo de historia de trabajo.

Una vez confirmado todo lo anterior se procede a una segunda entrevista, real, para conocer mejor al candidato y preguntarle todo aquello que necesitamos saber, de

MUNDO DEL *Asegurador*



Anuncia PAN-AMERICAN MÉXICO
inicio de operaciones en el país

MAPFRE lanza su Cuaderno Anual
de Incentivos 2013

La exitosa expansión de ZURICH en México continúa



Exitoso seminario es organizado
por la División de Vida de
HANNOVER RE

Presenta EL AGUILA COMPAÑÍA
DE SEGUROS el Plan de
Incentivos 2013

Realiza GRUPO YANNINI su
Kick Off 2013 tras un exitoso
desempeño en 2012

PRIMERO SEGUROS y PRIMERO
FIANZAS festejan su tradicional
comida de fin de año
con su Fuerza de Ventas

En el festejo de fin de año de la Asociación Mexicana de Actuarios se aprovechó la oportunidad para entregar reconocimientos a integrantes de Consejos Directivos anteriores, con motivo del 50 Aniversario de la Asociación. Quienes acudieron fueron Norma Alicia Rosas, Lupita Noriega, Elsa González y Manuel Burgos. Gracias por sus contribuciones a nuestra Asociación.



Norma Alicia Rosas, Lupita Huerta, Alberto Elizarrarás, Lupita Noriega, Crisóforo Suárez y Manuel Burgos quien falta en la foto es Elsa González.

Anuncia Pan-American México inicio de operaciones en el país

Confianza Toda la Vida, su filosofía de servicio



Julio Verduzco es el director general

Con el slogan “Confianza toda la Vida”, Pan-American México, Compañía de Seguros S.A. miembro de Pan-American Insurance Group anunció el 17 de enero de 2013 durante un coctel su inicio de operaciones en el mercado mexicano. La aseguradora especializada en el ramo de Gastos Médicos trae consigo una excelente línea de productos bajo una estrategia de excelencia en el servicio que impactará en la satisfacción y permanencia de los clientes, destacó Julio Verduzco, director general de la firma.

El piso 51 de la Torre Mayor fue el escenario para que Julio Verduzco agregara que lo que los motivó a incursionar en el mercado con la línea de Gastos Médicos Mayores y Accidentes Personales es, entre otras cosas, porque en México se respiran nuevos aires de crecimiento y se mostró seguro en que pronto se convertirán en esa compañía en la que confían los clientes para su financiamiento y solución a sus problemas de gastos médicos mayores tanto local como internacionalmente.

La marca Pan-American tiene más de 100 años de prestigio y liderazgo en todos los países en los que tienen representación. México, aseguró el directivo, no será la excepción, ya que en nuestra filosofía central se encuentra el brindar siempre y por encima de todo un excelente servicio y ese compromiso

lo haremos parte de la vida y del día a día de nuestra fuerza de ventas.

Julio Verduzco invitó a los ahí presentes a convertirse en sus aliados de negocio, así como en desarrolladores de productos cada vez más vanguardistas y atractivos en la línea de accidentes personales. Somos una organización dinámica con 100 años de experiencia que queremos poner en juego y compartir con ustedes.

Las necesidades de protección y atención en salud y gastos médicos en este país son infinitas. Nos espera un nicho de mercado lo suficientemente grande para hacer negocio, pero el cual sólo podemos atacar de la mano de todos ustedes, los agentes de seguros.

Pan-American México inició su proceso de acreditación en mayo de 2011 y fue aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el 6 de agosto de 2012. Con esa fecha Pan-American se convirtió en la compañía 119 de 106 activas y la licencia está enfocada al ramo de accidentes y enfermedades.



Miguel Angel Medellín

Gastos Médicos Mayores Internacionales y Accidentes Personales: sus líneas de productos

Al hablar acerca del concepto del servicio a través del cual atenderán a sus asegurados, Julio Verduzco destacó que este se basa en un esquema tipo Concierge a través del cual el asegurado encuentra todas las respuestas a sus necesidades, dudas y atención en el servicio a través del respaldo de la empresa y, lógicamente, del elemento fundamental que es el agente de seguros, donde ayudamos al asegurado desde el inicio del proceso con la cotización, durante la venta y posteriormente cuando se materializa el contrato de seguro. En ninguna fase el asegurado deja de sentir Confianza Toda la Vida.

Anunció que los pasos inmediatos que emprenderán serán enfocarse a un grupo selecto de agentes y promotores y brindarles una capacitación completísima de la línea de productos, la filosofía de la organización y de nuestra herramienta principal de crecimiento: el servicio al cliente. Lo que los agentes de seguros recibirán de Pan-American México está más allá del simple conocimiento de nuestros productos. La capacitación para esta organización es la clave para alcanzar nuestros objetivos.

Cuando los agentes, los promotores y los asegurados conozcan el potencial de servicio y esquemas de aseguramiento de esta compañía, les aseguro que no les quedará la menor duda de comprar los productos y de dejarse llevar y orientar por el expertis de nuestros intermediarios.

Destacó que el plan de negocios de Pan-American México tiene como premissa lograr un crecimiento orgánico y ordenado. Esto es, dijo, “no pretendemos obtener crecimiento a través de adquisiciones, sino ir incursionando en el mercado poco a poco, fortaleciendo la confianza y desarrollo de nuestros agentes y promotores y posicionarnos paulatinamente en el mercado” y en eso, subrayó, “tenemos la experiencia”.



Julio Verduzco, José Suquet, Michael Carricarte y Bob DiCianni

Equipo Pan-American



Los agentes encontrarán en Pan-American México algo más que productos que vender

Capacitación integral: pieza fundamental para el desarrollo

PAN AMERICAN MÉXICO
COMPAÑÍA DE SEGUROS, S.A.
Compañía miembro de Pan-American Life Insurance Group



José Suquet

Entre la plantilla de personalidades que estarán al frente de la organización en México, Julio Verduzco presentó a Miguel Ángel Medellín, director comercial; Fabián Macías director de administración y finanzas, Alejandro Simón Gerente de operaciones y Edgar Tarango, quien lo anunció como su arma secreta. Este equipo junto con todas las demás personas se caracteriza principalmente por su actitud ante el servicio y su compromiso en el día con día.

Agradeció la presencia en el lanzamiento de Pan-American México de Ignacio López Merlo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); Recaredo Arias, director general de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS); José Suquet, presidente de la junta directiva de Pan-American Life Insurance Group, Roberto DiCianni, vicepresidente senior de operaciones internacionales de la firma, Michael Carricarte vicepresidente senior del ramo de salud y David Capote vicepresidente comercial del ramo de salud.

“Aunque el producto ya fue lanzado con mucho éxito en América Latina, los tiempos mejores de la compañía todavía están por venir”.



Victor Beltrán, Ricardo López, Alejandra Sánchez y Sergio Reveles



Rafael Barajas y Eduardo Hernández Mestre



José A. Martínez, Alejandro Sepúlveda y Moisés Podgursky



Jacobo Stavchansky, Salvador Cababie y Marcelo Tretman



José Luis Salas y Armando Orta



Alejandro Sepúlveda, Alejandro Sepúlveda Ortega y Fernando Nava



MAPFRE lanza su Cuaderno Anual de Incentivos 2013



MAPFRE, como parte de su compromiso y fortaleza con su red Comercial presenta el Cuaderno Anual de Incentivos 2013 en sus oficinas regionales.



En el marco de cada presentación que se titula “**Misión CAI 2013, Imposible no ganar**” se dio a conocer la nueva estrategia comercial de la Compañía, en donde cada uno de los ramos que la componen, expusieron los grandes proyectos, nuevos productos y líneas de actuación que seguirán durante el año en curso.



Se dio a conocer la campaña Comercial “Misión, Imposible no Ganar. Asegurando a México”

En la Ciudad de México, fue Fernando Montero Esquino, Director Ejecutivo de Organización Territorial, quien presentó un intrépido video que estelarizó el **Agente MAPFRE 0013**, a través del cual se dieron a conocer las innovaciones para el año por cada Unidad de Negocio. Además Fernando, agradeció la visita de Esteban Pedrayes Larrauri, Director General Corporativo de Estrategia y Desarrollo de MAPFRE, quien se encontraba en una gira laboral en nuestro país.

Antes de concluir con su presen-





MAPFRE, como parte del compromiso y fortaleza con sus Agentes presenta el Cuaderno Anual de Incentivos 2013 a sus oficinas regionales



Ser Grande
es una Actitud



tación, Fernando, dio a conocer la nueva Campaña Comercial “**Misión, Imposible no Ganar. Asegurando a México**”, la cual se lanzará el 18 de febrero, contemplando más de \$500,000 pesos en premios, en donde participarán todos los productos de la Compañía.

Por su parte el modelo de negocio para el 2013 fue presentado por Miguel Barcia Gozalbo, Director General de Estructura Comercial; dentro de la estrategia comercial trazada para este año, **MAPFRE** hará hincapié en el enfoque al

Cliente.

Como cada año, el evento estuvo lleno de aplausos, ya que se reconoció el trabajo de los Promotores y Agentes ganadores del Club Distinguido, así como de los ganadores del Club Élite por su producción 2012.

Para cerrar la presentación del CAI 2013, José Ramón Tomás Forés, Pre-



sidente Ejecutivo de **MAPFRE** Méjico, manifestó su satisfacción por la posición de MAPFRE en el mercado mexicano y exhortó a los Aliados a continuar contribuyendo al crecimiento de la compañía durante este 2013.



La exitosa expansión de ZURICH en México

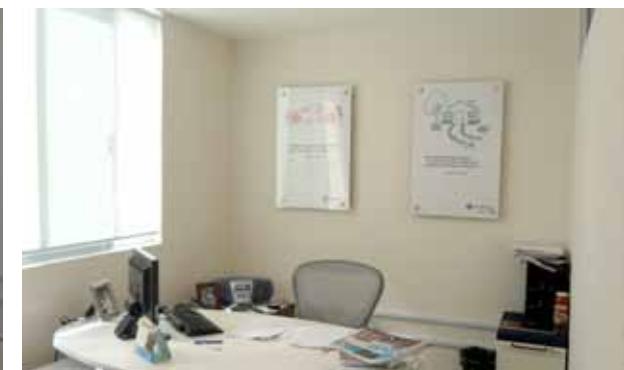
Inaugura dos Oficinas de Promoción en Colima y Aguascalientes y realiza reapertura de su Centro de Atención a Clientes en León.

Zurich en México sigue creciendo con gran éxito en todo México, ahora al inaugurar dos Oficinas de Promoción en Colima y otra en Aguascalientes.

Asimismo ante clientes y asegurados, Zurich llevó a cabo la reinauguración de su Centro de Atención a Clientes, en la Ciudad de León, Guanajuato.

Con estas aperturas, Zurich continúa su sólido y ambicioso crecimiento en México acercándose a su objetivo de tener 100 oficinas y Centros de Atención a Clientes alrededor de la República Mexicana en los próximos cuatro años.

COLIMA



en México continúa



AGUASCALIENTES

Z
ZURICH®
Seguros



Exitoso seminario es organizado por la División de Vida de Hannover Re

*Laura Edith Islas Yáñez
enviada*



Miami, Florida. Hannover Re celebró del 15 al 20 de noviembre en esta ciudad su V Seminario para Clientes donde se trataron temas de actualidad. En este marco, Guadalupe Covarrubias, Directora General de la oficina de México señaló que "la pérdida de salud, los tratamientos costosos y los cambios demográficos son problemas que afectan al seguro en todo el mundo, y en los cuales las primas son insuficientes para hacer frente a los siniestros".

En su presentación denominada "Gastos Médicos y Salud", Guadalupe Covarrubias agregó que ante este panorama surge la necesidad de abrir el espectro de alternativas de aseguramiento, crear nuevas coberturas en materia de gastos médicos menores, así como mejorar las redes de servicio, a fin de engrosar el universo de asegurados con buena salud para que de esa manera el seguro pueda estar en condiciones de mejorar su panorama actual.

Al evento asistieron cerca de 100 aseguradores originarios de Guatemala, Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, República Dominicana, El Salvador, Venezuela, Estados Unidos y Alemania, quienes participaron en dos días intensos de seminario y luego disfrutaron de un programa recreativo.

Directivos de Hannover Re participaron exponiendo diversos temas de actualidad. Claude Chevre, miembro de la junta directiva de la reaseguradora, expresó cuales son los ejes guías para detonar el crecimiento del ramo; primero, ofrecer realmente una propuesta de valor; segundo, contar con colaboradores comprometidos y, tercero, conocer las necesidades de los clientes y ofrecer productos diferenciados con una suscripción adecuada que garantice que los nuevos negocios sean rentables.

Señaló que es fundamental pensar que el seguro de vida es de largo plazo mencionando algunos casos en los que Hannover Re ha diseñado productos enfocados, como es el caso de Australia, en donde la fuerza de ventas existente ofrece una solución online para seguros de Vida, enviando un video vía e-mail a los agentes, si lo visitan y les gusta la idea; entonces se hace un segundo envío del video a partir del cual se venden seguros de manera fácil y sencilla, y lo hacen por recomendación de su agente o corredor actual y son productos de descuento por nómina, por ejemplo.

Otro caso es el de Sudáfrica, lugar donde consiguieron la máxima adaptación a los clientes mediante el análisis de necesidades. Las pólizas emitidas fueron a la medida.

Lograron, dijo, una póliza que cambia en razón de las necesidades del cliente. Innovaron, se optimizaron los procesos y las coberturas son totalmente transparentes.

O el caso de la India, en donde se proveen tarjetas financiadas por el gobierno para seguro de salud, con procesos simplificados y un monitoreo rígido de los mismos. Se hace la venta directa, marketing directo en televisión, y a la gente a la que llega es de un nivel educativo bajo. El proceso de suscripción es simple, rápido y está resultando muy exitoso.

Por su parte Günther Kansbock, habló de la importancia de contar con seguros para socios de la empresa y cómo la suscripción financiera juega un papel fundamental. A estas personas clave, se les debe proteger en caso de muerte e invalidez, ya que en ocasiones podría



hannover re



resultar una pérdida importante para las empresas. Se deben valorar aspectos como las tendencias históricas de las ganancias del negocio con su participación, entre otros factores.

Asimismo, Rafael Moraes habló de los procesos de suscripción en nuevos productos, los cuales deben de ser rentables y sencillos. Señaló que en microseguros la clave es apostar al volumen.

Heike Bossert, trató el tema de tarifa unisex, la cual surgió en 2012 en la Comunidad Judicial Europea, buscando la igualdad de trato entre hombre y la mujer. Esto implica también contar con reservas unisex. Entre los riesgos que presentan estas nuevas tarifas aplicables a partir del 01.01.2013 están la inseguridad en la determinación de precios y una cierta discriminación indirecta por ejemplo por profesión o deportes.

Edgar Chávez, habló de Micro seguros 2.0, considerando aspectos fundamentales, como son, la ley de los grandes números, que van dirigidos en realidad a la gente pobre, que a veces es necesaria la participación del gobierno, que se debe utilizar canales de distribución modernos e innovadores. Cada país y cada región tienen sus propias necesidades, por lo tanto cada una debe tener un diseño de producto diferenciado y canales de distribución diferenciados.

Señala que los microseguros son rentables y atractivos por el volumen que se puede manejar. Con un uso de la tecnología adecuada, procesos de reclamación sencillos y automatizados y canales de distribución no tradicionales es posible generar una cadena de valor. Sin embargo, dijo, para lograr vender estos productos es fundamental salir del pensamiento tradicional, ser innovadores y entender que los microseguros por su enorme potencial pueden alcanzar un volumen enorme.

Por su parte, Daniela Abrahms dio a conocer el caso de micro seguros en la India, en donde por iniciativas del gobierno se ofrece una cobertura de salud a las personas de bajos recursos. El esquema es sencillo, eficiente y flexible. El objetivo de esta cobertura es otorgar un sistema sostenible de hospitalización para las personas de bajos recursos. Este es un buen ejemplo de cómo con tecnología estandarizada y procesos simplificados y rápidos se puede dar protección social efectiva y rentable.

Finalmente Christian Kunert, General Manager para América Latina de Hannover Re agradeció a los asistentes y dijo: "Gracias por la relación comercial y el compromiso mutuo a largo plazo, lo cual nos ha llevado a ser uno de los más importantes reaseguradores de la región. Será un gusto acompañarles también en el futuro y ofrecerles nuestra experiencia y soluciones a la medida para sus necesidades".



"Ya no hay prima que alcance para hacer frente a tantos siniestros", subraya Guadalupe Covarrubias, Directora General de Hannover Re en México



Filial de Great American Insurance Group
Experiencia y tradición alrededor del mundo

Presenta El Aguila Compañía de Seguros el Plan de Incentivos 2013

20% DE COMISIÓN

Juan Patricio Riveroll, Director General de la compañía, agradeció a la fuerza de ventas su profesionalismo y entusiasmo



Juan P. Riveroll



Enrique Morales, Juan P. Riveroll, Fernando García Prieto, Gustavo Aguilar y Julio Mora



Fernando García Prieto

Con el propósito de dar a conocer el Plan de Incentivos 2013, El Aguila, Compañía de Seguros ofreció un coctel a su fuerza de ventas de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El evento lo encabezó Juan Patricio Riveroll, Director General de la compañía, quien agradeció a la fuerza de ventas su profesionalismo y entusiasmo para lograr las metas en 2012.

Al hacer uso de la palabra, Juan Patricio Riveroll manifestó que "es un gusto recibir hoy a todos los promotores y agentes de casa. Estamos aquí para reconocer el esfuerzo y trabajo de todos ustedes. Somos y seguiremos siendo una compañía especializada que va a un segmento de mercado". Nuestro plus en el mercado siempre ha sido el servicio al cliente y ello lo hemos conseguido gracias a su lealtad y profesionalismo como intermediarios. Por su trabajo tenemos ya un reconocimiento de marca".

Por su parte, Enrique Morales, Subdirector General habló

de los beneficios que ofrecen los productos de la compañía y resaltó los apoyos hacia el cliente en caso de un siniestro, destacando que "somos una empresa de puertas abiertas, cuyo objetivo para 2013 es brindar el mejor servicio a nuestros clientes".

En el marco de la celebración, Fernando García Prieto, Gerente General Comercial reconoció a los agentes con mayor producción en 2012 y premió a los ganadores del concurso "Súbate al Pódium Gran Premio 2012".

Las bases y los beneficios del Plan de Incentivos estuvieron a cargo de Julio César Mora, Gerente Comercial Oficina México, durante su presentación, dijo: "El Aguila toma delantera en las más altas comisiones a agentes del ramo de autos y añade un atractivo plan de bonos con producto diferenciado, bajo precio y excelente servicio. El nuevo Plan de Incentivos de El Aguila Compañía de Seguros destaca por el 20% de comisión que la compañía ofrece ahora a todos sus agentes, desde la primera póliza, en negocio nuevo, renovación o endosos".

El directivo ratificó el apoyo de la compañía hacia la fuerza de ventas, actualizando el portal para agilizar el proceso de venta, así como mejoras en los procesos de atención.

Al cierre del evento, Julio César Mora invitó a los asistentes a participar en la rifa de 5 premios y a disfrutar de ricos cocteles y bocadillos, amenizados con un gran espectáculo.



Panorámica



Asistentes al coctel



Premiados

REALIZA GRUPO YANNINI SU KICK-OFF 2013 TRAS UN EXITOSO DESEMPEÑO EN 2012



Guadalupe Ortega, Directora General


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



Hugo Mesa Robles



Julián Cornejo



Genuario Rojas Mendoza



César Rojas Rojas

El 16 de enero, en las instalaciones del World Trade Center de la Ciudad de México, Grupo Yannini llevó a cabo su evento de Kick Off 2013, con lo cual se iniciaron las actividades de este grupo que en 2012 cumpliera las metas que se había planteado.

El reto de cumplir con una meta desafiantes fue posible gracias a la unión, impulso, iniciativas y esfuerzo de la promotora liderada por la Licenciada Guadalupe Ortega, directora general de este importante equipo de MetLife.

Al evento asistió la fuerza de ventas perteneciente a Grupo Yannini, quienes escucharon con interés la participación de los cuatro conferencistas, quienes compartieron sus conocimientos, experiencia, empuje y motivación.

Grupo Yannini tuvo el privilegio de contar con la participación de Genuario Rojas Mendoza, Asegurador Distinguido y fundador del periódico El Asegurador, quien mostró un panorama internacional, regional y local del seguro, así como el impacto que las tenden-

cias e iniciativas del sector pueden tener en el desempeño cotidiano de la fuerza de ventas.

Por su parte, César Rojas Rojas, director general del mismo medio, delineó los aspectos que, desde su experiencia en la cobertura de eventos de la MDRT y GAMA, deben tener aquellos agentes que quieran aspirar a tener éxito.

Lo más reciente que contiene el sistema ADPRO, fundamental para el seguimiento de las actividades de venta, fue explicado también por Julián Cornejo, director general de Grupo Arco y, para cerrar con broche de oro, fue Hugo Mesa Robles, Director Comercial de Negocio Individual Público de MetLife, quien motivó al equipo de Grupo Yannini con su plática "Rompiendo paradigmas".

Finalmente, Guadalupe Ortega aseguró a su equipo que confía en que la estrategia que el grupo tiene diseñada le permitirá alcanzar y superar todas las metas planteadas para 2013.



Grupo Yannini

Primero Seguros y Primero Fianzas festejan su tradicional comida de fin de año con su Fuerza de Ventas



Durante el evento el Lic. Antonio Salinas Martínez-Abrego manifestó "En nombre de los socios, los consejeros y funcionarios de las empresas de Grupo Valores Monterrey, queremos darles las gracias por el trabajo realizado y desearles que tengan un Feliz y Exitoso año 2013.

primero
seguros • fianzas



Panorámica

- Encabezaron el evento los licenciados Antonio Salinas Martínez-Abrego, Director General de Primero Seguros y Armando Berzunza, Director Comercial de Primero Fianzas, en representación del Lic. Carlos Guerrero Rojas, Director General.
- Primero Fianzas continuará apoyando a los Agentes y Promotores al considerar que es el canal idóneo para atender a sus clientes.



Promotores y agentes reconocidos de Primero Fianzas

El pasado 20 de diciembre, Primero Seguros, S.A. de C.V. y Primero Fianzas, S.A. de C.V., festejaron con su fuerza de ventas el fin de año con su tradicional comida. El evento se llevó a cabo en el Hotel Camino Real de la Ciudad de México. En el marco de la celebración, los licenciados Antonio Salinas Martínez-Abrego, Director General de Primero Seguros y Armando Berzunza, Director Comercial, en representación del Lic. Carlos Guerrero Rojas, Director General de Primero Fianzas, dieron la bienvenida a más de 500 agentes, promotores, clientes y amigos. El Lic. Antonio Salinas Martínez-Abrego expresó: "2012 fue muy bueno, en él se cumplieron metas y objetivos gracias a todos ustedes. Veo un 2013 muy interesante con grandes retos. Los invitamos a seguir creciendo con nosotros y a nombre de los Consejeros y de los Accionistas de Grupo Valores Monterrey queremos darles las gracias por el trabajo realizado durante estos años y desearles que pasen un feliz

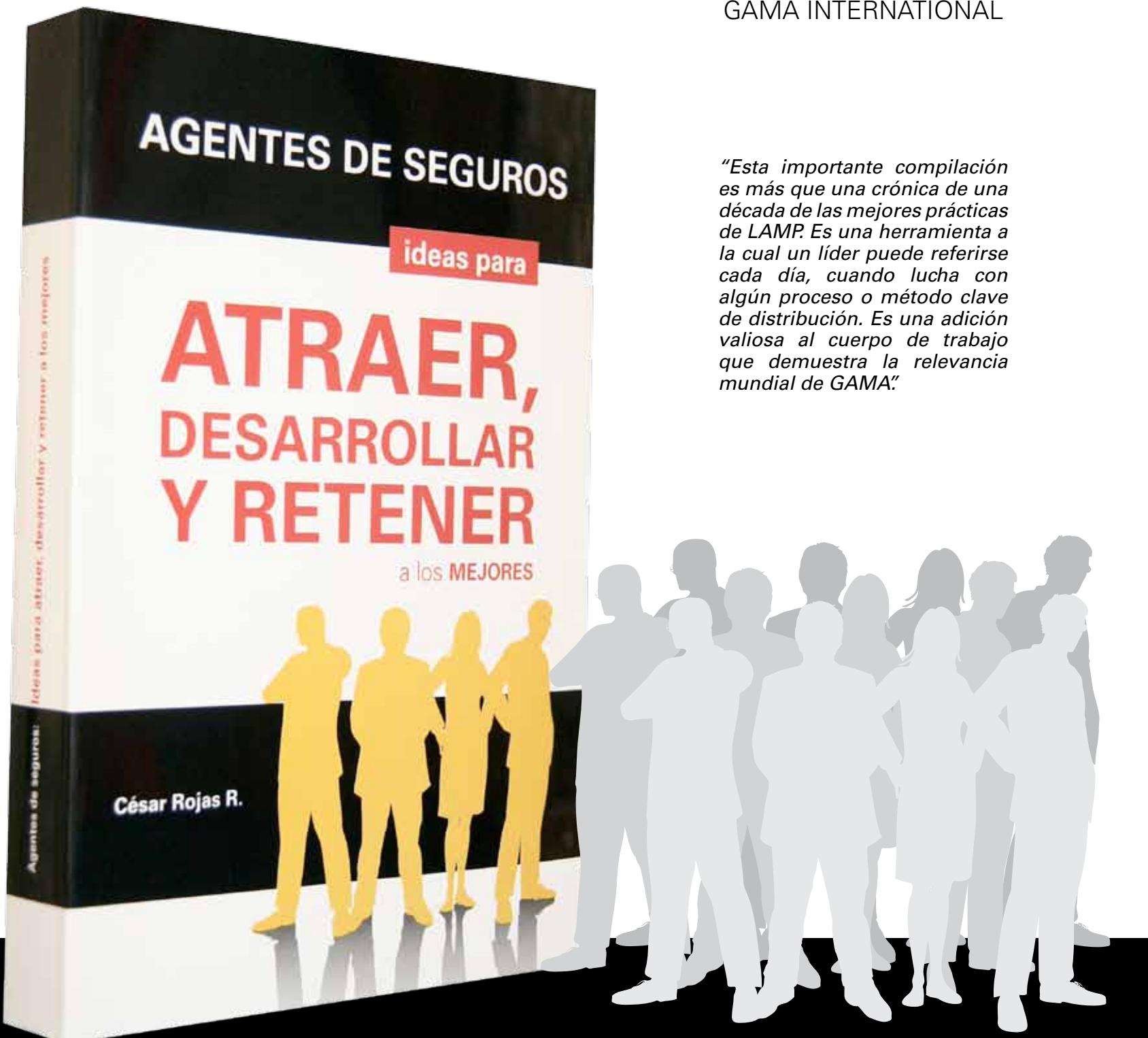
año", concluyó. En la entrega de reconocimientos el Lic. Arnaldo Guerrero Subdirector Comercial de Primero Seguros reconoció el esfuerzo de los Agentes y Promotores. Por su parte el Lic. Armando Berzunza después de brindar una cordial bienvenida a los agentes y promotores, así como a los Directivos de Amexig, Reaseguradora Patria, Reinsurance Consulting e Imesfac, destacó que "Sin duda una de las principales fortalezas de Primero Fianzas es el profesionalismo y dinamismo de su fuerza de ventas gracias a lo cual la Afianzadora continua operando como una de las Instituciones más solidas en el sector" y agregó, "Esta realidad ha permitido mantener una suficiencia en primas, con lo que Primero Fianzas continuará apoyando con esquemas muy competitivos en comisiones bonos e incentivos a sus intermediarios, a quienes consideramos el canal de distribución idóneo para atender a nuestros mutuos clientes".



Promotores y agentes reconocidos de Primero Seguros

"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



"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

acuerdo con nuestro perfil de asesor ideal.

La tercera entrevista sirve para hacer un estudio del potencial de mercado del candidato y confirmar que tiene acceso a éste.

"Luego el candidato es sometido a un Comité de Selección, en el cual están integrados ejecutivos de distintas áreas y asesores consolidados. Esto es fundamental porque creo que le pasa a todo el mundo que nos enamoramos de un candidato y perdemos objetividad. Si el comité lo aprueba, se procede a un precontrato."

4

La orientación y el entrenamiento

El entrenamiento de precontrato consiste en ayudar al candidato a obtener las licencias necesarias para desarrollar su actividad; pero, además, en el caso de la agencia de Chiappy, se hace un evento especial de contratación, de manera que esto quede grabado como algo especial. En ese momento se comienza un programa de 90 días de creación de hábitos, que son determinantes a fin de saber si el nuevo agente tendrá la capacidad de hacer lo que se requiere para alcanzar el éxito en esta carrera.

Se revisa su currículum educacional y se trabaja mucho en la formación empresarial. El agente debe ver su actividad como si fuera dueño de su propio negocio, y para ello se prepara su propio plan de negocio y se establecen por escrito las metas profesionales y sueños personales.



El 4 de diciembre de 2012, Osvelia Gómez Monter presentó ante embajadores de Aspro Gama México el plan de trabajo que seguirá como su presidenta. Para lograr sus objetivos confió en el respaldo de uno de los fundadores, Francisco Alatorre y un consejo de expresidentes conformado por Francisco Cabral, Alfredo Covarrubias y Arturo García. De izquierda a derecha en la foto: Francisco Alatorre, Francisco Cabral, Arturo García y Osvelia Gómez.

5

El entrenamiento y la responsabilidad

El crecimiento de un nuevo agente es una combinación del empeño e inteligencia que éste aporte a su actividad, pero también de la misma combinación aportada por todo el equipo. Por ello, en esta fase se realizan reuniones de grupo, además de las individuales, y el agente comienza a recibir consultas en casos y estrategias.

"Hay desde luego un reporte de actividad que seguimos muy de cerca, pero lo que más funciona es la motivación que el agente ya tiene por alcanzar sus metas y sueños."

6

El desarrollo, el crecimiento y la retención

Para desarrollar a un agente es necesario que el promotor establezca también una relación personal con él. Es muy importante que haya empatía y que ambos se sientan bien trabajando juntos. Esto facilita y hace más exitosa la práctica gerencial.

Pero para asegurar un crecimiento futuro, tal vez que ese agente algún día tenga su propia gerencia, se necesita seguir haciendo estudios avanzados en seguros y obtener tantas certificaciones como sea posible: LUTCF, CLU, ChFC, CFP... o las que estén disponibles en su país de origen.

En la agencia de Chiappy se hace uso de entrenadores internos y externos; se realizan conferencias y se trabaja en estrategias avanzadas de mercadeo con trabajos en equipo. "La integración de agentes nuevos a grupos de trabajo de agentes consolidados potencializa sus posibilidades de crecimiento y éxito."

7

La identificación de gerentes de ventas

En Estados Unidos, una de las consecuencias naturales de ser un buen agente es que algún día te convertirás en gerente de ventas y tendrás tu propia agencia. En el caso de México, esta situación también se da, aunque con menos frecuencia. Sin embargo, a diferencia de Estados Unidos, en México esto no es visto como una promoción, sino como un cambio de enfoque.

Aun así, si el agente es leal y tiene capacidad para trabajar en equipo; ha tenido una historia de éxito en el negocio y su sistema de ventas es transferible; tiene habilidades de liderazgo, poder de atracción y es organizado, podría convertirse en un gerente de ventas.

8

El desarrollo del gerente de ventas

Primero, y si se ha decidido convertir a un agente exitoso en gerente, éste debe recibir un adiestramiento diferente para ser capaz de acompañar a los agentes a vender, y también se establece con él un plan de negocios, con reportes específicos de actividades y rendimiento de cuentas. Además, deberán establecerse sistemas de operación y supervisión, así como cuidar que los agentes estén bien estimulados y motivados.



AVANCES

Marshal Faulk

Conferencista profesional de LAMP 13



La leyenda del fútbol Marshall Faulk ha sido tres veces corredor All-American de San Diego State, un todo-profesional con los Indianapolis Colts y los Rams de St. Louis, forma parte del Salón de la Fama de Football profesional. Ahora ayuda a jóvenes desfavorecidos a enfrentar sus retos para que puedan alcanzar sus sueños.

REGISTRO

Inversión de LAMP'13 en dólares.

	Socio	No socio
Antes del 1-Dic.	\$ 749.00	\$ 1,399
2-Dic al 14-Feb.	\$ 799.00	\$ 1,349
15-Feb -	\$ 849.00	\$ 1,399

Traducción simultánea: \$250 Dls.



ALEXANDRA ANDRADE

Contacto de habla hispana en el hotel
Entre a www.asprogama.org.mx para conocer el link de reserva para la delegación mexicana.

1 Market Place, San Diego, CA 92101
+1 619 358 6726 TELEFONO
+1 619 358 6729 FAX
Alejandra.Andrade@hyatt.com



CONTACTO



Norma Izquierdo

Teléfonos: (55) 5531-4004 ó desde el interior de al 01- (800) - 837- 5737

www.asprogama.org.mx



PLAN DE NEGOCIOS

PARA AGENTES Y PROMOTORES

Jaime Massieu Gosselin

Estimados Agentes y Promotores:

Esta entrega está dedicada a los agentes y consta de dos partes. Esta es la primera.

Hace poco tiempo, al dar una presentación, me preguntaban: “**¿por qué es tan difícil vender un seguro, en especial uno de Vida o de Gastos Médicos, cuando pareciera obvio que toda persona, casada o soltera, necesita ambos?**” La reflexión que esta pregunta me provocó es precisamente objeto de esta y de la próxima entrega. Espero que les sirvan en su actividad del día a día y que con ello maximicen su actividad comercial.

Comparto con ustedes mi reflexión principal respecto a la dificultad que hemos mencionado: ¿cuál es el reto que debemos zanjar para que el camino de la venta sea expedito? **inspirar verdadera confianza**, ya que al vender un seguro, especialmente en el ramo de Vida y Gastos Médicos, las personas saben que se genera una comisión a favor del agente, y erróneamente piensan que con ello “llenarás sus bolsillos a costa tuya”. Al inspirar y lograr verdadera confianza, el prospecto cree en el hecho de que verdaderamente estás protegiéndolo; confía en que tus servicios valen y que lo que en realidad estás haciendo es a favor de él. Es decir, al inspirar y generar confianza se mitiga drásticamente ese equivocado sentimiento adverso, y, en cambio, lo que estamos haciendo le será benéfico al seguro como institución.

Entonces, si de lo que se trata es de inspirar confianza, ¿qué tenemos que hacer? Mis sugerencias son las que a continuación se detallan:

Ideas que apoyan la venta de seguros de personas

Parte 1

- 1 Estudia y conoce a profundidad** lo que es en verdad un seguro y sus productos. Estudia muy bien las condiciones generales, clausulado, restricciones, etcétera. Conoce profundamente cada producto que vendas.
- 2** No adoptes sólo un grupo de productos con cuya venta te acomodes, ya sea por facilidad o conocerlos bien. En cambio, tienes que **estudiar y conocer todos los productos y subproductos de cada ramo que vendas**. Conocerlos profundamente es tu obligación y es imperativo para tu actividad, ya que esto te ayudará a detectar mejor las necesidades de tu cliente y con ello podrás preparar una propuesta que le sea significativa y relevante. Todo esto conducirá también a un mejor manejo de las objeciones. Si no conoces todo de los ramos que vendas, sus productos y subproductos, ¿cómo inspirarás confianza cuando te hagan una pregunta y no tengas una respuesta correcta? Recuerda: es un tema de confianza, y la gente obviamente confía en quien demuestra que sabe.
- 3 Venta por necesidades del prospecto.** Detecta y trabaja con base en las necesidades del prospecto.
- 4 Analiza la competencia.** Conoce los productos que otros colegas e instituciones de seguros venden. Esto te ayudará en tu manejo de preguntas y objeciones, asesorarás mejor y darás una mejor impresión a tu prospecto.
- 5 Prepárate para abordar y contestar objeciones.** Cuando te dicen “Lo veré con mi esposa”, o “Ahora no tengo dinero”, te apuesto 9 a 1 a que existe otra objeción subyacente y que lo que el prospecto quiere es eludirte por la vía rápida. Prepara tus preguntas y métodos de manejo de las objeciones. Paulatinamente domina el arte de preguntar y preguntar al punto de encontrar la verdadera razón de un rechazo, y prepara y practica tus respuestas. Tienes que ser ágil mentalmente para abordar cualquier obstáculo.
- 6 Actitud y confianza en ti mismo.**
- 7 Presencia física y cuidado personal.** Te pregunto: ¿compraría un seguro de Vida en dólares que te ayude a preparar tu retiro a la edad de 65 años a un agente que se presente ante ti desaliñado, indolente, poco asertivo... en una palabra: descuidado por dentro y por fuera? ¿No lo comprarías? Colegas, **la pulcritud** es esencial, pues es parte importante en la generación de confianza. Sugiero vestimenta acorde al mercado que se atenderá. No más, no menos.
- 8** Se tiene que establecer claramente, como en toda actividad profesional, **un propósito**, y éste debe ser mucho más que sólo “ganar dinero”. Quizá un concepto más amplio y socialmente más responsable podría ser: ayudar a otros en su prosperidad para lograr la propia.

CONCLUSIÓN

En el camino de las actividades comerciales de seguros de personas, **INPIRAR CONFIANZA AL PROSPECTO** es tema central y medular, por lo que se debe hacer todo lo necesario para lograrla.

Un teatro, un escenario, un actor

Nissim Mansur T.
mansurnissim@gmail.com

En mis tiempos mozos frecuentaba yo una peña de muchachos y muchachas.

Nos reuníamos para departir; a veces se contratábamos a algún conferencista que hablara de temas amenos de interés general.

Llegó un día en que a alguien se le ocurrió que montáramos una obra de teatro. Así se hizo: primero se trajo a un director de teatro; él nos sugirió qué tipo de obra desarrollar. En este caso se escogió una comedia ligera.

¿Quiénes serían los actores? Se escogieron los papeles estelares y los no estelares.

- Primero yo: no me da pena.
- Después, bueno, sí.

Finalmente, el reparto ya estaba completo.

Yo entre ellos.

Se nos repartieron los libretos: unos folios gruesos, muchas hojas engrapadas,

donde se leían los parlamentos de toda la obra.

Me llevé mi folder a casa, lo hojeé y me propuse aprenderme mi papel rápido y de memoria. Pensé tratar de sobresalir de entre los demás.

Después de algunos días, y delante del director, empezamos a ensayar:

- A ver, Nissim, di tus parlamentos.
- Pasé al foro, los dije rápido y bien, de memoria.

- No, así no; no tiene sentido. No estás diciendo nada. Eso no es actuar.
- No le estás dando vida al personaje.

Me sentí muy mal, frustrado.

Poco a poco, conforme pasaron los días, todos fuimos adaptándonos a nuestros personajes.

Nos explicaron las profundas características de los personajes, (cosa que yo ignoraba), su forma de ser, su forma de reaccionar, su forma de vivir.

Quizá los conceptos anteriores sean trillados para algunos. ¡Quizás!, pero nunca es malo recordarlos y reflexionar sobre ellos, pues de lo que se trata es de ganar la confianza.

En la siguiente entrega ofreceré un grupo de ideas para generar el proceso

de venta, asumiendo ya que la confianza está ganada o en proceso de lograrse. Espero que les sean útiles.

Un abrazo fuerte a todos. Confío en haber podido llevarlos a la reflexión íntima y personal. Les deseo muy buenas ventas.

Se nos explicó que cuanto más nos adaptáramos al personaje y su característica, mejor representado estaría nuestro papel.

- Se trata de que se olviden de ustedes y se metan en el personaje –nos decía el director.

Después de unas semanas de ensayos se contrató una maquillista para todos: el actor, sea hombre o mujer, siempre actúa maquillado.

Finalmente, se alquiló el Teatro de los Insurgentes y se contrató a un buen escenógrafo.

Se invitó a familiares, amigos, gente relacionada con el teatro, uno que otro brillante actor o director.

Era la noche de gala, por todos esperada.

Finalizada la obra, nos fuimos todos a celebrar nuestro “éxito”.

El porqué de esta anécdota: el ser humano es un actor; le guste o no le ha tocado representar un papel.

Los resultados, experiencias, vivencias no son controlados por él.

O sea, la escenografía no la escoge el actor; el actor actúa dentro de una escenografía ya hecha.

Sus características personales (actitud) serán determinantes en el resultado de su acción.

Respecto a sus características personales, se nace con algunas de ellas, otras se adquieren por el camino de la experiencia y otras son fruto de la voluntad.

El papel que se va a representar es intransferible y hay que representarlo. No hay alternativa.

Y, lo más importante, no hay más responsable que uno mismo.

Inútil es buscar responsables del papel que a uno le ha tocado actuar.

Cuanto más rápido se entienda esto, mejor.

VISIÓN EMPRESARIAL



Miguel Ángel Arcique C.
@arcique

Psicólogo Miguel Angel Arcique Calderón,
Director de Capacitación Especializada S.C.,
"Existimos para convertir personas en empresas
y empleados en mejores personas".
correo: miguel.arcique@
capacitacionesespecializada.com

¿Y qué pasa cuando todo o parte del éxito que soñabas como empresario se va convirtiendo en realidad?

Primero, DISFRÚTALO. Luego piensa en esto: seguramente ahora tendrás el reto de trabajar con más colaboradores a tu cargo y delegarás cada vez más aspectos fundamentales de tu empresa en alguien más, pues resulta imposible que tu tiempo como persona alcance para resolver, crear y dar seguimiento a todos tus compromisos y promesas de servicio.

En este sentido, me gustaría compartirte algunas de las estrategias que personalmente aplico y he aprendido de los mejores empresarios de nuestro país, y que por supuesto no dejo de sugerir para que mis asesorados las implementen. Afortunadamente, cuando ellos comienzan a pensar y actuar más estructuradamente en sentido empresarial, se fortalecen y obtienen mejores resultados, y encaran el bello reto del crecimiento.

CAPACITAR EFECTIVA E INTEGRALMENTE

Al contratar personal a tu alrededor, pero sobre todo personal estratégico y cercano a ti, como un asistente personal, un director ejecutivo, o incluso integrando a tu familia en el trabajo, uno de los pasos fundamentales que en ocasiones damos por hecho es capacitar adecuadamente a nuestro equipo, especialmente en la visión de la empresa, en los sueños sobre el futuro y en las es-

Si nunca has tenido un gran éxito, no sabes lo que vales; el éxito es la piedra de toque de los caracteres.

Amado Nervo (1870-1919), poeta, novelista y ensayista mexicano

trategias para lograrlos.

Muchas veces pretendemos encontrar o encontramos personal con experiencia en su área de trabajo y, aun así, percibimos poco compromiso o un deficiente desempeño cotidiano o, peor aún, en el trato con nuestros clientes o en la atención de asuntos que consideramos importantes o que antes solíamos resolver directamente nosotros.

No olvides entonces que hay que dedicar TIEMPO a formar a nuestros colaboradores en varias áreas: sus funciones en el puesto, su desarrollo como personas y su INCLUSIÓN Y COMPROMISO ante los sueños de futuro de la empresa.

Todo lo anterior cobra relevancia si tu organización es una microempresa, ya que, al no contar con sistemas formales de selección, capacitación y seguimiento, se incurre constantemente en el error de dar por hecho que el personal sabe qué hacer y por qué hacer las cosas.

■ SIEMPRE COPIA EN CORREOS ELECTRÓNICOS

Hoy en día el correo electrónico es una herramienta muy poderosa de contacto con los clientes, y en muchas ocasiones delegamos en nuestros colaboradores el seguimiento de asuntos prioritarios. Es importante desarrollar una estrategia conforme a la cual asuntos que usualmente tú resolvías puedan resolverlos tus colaboradores cercanos o los especialistas en el tema. Pero es indispensable que, en los correos de respuesta, tus clientes vean en copia abierta que sigues enterado de los procesos; incluso ellos deben notar que en ocasiones aportas recomendaciones. Y no olviden algo fundamental: felicitar y agradecer públicamente a tu equipo el seguimiento y solución de las problemáticas que se hayan presentado.

Las estrategias de comunicación bien planeadas en equipo son una herramienta muy poderosa para la transición y crecimiento de tu negocio. Recuerda que tu cliente estaba acostumbrado a ser atendido en un principio directamente por ti, y el hecho de perder el trato personal puede significar un reto para tu empresa. No obstante, también es útil ser consciente de que el crecimiento necesariamente requerirá cada vez más delegación estratégica.

No temas crecer. Aprende a crecer.

■ LLAMADAS CLAVE Y SABER "VENDER" A TU EQUIPO DE TRABAJO

De igual forma que el correo electrónico, las llamadas telefónicas estratégicas de tu parte en el trato con clientes, socios y proveedores es una gran herramienta para crecer y mantener el toque personal en tu organización. Una llamada personal a tiempo hace que el cliente, socio o proveedor siempre te encuentre involucrado y enterado de lo que pasa en tu empresa, y tal diligencia sin duda refuerza tu imagen corporativa.

Delegar sin perder el “toque personal”



Recuerda también que la inversión en TECNOLOGÍA es una herramienta que debe colocarse en primer lugar para favorecer este tipo de estrategias de contacto permanente y que hay que invertir recursos en ello al crecer.

Seguramente al crecer tu flujo de efectivo mejorará... Es tiempo de seguir invirtiendo para evitar caer en una paradoja de negocios muy común y que consiste en que una vez que tu negocio va creciendo

gracias a tu talento personal, todo el avance se revierte si se deja de invertir, debido a la percepción de lejanía que experimentan los clientes, que en principio confiaron en ti como su asesor personal.

Recuerda que seguimos poniendo a tu disposición de manera gratuita el planificador 2013 y los videos que explican el proceso de planeación en nuestra página web: www.capacitacionesespecializada.com

Feliz inicio de este 2013.

El saber y el mostrar cómo usar las mejores técnicas de ventas...

Es lo que Frank Bettger refleja en su libro "Cómo multipliqué mis ingresos en ventas"



Que a través de sus entrevistas, preparación, auto-organización y métodos a seguir con sus prospectos, logró posicionarse como uno de los mejores agentes.

Tendrá la economía mundial un crecimiento de 3.5% en 2013

Ana Laura Martínez P.
@pea_analaura

El Fondo Monetario Internacional (FMI) comunicó que la economía mundial tendrá un leve repunte de 3.5 por ciento durante 2013, frente al 3.2 por ciento registrado en 2012. La proyección de dicha cifra se hizo de acuerdo con las medidas de política adoptadas (que han reducido los graves riesgos de crisis en la zona del euro y Estados Unidos), los planes de Japón (que ayudarán a estimular el crecimiento a corto plazo al sacar al país de una recesión transitoria) y las eficaces políticas que han permitido apoyar un moderado crecimiento en algunas economías de mercados emergentes y en desarrollo.

A pesar de que los riesgos a la baja siguen siendo significativos, y entre ellos se incluye un estancamiento prolongado en la zona del euro y un excesivo ajuste fiscal a corto plazo en Estados Unidos, si los riesgos de crisis no se materializan y las condiciones financieras siguen mejorando, el crecimiento mundial podría ser más vigoroso de lo proyectado, añadió el FMI en su informe Perspectivas de la economía mundial.

Para este año, el Fondo Monetario Internacional pronosticó un crecimiento de 2 por ciento en Estados Unidos, ya que un entorno favorable en el mercado financiero y la recuperación del mercado inmobiliario promoverán el crecimiento del consumo; sin embargo, en la visión a corto plazo de la zona del euro se prevé que la región se contraerá levemente en 2013, pues, aunque las medidas de política han atenuado los riesgos y mejorado las condiciones financieras para los gobiernos y bancos en las economías de la región, las medidas aún no se han traducido en una mejora de las condiciones de endeudamiento para el sector privado.

En el tema de las economías de los mercados emergentes y en desarrollo (en los que se incluye a México), el informe hizo hincapié en la necesidad de recomponer el margen de maniobra de la política macroeconómica, y en que el ritmo adecuado para recomponerlo tiene que conjugar los riesgos externos a la baja con los riesgos de crecientes desequilibrios internos.

Por su parte, en su informe "Perspectivas económicas mundiales", el Banco Mundial también alberga buenas expectativas para el desarrollo de la economía mundial en 2013, pero destaca que persisten aún las dificultades, pues la economía mundial sigue siendo frágil, ya que se mantiene la inestabilidad y el lento crecimiento en los países de ingresos altos.

Por regiones

El crecimiento de Asia oriental y el Pacífico redujo su ritmo de 8.3 por ciento en 2011 a alrededor de 7.5 por ciento en 2012 debido, principalmente, al debilitamiento de la demanda externa y a las políticas destinadas a detener la inflación aplicadas por China. Se prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) de

Últimas proyecciones del FMI

El FMI sigue proyectando una recuperación gradual en 2013, conforme a su pronóstico de octubre.
(Variación porcentual)

	2011	2012	Proyecciones		Diferencia con las proyec. del informe WEO de oct. 2012	
			2013	2014	2013	2014
Producto mundial	3,9	3,2	3,5	4,1	-0,1	-0,1
Economías avanzadas	1,6	1,3	1,4	2,2	-0,2	-0,1
Estados Unidos	1,8	2,3	2,0	3,0	-0,1	0,1
Zona del euro	1,4	-0,4	-0,2	1,0	-0,3	-0,1
Alemania	3,1	0,9	0,6	1,4	-0,3	0,1
Francia	1,7	0,2	0,3	0,9	-0,1	-0,2
Italia	0,4	-2,1	-1,0	0,5	-0,3	0,0
España	0,4	-1,4	-1,5	0,8	-0,1	-0,2
Japón	-0,6	2,0	1,2	0,7	0,0	-0,4
Reino Unido	0,9	-0,2	1,0	1,9	-0,1	-0,3
Canadá	2,6	2,0	1,8	2,3	-0,2	-0,1
Otras economías avanzadas	3,3	1,9	2,7	3,3	-0,3	-0,1
Economías asiáticas recientemente industrializadas	4,0	1,8	3,2	3,9	-0,4	-0,2
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	6,3	5,1	5,5	5,9	-0,1	0,0
África subsahariana	5,3	4,8	5,8	5,7	0,0	0,1
Sudáfrica	3,5	2,3	2,8	4,1	-0,2	0,3
América Latina y el Caribe	4,5	3,0	3,6	3,9	-0,3	-0,1
Brasil	2,7	1,0	3,5	4,0	-0,4	-0,2
México	3,9	3,8	3,5	3,5	0,0	0,0
Comunidad de Estados Independientes	4,9	3,6	3,8	4,1	-0,3	-0,1
Rusia	4,3	3,6	3,7	3,8	-0,2	-0,1
Excluido Rusia	6,2	3,9	4,3	4,7	-0,5	-0,1
Europa central y oriental	5,3	1,8	2,4	3,1	-0,1	0,0
Oriente Medio y Norte de África	3,5	5,2	3,4	3,8	-0,2	0,0
Países en desarrollo de Asia	8,0	6,6	7,1	7,5	-0,1	0,0
China	9,3	7,8	8,2	8,5	0,0	0,0
India	7,9	4,5	5,9	6,4	-0,1	0,0
ASEAN-5 ¹	4,5	5,7	5,5	5,7	-0,2	0,0

Fuente: FMI, actualización de Perspectivas de la economía mundial, octubre de 2012.

¹Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia y Vietnam.

la región repuntará a 7.9 por ciento en 2013, para estabilizarse en torno al 7.5 por ciento en 2015. China exclusive, se pronostica que el crecimiento regional promedio será de 5.9 por ciento durante el periodo 2013-2015, gracias a la fuerte demanda interna y a la intensificación de los flujos comerciales internacionales.

En Europa y Asia central se estima que el crecimiento del PIB se desaceleró abruptamente de 5.5 por ciento en 2011 a 3 por ciento en 2012. Seguido con las proyecciones, el crecimiento regional quizá repunte a 3.6 por ciento en 2013 y a 4.3 por ciento en 2015. Las perspectivas a mediano plazo dependerán fundamentalmente de los avances en la adopción de medidas para abordar los desequilibrios externos como grandes déficits en cuenta corriente; e internos, como grave déficit fiscal, desempleo e inflación, la falta de competitividad y las restricciones estructurales.

El PIB de América Latina y El Caribe

también se redujo de 4.3 por ciento en 2011 a un estimado de 3 por ciento en 2012 a causa de la marcada contracción de la demanda interna en algunas de sus economías más grandes y por el debilitamiento del entorno internacional. Brasil, la principal economía de América Latina, se expandió sólo alrededor del 0.9 por ciento en 2012. Se espera que un entorno normativo más flexible, flujos de capital más estables y una alza en la demanda externa impulsen el crecimiento regional a un promedio de 3.8 por ciento durante 2013-2015.

En la región de Oriente Medio y norte de África se estima que el PIB creció 3.8 por ciento en 2012, luego de una baja de 2.4 por ciento en 2011. El PIB regional posiblemente disminuiría a 3.4 por ciento en 2013 para luego subir a 4.3 por ciento en 2015.

En Asia meridional, el crecimiento se debilitó hasta un estimado de 5.4 por ciento en 2012 (7.4 por ciento en 2011), principalmente como resultado de una

abrupta desaceleración en India, donde el crecimiento del PIB se proyecta en 5.4 por ciento para el ejercicio que finaliza en marzo de 2013. Se pronostica un crecimiento de 5.7 por ciento en el PIB regional durante 2013 y de 6.4 por ciento y 6.7 por ciento en 2014 y 2015, respectivamente. Se prevé que India crecerá 6.4 por ciento durante 2013, para llegar a 7.3 por ciento en 2015.

El crecimiento en África al sur del Sahara se mantuvo sólido en 4.6 por ciento durante 2012. Sin contar a Sudáfrica, la economía más grande de la región, el PIB de esta zona se expandió en 5.8 por ciento en 2012, y un tercio de los países creció por lo menos 6 por ciento. La fuerte demanda doméstica, precios aún altos de los productos básicos, mayores volúmenes de exportación y flujos de remesas estables impulsaron el crecimiento en 2012. Las proyecciones indican que durante 2013-2015, la región crecerá a su nivel promedio previo a la crisis de 5 por ciento.

- *La estimación frente al 3.2% registrado en 2012*
- *En América Latina y El Caribe, el PIB se redujo de 4.3 por ciento en 2011 a alrededor de 3% en 2012 y se prevé que se sitúe en 3.8% durante 2013-2015*

A RIESGO PROPIO



Bernardo Olvera Bolio

YA INICIADO EL AÑO con la nueva administración pública y política, el panorama todavía no es tan claro para echar las campanas al vuelo. Vamos, ni siquiera para ejecutar ese simple, famoso, infantil pero afamado rondó "martinillo", en el que repetidamente las diferentes voces que lo ejecuten deben decir: "Suena la campana, din, don, dan".

EN EL FORO MUNDIAL EN SUIZA, a decir de algunos analistas, y particu-

larmente de algunos comentaristas a los que suelo escuchar en la radio, México "está de moda". Cualquier cosa que eso signifique supongo que no se refiere a que las jóvenes suizas se vistan de tehuanas y se lancen a ejecutar la Zandunga. Más bien se dice que por primera vez en años se habla bien del país y de sus perspectivas económicas.

LOS COMENTARIOS se vierten sobre temas como los cambios estructurales (que yo veo muy tímidos, pero cambios al fin), la fortaleza económica derivada de hechos concretos como el aguante que se mostró ante las arremetidas de las crisis económicas norteamericana y europea, de donde, bajo la administración de Calderón, salimos más que bien librados; y sobre otros aspectos que ya pertenecen a la agenda planteada por Peña Nieto, incluyendo el pacto suscrito por todos los colores políticos.

EL PUNTO SE HA COMENTADO con amplia difusión. No es que México sea la comidilla de los corrillos que se forman en los distintos sitios de servicio de café durante los intermedios de

las sesudas sesiones que allí se llevan a cabo; es, según dicen, que se han presentado comparativos de la economía mexicana con las de algunos países europeos y salimos con ventaja considerable.

ESE ASUNTO NO ES DE POCA MONTA. La verdad es que los países de aquel lado del agua, que han sido ejemplo de civilización y cultura –dicen ellos, y quién lo negaría-, andan de capa muy caída en lo que a economía se refiere. La cuestión obedece a múltiples diferencias en las posturas que se tienen respecto de casos como España y Grecia. Dudo que el caso Florence Cassez haya dado motivos suficientes para mejorar las cosas, ni siquiera en Francia, con su característico optimismo a cuenta de nada.

LA CUESTIÓN ES que se ve con optimismo a este país en que nos tocó nacer (y medio vivir), por lo menos en el ámbito económico. Como quiera que sea, son buenas noticias ya que puede significar cierto apetito por las inversiones que estén buscando realizar capitalistas de otras latitudes.

DE SER ASÍ, de cumplirse esos pronósticos favorables, ¿cuándo se notará palpablemente en el bolsillo de los mexicanos? ¿Cuándo y cómo impactará en la calidad de vida? ¿En qué momento este periodo bonancible se reflejará en la industria aseguradora?

BUENO ES QUE se tengan esas expectativas. Bueno es que vientos de bonanza soplen para justificación del optimismo de propios y extraños. Más bueno será, sin embargo, que: A) en efecto se logren de fondo las reformas estructurales que el país requiere; B) se aterricen los planes y propósitos que en campaña propusieron, no sólo los ganadores, sino todas las banderas políticas, ya que, si bien no son los dueños de la decisión final, sí juegan como proponentes, y deben hacerlo ya que no pueden ellos mismos subestimar sus discursos de campaña.

BUENO, PUES, será ver en el plazo más inmediato posible una nueva época de prosperidad en la economía doméstica, a pesar de las turbulencias que azotan otras latitudes. A ver.

Muere 32% de mujeres mexicanas por falta de ejercicio, sobrepeso y dieta no saludable

Alma G. Yáñez Villanueva
@pea_alma

Según estadísticas de la Secretaría de Salud, el 32 por ciento de las muertes en mujeres mexicanas se debe a falta de ejercicio, dieta no saludable o sobre peso. Y este último padecimiento aqueja a 72 por ciento de las pacientes adultas.

Los fallecimientos derivados de la obesidad se presentan cuando sobrevienen infartos cardiovasculares, atherosclerosis, diabetes y cáncer en varias partes, explicó en entrevista para El ASEGURADOR el doctor Juan Carlos Oliva Posada, jefe de la Unidad de Tumores Ginecológicos del Hospital General de México y profesor de la materia de oncología en la Universidad Anáhuac.

Oliva Posada detalló que las enfermedades cardiovasculares implican corazón, cerebro, infartos cerebrales y cardíacos, insuficiencia renal por aumento de lípidos y colesterol, todo ello generalmente acompañado de obesidad.

Entre los pacientes diabéticos, explicó el facultativo, "niños que son obesos tienden a ser diabéticos de grandes. Las mujeres que adquieren la enfermedad llegan a presentar problemas de insuficiencias renales, cardíacas y problemas de visión".

Juan Carlos Oliva Posada agregó que hoy se presentan graves problemas de cáncer de mama, endometrio y colon. La misma obesidad puede traer tromboembolias pulmonares, de grasa, no de coágulos de sangre. "Todas las mujeres que se operan y son obesas tienen un riesgo elevado de tener infección de herida y problemas de tromboembolia, tanto por coágulos como por grasa."



Oliva Posada explicó que no importa la edad de las mujeres para que presenten enfermedades derivadas de la obesidad y el sedentarismo. "La obesidad es una enfermedad que condiciona otras enfermedades, y no hay edad específica para padecerlas. Conforme pasa el tiempo, la mujer tiende a ser más obesa porque se vuelve más sedentaria; porque vienen los partos, que hacen que haya cambios estructurales en su cuerpo. En general, dejan de hacer ejercicio por atender al bebé."

Asimismo, el sedentarismo y la alimentación alta en carbohidratos -que es la dieta que acostumbramos mucho en México- condicionan que la mujer se vuelva obesa. "Es más, la mujer tiende a engordar más por ahí de los 40 años, pero hay mujeres obesas desde los 13."

¿Cómo prevenir esta situación sin comprometer la salud?

El doctor Oliva Posada responde que hay que tomar en cuenta que hay pacientes con carga genética de obesidad, y eso ya es un problema. Pero en aquellas que no presentan tal condición, el problema tiene que ver con la cuestión alimentaria. Otro factor por tomar en cuenta es que las mujeres deben tener el deseo de dejar de estar gordas. Porque si a la persona obesa le dices que siga una dieta y no lo hace, o no hace ejercicio, o no deja de ser sedentaria, nunca va a mejorar su salud. El estar a dieta quiere decir dejar de comer ciertos alimentos; no dejar de comer. Se necesita un principio de fuerza de voluntad para que los pacientes puedan bajar de peso, así como apoyo y una minuciosa valoración nutricional para que se les haga una dieta equilibrada en proteínas, carbohidratos y grasas.

Para prevenir enfermedades y muerte, el doctor Oliva Posada recomienda llevar una dieta balanceada y hacer ejercicio; además de practicarse chequeos médicos periódicamente.

También es importante eliminar el exceso de alimentos no nutritivos, como los carbohidratos. Se debe tener en cuenta que muchas proteínas pueden llevar a la

Por su parte, Fabiola Arellano Rivero, licenciada en nutriología, nos compartió algunas recomendaciones para evitar el sobrepeso y el sedentarismo:

- Cuando tengas hambre, toma un vaso de agua. Un 60 por ciento de las veces, las mujeres confundimos el hambre con la sed.
- Si no comes en casa, evita alimentos fritos. Prefiere algo más ligero, como ensalada con pollo, o pescado, como el salmón, que contiene Omega 3. Este tipo de grasas mejoran los niveles de colesterol y bajan los triglicéridos.
- Es bueno comer cinco veces al día en pequeñas porciones. Cuanto más comes, más rápido trabaja el metabolismo. El aumento de alimentos con fibra y masticar más produce saciedad. Servir la comida en platos pequeños produce el efecto de que se come más.
- Evitar la sal reduce la hipertensión y la obesidad.
- Tus lácteos pueden ser light o descremados; esto no significa que contengan otro tipo de azúcar, sino que se les ha quitado la grasa.
- Convive con personas que realizan actividades físicas: uno trata de copiar ciertos patrones. Si tus amistades son deportistas, tarde o temprano te verás involucrada en ello.
- En el trabajo, utiliza la escalera en lugar del elevador: tu corazón lo agradecerá.

formación de colesterol. Es recomendable evitar los dulces y azúcares innecesarios porque son difíciles de metabolizar; y finalmente, es bueno tener un estado de conciencia coherente en referencia a querer bajar de peso.

Si ya son personas obesas, deben checarse el corazón, riñones, mamas y el útero para evitar los cánceres, sobre todo de colon.

Amanecer del 2013

La forma contra el Fondo

(El caso Cassez)



Hay quien dice que la forma hace el fondo, y yo francamente no estoy de acuerdo. No es que diga yo que la forma no sea importante: por supuesto que siempre hay que cuidar las formas; y, cuando el fondo no tiene mucha importancia y la forma se descuida, se justifica más defenderla.

Siempre me ha gustado profundizar. Me parece que hacerlo siempre es un ejercicio interesante y conlleva un aprendizaje. Por otra parte, aunque soy un enamorado de la calidad y me gustan las cosas bien hechas, estoy convencido de que el fondo jamás debe ser sacrificado por la forma.

REFLEXIONES



Carlos Molinar Berumen

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

En aspectos legales, desafortunadamente, nuestro Poder Judicial ha caído en lo que coloquialmente se llama ser más papista que el papa. Y le han dado tal peso a la forma que a veces ésta prevalece sobre el fondo o, peor aún, se ha utilizado la forma como pretexto para eludir resolver adecuadamente el fondo.

A raíz del caso Florence Cassez, Luis Pazos escribió una reflexión que llamó: "La ley contra la justicia", en donde señala claramente la problemática.

Pazos se refiere a ello de la siguiente manera: **"El fariseísmo jurídico o doctrinalmente lo podemos ubicar como un kelsenianismo radical, es decir, yo me concreto a cumplir con las formas de la ley".**

Luis Pazos expone con claridad:

"Esa posición de muchos juzgadores nos lleva a preguntarnos si la falla está en los Ministerios Públicos que no consignan correctamente, por no reunir pruebas suficientes para sustentar una acusación, o en algunos jueces que no les preocupa el fondo del asunto solo ven las formas."

Es necesario capacitar y fortalecer más a los ministerios públicos, muchos de los cuales poco hacen por integrar consignaciones bien fundamentadas, claves para que los jueces puedan hacer justicia y no solo formalmente cumplir con la ley.

Hay casos en que los jueces investigan, desechan y piden pruebas, como el de Florence Cassez, pero en muchos otros toman la cómoda posición, muchas veces por motivos políticos o económicos, de desechar consignaciones o declarar inocentes a criminales a todas luces culpables, por supuesta falta de pruebas o violaciones secundarias al procedimiento.

Estamos a favor de un sistema de legalidad y de observancia de la ley, pero cuando criminales y corruptos utilizan la misma ley para evadir sus crímenes, algo anda mal en nuestro sistema de impartición de justicia.

Es necesario fortalecer a los ministerios públicos, no sólo con mayores sueldos, sino con mejores instrumentos y leyes para que hagan mejor su chamba y cambiar las reglas del Poder Judicial para que algunos de sus miembros no pongan como excusa el incumplimiento a formalidades de la ley para permitir que se cometan injusticias, por poner la forma por arriba del fondo".

Yo añadiría que, cuando se trata de aspectos tan delicados como los Derechos o Garantías Individuales plasmadas en la Constitución y su abierta violación, la cosa se torna más grave; y, si las per-

sonas que imparten justicia se escudan en hacer que la ley se cumpla en aspectos procesales, olvidándose de la importancia del fondo, el problema simplemente me parece aberrante.

Dice Bernard Shaw: **"Cuando un idiota hace algo que está mal, siempre dice que cumple con su deber".** Y me parece que la aberración estriba en defender el punto de que están para hacer justicia, porque el proceso debe ser impecable, olvidándose de que están faltando a lo que es verdaderamente importante: hacer justicia en lo fundamental.

A mí no me consta que esa mujer haya hecho lo que hizo, pero si el testimonio de varias personas que fueron mutiladas y torturadas por ella no es suficiente, ¿que se requiere entonces para que se haga justicia?

Me parece que el tema tristemente se reduce a dinero e intereses, y eso no deja bien parado a México. Si un secuestrador es acusado por ese tipo de situaciones, así fuese miembro de la realeza europea o hijo de un mandatario de otro país, debería recaer sobre él todo el peso de la ley. De otra manera, ¿dónde están nuestros valores?

Me parece triste que haya abogados que, con tal de obtener jugosos honorarios, tengan la piel tan gruesa para no comprender el dolor que sufrió tanta gente a manos de la Cassez y sirvan como medio para liberar a una secuestradora.

Ojalá que el presidente de la Suprema Corte de Justicia y los tres magistrados que votaron por liberarla, en verdad la crean inocente; de lo contrario, qué triste es para México pensar que aquellos que se supone que son la élite de nuestro sistema de justicia y que por ningún motivo debiesen tener un precio, puedan ser o comprados o permitan ser influenciados por cualquier otro medio. Y ojalá que nunca sufran en carne propia lo que pasaron las víctimas y sus familiares, porque, si eso les ocurriera, ya parece que dejarían salir a la francesa porque hubo fallas en el proceso.

Y esa mujer podrá haber evadido la justicia mexicana, pero jamás podrá evitar los remordimientos que tarde o temprano se le agolparán en la cabeza, porque seguro es que tiene una alma, y algún día la culpa surgirá a la luz.

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 en su oficina o en su hogar

PEDIDOS

www.elasegurador.com.mx
lauraislas@elasegurador.com.mx
tels. 3626 0495 y 5440 7830



Libros & Editoriales



En sus propósitos de establecer Solvencia II, el regulador debe andar con pies de plomo

Genuario Rojas Mendoza

@GenuarioRojas

Frente a la intención de las autoridades de introducir una nueva manera de gestionar la solvencia de las aseguradoras basada en riesgos, la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (Fides) tiene estructurado un claro mensaje para los reguladores de los países miembros del organismo: "Andar con pies de plomo, no apurarse, no adelantarse".

El secretario general de Fides, el peruano Raúl de Andrea --de visita en México para terminar de concretar el

traspaso de la posición que ocupó durante cuatro años el mexicano Recaredo Arias Jiménez--, dijo lo anterior, y recalcó: Solvencia II representa "un cambio brutal" y afectará a la manera de manejar el negocio, al impactar sobre todas las áreas de una aseguradora.

Aunque el organismo interamericano tiene una gama amplísima de temas por atender --tales como, entre otros, capacitación en los mercados, normas de contabilidad aplicables a la actividad (hoy en revisión), riesgos catastróficos, microseguros, seguros agropecuarios--, es la regulación uno de los fundamentales, "porque muchas veces se traduce en so-

brerregulación", algo que "no es bueno", afirma De Andrea.

El representante de Fides admite que regular es conveniente y supervisar también, pero, advirtió, una regulación excesiva no sólo genera sobrecostos, cargas administrativas muchas veces innecesarias, sino que, lo peor, termina por distraer a las compañías de su labor fundamental, que es promover una mayor presencia de los beneficios del seguro entre la sociedad.

El profesional, de 64 años, que trabaja como director ejecutivo de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (Apeseg), señala que Fides tiene en su

programa de trabajo el tema de la capacitación, y que Solvencia II es uno de los temas centrales, por lo cual ha estado examinándolo de cerca conjuntamente con las asociaciones miembro.

En el seno de Fides existe la conciencia de que la capacitación es un tema que para alcanzar los resultados deseados, requiere de los beneficios que arroja la participación entusiasta no sólo de este organismo, sino de cada una de las asociaciones incorporadas y de las propias compañías, que deben contar con una planta directiva y de personal calificada para operar en ese marco.

Otro asunto fundamental es el de los riesgos catastróficos. El continente está expuesto a toda clase de amenazas de esa naturaleza. No obstante --y aunque esto no es algo generalizado--, todavía se advierte un grado alto de indiferencia por parte de los gobiernos ante la cobertura de bienes públicos, y se opta, por ejemplo, por bonos catastróficos, que ya maneja México.

Agrega Raúl de Andrea que los siniestros catastróficos afectan sobre todo a las poblaciones de bajos recursos, cuyos daños termina por pagar cada gobierno con recursos destinados inicialmente a obras programadas, con lo cual el desastre afecta finalmente a la economía, y cita el ejemplo de Haití, que por carecer de una cobertura así no puede recuperarse del terremoto que lo destruyó.

Un tema adicional es el de los microseguros. Su crecimiento no ha sido sustancial. De Andrea dice que ya las compañías de seguros se han dado cuenta de que en gran medida la responsabilidad de penetrar un mercado es del sector. En ese tenor, dijo, "culpar" a otros por la poca penetración del seguro en los mercados "no es del todo exacto".

El funcionario precisa que ha habido hasta ahora una concentración de las aseguradoras para colocar pólizas en empresas grandes, entre personas con más recursos, y que "no se le ha metido ni mucha imaginación, ni esfuerzo, al desarrollo de productos para los sectores menos favorecidos", lo que le da mayor proyección al trabajo que Fides viene desarrollando con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

También ocupa el interés de Fides el tema de los seguros agropecuarios. Es evidente una tremenda ausencia del seguro en esos terrenos. No es algo sencillo. Se trataría de llegar a establecer algo así como un microseguro agrícola. Se cree que podría funcionar como en el caso de los bonos catastróficos, que, al ser paramétricos, evitan ajustes costosos y manejos poco ortodoxos para llegar a las indemnizaciones.

Alienta el trabajo del organismo del cual Raúl de Andrea es secretario general el hecho de que haya interés de parte de entidades multilaterales como el Banco Mundial para explorar posibilidades. Toca a los aseguradores, indica, "hacer bastante trabajo de hormiga con el sector público para que los proyectos que se persiguen terminen por fructificar".

Generar confianza, un desafío más allá de la Ley

Luis Adrián Vázquez Moreno
@pea_lavm

La aprobación que dio el Senado de la República a la iniciativa de Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF) deja aparentemente entre el gremio de los practicantes del derecho de seguros un sabor de boca ambiguo: por un lado, el desafío de tener ante sí una ley vanguardista que inspira a la industria a poner en juego todo su potencial para adoptar las nuevas reglas del juego y desarrollarse según lo previsto; y, por otro lado, modificaciones a la Ley sobre el Contrato de Seguros que se dirigen al polo opuesto de lo que hoy requiere el sector asegurador.

Crear certeza jurídica en lo que los asegurados están comprando es fundamental para infundir confianza. Integrarse a la plataforma de la innovación tecnológica para elaborar escenarios que lo hagan posible debería resultar fundamental; sin embargo, a diferencia de las fianzas, con su moderna emisión de pólizas electrónicas; de la banca, que tiene toda una miscelánea de opciones para interactuar con los cuentahabientes; y hasta de las mismas afores, que a pesar de su corta presencia en el esquema financiero, han dado pasos muy firmes y dinámicos para hacer llegar sus servicios a la ciudadanía, el sector asegurador sigue utilizando mecanismos poco actuales para generar fluidez y transparencia en su normativa.

En opinión del presidente de la Asociación Mexicana de Derecho de Seguros y Fianzas (Amedesef), Aldo Ocampo, en el mejor de los casos la Ley sobre el Contrato de Seguros no sólo quedó en las mismas, sino que hasta involucionó, porque las pequeñas modificaciones hechas no corresponden al tamaño de las que se propusieron para la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF); en ellas se evidencia que el sector asegurador continúa reacio a dar ese salto hacia la modernidad operativa y que no se decide a dejar de una buena vez procedimientos obsoletos, para presentarse, en igualdad de circunstancias con el resto de los sistemas financieros, como una industria incluyente, innovadora y de ágil operación.

Ocampo afirma también que las pretendidas modificaciones a la Ley Sobre el Contrato de Seguros fueron hechas al margen de toda técnica jurídica, y que se desaprovechó con ello un momento importantísimo para hacer reformas que en verdad le dieran innovación y transparencia a este importante documento.

Al respecto habría que preguntarse si el haber perdido la oportunidad de hacer cambios de fondo no es una responsabilidad compartida, porque, en todo caso, ¿en dónde estaban los abogados institucionales para dar su opinión de lo que debería ser; donde la propia Amedesef para proponer de la mano de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) un documento adecuado a los tiempos actuales?

¿Por qué ocurrieron así las cosas? Nuevamente, es inexplicable que se tengan oportunidades de esa naturaleza para erigirse como una industria innovadora línea por línea y todo acabe con un proceso errático porque quienes debieron aportar su experiencia y visión declinaron hacerlo. Si el desafío de la industria aseguradora hoy es conseguir la adopción de las nuevas indicaciones que marca la LISF, en el terreno de crear certeza jurídica ante el asegurado hay mucho, pero mucho, por hacer.

De poco o nada servirá tener un Porsche (como la LISF), si la carretera por la que va a circular con todas las reparaciones y remozamiento que hagan que el consumidor, ese que provoca que la industria gane o pierda o que tenga más o menos participación dentro del Producto Interno Bruto (PIB), se sienta convencido de que lo que compró es efectivamente lo que necesitaba o lo que pretendieron venderle. De otra manera, los constantes baches lo harían sentirse defraudado a la hora de la verdad.

A semanas de que tanto la LISF como la Ley sobre el Contrato de Seguros queden probablemente rubricadas también por la Cámara de Diputados, seguir cavilando acerca de lo que todo esto debió ser resulta ocioso.

Queda por delante entender los muchos o pocos cambios que el contrato de seguros ofrecerá; pero, más allá de ello, habrá que emprender acciones como industria que le den certeza jurídica a la operación. Por ejemplo, qué mayor certeza jurídica que aplicar la buena fe a rajatabla; qué mayor certeza jurídica que asesorar de manera eficiente a los asegurados; qué mayor certeza jurídica que venderles a los consumidores exactamente lo que ellos buscan y respaldarlos de igual manera cuando lo necesitan. En fin, qué mayor certeza puede dar una adecuada suscripción de los riesgos.

Las acciones favorables para la industria del seguro, en suma, no podrían ser espectaculares; tampoco podrían ser inscritas en un documento legal, pero sin duda forman parte de una serie de tareas que la industria hoy hace a modo en algunas líneas. Producir confianza a diestra y siniestra: ése es el reto independientemente de lo que plantee o no la legislación en la materia.

El inadecuado manejo del tema de la violencia deformó la percepción de lo que hoy es México



Federico Reyes Heroles en la Sección Ciudad de México de la Amasfac

Luis Adrián
Vázquez Moreno
[@pea_lavm](#)

Dos errores fundamentales cometieron el gobierno de Felipe Calderón y los medios de comunicación durante el sexenio pasado: no supieron tratar el tema de la violencia, puesto que privilegiaron demasiado ese hecho: y los noticiarios se engancharon en el juego de las bandas delictivas, y ello desencadenó una grave contradicción entre lo que se percibía y lo que en realidad ocurría fuera, en las calles. Nadie advirtió que todo lo que se hizo colateralmente dejó un país que, de seguir tomando decisiones adecuadas en materia económica, podría crecer 6 por ciento en sólo 12 años.

Señaló lo anterior Federico Reyes Heroles, reconocido analista político, durante la conferencia “La economía en México: retos y oportunidades”, durante la sesión desayuno de capacitación de la Sección Ciudad de México de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (Amasfac).

Para la mayor parte de los mexicanos, prosiguió, el punto de referencia de la situación general de este país parte de lo que los medios y el gobierno dieron a conocer hasta el cansancio: inseguridad, violencia, narco, crímenes. Vendieron la idea de un país caótico.

En otros lugares del mundo, por ejemplo España (en donde la Organización Separatista Vasca ETA de igual forma es un problema social serio), tanto los medios informativos como el gobierno tienen protocolos de comunicación: se difunde y se comunica sólo aquello que aporte al contexto. Y aquí se cayó en excesos informativos de todo tipo.

El resultado, agregó Reyes Heroles, es

un país inseguro de frontera a frontera, cuando estadísticamente sabemos que sólo Guerrero, Chihuahua, Sinaloa, Morelos, Colima y Durango son los estados que encabezan los índices de violencia. En Mérida, por ejemplo, en los hechos no hay semejante condición, pero la gente se sentía igualmente insegura. Si el actual gobierno de Enrique Peña Nieto tiene la habilidad de concentrar sus esfuerzos de combate a la violencia en estas entidades, de inmediato tendrá un avance radical en el abatimiento de este mal, auguró el analista político.

En todas las esferas empresariales y gremiales es necesario el compromiso, participación y proactividad para incentivar el desarrollo. “Si no hay organizaciones fuertes a través de las cuales se apuntele el crecimiento, pues a la mesa de la transformación le hará falta una pata. En materia de cultura y participación del seguro en la economía hay mucho camino por recorrer”.

Reyes Heroles destacó que el nivel de confianza que la población tiene en sus instituciones no sobrepasa la calificación de ocho en una escala del uno al 10. Universidades, Iglesia y Ejército registran 7.8, 7.6 y 7.5, respectivamente, y para el 36.5 por ciento de la población la preocupación central es la violencia.

Sin embargo, nadie parece recordar que hay buenas noticias. Por ejemplo, se prevé que México, gracias a las estrategias de control de la natalidad, no superará los 140 millones de habitantes en 2050, con lo que ocuparía el lugar 11 del mundo; aunque, por otro lado, habría que vigilar que no se caiga en el extremo contrario, que oca-
sionaría un impacto adverso en el índice de población.

Otra noticia de buen agüero sobre lo que ocurre en este país es que el mundo está creciendo hoy más que nunca, y su

desarrollo no se debe tanto a los países del primer mundo, sino a los emergentes, y en esa lista se encuentra México, específicamente en el lugar 14.

¿Alguien sabe que somos el cuarto país productor de autos del mundo, por encima del Reino Unido, y que están por llegar más armadoras a instalarse en nuestro territorio para hacer negocio?, cuestionó Reyes Heroles. ¿Alguien habla insistente-
mente de que los costos de producción de China son superiores a los de México? ¿Alguien es consciente de que los mexicanos exportamos diariamente mercancías por un costo de mil millones de pesos diarios sólo a Estados Unidos de Norteamérica?

Muchas cosas buenas han dejado go-
biernos anteriores, que no alcanzamos a apreciar ni valoramos para difundir. Ernesto Zedillo implementó las Afores, y Vicente Fox continuó con las pensiones del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Si esas dos acciones de gobierno hoy no existieran, agregó el expositor, quién sabe de qué tamaño serían los pro-
blemas para las instituciones de salud.

Finalmente, Reyes Heroles invitó a los ahí presentes a apostarle a aumentar el Índice de Desarrollo Humano, salud e in-
gresos.

Brilla México en industria

En 2011, México fue el segundo país emergente con la mejor capacidad de producción y exportación industrial, de acuerdo con el Índice de Desempeño en Competitividad Industrial elaborado por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI).

Índice de Desempeño en Competitividad Industrial

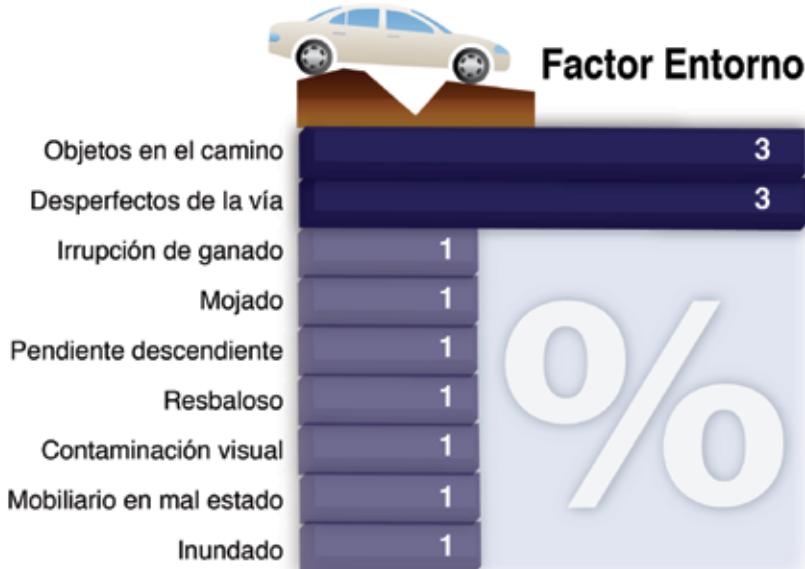
(Lugar entre 118 economías. Calificación máxima 1)

Posición	Economía	Calif.
1	Singapur	0.642
2	Estados Unidos	0.634
5	China	0.557
30	México	0.286
35	Turquía	0.237
42	India	0.206
44	Brasil	0.202
46	Argentina	0.192
66	Rusia	0.154
81	Chile	0.128

Fuente: ONU. Publicado en Reforma del 2 de abril del 2012.

Accidentes viales: 80% de ellos atribuible al conductor

CAUSAS FACTOR ENTORNO



NOTA: Factor Entorno interviene en un 13%

De acuerdo con el Centro de Experimentación y Seguridad Vial México (Cesvi), de la totalidad de los accidentes de tránsito, en el 80 por ciento de las veces tiene la culpa quien tripula la unidad. Por eso, dicho organismo recomienda implementar campañas de concientización y capacitación para los usuarios de las vialidades, así como la aplicación rigurosa de la Ley. Esto permitirá en conjunto reducir los accidentes debidos al exceso de velocidad, violación de señalamientos, distractores y conducción en estado de ebriedad, entre otros.

En segundo lugar, otra causal de siniestros de esta naturaleza es el entorno (cuando las avenidas se encuentran en

mal estado o con objetos que repentinamente obstruyan el paso), por lo que es necesario procurar y exigir la mejora y rehabilitación de la infraestructura vial que provea de mayor seguridad a los usuarios.

El tercer bloque de causas lo constituyen las condiciones del vehículo. De acuerdo con la información, cuando los vehículos ya se encuentran dentro de la categoría de obsoletos o en mal estado representan un riesgo potencial en las vialidades, por lo que es de suma importancia retirarlos de los mismos de la circulación.

Por todo ello, Cesvi considera muy importante hacer un diagnóstico de esta naturaleza, ya que a través de él se

revelan las principales causas que originan los accidentes y ocasionan daños materiales y pérdida de vidas por cientos de millones de pesos.

Un análisis de 500 accidentes realizado por peritos en accidentes de compañías mexicanas de seguros destaca que las tres causas principales de los acci-

dentes (donde media el factor humano) están, primero, el exceso de velocidad (con 23 por ciento); no guardar la distancia (14 por ciento), e invadir el carril contrario (9 por ciento), y se pone de manifiesto el largo camino por recorrer en materia de cultura vial en este país.

CAUSAS FACTOR VEHÍCULO



NOTA: Factor Vehículo interviene en un 7%

Inspiramos Grandes Acciones

Un nuevo comienzo para el futuro de su empresa.



"El camino a la abundancia pasa por ser responsable y buscar soluciones".

César Solares
Director Dale Carnegie México



DALE CARNEGIE TRAINING®
Líder global en coaching de negocios.

www.dalecarnegie.com.mx

* Fuente: Estudio CESVI MÉXICO de 500 Siniestros de Compañías de Seguros.

Urgen acciones para acrecentar la cultura vial

Indemnizaciones de 730 DSM a 5,000 DSM “obligan” a contar con una suma asegurada en RC Automóviles

La AMIS ya propuso la creación de una cobertura adicional de muerte

Genuario Rojas Mendoza
@GenuarioRojas

Nosotros no podemos ponerle precio a la vida humana y, en consecuencia no estamos en posición de decir que elevar de 730 días de salario mínimo a 5,000 días de salario mínimo las indemnizaciones por ocasionar la muerte de una persona está fuera de toda lógica o no. Como aseguradores no incidimos ni en favor ni en contra de la decisión. Para nosotros es un hecho con el cual debemos trabajar.

Quien así se expresa es Recaredo Arias Jiménez, director general de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), quien agrega: una vez ignorándose dónde se generó la idea, y ya estando en aplicación, determinamos moveros en tres direcciones:

1

Llamar a la población asegurada a actualizar la suma en responsabilidad civil; e invitar a los no asegurados a protegerse, pues hoy en día un percance con fallecidos puede resultar en una pérdida catastrófica.

2

Determinar con las compañías los criterios sobre cómo otorgar la protección, dando como resultado una propuesta a la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas para incorporar una cobertura adicional de muerte.

3

Comunicarle a la fuerza de ventas y a las compañías la situación para estimular su preparación, lo que dio como resultado recibir retroalimentación que derivó finalmente en la propuesta ya mencionada.

Es evidente que la modificación constituye una oportunidad para crear conciencia entre asegurados y no asegurados en automóviles de que sufrir un percance y ocasionar la muerte de un tercero puede pasarles a todos los conductores, y que el hecho de no contar con la protección de un seguro no te libra de la responsabilidad civil y penal que se deriva de un siniestro semejante.

Al definir los criterios con las compañías, trabajando con el comité técnico, sobre cómo otorgar las coberturas, se

detectó, por cierto, que las modificaciones cambiaron las reglas de juego, al no ser reformado lo relativo a invalidez parcial y pérdida de miembros. Hoy ya sale más caro un muerto, que un lesionado, lo que revela, por cierto, una incongruencia en los cambios practicados.

Es un hecho que también podrían manejarse nuevas sumas aseguradas a partir de endosos. No obstante, los agentes consideraron tortuoso realizar las mismas, por lo cual se planteó la idea de pedir un plazo para su entrada en vigor. No obstante, negociar con cada entidad federativa traída de igual manera complicaciones, por lo cual los esfuerzos se encaminaron en otras direcciones.

APOYO INDIRECTO AL OBLIGATORIO

Arias ve la situación como un apoyo indirecto y circunstancial para el seguro obligatorio de automóviles, pues ayuda a aclarar el propósito y fin de la cobertura. Este seguro, ideado para proteger a las víctimas de accidentes de tránsito, genera capacidad económica de respuesta para un automovilista que se encuentre en la eventualidad de un siniestro.

No se trata, como se cree a veces, de proteger a los automovilistas, que son los menos, sino a los peatones, que son todos. Ese seguro podría hoy estar costando 850 pesos y no los 650 pesos anteriores, pero esto obedece a que es el importe de la compra de una suma asegurada superior, suficiente para hacerle frente a la responsabilidad contraída en un accidente con muertes de por medio.

Lo que debe quedar claro, dice Recaredo Arias Jiménez, es que la población ya no puede seguir jugándose la conduciendo sin contar con la protección de un seguro, pues está en riesgo su mismo patrimonio, dado lo cuantiosas que podrían llegar a ser los montos a indemnizar, lo que tendría que aprovecharse para incorporar a más automovilistas al círculo de asegurados.

Impulsar el seguro obligatorio de automóviles, con el nombre que fuera preciso, se vuelve imperativo, sobre todo si se advierte que sólo uno de cada cuatro de los vehículos que circulan por calles y carreteras nacionales tiene como respaldo una suma asegurada por responsabilidad civil, en estos momentos con sumas aseguradas susceptibles de ser insuficientes.

Presenta el Imesfac informe de actividades 2012 y se presenta como Entidad Certificadora y Evaluadora (ECE)

El Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, que preside Alfonso Castro Toledo y dirige Laura Bermúdez Roldán, presentó el 22 de enero los resultados de su labor en 2012 frente a los responsables de capacitación de sus principales clientes.

En total, el Instituto impartió 1,491 cursos con un alcance de 16,747 alumnos, de los cuales el 61 por ciento fueron agentes de seguros, 32 por ciento empleados y 4 por ciento agentes de fianzas. Laura Bermúdez resaltó la importancia que va cobrando la tecnología en la impartición de cursos en lugares de difícil acceso o donde no es posible reunir a un número suficiente de alumnos. La opción de aulas virtuales ya fue tomada en 2012 por 514 alumnos.

Desde 2008, el número de alumnos se ha mantenido estable, aunque la crisis económica sí tuvo un impacto fuerte en 2009, cuando disminuyeron tanto el número de cursos como el de alumnos.

Bermúdez reportó que actualmente existen 694 alumnos en los programas que imparte The American College en México, pero son ya 3,094 quienes han completado los programas de Certificate in Life Insurance (CLI), Life Underwriting Training Council (LUTC) y Financial Services Specialist (FSS).



Son ya 2,648 los agentes acreditados como LUTC

Laura Bermúdez

Desde que The American College llegó a México, ya son 2,648 agentes quienes han obtenido el título de “Fellow”.

Actualmente también se tienen en marcha los Diplomados Técnicos en Seguros y en Fianzas, así como el de Asistentes Ejecutivas. Así mismo, el Instituto aplicó 3,376 evaluaciones en línea, especialmente en el área de lavado de dinero y el simulador de acreditación de cédulas.

Laura Bermúdez profundizó acerca del fenómeno que se presenta en las aulas virtuales, que permiten a las empresas hacer eficiente la capacitación de su personal. Compañías como Seguros Atlas y corredores como Aon México han ya comprobado cómo el costo por alumno disminuye cuando se utiliza esta opción.

El reconocimiento que el Colegio Nacional de Actuarios y la Asociación

Mexicana de Actuarios, en diplomados y cursos como Contabilidad en Seguros o Dirección Estratégica de Seguros también han contribuido a que el número de alumnos que llegan al Imesfac se mantenga.

Uno de los logros del Imesfac en 2012 fue el reconocimiento como Entidad Certificadora y Evaluadora (ECE). Aunque el contrato para iniciar el proceso de desarrollo de competencias en el sector afianzador y asegurador lo recibe el 11 de enero de 2013, es resultado de un trabajo que llevó prácticamente todo el año, afirmó Bermúdez.

¿Qué significa? Que el Imesfac podrá promover y coordinar la creación, revisión y actualización de estándares por competencia laboral, para normalizar las funciones de mayor impacto en el sector asegurador y afianzador mexicano, todo esto a través de un “Comité de Gestión por Competencias” avalado gubernamentalmente.

Todo esto con el objetivo de promover el desarrollo y profesionalización de funciones tipo, unificando las competencias en los sectores afianzador y asegurador, promover la cultura de evaluación y certificación, elevar la calidad de los servicios que se otorgan a los clientes finales y garantizar la calidad de los procesos de evaluación.



En una sociedad el objetivo es multiplicar

**Jaime Rubén
Cano Calcáneo**

Tener un socio es tener controles y problemas que nunca se vivirán en caso de que su agencia de seguros o promotoría sea únicamente de usted. Eventualmente con un socio puede acabar perdiendo su modo de vida y haber ganado tan poco que no valía la pena esa sociedad.

Por lo tanto, las razones para tener un socio están en multiplicar los beneficios que actualmente tiene trabajando como único dueño; de otra forma, no tendría la menor utilidad lo que acarrea una sociedad, únicamente por el lujo de poder sumar algunos beneficios que usted, como empresario, con tiempo, dedicación, un poco de suerte y mucho entusiasmo de todos modos tiene la posibilidad de alcanzar en cualquier momento.

Al asociarse dos agentes de seguros que tienen una cartera que les reditúa una cantidad X mensual a cada uno, la sola suma de las carteras hará que dupliquen el valor de las ventas. Por supuesto que el sueño de las personas que reúnen dos carteras en una sola es que eso permita alcanzar, prácticamente sin ningún esfuerzo adicional, beneficios que se veían lejanos, como un nivel de bonos superior, bonos en cada uno de los períodos según el ramo que se trabaje o un nivel más alto de ingreso. Es probable que algo así sucediera, por supuesto, pero lo más importante es que los beneficios alcanzados no llevarían ningún esfuerzo de ventas adicional a lo que ya se está realizando por cada uno de los ahora socios.

Este resultado de sumar se diluiría en un par de años y entonces se queda con un socio que no corresponde a su manera de pensar, ya que no comparte con él casi ningún hábito de trabajo o social; incluso puede haber perdido su cartera por la forma en que se redactaron los convenios de asociación. Por si fuera poco, los beneficios financieros alcanzados seguramente se habrán diluido en un incremento mensual de sus gastos fijos para poder adecuarse a una situación que reflejara su nuevo nivel de ingresos.

Lo que se busca al asociarse con otra persona es iniciar un proceso multiplicativo de los beneficios que se pueden obtener; en otros términos, es una forma de asegurar que con el tiempo su situación siempre será mejor de lo que es hasta ahora para ambos socios, aun con los riesgos que ello acarrea.

Multiplicar para estos fines representa que se puedan utilizar referencias totalmente nuevas para iniciar acciones de venta en el ramo que es de su preferencia, en el que tiene mayor experiencia o en el que realmente es mucho más eficiente para hacer presentaciones que lo lleven directamente al cierre del negocio. Esto de combinar carteras para hacer una venta cruzada con clientes que no son los suyos no es fácil; es el tipo de sugerencias que siempre se hacen en los libros de ventas de seguros o en los cursos correspondientes para motivar a los agentes consolidados. Requiere que se elaboren estrategias específicas junto con su nuevo socio para conocer la forma en que se puede ser más útil frente a un cliente, cuáles son efectivamente sus necesidades en ramos no atendidos y la manera en que sería más conveniente hacer una presentación. Tome en cuenta que este cliente realmente no es su cliente: es un prospecto del que tiene referencias más sólidas, pero nada más.

El ejercicio de multiplicación que busca una sociedad también se puede apreciar en el compartir experiencias que permitan hacer un trabajo en equipo con clientes que requieran multiplicidad de enfoques para cerrar negocios; necesariamente se habla de clientes con un alto potencial de negocio. Compartir esfuerzos para cerrar un negocio no implica que todos deben asistir a las presentaciones o al cierre. Hay mucho que hacer en los análisis previos a los esfuerzos de venta esto se reflejará en presentaciones que conduzcan con más eficiencia hacia mejores cierres de negocio.

Multiplicar por medio de un socio también representa conocer otras formas de acercamiento, otras formas de prospección, otro punto de vista sobre los productos que se están promoviendo, distintos enfoques sobre la aseguradora que representan. Todas estas novedades

tienen relación con reuniones de trabajo en conversaciones amplias con alguien del que es importante aprender porque ahora comparten utilidades y gastos. Este nivel de enriquecimiento personal y de negocios es más útil y perdurable de lo que uno puede simplemente imaginar, porque ahora lo común es ver el trabajo desde una perspectiva más amplia, más generosa.

Hay asociaciones entre agentes de seguros que son muy exitosas. Lo son

porque el nivel de beneficios que se reciben es superior a simplemente una suma de carteras: realmente el éxito se obtiene porque los niveles de fortaleza que se pueden alcanzar permiten que cada uno de los ahora socios aporte elementos para que puedan multiplicar el tamaño de sus carteras en unos tres o cuatro años. Este resultado multiplicativo justifica el cúmulo de inconvenientes o problemas que representa asociarse.



**CAPACITACIÓN INTEGRAL Y
CONSULTORÍA TÉCNICA, S.C.**

"EL ARTE NACE DE TRABAJAR CON PASIÓN"

CURSOS Y CONSULTORÍAS DE TODAS LAS ÁREAS A TODOS LOS NIVELES

CURSOS DE PREPARACIÓN PARA EL EXAMEN DE:

CEDULA "A" • CEDULA "B" • CEDULA "C" • CEDULA "F"

SISTEMAS Y MERCADOS FINANCIEROS

CONTAMOS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA Y ATENCIÓN PERSONALIZADA

PROPORCIONAMOS:

- | MANUALES
- | GUÍAS DE ESTUDIO
- | EJERCICIOS
- | EXÁMENES
- | CDS INTERACTIVOS



TELS.: (55) 36-15-99-04 Y (55) 45-99-23-44 • (55) 24-58-71-45
CEL. (55) 29-52-84-53 Y (55) 27-49-61-71
EMAIL: CAPACITACIONINTEGRAL@PRODIGY.NET.MX

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



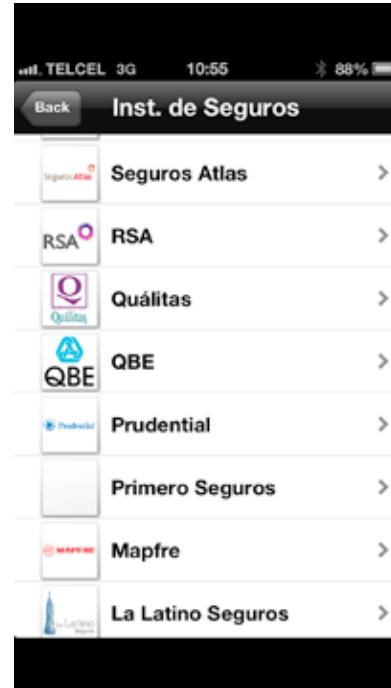
aplicación gratuita



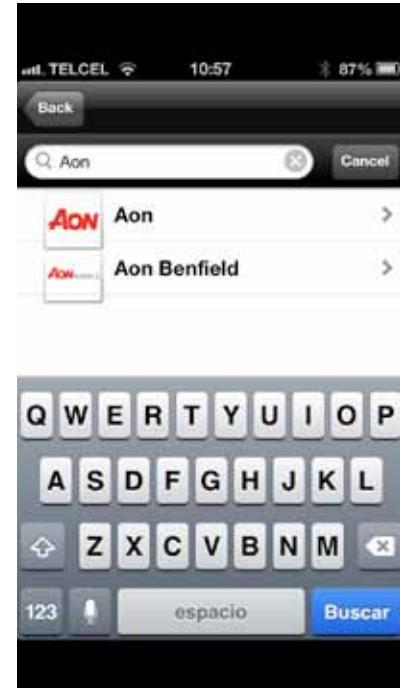
Accede al directorio digital



Navega entre las categorías



Elige la compañía que sea de tu interés



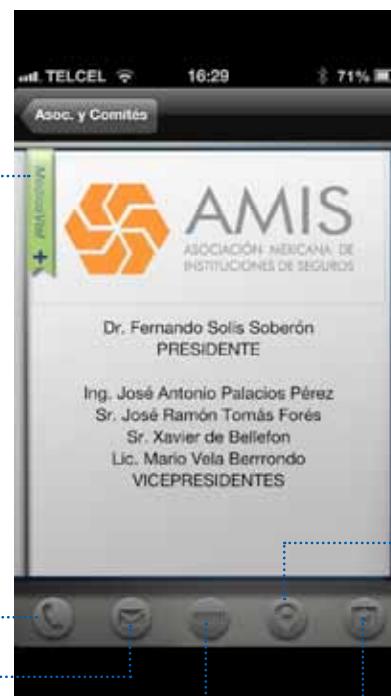
O utiliza el buscador para localizarla

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