



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
COLEGIO DE PEDAGOGIA



LA CAPACITACION DE AGENTES DE SEGUROS EN SEGUROS COMERCIAL AMERICA
UNA ALTERNATIVA DE FORMACION

INFORME ACADEMICO DE EXPERIENCIA PROFESIONAL

PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADA EN PEDAGOGIA
PRESENTA:

SARA CARMEN SILVA ALANIS

ASESOR:

LIC. MARGARITA LEHNE GARCIA

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS



COLEGIO DE PEDAGOGIA



FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS

MEXICO, D.F.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

PAGINA

INTRODUCCION	1
CAPITULO I ORIGEN Y DESARROLLO DEL SEGURO	6
Antecedentes Históricos	6
CAPITULO II SEGUROS COMERCIAL AMERICA	12
Una historia de crecimiento y servicio	12
Cronología	12
Seguros Comercial América en la Actualidad	23
Propósito	23
Misión de Seguros Comercial América	23
Directrices Corporativas que nos atañen particularmente	23
Lineamientos Corporativos	23
Nuestra Visión	24
Nuestros Valores	24
Organigrama General de la Empresa	24
CAPITULO III CENTRO EDUCACIONAL COMERCIAL AMERICA	25
Descripción del Centro de Capacitación	25
Historia del Centro Educacional Comercial América (CECA)	28
Misión de la Dirección de Capacitación de Agentes	33
Estrategias	33
Funciones	34
CAPITULO IV EL CAPACITADOR DE SEGUROS	35
COMERCIAL AMERICA Y LOS PROGRAMAS DE CAPACITACION	
Perfil del Instructor	35

INDICE

PAGINA

Obligaciones de los Instructores	36
Funciones del Instructor de Planta	38
Cursos que se imparten Actualmente en el CECA	39
Cursos para Fianzas y Pensiones	54
Cursos para Promotores	60
Cursos de Profesionalización	61
CAPITULO V ADIESTRAMIENTO Y CAPACITACION	62
Adiestramiento	62
Capacitación	64
Función del Instructor	66
Elementos de un Programa de Capacitación	68
Establecimiento de un Programa de Capacitación	70
CAPITULO VI EVALUACION DEL CENTRO	80
EDUCACIONAL COMERCIAL AMERICA	
Análisis de Resultados	81
Valoración de la Actividad Profesional	96
Conclusiones	98
Bibliografía	102
Glosario	106
Anexos	113

INTRODUCCION

El crecimiento paulatino y constante de las industrias en el país, ha provocado un inusitado interés por la productividad.

Las empresas se encuentran preocupadas por aumentar dicha productividad; minimizando los recursos y maximizando la calidad, no olvidando que los empleados deben desarrollarse y crecer para que todo vaya funcionando y se logre la calidad deseada en el producto.

A través de los años la idea de capacitación en las empresas se ha transformado de un lujo, a una necesidad, prueba de ello, es que en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 123 fracción XIII menciona la obligación de las empresas de proporcionar capacitación o adiestramiento para el trabajo "La ley reglamentaria determinará los sistemas, métodos y procedimientos conforme a los cuales los patrones deberán cumplir con dicha obligación"¹.

Así, la filosofía de la Empresa y su objetivo de transformación apuntan directamente al Area de Capacitación, que resulta ser la responsable de la educación y transmisión de esa filosofía.

Sin embargo, en Seguros Comercial América empresa dedicada a la venta de seguros, se ha ocupado por capacitar a su fuerza de ventas, con la cual no tiene ninguna obligación legal de capacitación, esto refiriéndome al artículo antes mencionado

Su obligación radica en que los agentes de seguros necesitan estar actualizados en cuanto a los productos que esta empresa aseguradora ofrece al mercado.

¹ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Pág. 77

A partir del mes de noviembre de 1982 los agentes de seguros se vieron obligados a capacitarse para desarrollar su actividad profesional, puesto que a partir de ese año la comisión nacional de seguros y fianzas al elaborar modificaciones a su reglamento de agentes y fianzas, contemplaron que los agentes de seguros tendrán la obligación de "acreditar ante la Comisión que se cuenta con la capacidad técnica para ejercer las actividades de intermediación..."² mediante constancias que acrediten que se han estado capacitando constantemente en un mínimo de 150 horas trianuales en aspectos relacionados con la actividad aseguradora.

Los agentes de seguros, independientemente que se capacitaban única y exclusivamente para conocer los productos de las diversas compañías aseguradoras, tendrían a partir de este momento la obligación de comprobar su constante preparación.

Fue de esta forma que nacen diversos Institutos enfocados a proporcionar cursos de capacitación a los agentes mediante programas estructurados bajo el lineamiento que marca la comisión nacional de seguros y fianzas, entre los institutos que se crearon, por mencionar algunos, están, PROCER, IMESFAC, AMASFAC, ETC., estos venden sus servicios profesionales de capacitación.

Paralelamente seguros comercial américa ofrece sus servicios a través de su centro de capacitación de forma gratuita para ayudar al agente de seguros a cubrir este requisito y así seguir desarrollando su actividad, siempre y cuando continuaran trabajando para esta empresa, bajo el esquema de contrato mercantil.

Mi informe profesional se basa en un panorama que va desde lo general, comprendido en el capítulo no. I que describe el origen y desarrollo del seguro, capítulo II en donde describo quien es la empresa Seguros Comercial América,

² Reglamento para Agentes de Seguros y Fianzas art. 7 fracc. II

su nacimiento desarrollo y consolidación como empresa Aseguradora número uno a nivel Latinoamericano, en donde se desarrollan mis actividades laborales.

En capítulo III describo al centro educacional comercial américa, en donde llevo a cabo labor profesional como Especialista en Capacitación desde hace 5 años, en el capítulo IV menciono las funciones del capacitador de seguros comercial américa y sus programas de capacitación, sin olvidar el capítulo correspondiente a la base teórica de lo que es capacitación, finalizando con una evaluación del centro educacional comercial américa.

Las actividades desarrolladas desde hace 5 años han consistido en un primer momento en capacitación personal, conocer toda la gama de productos que se ofrecen en esta compañía para que a su vez como capacitador transmitir estos conocimientos a través de cursos que en su mayoría duran cinco días, posteriormente ya con la capacitación adecuada comencé a dar cursos en la zona metropolitana del Distrito Federal, para continuar en una tercera etapa, en toda la República Mexicana.

Mis actividades se han combinado con capacitación personal entre los cuales destaco cursos como: Formación de Instructores, Supervisión Gerencial, un Diplomado en Mercadotecnia en Seguros, también concluí la carrera de Administrador en Seguros la cual es la que se ofrece en un primer momento a los agentes de seguros de esta empresa, los cursos mencionados me han servido para el enriquecimiento de mi labor profesional.

Actualmente sigo realizando actividades de capacitación en conjunto con la coordinación de la Licenciatura en Seguros, Fianzas y Finanzas que se lleva a cabo en el Centro Universitario México, y las Maestrias y Diplomado que están en convenio con la Universidad La Salle.

Los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, sirvieron de base para la realización de este informe de actividades académicas, y tener un punto de vista crítico en cuanto al trabajo realizado

Con las herramientas obtenidas a lo largo de mi preparación profesional me di cuenta que precisamente al concluir esta etapa solo es el inicio de la verdadera labor del pedagogo, ya que cuando se preparo este informe cada uno de los aspectos que aparentemente eran irrelevantes para mí, como la estructura de un manual de capacitación, el acondicionamiento de las aulas, la iluminación de las mismas, etc. es una parte fundamental del proceso enseñanza-aprendizaje.

Con una buena estructura en los manuales, el acondicionamiento de las aulas y otros aspectos que hago notar en mis conclusiones se obtienen mejores resultados

El área directa del conocimiento a la que pertenece mi informe es la del Apoyo Académico, la cual está constituida por el conjunto de actividades Teórico-Técnico-Metodológicas.

El enriquecimiento de mi labor profesional a partir de la investigación, revisión de documentos, estructura y recopilación de la información presentada fue de gran experiencia, al encontrarme la gran variedad de posibilidades en las que el pedagogo puede intervenir, y que desafortunadamente la idea del mismo no es precisamente la que se tiene cuando se egresa, en mi caso al egresar no sabia a ciencia cierta a que me iba a dedicar.

El presente Informe Profesional tiene como objeto presentar observaciones y sugerencias para mejorar pedagógica, didáctica y metodologicamente la actividad de capacitación con la finalidad de obtener él título de Licenciado en Pedagogía.

Se tomaron en cuenta los comentarios y propuestas que se hicieron en las encuestas realizadas a un grupo al azar de agentes de seguros, algunas de las encuestas se llevaron a cabo incluso en diferentes puntos de la república mexicana.

Actualmente el centro educacional comercial américa se encuentra ubicado geográficamente en la calle de Miguel Laurent No. 235 Col. Del Valle Delegación Benito Juárez C.P. 03100, en México D.F.

CAPITULO I

ORIGEN Y DESARROLLO DEL SEGURO

ANTECEDENTES HISTORICOS.

La naturaleza del hombre ha necesitado de la vida social para su existencia, desde que éste dejó de ser nómada hasta convertirse en agricultor y vivir en comunidades, en las que se desarrollan infinidad de relaciones económicas, de productividad, etc.

El ser humano ha requerido de protección personal y de protección económica, ante la fuerza de la naturaleza y ante los peligros que le rodean.

La historia del seguro se remonta hasta los grandes pueblos de la antigüedad, incluso Salas Subirat menciona en su libro el relato bíblico del profeta José y el hambre en Egipto, que es citado como el primer plan de previsión colectiva de que haya noticia.

Los historiadores nos hablan de curiosas maneras que tenían los pobladores de la antigua Babilonia para protegerse o asegurarse.

Por los años 4,000 a 3,000 a.c., ya se practicaban contratos como medio de compartir con otros, el riesgo de pérdida o daño inherentes al comercio marítimo.

Entre los hebreos, según el Talmud, se practicaba el seguro en forma rudimentaria, protegiendo a los viajeros y sus caravanas de animales.

Cuando alguien perdía alguna vaca o borrico (sin haber falta o negligencia de su parte) se le reparaba el daño sufrido, entregándole otro animal a cargo de la masa comunitaria.

De manera similar tanto en Egipto como en Grecia y después en Roma y otros países de Asia Menor, existieron rudimentos de seguro.

La Ley Marítima de Rodas, por ejemplo, formulaba aproximadamente 900 años a.c. establecía disposiciones de ayuda mutua entre los comerciantes marítimos de la isla de Rodas uno de sus artículos determinaba: "si un barco es sorprendido por la tormenta y se veía obligado arrojar al mar su cargamento o parte de él y rompe sus mástiles, velas y anclas, todos contribuirán para afrontar las pérdidas, junto con el valor del barco y las mercaderías que se hubiesen salvado."³

En la época del imperio romano encontramos que el principio del seguro era practicado de varias formas. Una de las más interesantes es la que podemos observar en los soldados de las Legiones Romanas, cuando eran pagados con dinero al celebrar las victorias de guerra: a la vez que les pagaban eran incluidos a que guardaran en depósito una parte de su paga en un fondo, el cual servía para cuando un soldado abandonase el ejército o para indemnizar a sus parientes en caso de que éste falleciere en batallas futuras.

Otra importante manifestación del principio del seguro nos la muestran los Colegios Romanos.

Estas asociaciones contribuían con los gastos funerarios de sus integrantes que en la mayoría de los casos, pertenecían a la clase humilde. El auge de estas instituciones se basa principalmente en el culto que el pueblo romano rendía a los dioses de la mitología, el cual requería, entre otras cosas, costosas ceremonias funerarias que la clase humilde no podía pagar. El funcionamiento

³ SALAS SUBIRAT, J. Elementos para la historia del Seguro de Vida. Revista Mexicana de Seguros.

de estos colegios consistía en que una persona al ingresar a él, pagaba una cantidad de dinero y otra cantidad en especie, principalmente vino, cada mes posterior, a cambio de tener beneficio en el pago de gastos funerarios.

Las principales reglas de estos colegios eran que no se requerían pagos por más de 50 años y el pago del funeral no se efectuaba si las cuotas mensuales no habían sido cubiertas regularmente durante cierto tiempo antes del fallecimiento, o si el miembro se suicidaba.

Entre los germanos también existían condiciones, en las que bajo determinadas circunstancias para los sepelios y culto pagano.

Entre los egipcios existieron asociaciones análogas.

Después de estos colegios se formaron lo que en aquel tiempo se llamaron hermandades de socorro, o agrupaciones voluntarias, cuyo propósito básico consistía en ayudar a todos sus miembros, y estas podían ser de muerte o de enfermedad.

En estas hermandades estaban claramente definidos los beneficios que se esperan recibir, como por ejemplo el auxilio a aquellos miembros que se encontraban en la pobreza a consecuencia de haber perdido sus bienes por algún siniestro ocurrido, como podía ser incendio, inundación, robo u otros contingentes, también se contemplaban el auxilio cuando se sufría alguna enfermedad o pérdida de mercancía en algún naufragio.

En la Edad Media, las hermandades cobraron gran importancia para protegerse de los abusos del feudalismo. En Inglaterra e Italia por ejemplo, había hermandades de mercaderes y artesanos llamados guildas.

Los portugueses y españoles tuvieron igualmente hermandades o asociaciones para proteger sus navíos contra los ataques de piratas y corsarios en los siglos XV y XVI.

El seguro nació en las ciudades italianas del medievo en el siglo XIV con el seguro marítimo.

Los primeros documentos conocidos son italianos, como lo demuestra un documento que data del 23 de octubre de 1347, además ya en la segunda mitad del siglo estaba ampliamente definido en Pisa, Florencia y Génova que son las primeras en darle normas legislativas. Los lombardos llevaron su práctica a Francia, Portugal, Flandes, España e Inglaterra. "En los archivos de la corte del Almirantazgo en Londres, se conserva una póliza de seguro de 1547, que es la más antigua emitida en Inglaterra que se conozca, la cual precisamente está escrita en italiano".⁴

El comienzo del seguro científico coincide con la creación de las primeras sociedades anónimas, en estos inicios solo se consideraban como objeto de seguros aquellas relacionadas con la protección del seguro contra los daños a consecuencia de incendios, y posteriormente le seguiría el seguro sobre la vida del hombre.

La primera compañía de seguros de que se tiene registro es la sociedad de seguros para viudas y huérfanos, fundada en Inglaterra en 1699.

El origen del seguro moderno surge en Inglaterra (1688): el primer centro oficialmente reconocido sobre negocios de seguros se inició en Lombard Street, Londres, en el famoso café de los hermanos Lloyd, "los parroquianos eran todos patrones de buques, banqueros y comerciantes y allí se formalizaban los seguros marítimos"⁵.

⁴ GRATTON, JULIO, Esquema de una Historia del Seguro, Buenos Aires Argentina 1955.

⁵ MAPFRE Diccionario de Seguros

"En 1871 el Lloyd's obtuvo su personalidad jurídica para dedicarse a tres funciones esenciales: 1° facilitar a sus miembros la realización de seguros marítimos; 2°, proteger los intereses de los mismos referentes a navíos, fletes y cargamentos, y 3°, centralizar, publicar y difundir noticias e informaciones concernientes a la navegación."⁶

En lo que se refiere a Estados Unidos se tiene referencia sobre los seguros desde el año de 1682, pero no es hasta 1794 que nace la primera aseguradora americana oficialmente reconocida: la Insurance Company of North America.

Posteriormente se instituyeron otras compañías de gran importancia como la Pennsylvania Company for Insurance, fundada en 1812 y los grandes colosos de la actualidad, La Mutual Life de Nueva York (1842), y La Prudential de Newark (1875).

En América prehispánica los primeros indicios del seguro aparecen en el Imperio Inca y se refieren a la ayuda que prestaba la comunidad donando una parcela a todos los jóvenes que se desposaban.

En México-Tenochtitlán, la estructura social de la tribu mexicana, había sido muy simple y esencialmente igualitaria, el mexicano que lograba sobrevivir a la guerra, a la enfermedad, o que llegaba a una edad suficientemente venerable como para ser contado entre los Huehuetque (ancianos), que desempeñaban un papel muy importante en la vida familiar y política, podían disfrutar durante sus últimos años de vida apacible y llena de honores, recibían alojamiento y alimentos en calidad de retirados.

El seguro en México vino a quedar instituido de manera oficial hasta el año de 1910. Antes de esta fecha se contaba únicamente con disposiciones que

⁶ Idem.

garantizaban los intereses de los asegurados basados en el Código de Comercio de 1884.

En el lapso de 1895-1910 se empezaron a organizar aseguradoras importantes.

El 25 de mayo de 1910 se promulgó la primera ley que en forma moderna reglamentó las operaciones de seguros sobre la vida en México.

El 26 de agosto de 1935 se promulgaron y entraron en vigor las dos leyes que han sido fundamentales para el desarrollo del seguro en México, que dejó sentadas las bases para el funcionamiento de la industria aseguradora, Ley General de Seguros y La Ley General de Instituciones de Seguros.

CAPITULO II

SEGUROS COMERCIAL AMERICA

UNA HISTORIA DE CRECIMIENTO Y SERVICIO

Seguros La Comercial y Seguros América surgieron hace más de cincuenta años como negocios modestos, casi familiares, en México donde la industria de los seguros comenzaba a florecer.

Como sucede con cualquier empresa de reciente creación, ni sus dueños, ni sus incipientes fundadores podían imaginar en esos momentos la importancia que llegarían a tener en el mercado mexicano, ni que el destino las uniría por razones accionarias, colocando a una nueva empresa, **SEGUROS COMERCIAL AMERICA**, como la empresa aseguradora de mayor prestigio y fortaleza en toda América Latina.

Cronología.

Fecha	Seguros La Comercial	Seguros América	Aseguradora Mexicana
11 de febrero de 1933		Don Agustín Legorreta y el Lic. Miguel Gómez Morín fundan "América Latina, Compañía General de Seguros S.A." la cual se ubica en la calle de Uruguay 81, en el centro de la ciudad de México. La empresa inició operaciones en el ramo de daños.	

1934		"América Latina" trasladó sus oficinas a Venustiano Carranza No. 55 y posteriormente a Isabel La Católica No. 40	
4 de Mayo de 1936	Don Liberto Senderos funda "La Comercial, Compañía Mexicana de Seguros Generales, S.A." y ubica sus oficinas EN LA CALLE DE Venustiano Carranza No. 42 en el Centro de la Ciudad de México. La Comercial inició operaciones en el ramo de daños, con un capital de un millón de su primer año de vida, reportó utilidades por ochenta y ocho mil pesos.		
1937			Se constituyó Aseguradora Mexicana. Como una empresa privada de Seguros, operando inicialmente los ramos de incendio y responsabilidad civil.

1941	Se establece en la Ciudad de Chihuahua, Seguros el Sol, S.A., que posteriormente, en 1968 cambia su razón social por "Seguros La Comercial de Chihuahua, S.A." Y EN 1993 SE FUSIONA A Seguros Comercial.		
2 de Febrero de 1942		"América Latina", cambia su nombre por el de "América Compañía General de Seguros", para evitar confusión con otra empresa aseguradora.	
1943	La Comercial inicia también operaciones en el ramo de vida. El 17 de enero firma el contrato de su primer póliza de vida.		
Marzo de 1944		América expide su primera póliza de vida, abarcando de esta manera ocho de los nueve ramos reconocidos en México.	
1950		En espera de terminar el Edificio de Avenida Juárez No 42, conocido como "Centro América", la Aseguradora se traslada momentáneamente a Av. Chapultepec No. 246.	

1952	El edificio de Av. Juárez 97 resultó insuficiente, por lo que La Comercial se trasladó nuevamente. En esta ocasión a Avenida Reforma 122.		
Mayo de 1956	Seguros La Comercial celebra el 20 aniversario de su fundación, lo que motiva la institución de "La Orden de la Lealtad", ceremonia en la que se reconoce a todos los empleados que cumplan 10 o más años de servicio ininterrumpido dentro de la empresa.		
1961	Debido a su impresionante crecimiento, La Comercial se vio obligada a cambiar otra vez de ubicación sus oficinas, a la Av. Reforma 116.		

1966	"La Comercial", Compañía Mexicana de Seguros Generales", cambia su razón social por la denominación más sencilla y directa "Seguros La Comercial".		
27 de Enero de 1969		Seguros América tomó una nueva denominación al hermanarse con el Banco Nacional de México: "Seguros América Banamex", nombre que ostentó durante 16 años.	
1973	La Comercial es adquirida por el "Grupo Chihuahua", uno de los más grandes e importantes grupos económicos e industriales del país		
1974	La empresa aumentó su penetración en el ramo de vida al adquirir "La Libertad Compañía General de Seguros".		

1977	La Comercial amplió sus servicios a las ciudades de Chicago y Nueva York.		
27 de Octubre de 1977		Debido a su impresionante crecimiento e indudable consolidación, Seguros América vuelve a cambiar su ubicación de su oficina matriz al nuevo y hermoso edificio ubicado en Av. Revolución 1508.	
1979	La Comercial registró un importante crecimiento del 25% y se colocó como una de las cinco aseguradoras más grandes del país. También en ese año fusionó sus compañías regionales: Aseguradora del Norte en Monterrey, Aseguradora de Occidente en Guadalajara, Seguros de Puebla y La Victoria, en Torreón.		

<p>3 de Septiembre de 1984</p>		<p>Séguros América se separa de Banamex debido a la nacionalización de la banca. La empresa vivió un proceso de reprivatización para quedar constituida en Seguros América, S.A. de C.V.</p>	
<p>1988</p>	<p>Año que marca el inicio de: Pulsar Internacional en la industria aseguradora, al firmarse el 27 de Diciembre el acuerdo con el que el grupo adquiriría Seguros La Comercial y Seguros La Comercial de Chihuahua</p>		
<p>1989</p>	<p>Seguros La Comercial pasó a formar parte de Pulsar. Se replanteó la organización del negocio basado en Centros de Utilidad. Se inició la descentralización de la empresa en todo el territorio nacional.</p>		

1991	El logotipo de Seguros Comercial fue modificado.	Seguros América inició una relación más estrecha con el corporativo INVERLAT con la finalidad de adecuarse a las necesidades del mercado y al año siguiente forma parte del corporativo integrado por Inverlat, Comermex y América.	
1992	Seguros La Comercial desarrollo e inició la instalación de tecnología de punta en proceso como el sistema de Cobranza con lectura óptica, el Sistema Integral de pagos y la Expedición de Vida Individual.		
Septiembre de 1993	Seguros Comercial América, S.A. de C.V. Pulsar adquiere Seguros América, S.A., que al ser fusionada con Seguros La Comercial constituye "Seguros Comercial América", empresa integrada por dos de las aseguradoras más fuertes del país, lo que representa más de un siglo de experiencia y calidad en el servicio.	ASEMEX Incorporada a la administración Pública Federal, Asemex volvió a manos privadas, formando parte del Grupo Financiero Mexival Banpais y modificando su razón social por Asemex Banpais.	

<p>Finales de 1993</p>	<p>Se marca un nuevo capítulo en la industria del Seguro en México.</p> <p>Dos grandes y prestigiadas empresas unen sus fortalezas y sinergia dentro de pulsar bajo la Dirección General del Ingeniero Adrián Páez Martínez, para formar el grupo asegurador de mayor presencia, no sólo de nuestro país, sino de toda Latinoamérica.</p>	
<p>1994</p>	<p>Se fusionan las áreas de ventas y de Corredores de la empresa, constituyéndose dos grandes Zonas Comerciales, actualmente a cargo del Ing. Jorge De la Maza Téllez.</p> <p>Zona Norte, que incluye las Divisiones Noroeste (con sede en Monterrey), Norte (con sede en Chihuahua), Noroeste (con sede en Hermosillo) y Centro (con sede en Guadalajara).</p> <p>Zona Sur, que incluye las Divisiones Metropolitana (con sede en la Ciudad de México), Sur (con sede en Puebla), y Sureste (con sede en Mérida).</p> <p>Se realizan esfuerzos para lograr la completa descentralización de la empresa en todo el territorio nacional.</p>	
<p>Abril 1995</p>	<p>Inicia Operaciones la División Fiduciaria de la compañía.</p>	

<p>18 de Mayo de 1995</p>	<p>Seguros Comercial América obtiene el Premio Pulsar "Águila de Plata" por los esfuerzos realizados en 1993 y 1194 con relación al proceso de fusión.</p> <p>El águila de plata es otorgada por la presidencia de pulsar, a los integrantes de una de sus empresas por la realización de esfuerzos totales y globales que la hacen digna de una mención especial.</p> <p>La estructura representa el carácter fuerte y aguerrido que distingue a las águilas, en particular la postura del ave resalta su visión, siempre atenta al futuro; sus garras son símbolo de tenacidad y perseverancia; su semeblanza total refleja seguridad, fuerza y confianza.</p>	
<p>Agosto de 1995</p>		<p>Tras una intervención gerencial, se inició el proceso de venta del 70% de las acciones de la compañía, en este proceso participaron 7 grupos inversionistas interesados, cuatro del extranjero y tres nacionales, asignándose el control de la empresa al Grupo Pulsar Internacional, debido al monto de su postura y a la viabilidad y alcance del plan de negocios propuesto.</p>
<p>Septiembre de 1995</p>	<p>Seguros Comercial América inició un apoyo adicional a la actividad publicitaria tradicional, para fortalecer el nivel de recordación del nuevo nombre de la empresa, originado por la fusión de Seguros La Comercial y Seguros América.</p>	

	SEGUROS COMERCIAL AMERICA Y ASEGURADORA MEXICANA
1999	Pulsar Internacional cambia su denominación a SAVIA, con la finalidad de reposicionarse en el mercado de valores internacional (wall street), colateral a que el grupo está desarrollando nuevos proyectos que le implican una nueva identidad. ⁶

⁶ Información proporcionada por el Depto. de Mercadotecnia de la Empresa Seguros Comercial América.

SEGUROS COMERCIAL AMERICA EN LA ACTUALIDAD

PROPOSITO GENERAL DE LA EMPRESA

Seguros Comercial América esta interesado por la protección de los intereses propios de sus clientes como lo son sus economías familiares y/o empresariales en caso de contingencias que pongan en peligro su estabilidad, tanto en sus personas como en sus bienes.

MISION DE SEGUROS COMERCIAL AMERICA

Satisfacer las necesidades de servicios financieros no bancarios, distinguiendolos por un servicio excelente, garantizando una rentabilidad razonable para nuestros accionistas, promoviendo oportunidades de crecimiento para nuestro personal y sus familias y apoyando así el desarrollo de nuestra comunidad.⁷

DIRECTRICES CORPORATIVAS QUE NOS ATAÑEN PARTICULARMENTE.⁸

El hombre es elemento esencial dentro de la empresa por su naturaleza trascendente por el talento, dignidad y libertad con que ha sido previsto.

El trabajo brinda oportunidad de aprovechar y desarrollar los atributos que como personas poseemos, para beneficio de la empresa, de la comunidad, de la fuerza de ventas, el personal y sus familiares

LINEAMIENTOS CORPORATIVOS⁹

- Crear un ambiente que permita el desarrollo y realización personal reflejandose esto en el orgullo de pertenecer a la empresa.

⁷ Idem.
⁸ Idem.
⁹ Idem.

- Crear los sistemas requeridos para el desarrollo integral de la fuerza de ventas para contribuir a que se supere en los órdenes físicos, económico, cultural y moral.
- Alcanzar niveles de excelencia a través de capacitación a promotores y agentes en los órdenes técnico, administrativo, humano y personal.
- Reconocer y enfrentar la responsabilidad social que tenemos para con una fuerza de ventas y sus familiares

NUESTRA VISION¹⁰

Ser la empresa líder de servicios financieros no bancarios más reconocida y rentable de los mercados latinoamericanos e hispanoamericano en los Estados Unidos, con prácticas y tecnología de clase mundial.

NUESTROS VALORES¹¹

En Seguros Comercial América nuestros valores son:

- Innovación
- Liderazgo desarrollador
- Excelencia en productos y servicios
- Resultados integrales
- Trabajo en equipo

ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA

(ANEXO 1)

¹⁰ idem.
¹¹ idem.

CAPITULO III

CENTRO EDUCACIONAL COMERCIAL AMERICA

DESCRIPCION DEL CENTRO DE CAPACITACION

La industrialización en grande es un fenómeno moderno, iniciado apenas en el siglo XIX y consolidado en el siglo XX.

Cada día las fábricas producen millones de millones de artículos que inundan las bodegas y que deben de colocarse a través de las ventas para ser usados y consumidos.

En un sistema de libre empresa, las ventas constituyen el puntal del equilibrio no solo económico, sino también social y político de los estados.

Si falla la labor de ventas se crea excesos de producción que pueden llevar a la paralización de las fábricas y al colapso de la economía.

Vivimos en un mundo en cambio y un mundo de intercambio, cuyo mejor exponente parece ser la compraventa. Los grandes vendedores son también los grandes de la tierra, los poderosos y se trate de países, como E. U., Japón y Alemania.

Sabemos que en la antigüedad los grandes comerciantes fueron los fenicios y significativamente ellos fueron también los beneméritos de la cultura y del progreso.

La humanidad les debe las primeras experiencias de comunicación internacional no bélica y además uno de los inventos más trascendentales para la comunicación y el intercambio fue: la escritura alfabética.

Las ventas desempeñan en la sociedad una función analógica a la del sistema circulatorio: la distribución, el llevar las cosas valiosas a los puntos donde se necesitan o se puedan necesitar y promover el tráfico de valores.

La complejidad de nuestra economía, el desarrollo de nuevos productos y servicios, y los grandes avances de la técnica, han creado la necesidad de un nuevo arte de vender.

Como resultado de ese nuevo arte ya no está limitado simplemente a atender o a satisfacer las demandas del momento.

El vendedor moderno tiene inventiva y sitúa las relaciones comprador-vendedor en un plano profesional.

Es él quien toma la iniciativa para buscar a los posibles compradores, recomienda el producto o servicio adecuado para la mejor solución de esas necesidades y examina cada cierto tiempo, con el mismo cliente, si están atendidas debidamente.

El agente de seguros necesita una vocación particular, no cualquiera puede llenar su perfil y menos el ostentar un título de profesional del seguro

La necesidad de la capacitación hoy es un instrumento necesario en todas las empresas, vista esta como una inversión a corto, mediano y largo plazo.

En este sentido encontramos que los factores económicos actuales han repercutido negativamente en los procesos de capacitación, puesto que las empresas ven en ello un gasto no una inversión.

Así mismo los avances tecnológicos han orillado a las compañías hacia una insistente capacitación en cuanto a las personas involucradas en los procesos de avances tecnológicos.

Por otro lado, el gobierno obliga a las empresas a tener cursos, en los cuales, manifiesten y comprueben que su personal se capacita.

Bajo este marco nuestro centro educacional capacita a su fuerza de ventas para enfrentar su responsabilidad social de la forma mas adecuada posible, enmarcada en propiciar esa labor ante la comunidad, otorgando a través de sus servicios, satisfactores dirigidos a todos los sectores, para que en caso de contratiempos se cuente con elementos económicos indispensables para seguir laborando, incluso a falta del principal generador de ingresos sostén de la familia esa economía a través del seguro de vida se siga sosteniendo.

Por lo anterior el depto. de capacitación tiene como función principal, hacer de la actividad de agente de seguros una profesión reconocida, principalmente en el sector social y cultural.

HISTORIA DEL CENTRO EDUCACIONAL COMERCIAL AMERICA (CECA)

El centro educacional comercial américa tiene sus inicios en el año de 1965 cuando por esos días la capacitación era impartida a través del banco nacional de méxico, el cual apoyaba a la compañía aseguradora, seguros américa banamex, utilizando la infraestructura que el banco tenia para poder ofrecer sus servicios dirigido únicamente a su personal directivo llámese directores y subdirectores, los cuales, se capacitaban para el desarrollo ejecutivo, en ese entonces el gerente de capacitación era el Lic. Reynaldo Manero Condom, el cual coordinaba la organización de dichos eventos.

Posteriormente nace la idea de tener un centro de capacitación exclusivo para el personal de seguros américa, en la cual participaron el Lic. Eduardo Trumbold, director de administración de seguros américa y el Lic. Federico Mantilla, sub-director de desarrollo de personal de esta misma empresa.

En febrero de 1975 nace oficialmente el centro educacional américa, con la capacitación dirigida tanto al personal de la empresa aseguradora como a los agentes de seguros, el fundador de este centro es el Lic. Reynaldo Manero C.

Por estas fechas se capacitaba al personal de ventas en las áreas de vida elemental, vida intermedios y vida avanzados, así como los cursos de daños elemental, daños intermedios y daños avanzados, como actividad alterna a la anterior, este departamento también se encargaba de la capacitación dirigida al personal administrativo.

En 1976 en la convención anual que celebra el LIMRA (LIFE INSURANCE MARKETING AND RESEARCH ASSOCIATION) se ganó el concurso a la mejor revista de agentes, así como a los mejores manuales de capacitación.
(ANEXO II)

Entre los años de 1975 y 1977 se impartió capacitación a 570 empleados administrativos y alrededor de 450 agentes de seguros en promedio al año, dando un total de aproximadamente 3000 asistentes durante estos tres años.

En esta etapa se tenían dos calendarios de capacitación, el primero dirigido a los agentes de ventas y el segundo dirigido al personal administrativo, (anexo III), calendario correspondiente al año de 1977, dichos calendarios también incluyen cursos que se dan desde sus inicios de la capacitación a las diferentes regionales ubicadas en distintos puntos de la república mexicana.

En el año de 1978 el enfoque de capacitación cambia un poco en el esquema del personal administrativo, puesto que esta mas enfocado al mercado asegurador, servicio al cliente y actitud del cambio, en ese año se impartieron 889 cursos con una asistencia de 20600 personas, entre personal administrativo y agentes de seguros (anexo IV).

En 1979 se desvincula la capacitación administrativa de la capacitación de agentes formando una nueva estructura dentro del plan de trabajo para los agentes, así se crea la carrera profesional como agentes de seguros, esta consta de seis etapas a partir de este año, la misma estructura se seguiría también en las demás regionales de la república mexicana, quedando como responsable de la capacitación de agentes de ventas el Lic. Reynaldo Manero Condom.(anexo V).

En 1980 se estipulan los diplomas y distinciones a los que los agentes se harán acreedores siguiendo la carrera de ventas.
(Anexo VI).

En 1981 se registran 746 cursos impartidos a 5278 asistentes
(Anexo VII).

En 1982 se tienen registros de una base de datos de 2139 agentes

1983 incrementa la base de datos de agentes de 2139 a 2232, 1984 la base de datos de agentes registra 3008

Se traslada la sede del centro educacional ubicada en Av. Revolución 1508, a la de Av. Universidad y Minerva.(1985)

1986 se registra el dato de 4112 agentes al inicio del año y se finaliza con un número de 5082 agentes, de las cuales existen en ese entonces 248 supervisorías.

1988 se imparten a nivel nacional 870 cursos con una participación de 10600 asistentes.

1990 se tienen registrados a 7600 agentes y se impartieron 384 cursos a 11,000 asistentes, se inician conferencias a los cuales se les denominan desayunos culturales, estos tienen la finalidad de abordar diversos temas relacionados con la actividad aseguradora, superación personal, motivación, administración, relaciones humanas, calidad en el servicio, automotivación, estos eventos también están considerados dentro de las actividades del departamento de capacitación a agentes y se llevan a cabo los segundos jueves de cada mes.

1993 a raíz de la fusión con seguros La Comercial, cambia la denominación de CEA a CECA (Centro Educacional Comercial América), quedando la estructura que seguros América tenía, en cuanto a su centro educacional, y con esto el prevalecimiento de la carrera de agentes de seguros y fianzas, denominada Administrador en Seguros.

Este mismo año "salió el nuevo reglamento de agentes de seguros y fianzas en donde se hacía obligatoria la capacitación para los refrendos trianuales".¹²

¹² Idem.

1994 Se envía por parte del CECA a la comisión nacional de seguros y fianzas, los planes, estructura del centro educacional para que nuestros cursos fueran aceptados ante ellos.

1995 El CECA cambia de sede de Av. Universidad y Minerva a la de Av. Revolución 1508, en este año el 9 de mayo el CECA recibe la autorización definitiva para fungir como un centro de capacitación, este mismo año se presentan planes y programas para capacitar en fianzas y a finales de ese mismo tiempo se entrega por parte de la CNSF la autorización correspondiente.

El 29 de abril de 1996 se solicita autorización para convertirnos en instituto, ante la C.N.S.F., "y fue el 22 de mayo de 1997 cuando como cosa única entre las compañías de seguros se nos otorgó el registro para actuar como tal y emitir constancias de capacitación técnica para todas las cédulas".¹³

En julio de 1996 egresa la primera generación del diplomado en Mercadotecnia en seguros a ella asistieron 37 participantes, este diplomado se lleva a cabo bajo la supervisión y asesoría de la universidad La Salle, con la cual existe un convenio en su departamento de extensión universitaria.

1997 El CECA cambia nuevamente de sede de Av. Revolución a la de Av. Insurgentes Sur 2065, en julio de este año egresa la segunda generación de diplomados con un número de 34 egresados.

1998 se tienen registrados 889 eventos con una participación de 20650 asistentes, así como también en el esquema de cursos a los agentes ya que se incluyen cursos dirigidos a los promotores de ventas, que por esas fechas se contaba con 14 promotorías únicamente en lo que se refiere a la zona metropolitana.

¹³ Idem.

La comisión nacional de seguros y fianzas autorizó la capacitación propedéutica a través de CD Roms, como también la autorización para dar capacitación en pensiones.

En julio de 1998 egresa la tercera generación de diplomados los egresados son 32.

"6 de octubre de 1999 se registran los planes de capacitación para agentes y promotores sobre cursos de internet, windows, word, excel, powerpoint y acces que ofrecemos a través de un instituto externo pero bajo nuestro control y vigilancia, los cursos quedaron autorizados también ante la CNSF para validar las horas que se toman en estos institutos, validas para el refrendo correspondiente".¹⁴

"En 1999 quedaron registrados y aprobados ante la CNSF el diplomado en mercadotecnia y seguros y la maestría en administración y seguros con un contrato que existe con la universidad La Salle, estos cursos tienen la condición que solo se impartirán a los agentes de seguros que hayan terminado la carrera de administrador en seguros "AS" en nuestro centro educacional y que cuenten con una excelente productividad"¹⁵, así como para el personal administrativo de la compañía que sea aceptado bajo ciertos lineamientos, en este año egresan 30 participantes del diplomado en su cuarta generación.

"El 21 de octubre de 1999 se autorizó el plan y programa de obtención de cédula definitiva tipo "A" a través de otros dos CD roms (parte I y parte II)"¹⁶

En septiembre de 1999, se da por iniciada la primera generación de la maestría en administración, con 36 participantes en el grupo, esta maestría se desarrolla como grupo externo de la universidad La Salle, con reconocimiento oficial ante la S.E.P.

¹⁴ Idem.

¹⁵ Idem

¹⁶ Idem.

Julio de 2000 egresan 28 participantes del diplomado universitario en su quinta generación.

Septiembre de 2000 inicia la sexta generación del diplomado universitario, la segunda generación de la maestría en administración y la primera generación de licenciatura en seguros y fianzas la cual esta avalada por el Centro Universitario México.

MISION DE LA DIRECCION DE CAPACITACION DE AGENTES

"Lograr que la empresa cuente con una fuerza de ventas de excelente imagen profesional, capaz de asesorar a jefes de familia y de empresas, en materia de seguros, fianzas y pensiones.

Propiciar que estos agentes tengan el índice mayor de productividad del mercado".¹⁷ (anexo VIII organigrama de la dirección MCI)

ESTRATEGIAS¹⁸

- Propiciar el reclutamiento y selección de agentes con el perfil para ser intermediarios de seguros.
- Controlar la contratación de agentes provisionales
- Entrenar, capacitar y propiciar el desarrollo de los intermediarios para que adquieran conocimientos técnicos sobre seguros, habilidades de venta, actitudes y aptitudes que les ayuden a desempeñar su trabajo con eficiencia y efectividad y que crezcan como personas en su desarrollo social, intelectual y económico.
- Dar apoyo a las direcciones de ventas para el desarrollo profesional de la fuerza productora.

¹⁷ Idem

¹⁸ Idem

FUNCIONES¹⁹

1. Crear herramientas y sistemas de reclutamiento y selección de agentes
2. Establecer perfiles y normas de selección de agentes, en conjunto con las direcciones ejecutivas.
3. Tramitar contratos y cancela cancelaciones de agentes ante la C.N.S.F.
4. Crear y administrar programas de entrenamiento, capacitación y desarrollo de agentes.
5. Institucionalizar una carpeta tipo universitario para profesionalizar a gentes y promotores.
6. Llevar un control estadístico del proceso de reclutamiento, capacitación y desarrollo de la fuerza de ventas.
7. Elaborar apoyos audiovisuales, manuales, apuntes y demás elementos pedagógicos modernos que faciliten el proceso de enseñanza aprendizaje.
8. Evaluar el contenido, la instrucción y el progreso de los programas de capacitación para garantizar su efectividad.
9. Propiciar factores de motivación para despertar el interés en el seguimiento de la carrera de agentes de seguros y su permanencia en la organización.
10. Mantener relaciones con la C.N.S.F. en materia de contratación y capacitación de agentes, así como información que solicitan sobre intermediarios.
11. Administrar el C.E.C.A. y los C.E.C.A.D.E.S que en lo sucesivo se unirán y llevaran el nombre de Centro Educativo Comarcal América, (C.E.C.A.).
12. Apoyar a las direcciones de división en todo aquello relacionado con el reclutamiento, capacitación y desarrollo de agentes y promotores.
13. Propiciar el arraigo de la Fuerza de Ventas a la Empresa.
(anexo IX organigrama de la dirección de capacitación).

¹⁹ Idem.

CAPITULO IV

EL CAPACITADOR DE SEGUROS COMERCIAL AMERICA Y LOS PROGRAMAS DE CAPACITACION

PERFIL DEL INSTRUCTOR ²⁰

Seguros Comercial América cuenta con tres clases de instructores en su Centro Educativo.

A) INSTRUCTOR DE PLANTA Y TIEMPO COMPLETO:

Deberá ser un empleado de la Compañía con contrato definitivo. Las características generales de esta clase de instructor serán las de un profesionalista con título de Licenciado en Pedagogía, Licenciado en Comunicación, Licenciado en Administración, Licenciado en Psicología, Licenciado en Actuaría o Técnico con experiencia en Seguros.

Dinámico, buen comunicador, organizado, buena imagen, facilidad para el manejo de grupos, dispuesto a viajar.

B) INSTRUCTOR INTERNO:

Cuando se requiera de la asistencia técnica de seguros para dar pláticas específicas se acudirá a funcionarios de la empresa que trabajen y tengan experiencia en los ramos de vida, daños, accidentes personales y enfermedades o agrícola.

²⁰ Idem

En este caso se pedirá al director de área o gerente de departamento apoyen al C.E.C.A. personalmente o a través de sus Actuarios, Ingenieros, Médicos, Abogados o Técnicos en Seguros para la exposición del tema requerido.

Los instructores de planta coordinaran estos eventos y se responsabilizarán de la buena marcha del curso, plática o seminario.

C) INSTRUCTORES EXTERNOS:

En otras ocasiones el C.E.C.A. acudirá a Institutos de capacitación especializados o a instructores profesionales externos para cubrir temas que no pueden darse por medio de capacitadores internos debido a cargas de trabajo o para aprovechar la experiencia en el tema de personas físicas o morales dedicadas a capacitación específica.

Los instructores de planta, coordinaran igualmente estos eventos y se responsabilizarán de la buena marcha de éstas pláticas y cursos o seminarios.

OBLIGACIONES DE LOS INSTRUCTORES

Instructor de planta.- Las principales funciones y obligaciones de los instructores del centro educacional comercial América serán las siguientes:

a) Antes del Curso:

- Adquirir los conocimientos pedagógicos y técnicos para impartir las pláticas (preparación remota).
- Planear y desarrollar guión de cada tema, contenidos, apoyos didácticos, dinámicas, (preparación próxima).
- Coordinarse con la dirección del C.E.C.A. y los subdirectores operativos de la empresa para la calendarización de los eventos, designación de lugares, tiempos y modos de transportarse al sitio donde se llevará a cabo el curso o seminario, así como llevar consigo la lista de participantes, y horario del curso.

- Obtener todo el material necesario para impartir el curso (manuales, películas, resúmenes, exámenes, etc.).
- Presentarse con anticipación al lugar del curso para revisar que todo este dispuesto y en orden para impartir el curso, cumpliendo con las características pedagógicas requeridas (lugar, acomodo del salón, luz, ventilación, espacio, aparatos audiovisuales, facilidades).

b) Durante el Curso:

- Presentarse 15 o 20 minutos antes de la hora fijada para el inicio del seminario y revisar instalaciones y apoyos.
- Pasar lista de asistencia.
- Impartir el curso utilizando diferentes técnicas de capacitación de adultos para asegurar la efectividad en el proceso de enseñanza aprendizaje (distribuir los manuales y apuntes del curso entre los asistentes).
- Mantener la disciplina y compostura personal y del grupo
- Guardar el respeto para todos los asistentes. utilizar lenguaje y modales adecuados.
- Cuidar de la imagen personal para dar buen ejemplo de seriedad, organización, profesionalismo y buenas costumbres.
- Al terminar cada día del seminario revisar que todo lo programado se vaya cumpliendo y hacer las correcciones necesarias para lograr el objetivo del curso.
- Aplicar los exámenes de evaluación del curso con toda seriedad y disciplina. (dependiendo del curso que corresponda).

c) Después del Curso:

- Corregir los exámenes del curso impartido.
- Presentar a la dirección del C.E.C.A. el informe del evento.
 - Lista de asistencia
 - Calificaciones de los asistentes

- Comentarios del curso
- Gastos de viaje (para tramites y justificación en el depto. de egresos de la compañía).
- Enviar comentarios de evaluación a la gerencia regional para el seguimiento de los agentes que tomaron el curso.
- Continuar con la preparación remota de los temas (mejorar actuación con base en la evaluación y comentarios de asistentes y de la dirección del C.E.C.A.)

FUNCIONES DEL INSTRUCTOR DE PLANTA

Capacitar a la fuerza de ventas en forma directa preparando e investigando los temas para estar siempre a la vanguardia en métodos de instrucción y del contenido de los cursos así como capacitar a los nuevos instructores de la compañía.

Investigar, recopilar y ordenar selectivamente información actualizada a fin de redactar y diseñar manuales, cuadernos de trabajo, cuadernos de actividades y textos instruccionales, que apoyen didácticamente la impartición de seminarios y cursos de capacitación.

Impartir seminarios y cursos de capacitación en el centro educacional de la compañía y las oficinas foráneas, tanto de carreras de ventas, actualización de especialidades así como la valuación de los mismos; desarrollar y participar en el programa de desarrollo de los instructores de nuevo ingreso al departamento, con el propósito de habilitarlos para el desempeño de su función de manera eficiente; Elaborar cursos, ejercicios de estudio y dinámicas de grupo de acuerdo a los programas de capacitación para agilizar y optimizar el aprendizaje, así mismo actualizar los sistemas y materiales de capacitación ya elaborados para evitar su obsolescencia.²¹

²¹Información proporcionada por el depto. de Recursos Humanos (Descripción de puestos) de la Empresa Seguros Comercial América

CURSOS QUE SE IMPARTEN ACTUALMENTE EN EL C.E.C.A.²²

Cursos de Carrera A.S. (Administrador en Seguros).

• 1ra. Etapa El Agente Provisional.

• Curso Propedéutico Vida y Daños

Curso impartido por capacitadores especializados del centro educacional comercial América, en las aulas de la institución. Tiene una duración de 60 hrs.

OBJETIVO:

Reconocer la importancia del seguro desde su origen hasta su desarrollo, así como su función socioeconómica en el país.

Tener una visión general de los seguros de personas, accidentes personales, gastos médicos mayores, autos y pólizas de daños relacionados con coberturas, paquete personal y/o familiar.

- Dar la bienvenida a seguros comercial américa.
- Obtener conocimiento de la compañía.
- Adquirir conocimientos de las aportaciones socio-económicas.
- Valorar la importancia de "dar servicio".
- Conocer los principios del seguro.
- Conocer la ley y reglamento de seguros.

CONTENIDO:

Antecedentes del seguro, bases legales, leyes relacionadas con el seguro, reglamento de agentes, bases técnicas del seguro, el riesgo, ley de probabilidades, los grandes números, tarifa-prima, valores garantizados, seguros de vida individual, planes y beneficios, accidentes personales, gastos

²²C E C A La Carrera de Ventas, Centro Eduacional Comercial América, Seguros Comercial América

médicos mayores, ventas, seguros de automóviles, seguros de daños (riesgo sencillo), incendio, R.C. (privado y familiar), robo, cristales, póliza de bienes personales.

Contenido Temático del Propedéutico Vida

Capítulo I Generalidades

Capítulo II Aspectos técnicos y legales.

Capítulo III Insignia seguros de vida de comercial américa.

Capítulo IV Seguro de accidentes y enfermedades de comercial américa.

Capítulo V Como se debe vender el seguro de personas.

Contenido Temático del Propedéutico Daños

Capítulo I El riesgo

Capítulo II Aspectos legales del seguro de daños

Capítulo III Las operaciones y ramos de seguros.

Capítulo IV Póliza de protección de bienes familiares de seguros comercial américa.

Capítulo V Seguro de automóviles de seguros comercial américa.

Capítulo VI Técnicas de venta

Metodología:

Seminario de 60 hrs. 30 para seguros de vida y 30 para seguros de daños, impartido en el C.E.C.A. con pláticas, ejercicios, técnicas, películas, teatros de venta.

* 2da. Etapa El Agente de Seguros

Categoría de Cédula tipo "A" Agente Definitivo: Líneas Personales.

Esta etapa consta de cuatro cursos los cuales son:

Curso de vida I, daños I, accidentes personales y gastos médicos mayores y clínica de ventas, los cuales a continuación se describe el contenido temático de cada uno de ellos.

- **Curso de Vida I (Vida Individual)**

Objetivo:

Conocimiento del seguro de vida individual y práctica de ventas de seguros.

Contenido:

Capitulo I Principios y bases del seguro de vida

Capitulo II Derechos y obligaciones del proponente y/o asegurado.

Capitulo III Principios actuariales

Capitulo IV Planes básicos

Capitulo V Características y funcionamiento de los planes básicos

Capitulo VI Elementos para cotización, identificación de "dividendos" y reconocimiento de valores garantizados.

Capitulo VII Beneficios adicionales

Capitulo VIII Función socio-económica

Capitulo IX Pasos técnicos en la venta.

Metodología:

Se utilizan audiovisuales, exposiciones técnicas, dinámicas y ejercicios en grupo, y el manual de seguro de vida elaborado por el C.E.C.A., en conjunto con su cuaderno de trabajo.

Curso de Daños I

Objetivo:

Conocimiento de la panorámica del seguro de daños e introducción a los seguros del ramo.

Contenido:

Unidad I El seguro de casa habitación (P.B.F. y P.B.F. plus)

Unidad II El seguro contra incendio

Unidad III La responsabilidad civil y su protección

Unidad IV Las pólizas de robo y cristales

Unidad V Fundamento y entorno legal

Unidad VI Seguro para automóviles

Metodología:

Se utilizan audiovisuales, exposiciones, técnicas o pláticas, dinámicas y ejercicios en grupo y el manual de daños I elaborado por el C.E.C.A..

- **Curso de Accidentes Personales y Gastos Médicos Mayores**

Objetivo:

Conocimiento general del seguro de accidentes personales y el de gastos médicos mayores.

Contenido Accidentes Personales.

Unidad I Generalidades de accidentes personales

Unidad II Estudio y análisis del riesgo

Unidad III Análisis de la póliza

Unidad IV Nueva línea de accidentes personales

Unidad V Operatividad del seguro.

Contenido Gastos Médicos Mayores:

Unidad I Generalidades de gastos médicos mayores

Unidad II Gastos médicos cubiertos y exclusiones

Unidad III Planes de gastos médicos mayores

Unidad IV Sistemas de pago de indemnizaciones y red médica

Unidad V Beneficios adicionales de gastos médicos mayores

Unidad VI Operatividad del seguro de gastos médicos mayores, el seguro de accidentes personales.

Metodología:

Se utiliza el manual de trabajo de gastos médicos mayores y accidentes personales

- **Curso de Clínica de Ventas**

Objetivo:

Conocimiento del "como se vende un seguro"

Contenido:

Unidad I Trabajo del agente, ubicación, formación y administración.

Unidad II Proceso de ventas, mercado, contacto, cierre y servicio.

Unidad III Venta del producto, necesidad del seguro de vida, análisis de necesidades y beneficios, soluciones para el prospecto.

Unidad IV Clínicas de acercamiento, clínicas de entrevistas, clínicas de cierre y servicio.

Metodología:

Se exponen pláticas diversas; se proyectan audiovisuales, se participa en dinámicas de grupos con mesas redondas, juegos, clínicas de ventas.

Se utiliza como texto el manual de clínica de ventas y los folletos denominados anatomía de la venta profesional y el sagitario 60, elaborados por el C.E.C.A.

* **3ra. Etapa** **El Agente Profesional**

Categoría de Cédula tipo "B" Agente Definitivo: Líneas Empresariales.

Esta etapa consta de seis cursos los cuales son:

Curso de vida II, daños II, vida III, daños III, daños IV y clínica de ventas, los cuales a continuación se describe el contenido temático de cada uno de ellos.

Curso de Daños II: Riesgos Empresariales

Objetivo:

Adquirir los conocimientos necesarios para poder vender el seguro de incendio.

Contenido.

Unidad I El seguro contra incendio

Unidad II Diferencia entre PBF y PBF plus

Unidad III El seguro de protección a bienes empresariales

Unidad IV El seguro de R.C. general

Unidad V El seguro de transporte de carga

Unidad VI definiciones.

Metodología:

Se utiliza el manual de daños II elaborado por el C.E.C.A.

Curso de Vida II

Objetivo:

Obtener conocimientos del seguro de vida, grupo y colectivo, pensiones grupo, accidentes personales y enfermedades colectivo y su técnica de venta.

Contenido:

Unidad I Introducción

Unidad II El seguro de personas

Unidad III Los seguros colectivos de comercial américa

Unidad IV El seguro de grupo de comercial américa

Unidad V Seguros colectivos de accidentes personales y gastos médicos mayores de comercial américa

Unidad VI Planes de jubilación y retiro

Unidad VII Planes básicos de pensión

Metodología:

Se utiliza el manual de vida II elaborado por el C.E.C.A. y el cuaderno de trabajo de seguro de grupo.

Curso de Daños III

Objetivo.

Adquirir conocimientos del ramo de daños en los seguros de incendio, transportes, responsabilidad civil, diversos; riesgos industriales, pérdida de utilidades, perdidas consecuenciales, ganancias brutas.

Contenido:

Perdidas consecuenciales

R. C. industrial

Transportes (3ra. Parte)

Metodología:

Se utiliza el manual de daños del C.E.C.A.

Curso de Vida III

Objetivo:

Profundizar en los conocimientos del seguro de personas y obtener mayor habilidad para promover su venta y aceptación en el mercado de seguros.

Contenido:

Unidad I Introducción

Unidad II El agente de seguros un empresario

Unidad III El individuo y la seguridad

Unidad IV Administración de riesgos

Unidad V Prospección

Unidad VI Segmentación de mercado

Unidad VII Propietario único

Unidad VIII Previsión social

Unidad IX Hombre clave

Unidad X Socios

Unidad XI Patria potestad

Unidad XII Tutela

Unidad XIII Fideicomiso de seguros comercial américa

Metodología:

Se utiliza el manual de vida II elaborado en el C.E.C.A., combinado con técnicas audiovisuales, pláticas técnicas y dinámicas de grupo.

Curso de Daños IV:**Objetivo:**

Profundizar en el conocimiento del seguro de daños con un enfoque particular a la industria.

Contenido:

Unidad I Seguro de equipo electrónico

Unidad II Seguro de tecnomaq

Unidad III Seguro de montaje

Unidad IV Seguro para equipo de contratistas y maquinaria pesada móvil

Unidad V Seguro de obra civil

Unidad VI Seguro de aeronaves y seguro de buques

Metodología:

Se imparte utilizando pláticas técnicas, audiovisuales y ejercicios de grupo, se utiliza el manual de daños elaborado en el C.E.C.A.

* **4ta. Etapa** **El Agente Especialista en Seguros.**
Categoría de Cédula Tipo "C", Agente Definitivo: Riesgos Especiales.

Curso de Daños V**Objetivo:**

Proporcionar al agente capacitación especializada en todos los ramos del seguro de daños particularmente en seguros de fábrica, grandes empresas, hoteles, transportes (barcos-aviones).

Contenido:

Unidad I Seguro de incendio
Unidad II Formas de aseguramiento
Unidad III Condiciones especiales
Unidad IV Perdidas consecuenciales
Unidad V Reducción de ingresos
Unidad VI Utilidad neta, sueldos y gastos fijos
Unidad VII Ganancias brutas
Unidad VIII Perdida de rentas
Unidad IX Gastos extraordinarios
Unidad X Seguro contingente
Unidad XI Equipo electrónico
Unidad XII Tecnomaq
Unidad XIII Montaje
Unidad XIV Equipo de contratista
Unidad XV Paquete obra civil

Metodología:

Se utiliza el manual diseñado en el C.E.C.A

*** 5ta. Etapa El Agente Consejero en Seguros.**

Consta de dos cursos Venta Psicológica y Consejero en Seguros.

Curso de Venta Psicológica**Objetivo:**

Llevar a cabo un autodiagnóstico sobre la relación de venta y servicio entre agente-cliente de seguros y obtener mejor comunicación, comprensión y empatía mutuas.

Contenido:

Tema I La Venta técnica

Tema II La Venta psicológica

Tema III Explicación de la teoría

Tema IV El proceso de la comunicación

Tema V Estilo y conducta del vendedor

Tema VI ¿Qué tan profesionales somos?

Tema VII La fórmula del éxito

Metodología:

Se utilizan dinámicas de grupo, aplicación de pruebas o baterías para el autodiagnóstico, análisis de resultados.

Se utiliza el manual elaborado por el C.E.C.A.

Curso de El Consejero en Seguros.**Objetivo:**

Dar un enfoque de asesoría a la relación de venta del seguro, e iniciar el proceso de consejería.

Contenido:

Unidad I Bienvenida

Unidad II Introducción al curso

Unidad III El proceso de maduración

Unidad IV El proceso de motivación

Unidad V El proceso de la relación

Unidad VI El proceso de establecimiento

Unidad VII El proceso de preguntar

Unidad VIII El proceso de escuchar

Unidad IX El proceso de la presentación

Unidad X El proceso de la visualización.

Metodología:

El curso se basa en la técnica Wilson Learning y ha sido adaptado para seguros comercial américa.

Se desarrolla combinando pláticas, audiovisuales, mesas redondas y ejercicios varios.

*** 6ta. Etapa El Administrador en Seguros.**

Consta de dos cursos curso de mercadotecnia y curso de administrador en seguros.

Curso de Mercadotecnia y Ventas en Seguros:**Objetivo:**

Orientar y proporcionar conocimientos en materia de mercadotecnia para culminar con la carrera de seguros.

Contenido:

Unidad I Introducción a la mercadotecnia

Unidad II El entorno por la nueva dinámica comercial
Unidad III Introducción a la investigación de mercados
Unidad IV Análisis del nuevo comprador de seguros.
Unidad V Segmentación.
Unidad VI La mercadotecnia de los servicios
Unidad VII Estrategia de productos financieros (seguros)
Unidad VIII El servicio al cliente.
Unidad IX Administración estratégica de ventas.

Metodología:

Este curso se imparte en el C.E.C.A.

Curso de Administrador en Seguros:

Objetivo:

Enfatizar la importancia del desarrollo personal y la necesidad de aplicar técnicas administrativas y mercadotécnicas para el crecimiento del propio negocio, así como proporcionar a nuestros agentes, conocimientos y herramientas que ayuden al mejor desempeño de sus funciones, aprovechando al máximo los recursos de que disponen.

Contenido:

Unidad I Ambientación y orientaciones
Unidad II Dinámica de relación
Unidad III El arte de escuchar
Unidad IV Dinámica de un grupo de trabajo
Unidad V Concepto y desarrollo de la administración
Unidad VI Investigación del mercado de seguros.
Unidad VII Los elementos de previsión-planeación
Unidad VIII Los elementos de organización e integración.
Unidad IX Conociendo la problemática de la empresa para la cual trabajo
Unidad X Los elementos de dirección y control.

Metodología:

Al terminar los pasos de la 6ª. etapa el agente deberán de presentar un trabajo por escrito (tesina) sobre algún tema de seguros, investigación en grupo, puntos de vista, resumen de capítulos sobre seguros, etc.

Una vez terminada y aprobada la tesina, el agente recibirá el título de "AS" Administrador de Seguros, y se otorgará al interesado anillo y diploma, y pasara a pertenecer al grupo de graduados del C.E.C.A., quienes podrán recibir capacitación especial en el ámbito universitario, si así lo solicitan.

Cursos de Desarrollo de Habilidades

(novatos e intermedios).

Taller de seguro de vida insignia

Taller de seguro de vida flexibles

Taller de seguro de vida titanium life y milenium life

Taller de eduplan

Taller de gastos médicos

Taller de autos

Taller de milenium hogar

Taller gastos médicos titanium health, cliente especial y plan integral.

Los cursos anteriores son específicamente para conocer los productos de seguros comercial américa.

Se proporcionan en cada uno de los talleres manuales de capacitación diseñados en el área de mercadotecnia y en conjunto con material elaborado por el C.E.C.A.

CURSOS DE CLINICA DE VENTAS.

(Cursos especiales: clínicas y técnicas de ventas)

Clinica de ventas para novatos

Clinica de ventas para avanzados

Clinica de ventas consolidados

En cada uno de estos cursos se tocan temas como:

La carrera de agentes

La carrera de agentes como profesión

La carrera de agentes como negocio

Función fundamental del agente de seguros.

Desarrollo integral del agente de seguros.

Proceso profesional de ventas

Metodología para la venta del seguro de vida

La denominación de los temas anteriores son los mismos en general en cada uno de los cursos, con la diferencia que el contenido en cada uno de los niveles esta dada por el nivel de conocimientos ya adquiridos a lo largo de su experiencia profesional.

Clínica de Ventas para Promotoría.

Estos cursos se dan con el mismo contenido temático que los anteriores, solo que con una dirección definida específicamente a cada una de las promotorías y según sus necesidades.

CURSOS ESPECIALES

Computación Electrónica.

En los cursos de computación electrónica se les instruye a los agentes de ventas en la paquetería que ellos así lo soliciten, esta capacitación se da através de una Institución especializada en cursos de computación, como lo son: excel, power point, acces, windows, internet y word.

Desayunos Culturales

Los desayunos culturales se programan el segundo jueves de cada mes de 8:00 a 11:00 hrs., estos desayunos incluyen pláticas motivacionales, fiscales,

contables, ventas, además de cualquier tema que sea de utilidad para el desarrollo óptimo de la actividad Aseguradora.

Las pláticas se llevan a cabo en el hotel flamingos plaza.
pláticas autorizadas por el C.E.C.A. y la C.N.S.F.

CURSOS PARA FIANZAS Y PENSIONES

Curso Propedéutico de Fianzas

Objetivo:

Conocer la clasificación de las fianzas, sus características, los derechos y obligaciones que emanan de las mismas, así como el mercado al que va dirigido.

Contenido:

Unidad I Qué es una fianza

1.1 Obligaciones

1.2 Contratos generales

1.3 El contrato de la fianza

1.3.1 clases de fianzas

1.3.2 elementos de la fianza de empresa

Unidad II Diferencia entre una fianza y un seguro.

Unidad III Como se clasifican las fianzas

3.1 Fianzas de fidelidad

3.2 Fianzas judiciales

3.3 Fianzas administrativas o generales

3.4 Fianzas de crédito

Unidad IV Proceso de expedición de las fianzas

Unidad V El mercado de la fianza

Metodología:

Se utiliza el manual elaborado por el C.E.C.A. así como la guía de cotización, cuaderno de ejercicios y tarifa, en combinación con técnicas grupales, audiovisuales y práctica de ejercicios para la cotización de las mismas.

Curso Cédula Definitiva Fianzas Módulo I

Objetivo:

Al término de las actividades propuestas los participantes serán capaces de comprender y manejar con profesionalismo las fianzas de fidelidad; conocerán los principales datos sobre fianzas judiciales, elementos del mercado legal de fianzas, así como los procedimientos para expedir, cancelar y reclamar estos tipos de fianzas.

Contenido:

Unidad I : Fianzas de fidelidad ramo I

1.1 Repaso general

1.2 Fianzas de fidelidad

1.3 Coberturas adicionales

1.4 Deducibles en fianzas

1.5 Hechos que no se cubren en fianzas

1.6 Procedimientos para reclamar fianzas de fidelidad

Unidad II Fianzas judiciales ramo II

2.1 Conceptos básicos

2.2 Modalidades de las fianzas judiciales

2.3 Operatividad de las fianzas judiciales

Unidad III Aspectos del marco legal de fianzas

Metodología:

Manual de capacitación elaborado en el C.E.C.A.

Curso Cédula Definitiva Fianzas Módulo II

Objetivo:

Los agentes de fianzas adquirirán conocimientos indispensables de contabilidad para poder interpretar estados financieros de empresas que

soliciten fianzas y pretendan que su solvencia económica se tome como garantía de las mismas.

Contenido:

Unidad I Fianzas administrativas ramo III

- 1.1 ¿Qué es la contabilidad?
- 1.2 1.Activo. pasivo y capital
- 1.3 Las bases de la contabilidad
- 1.4 Principios que rigen la contabilidad
- 1.5 Estado financiero y balance general
- 1.6 Disposiciones sobre cumplimiento fiscal
- 1.7 Contabilidad efectiva
- 1.8 ¿Cómo se maneja un negocio?

Unidad II Marco legal de la fianza

- 2.1 Ley federal de instituciones de fianzas
- 2.2 Concepto de obligación
- 2.3 Fianza de empresa
- 2.4 Fianza civil
- 2.5 Diferencias entre fianza civil y mercantil o de empresa

Unidad III Fianzas administrativas

- 3.1 Fianzas de concurso o licitación
- 3.2 Fianzas de cumplimiento, anticipo, buena calidad, arrendamiento puro, para manejar el sabotaje, sorteo y rifas, inconformidad por intereses fiscales, pago en parcialidades, permisos concesiones y autorizaciones.

Unidad IV Fianzas de crédito ramo IV

- 4.1 Aplicación de las fianzas de crédito
- 4.2 Antecedentes, exclusiones, beneficios y riesgos.
- 4.3 Requisitos de contratación de las fianzas de compraventa, distribución mercantil, arrendamiento financiero, factoraje financiero, bursátil, importadores y exportadores, financiamientos garantizados con certificados de depósito y fianzas especiales para trabajar con Pemex.

4.4 Criterios generales para el otorgamiento de estas fianzas, su expedición, recuperación y procedimiento de reclamación.

Unidad V Garantías de recuperación.

5.1 ¿Qué son las garantías de recuperación?

5.2 Prenda, hipoteca y fideicomiso

5.3 Obligación solidaria, contrafianza, afectación en garantía, acreditada solvencia y otras garantías.

Unidad VI Mercadotecnia y comercialización

5.1 ¿Qué es mercadotecnia?

5.2 Pasos para la comercialización de la fianza.

5.3 Segmentación de mercados de fianzas

Metodología:

Se trabaja con manual de capacitación elaborado por el C.E.C.A.

Curso: Marco Legal de la Fianza

Objetivo:

Ubicar adecuadamente al agente de fianzas sobre el alcance de cada uno de los contratos comercializados, así como sus obligaciones y responsabilidades dentro del marco jurídico mexicano.

Contenido:

Unidad I Estructura del estado mexicano

1.1 Estados Unidos Mexicanos

1.2 Los tres poderes

Unidad II Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos

2.1 Característica de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

2.2 Reformas e inviolabilidad de la Constitución

Unidad III Teoría general del contrato

3.1 Clasificación de los contratos

IV Reglas para la constitución e incremento de las reservas técnicas de fianzas en vigor y de contingencia de las instituciones de fianzas.

Metodología:

Manual de capacitación elaborado con el C.E.C.A., Constitución Política de los estados Unidos Mexicanos, código civil, ley del contrato de seguros, y dinámicas grupales.

Curso: Mercadotecnia en fianzas de fidelidad

Objetivo:

Ayudar a los agentes de fianzas a practicar su estrategia de ventas en fianzas.

Contenido:

Unidad I generalidades de la fianza

- 1.1 Sistema financiero mexicano
- 1.2 Clases de fianzas
- 1.3 Fianzas de empresa
- 1.4 Ramos de la fianza de empresa
- 1.5 Definición de fianza
- 1.6 Fianza de fidelidad

Unidad II Políticas de aceptación

- 2.1 Criterios y políticas para la aceptación de negocios.
- 2.2 Definición de los requisitos legales para la contratación de fianzas de fidelidad.
- 2.3 Fianzas de fidelidad para prestadoras de servicios.

Unidad III Clientes protegidos con P. B.E.

- 3.1 Fianzas de fidelidad- seguros comercial américa, características
- 3.2 Fianza de fidelidad integrada a la P.B.E. y P.B.E. plus.

Unidad IV Garantías de recuperación

- 4.1 Repaso de artículos de la L.F.I.F. Art. 19, 22, 24, 30, 31.

Unidad V Mercadotecnia en fianzas de fidelidad

- 5.1 ¿Qué es mercadotecnia?

5.2 Finalidad

Unidad VI Características de un buen asesor de calidad

6.1 ¿Qué es calidad?

6.2 Excelencia

6.3 Éxito

unidad VII Habilidades para detectar necesidades

7.1 ¿Cómo son mis prospectos?

7.2 ¿Qué técnicas puedo utilizar?

Unidad VIII Pasos de la venta

8.1 Prospección

8.2 Análisis de prospectos

8.3 Acercamiento

8.4 Entrevista

8.5 Cierre

8.6 Servicio

Unidad IX Desarrollo de un plan de afianzamiento

9.1 Datos relevantes

9.2 Diseño de formatos

9.3 Cotización

Unidad X Teatro de ventas

Metodología:

Se utiliza el Manual elaborado en el C.E.C.A., así como la representación de Teatros de Ventas poniendo en práctica todo lo aprendido en este seminario.

CURSO DE AGRÍCOLA

Objetivo:

Mostrar la metodología para llevar a cabo la venta del seguro agrícola.

Contenido:

Unidad I ¿Qué es el seguro agrícola?

1.1 Aspectos técnicos

1.2 Paquete tecnológico

Unidad II Condiciones generales del seguro agrícola

2.1 Condiciones especiales

2.2 Proceso operativo del seguro agrícola

Unidad III Sinistros e indemnizaciones

Metodología:

Este curso es impartido por un instructor externo en su totalidad.

CURSOS PARA PROMOTORES

I Curso de Introducción a la promotoría. funciones generales del promotor, reglas del juego, plan de trabajo, boletín de premios.

II Curso de administración de la promotoría.

planeación, supervisión, controles S.C.A., liderazgo, (este curso se toma 3 meses después del I)

III Curso de evaluación de la promotoría.

Análisis de actividades, re-planeación, motivación. (este curso se toma 6 meses después del I)

IV Curso de instructor propedéutico

(para obtener la autorización de la C.N.S.F. como instructor para poder impartir el curso propedéutico)

Cursos de Profesionalización.

Estos cursos se refieren a las actividades que se pueden realizar adenañamente a las actividades anteriormente descritas.

Estas actividades de profesionalización tienen validez oficial ante la Secretaría de Educación Pública, y una vez concluidos los estudios correspondientes los participantes reciben el documento que avala la instrucción recibida.

En el caso de la licenciatura en seguros fianzas y finanzas reciben el título de Licenciado en Seguros Fianzas y Finanzas²³ respaldado por el Centro Universitario México.

En el diplomado reciben el reconocimiento de Diplomado en Mercadotecnia en Seguros²⁴.

En la maestría reciben el título de Maestro en Administración con Especialidad en Mercadotecnia.²⁵

(ver Anexo X)

²³ Según Plan de Estudios Vigente en el Centro Universitario México.

²⁴ Plan de Estudios Vigente de Universidad La Salle Dirección de Posgrado

²⁵ Plan de Estudios Vigente de la Universidad La Salle Dirección de Posgrado

CAPITULO V

ADiestRAMIENTO Y CAPACITACION

En México, sobre todo en las empresas que asignan la debida importancia a la Capacitación, los términos Adiestramiento-Capacitación-Desarrollo se manejan de manera indistinta, sin tomar en cuenta que cada uno delimita el grado de aprendizaje que debe alcanzar el participante.

Para que el objetivo general de una empresa se logre plenamente es necesaria la función de Capacitación, esto se logra formando dentro de la empresa personal debidamente adiestrado para desempeñar sus funciones.

Por lo mismo, la capacitación es el órgano educativo de una empresa por la cual se satisfacen las necesidades presentes y se prevén las necesidades futuras respecto a la preparación y habilidad de los colaboradores. "La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en las necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador"²⁶

Adiestramiento

El término Adiestramiento se entiende como "la habilidad o destreza adquirida, por regla general en el trabajo preponderantemente físico. Desde este punto de vista el adiestramiento se imparte a los empleados de menor categoría y a los obreros en la utilización y manejo de máquinas y equipos."²⁷

²⁶ SILICEO, Alfonso. Capacitación y Desarrollo de Personal Ed. Limusa, México, 1985, p.13

²⁷ *Ibid.*, p.20

La capacitación ya definida anteriormente presupone un alcance mayor al Adiestramiento, aquí se incluyen los conceptos técnicos que requiere el personal con niveles de Ejecutivos y/o Funcionarios, ya que en su trabajo implica mayor esfuerzo pero de tipo intelectual; aquí el nivel a alcanzar es de tipo cognoscitivo.

El desarrollo llega a un nivel mayor que la capacitación, es un proceso integral", abarca la adquisición de conocimientos, fortalece la voluntad la disciplina del carácter y la adquisición de todas las habilidades que son necesarias para el desarrollo de los ejecutivos, incluyendo aquellos que tienen la más alta jerarquía en la organización de las Empresas".²⁸

Es a este nivel al que aspira todo proceso de capacitación y desarrollo de Personal, llegar a los niveles óptimos de calidad que se persiguen hoy en día.

En esta época es necesario demostrar que se aprende y trabaja sobre aspectos específicos, que son requeridos en el desempeño de las labores cotidianas, de aquí que se llegue a la especialización y surja el mayor obstáculo para que un empleado logre ascenso en alguna área o departamento diferentes; por lo que provoca el estancamiento y se obtenga como resultado la rotación de personal tan común en el país, pues el colaborador no aspira a mantenerse por tiempo indefinido en el mismo puesto y busca con razón la oportunidad en otra empresa.

Al tener definido el concepto de capacitación, desde el punto de vista pedagógico, se debe ubicar como un proceso, todo proceso en sí mismo implica el contener tres fases esenciales, permanentes las cuales interactúan cíclicamente, estas son;

1.- Planeación.- es la previsión de lo que va a hacerse, la identificación de las necesidades, metas y objetivos, niveles y características de los participantes,

²⁸ MENDOZA Nuñez, Alejandro. Manual para determinar las necesidades de capacitación. Ed. Trillas, México, 1987 p.22

análisis de estrategias y medios con los que se cuenta, todo esto con la finalidad de evitar improvisaciones y lograr con mayor efectividad el cumplimiento de los objetivos del curso.

2.- Realización.- es la ejecución del plan, la elaboración de los materiales a utilizar, realización de actividades ya programadas, y generar continuamente la motivación del participante.

3.- Evaluación.- una vez impartido el curso, es necesario corroborar si se ha cumplido o no con los objetivos del programa, si alguno se debe modificar, reconstruirse o eliminar, es la determinación del logro alcanzado.

El proceso de capacitación tiene como fin la adquisición o modificación permanente de formas de conducta y conocimientos que se verán reflejados en su personalidad y en su trabajo, la capacitación busca el crecimiento humano individual y colectivo.

Capacitación

La capacitación tiene como finalidad un cambio de conocimientos, habilidades y actitudes en el trabajador o agente de seguros, se puede pensar analógicamente como un proceso, ya que sigue un curso de acción ordenado, planeado y elegido con los mejores recursos, coordinado y evaluando los resultados obtenidos.

"La capacitación es un proceso que permite el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y al mismo tiempo asegura la formación y progreso del

individuo ya que le permite adquirir los conocimientos y aptitudes que contribuirán a su desenvolvimiento personal.²⁹

El proceso de capacitación requiere de una secuencia de etapas que son necesarias para cubrir y poder alcanzar el objetivo deseado.

Como punto de partida se debe realizar una investigación objetiva y profunda de las necesidades de recursos humanos, desde el punto de vista cuantitativo, cualitativo y proyectivo, para lograr satisfacer dichas necesidades a corto, mediano y largo plazo, según requiera el caso.

Ya obtenida esta información se fijan objetivos y planes de acción específicos orientados a cubrir las necesidades detectadas; se eligen las técnicas y métodos de enseñanza aprendizaje que garanticen el logro de los objetivos y la participación activa de los interesados.

Posteriormente se implanta todo el diseño pedagógico y se desarrollan los planes de acuerdo a los tiempos establecidos, aplicando sistemas de evaluación continua que permitan apreciar el avance de los niveles de aprendizaje alcanzados y al mismo tiempo proporcionaran información para un seguimiento óptimo o la rectificación del proceso de ser necesario.

En resumen, estos son los pasos a seguir en todo proceso lógico de capacitación según Siliceo y Mendoza Nuñez:

- Investigación y Determinación de necesidades
- Señalamiento de Objetivos

²⁹ CALDERON Córdova, Hugo. Manual para la Administración del Proceso de Capacitación de Personal, México Ed. Limusa 1980, p.25

- Diseño del Programa (definir qué contenidos de educación son necesarios, es decir, qué temas, materias y áreas deben ser cubiertas en los cursos).
- Recursos pedagógicos (formas, métodos y técnicas didácticas)
- Implementación y desarrollo.
- Evaluación.
- Seguimiento, continuidad, rectificación del proceso

Función del Instructor

Dentro del proceso de capacitación el papel que desempeña el instructor resulta vital puesto que realiza diferentes funciones.

Por ejemplo el ser líder, el ser expositor, mediador y por supuesto como maestro o facilitador.

El instructor orienta y alienta en las dificultades del participante, debe jugar un papel activo, no tradicional, de tal manera que los alumnos actúen libremente en forma espontánea y creativa para así, encontrar nuevas soluciones.

Más que limitarse a escuchar, con la ayuda del instructor, al participante se le debe convertir en buscador activo de información proveniente de sus experiencias personales y de grupo. Es importante que sepa como conducir las sesiones de instrucción, así como su planeación, pues una dirección correcta permite aprovechar los recursos disponibles, resolver los problemas que surjan y ajustar la instrucción a las características de los participantes.

Para poder manejar un grupo e instruirlo correctamente debe poseer el instructor los conocimientos necesarios, estar al día en su especialidad, ser un agente de

cambio, lograr involucrarse totalmente al grupo llegando así a establecer un ambiente tal que logre la automotivación del grupo.

El instructor es quien ejecuta y conduce el proceso. Para llevar a cabo sus funciones debe reunir ciertas características como son:

- Que realmente quiera ser instructor.
- Que tenga la disposición y habilidad para comunicarse.
- Que tenga conocimiento del tema, de lo contrario los grupos pueden captar fallas en su capacidad con relación al tema y puede perder el control y la autoridad.
- Que sepa como, es decir, el solo dominio relativo de un tema, no da a una persona garantía de que sabrá comunicarlo. El saber cómo (didáctica) permitirá al instructor ser ágil en el uso y variación de las técnicas que considere más eficaces para un objetivo determinado.
- Que conozca como aprende la gente para que su proceso enseñanza-aprendizaje de resultados con mayor facilidad y con mayor rapidez y efectividad.
- Que sepa comunicarse, debe ser hábil para ello con sus grupos y por lo tanto necesita poseer un vocabulario amplio tanto técnico como de uso común, esto puede dar claridad en la explicación de los conceptos que expone. Debe tener la destreza para saber escuchar, preguntar, contestar, analizar, enfatizar, sintetizar.
- Debe retroalimentar.
- Ser flexible, ya que la actividad propia está sujeta a cambios e interrupciones previsibles. Debe tener la capacidad de adaptación a las circunstancias, esto le permitirá responder con eficacia sin desorganizarse ni caer en reacciones exageradas.

Un instructor no solo transmite ideas e información, debe captar la atención de un grupo y motivarlo para que desee aprender.

Para seleccionar a un instructor se debe recordar que:

No todas las personas están calificadas, ni poseen las características idóneas para ser un instructor. El transmitir conocimientos requiere de valor y facilidad de palabra para poder enfrentar a un grupo y poder transmitir los conocimientos.

Al decir valor es referirse al sentimiento que enfrenta toda persona, sea instructor o no, ante un grupo de personas y a la realidad del grupo como tal, a sus reacciones y comportamiento en general; a la conducta individual, esto es, a la personalidad propia y particular de cada miembro del grupo.

Ambas deben ser consideradas por el instructor, para el manejo adecuado de las circunstancias en función de obtener nuevos resultados en el aprendizaje. El compromiso e interés por llevar a cabo su labor de la mejor manera posible representará un medio importante para el logro de los objetivos del curso.

De poseer todas o la mayoría de las características ya mencionadas, se podrá decir que esa persona posee el perfil adecuado que se requiere para llevar a buen término el proceso de capacitación en cualquier lugar.

Elementos de un Programa de Capacitación.

Dentro del proceso de capacitación inmerso en una empresa, se deben considerar los elementos necesarios para un programa de capacitación que lleguen a cubrir los objetivos previamente fijados a partir de una adecuada detección de necesidades.

En realidad el programa de capacitación es un proyecto que precisa los problemas que se enfrentaran mediante acciones de capacitación.

Los elementos a considerar en un programa de capacitación son los siguientes:

Objetivos.- el instructor elaborará él o los objetivos, los cuales determinaran con posterioridad contenidos de capacitación y adiestramiento.

Aquí el que elabora el objetivo tendrá que involucrarlos en el problema, explicárselos con claridad y darle una visión sobre las medidas a tomar para resolverlo.

Objetivo General.- Indica las habilidades conocimientos y/o actitudes esperadas en forma general como resultado del programa.

Objetivos Específicos.- de acuerdo al objetivo general planteado, los objetivos específicos deben particularizar los conocimientos, habilidades y/o actitudes que se esperan como resultado de la aplicación de los cursos.

Políticas.- todo programa de capacitación debe plantear claramente las políticas para su desarrollo. "Las políticas son líneas generales de conducta que deben establecerse con el fin de alcanzar su objetivo; éstas permiten al personal directivo de una organización tomar decisiones en cualquier momento ante determinada situación".³⁰

Las políticas, dentro de un programa de capacitación, son las normas generales a seguir en el desarrollo de la función de capacitación. Su determinación correcta evitara problemas potenciales tanto con el área usuaria como con los participantes; establecerá el compromiso de respetar las reglas establecidas.

³⁰ Idem.

Desarrollo del Programa.- este es el punto medular de un programa, en el se describen las acciones que van a resolver los problemas detectados, señalando los universos y los detalles de los módulos y/o cursos.

Se debe detallar la cobertura de acción, los requerimientos en materia de aulas, coordinadores y los puntos relacionados con la operación del programa.

Posteriormente a las especificaciones generales, es necesario referirse a los datos relacionados con el desarrollo de las acciones capacitadoras, es decir, apuntar el contenido de los cursos, así como de los apoyos al programa, (folletos, cartelones, películas, etc.).

Logística.- Actividades de apoyo al curso: apertura del curso, presentación de objetivos a los participantes, presentación del programa de actividades, presentación de los participantes, explicación de la metodología a utilizar actividades para finalizar el programa de capacitación, planeación del retorno, evaluación del logro de objetivos, retroalimentación al instructor, cierre del programa, determinación de duración del horario.

Establecimiento de un Programa de Capacitación

A continuación se describe un modelo general para establecer cualquier tipo de Programa de capacitación en el ámbito empresarial.

Identificar los Objetivos y las metas de la organización.- los administradores deben tener ante todo un plan para la organización y deben entenderse con el departamento de capacitación para que los instructores tengan una idea global de la organización en la actualidad y en el futuro.

Los instructores deben saber si se prevén grandes cambios que tengan algún efecto sobre el esfuerzo de capacitación.

Los responsables de la capacitación deben considerar a la capacitación como un nexo entre ellos y el resto de la empresa, es preciso comunicar información sobre la misión y la filosofía, y esto se logra en gran medida por medio de la capacitación.

Identificar las Metas Organizaciones que se alcanzaran mediante la capacitación.- La administración debe desarrollar un plan de acción para alcanzar sus metas, dentro de este marco, ciertas metas se lograrán mediante capacitación, los administradores deben identificar tales objetivos y entenderse con los instructores para formalizar un plan de acción en estas áreas.

Analizar qué se debe enseñar.- Los instructores deben entenderse con los coordinadores, los supervisores y los empleados a fin de analizar las necesidades en determinada área.

Hay que consultar con los supervisores en cuanto a las necesidades de capacitación sobre las normas y políticas de la compañía y del departamento, la orientación al lugar de trabajo y la naturaleza de la supervisión.

Igualmente hay que consultar con los empleados y observarlos para obtener información sobre el cargo, sus labores y el lugar que ocupan en el proceso. El instructor solamente puede cumplir su trabajo cuando tenga la evaluación válida de las necesidades y cuando vea como encaja la capacitación dentro del cuadro global.

Diseñar el programa de capacitación.- Hay tantas modalidades de instrucción como instructores, en el proceso se transmite buena parte del estilo personal del

instructor, por esta razón el debe sentirse a gusto con los métodos y los medios empleados.

Al instructor se le debe permitir que diseñe su propio programa con autonomía y según sus propios puntos fuertes, pero siempre atendiendo las necesidades de quienes están capacitando.

En general, la capacitación debe contener diversos métodos y medios porque entre las personas se presentan diferentes maneras de aprender.

La capacitación para el cargo debe comprender trabajo formal de clase, trabajo experimental, materiales didácticos claros y la utilización de métodos estadísticos.

El trabajo formal de clase es necesario para impartir información cognoscitiva y darles orientación a los empleados nuevos sobre la organización, su filosofía y sus metas.

Los instructores pueden suministrar muchos tipos de experiencias de aprendizaje mediante el uso de libros, cuadernos de trabajo, técnicas audiovisuales, aprendizaje programado, enseñanza con ayuda de computadoras, simuladores, discusiones, estudio de casos, conferencias.

Al variar los métodos y los medios se logra mantener la atención de los apéndicees adultos, el trabajo de clase debe plantearse cuidadosamente para que la presentación sea pertinente, informativa, interesante, objetiva y bien organizada. Si los participantes sienten que la instrucción no esta a la altura de sus necesidades, perderán interés y se distraerán.

Capacitación por experiencia.- la experiencia es imprescindible, la mayoría de los cargos emplean técnicas que solamente se aprenden con la práctica, lo ideal

es que el aprendizaje se haga con un experto en el ramo, como generalmente esto no es posible, algunas alternativas son la capacitación en el lugar de trabajo o la capacitación en un ambiente simulado.

El medio simulado puede ser útil porque los empleados no se sienten presionados a producir en el sitio real de trabajo.

Materiales Didácticos.- Los alumnos necesitan instrucciones claras, concisas y tangibles que describan:

- Los productos/servicios de la organización
- Las características de calidad, las especificaciones y definiciones operacionales.
- La filosofía y metas de la empresa.
- Labor del trabajador, del proveedor, del cliente y del supervisor.
- Esto dará al alumno la oportunidad de integrar todos esos aspectos de su cargo y permitirá referirse al material en caso de dudas.

Realización del programa de capacitación.- una vez incorporadas en el programa de capacitación las metas organizacionales y las evaluaciones de objetivos y necesidades, se procede a realización de la capacitación.

Algunos de los factores que pueden obstruir el esfuerzo son las consideraciones logísticas, los cambios en el orden de prioridad y la resistencia al cambio.

Consideraciones logísticas.- Decidir el momento conveniente para que todos participen en la capacitación, el lugar, quién asistirá y cuánto tiempo durará (surgen y suelen involucrarse asuntos políticos dentro de la organización).

Se debe hacer todo lo posible por apoyar el esfuerzo de capacitación y superar estos aspectos logísticos.

Hasta donde les sean posible los instructores deben ayudarles a los administradores a conservar una perspectiva de largo plazo en lo relacionado con la capacitación.

"La resistencia a la capacitación es un fenómeno común. La gente teme al cambio y no le agrada situarse en posición de aprender por razón de dificultades en el pasado o porque no quiere revelar sus flaquezas, esto el instructor lo deberá tener en cuenta y afrontarlas directamente."³¹

El fenómeno antes descrito se presenta ya que los participantes se encuentran en su gran mayoría en su estado de confort, piensan que si las formas de trabajar actualmente les han funcionado, para que cambiarlas, es una resistencia natural al cambio a lo desconocido, es el no darse la oportunidad de ser perfectible, entendido esto como el hecho de saber cada día mas y que los participantes crean que ya no hay nada por descubrir.

Cuando se le hace ver al participante su resistencia, suelen reconocerla y con el tiempo y un poco de ayuda logran superarla y seguir adelante con su aprendizaje.

Evaluación de la capacitación.- Viene a ser en realidad una retroinformación. Los alumnos que se están capacitando son los clientes y los instructores son los proveedores dentro del proceso.

La retroalimentación se puede dar en forma de cuestionario, verbalmente, o una combinación de ambos.

Los instructores modificaran sus programas con base en la retroalimentación de los participantes a fin de aproximarse más a sus necesidades en la los siguientes cursos.

³¹ S.C.A. Manual del colaborador en capacitación, gerencia de capacitación, México 1990 pág. 38

Calidad en los cursos de capacitación.- Cuando se habla de una planeación de cursos con éxito, se hace la referencia a la calidad del mismo, dentro de la concepción teórica de la Tecnología Educativa, la calidad es algo medible, es el grado en que se han logrado los objetivos señalados para las actividades educativas precisas en el plan de capacitación.

La calidad hace mención al producto que se ha logrado en el proceso de enseñanza y no a los recursos y procesos que se requieren para el logro del producto u objetivo final.

Aunado al producto de capacitación, se utilizan otros indicadores para medir la calidad de la educación estos indicadores son cognoscitivos y se expresan normalmente como puntajes en pruebas uniformes.

Hay tres indicadores que según Husen Torsen (1986) utilizan las organizaciones:

- a) Insumos, que son recursos financieros disponibles.
- b) El proceso enseñanza aprendizaje, en término del tiempo que se destina a la enseñanza, la calidad de tareas asignadas y las estipulaciones curriculares.
- c) Los productos en términos de logros de los alumnos según se hayan evaluado (medición en función de los recursos).

Resulta de gran importancia mencionar en dónde se comenzó a hablar de, calidad total, el creador de esta filosofía es un japonés de nombre Kaoru Ishikawa.

Para él practicar el control de calidad es "desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio al consumidor".³²

³² ISHIKAWA, Kaoru, Qué es el Control de Calidad Total?, la modalidad japonesa. Ed Norma, México, 1989. P.40

Menciona que si a las personas se les trata como máquina el trabajo perderá todo su interés y dejará de ser una fuente de satisfacciones. En tales condiciones no sería posible esperar productos de buena calidad.

Con este autor, el concepto de calidad total se logra siguiendo una educación dentro de las industrias mediante la práctica del sistema de círculos de calidad.

El objetivo fundamental para el éxito de estos círculos es eliminar al máximo la supervisión. Ishikawa tiene la filosofía sé que el hombre es bueno por naturaleza, si se le educa puede convertirse en una persona confiable en quien se puede delegar autoridad.

Mediante la educación y la capacitación los subalternos se tornan confiables y la amplitud de control (número de personas que un individuo puede supervisar directamente) se amplía mucho más.

La calidad es una filosofía de trabajo en donde el fin último es cumplir con los requerimientos del cliente o el usuario(ya sea interno o externo).

La calidad debe ser definida por éstos requerimientos en cumplimiento de sus expectativas y sus necesidades. Así pues para lograr la calidad se debe poner en el lugar de los demás y esto se debe hacer con base a una forma determinada de hacer las cosas, así como de controlar que el proceso productivo se encuentre dentro de las especificaciones que da el usuario.

Esta filosofía apoya la educación, esta debe continuarse indefinidamente "el control de calidad empieza con educación y termina con educación".³³

³³ Ibid. p. 45

Para promoverla se debe dar educación a todos. La calidad es una revolución conceptual, por esto se debe repetir una y otra vez para cambiar los procesos de raciocinio de todos los empleados.

A diferencia del Japón, en occidente se hace hincapié en el elemento de capacitación, que es desarrollar las destrezas que convienen a la empresa. Para el japonés, esto debe cambiar, lo que los empleados necesitan es educación, se tiene que lograr que piensen y luego cambien sus maneras de pensar.

La calidad no es tan solo calidad en el producto, sino calidad en el trabajo, calidad en el servicio, en las personas incluyendo a los trabajadores, gerentes, directivos y áreas de ventas, calidad en los objetivos comunes, es decir lograr un enfoque básico en controlar la calidad en todas sus manifestaciones.

Para Feigenbaum, mejorar la calidad se debe definir claramente la misión y objetivos de la institución, establecer las metas de calidad de la misma, se deben desarrollar planes institucionales a corto y largo plazo.

Exigir que el personal docente esté calificado formalmente en su disciplina y que comprenda que es engranaje central de esfuerzo por la calidad demandándose de ellos que interactúen con los estudiantes, los respeten, les exijan, los motiven por el logro del objetivo institucional y el dominio de la materia.

Para Feigenbaum, se debe elaborar un currículo en forma de competencias, dar a los cursos una orientación práctica a la solución de problemas, elaborar un plan de curso que desarrolle las destrezas básicas a tono con los requisitos profesionales y ocupacionales. Además establecer programas remediadores para los cursos que demuestren deficiencias y programas de honor para aquellos que se distinguen, y finalmente establecer mecanismos formales informales de participación (círculos de calidad).

De la teoría a la práctica, la preocupación actual en los países altamente industrializados sobre la "norma o nivel de calidad"; se han visto inspirados por la competencia internacional, económica y militar principalmente.

Aquí, la calidad se refiere al grado en que se han logrado los objetivos para ciertas actividades educativas que tienen lugar en los centros de adiestramiento y capacitación de las empresas.

La evaluación del producto se formula por la regla general mediante una medición de la calidad (medición cualitativa).

Se ha hablado mucho de educación de calidad, pero para proseguir con este concepto hay que dejar claro que es educación para las empresas. " si por educación se entiende enseñar, y si por enseñar se entiende transmitir conocimientos, el problema de conservar o incrementar la calidad de la educación se centra entonces en los conocimientos, en su accesibilidad en su vigencia o caducidad, en su organización o estructuración lógica incluso psicológica, en la pertinencia con respecto al perfil del trabajador para el puesto".³⁴

Se centra también en la transmisión de los conocimientos, en los métodos y técnicas de enseñanza que se utilizan, si son activos o pasivos, si son meramente verbales o si se utilizan medios audiovisuales, si son tradicionales o innovadores.

Bajo esta concepción de la educación, la solución al problema de la calidad pareciera ser la Tecnología Educativa.

"Para algunos la educación es la enseñanza, es la acción de enseñar nada más, es transmitir solo conocimientos."³⁵

³⁴ GITLOW, Howard S. Como mejorar la Productividad en la empresa. Ed. Norma, México, 1990.p. 124

³⁵ Ibid. p. 126

Al hablar entonces de calidad de los resultados o de los productos de la educación, concretamente de un curso o cursos de capacitación, se puede inferir o verificar a través de la contratación o comparación entre los conocimientos que se pretendía enseñar y los que efectivamente demuestra tener el alumno en una prueba que si es "objetiva" mucho mejor.

De esta manera a través de mediciones se demuestra el porcentaje en que se han alcanzado los objetivos de enseñanza aprendizaje; se suele hablar entonces, de los grados o niveles de la Calidad del aprendizaje y de la calidad de la enseñanza.

Otros autores como hablan de distinguir entre estos aspectos que denominan cuantitativos y otros que serian los aspectos cualitativos de conocimientos adquiridos, lo que implicaría mas bien, una evaluación entretenida como valoración, es decir que tan importantes son esos conocimientos para la vida profesional y para la vida social; "son o no significativos para el sujeto, si son transferibles o bien si son aprendizajes finalmente".³⁶

Resumiendo la capacitación se centra principalmente en la modificación de los conocimientos, habilidades y actitudes de los participantes, no perdiendo de vista el verdadero objetivo de la enseñanza que es el aprendizaje.

³⁶ GITLOW, Howard S. Como mejorar la Productividad en la empresa. Ed. Norma, México. 1990 p.126

CAPITULO VI

EVALUACION DEL CENTRO EDUCACIONAL COMERCIAL AMERICA

En este capitulo se encuentran concentrados los resultados obtenidos en la encuesta que se realizo en distintos CECA's de la República Mexicana, esta información se recabo para saber la percepción que se tiene del centro educacional Comercial América en cuanto a sus servicios generales de capacitación.

La encuesta (anexo XI) refleja resultados que van desde los planes de estudio de la carrera de agentes, las instalaciones de los diferentes centros de capacitación a nivel nacional, la evaluación de los instructores, manuales que se proporcionan en cada uno de los cursos existentes, como se recibe la información y la forma de cómo se transmite la misma dentro de los cursos.

Cabe mencionar que probablemente estos resultados no sean significativos, ya que la muestra fue realizada a 150 agentes de seguros, de una población total de 5000, pero aun así nos demuestra el sentir de una pequeña parte de nuestra fuerza de ventas, se hizo con la finalidad de reafirmar algunos aspectos que en mi caso ya los habia detectado y se concluyo efectivamente que las observaciones que ya tenia no estaban muy lejos de la realidad puesto que así se confirman con los resultados obtenidos.

A continuación se detallan los datos obtenidos así como sus gráficas correspondientes y las conclusiones de cada una de las preguntas de acuerdo a los resultados obtenidos.

ANALISIS DE RESULTADOS

En la encuesta que se realizo arrojo los siguientes datos:

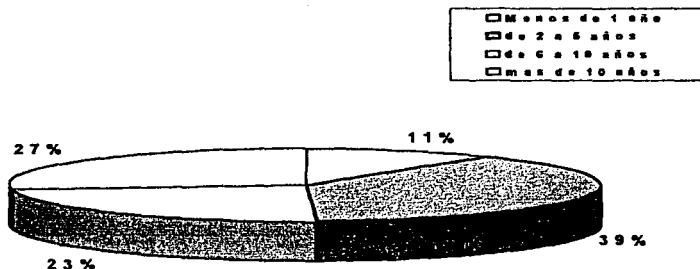
Pregunta 1.- ¿ Cuantos años tienes como agente de seguros en esta compañía?

La mayoría de las personas encuestadas tiene una antigüedad de entre dos a cinco años, como lo demuestra la gráfica No. 1.

Esto se puede deber a que los que tienen mas de 10 años de antigüedad, particularmente se encuentran en etapas de cursos mas avanzados, es decir de Vida II y Daños II en adelante, en su mayoría las encuestas, se realizaron cuando los agentes participaban en cursos como Talleres, Vida I, A.P. Y G.M.M., prácticamente son cursos que se toman al inicio de la carrera de agente.

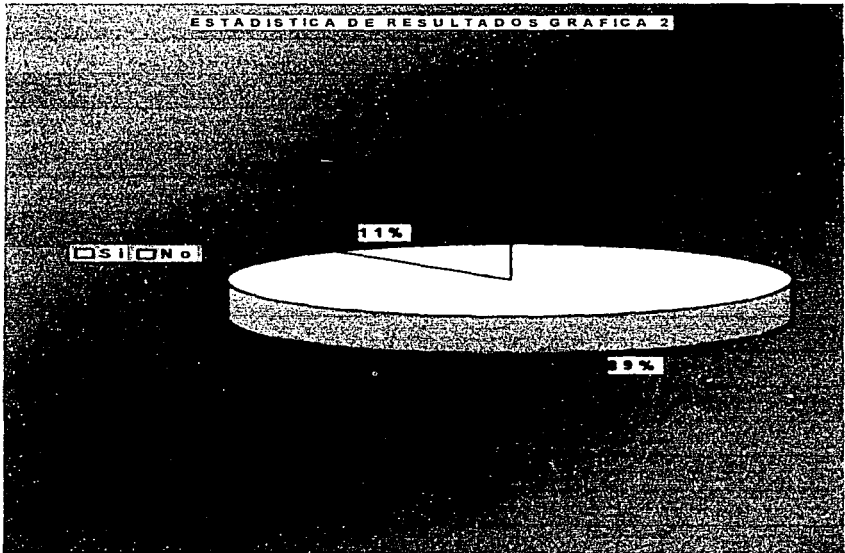
El segundo rango esta entre los agentes que tiene mas de 10 años, ya que ellos necesitan horas de capacitación para poder realizar el refrendo de su cédula.

ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 1



Pregunta 2.- ¿ Conoces los servicios que ofrece el departamento de capacitación ?

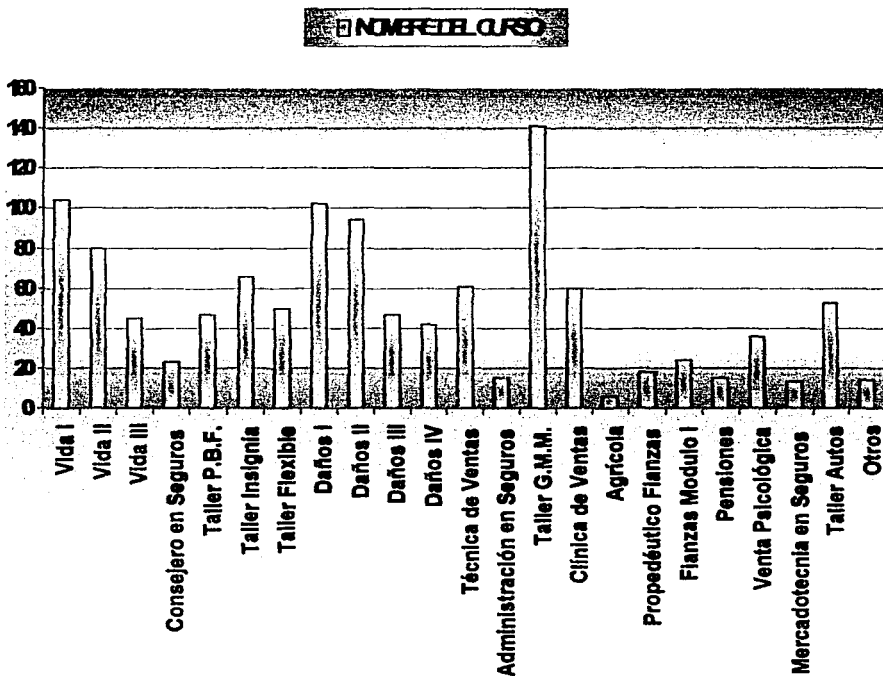
Los agentes de seguros que acuden a nuestras aulas de capacitación, en su gran mayoría si conocen los servicios que ofrecemos, como se podrá observar en la gráfica no. 2.



Pregunta 3.- ¿ De los siguientes cursos cuales has tomado ?

Casi todos han tomado el primer nivel de capacitación en los que constan los cursos de Vida I, Daños I, en ella también destaca, que en su gran mayoría han tomado principalmente los Talleres de G.M.M., Daños II, Vida II, Taller Insignia, Técnica de Ventas, etc., esto se observa en la gráfica siguiente la no. 3

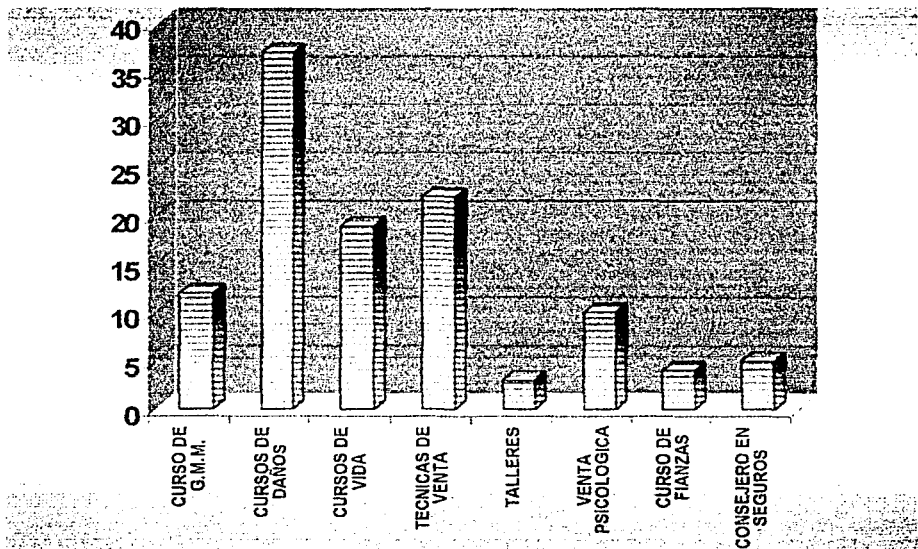
ESTADÍSTICA DE RESULTADOS GRÁFICA 3



Pregunta 4.- De los cursos mencionados con anterioridad ¿ Cual (es) te ha parecido más interesante (s), y porqué ?

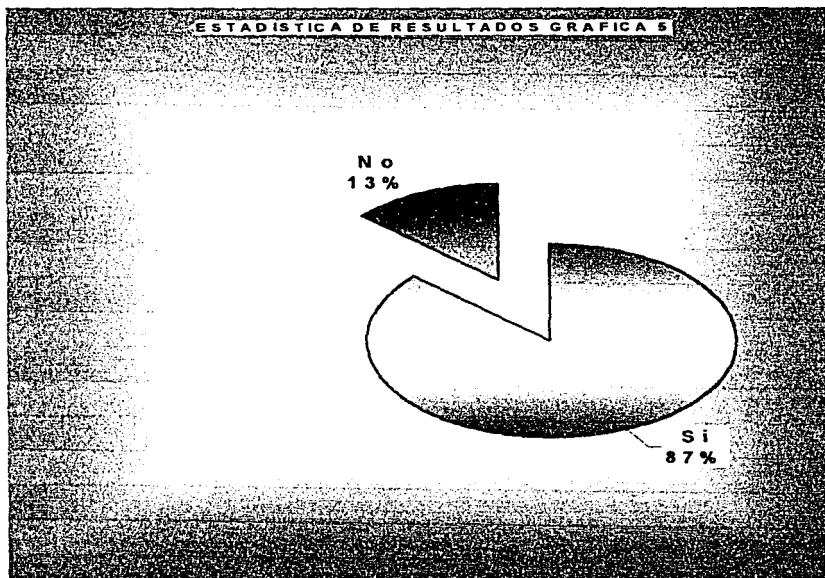
De los cursos que presenta la carta de servicios, se destaca que los cursos de Daños son los que cuentan con una mayor predilección por parte de la Fuerza de Ventas, gráfica no. 4.

ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 4



Pregunta 5.- ¿ Te parecen adecuados los horarios de los cursos ?

En lo que se refiere a los horarios de los cursos, en un 87% se inclinan a que es aceptable el horario de los mismos, como se ve en la gráfica no. 5, que en un 90%, los cursos se imparten en un horario de 9:00 hrs. a.m. a 15:00 hrs. p.m.

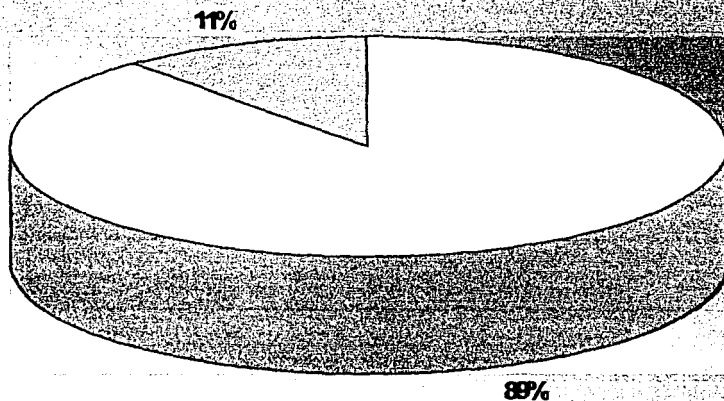


Pregunta 6.- ¿ Son apropiadas las aulas de capacitación ?

Las instalaciones en donde se imparten los cursos en un 89% de los encuestados si las creen adecuadas y en un 11% no les parecieron adecuadas.

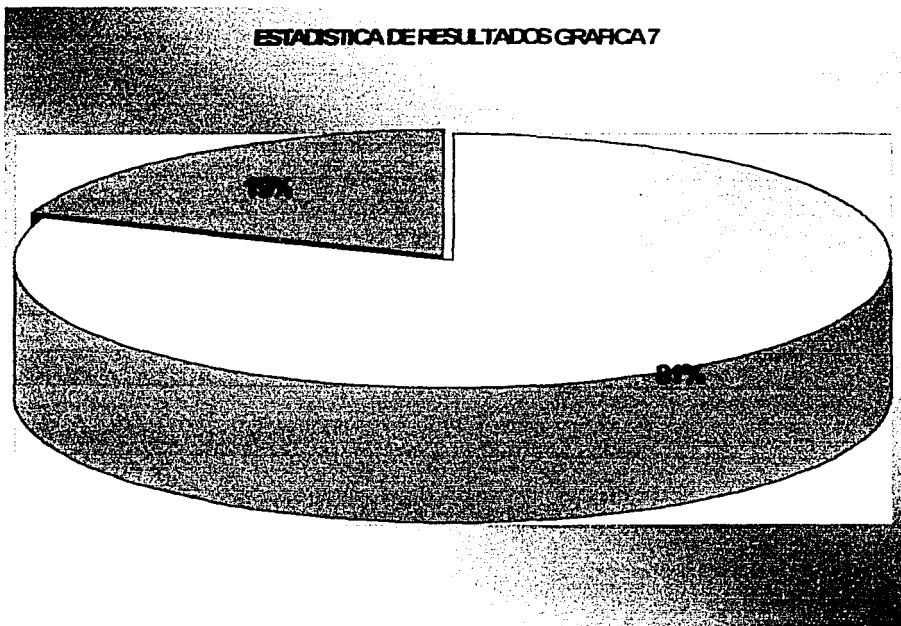
Se identifica ese 11% fueron personas encuestadas en el interior de la república porque en sus comentarios, mencionan que falta ventilación en las aulas, aire acondicionado y en realidad en muy contadas plazas no se cuentan en muy buenas condiciones de ventilación esto se ve en la gráfica no. 6.

ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 6



Pregunta 7.- ¿ Se te informa oportunamente de los nuevos productos, actualizaciones de tarifas y condiciones generales de las pólizas ?

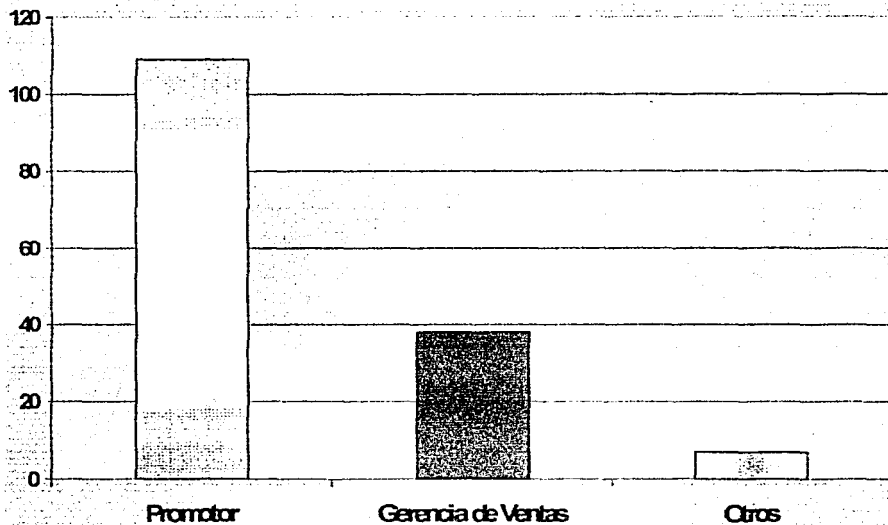
Los resultados de la pregunta que se refiere a la información de cambios en todo tipo de documentos que interfieren ante la fuerza de ventas, si les llega con oportunidad o no, el 81% contestó que si les llega con oportunidad y el 19% contestó que no les llega con oportunidad, gráfica no. 7.



Pregunta 8.-¿ A quién corresponde la distribución de la información anterior ?

La gran mayoría se inclino porque al promotor es a la persona que le corresponde dar a conocer esta información, y en efecto es al a quien corresponde esta actividad puesto que es a ellos a las primeras personas que se les informa de los cambios que sufren, los productos, los cambios en cuanto a las políticas de aceptación, etc. Observese gráfica no. 8

ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 8

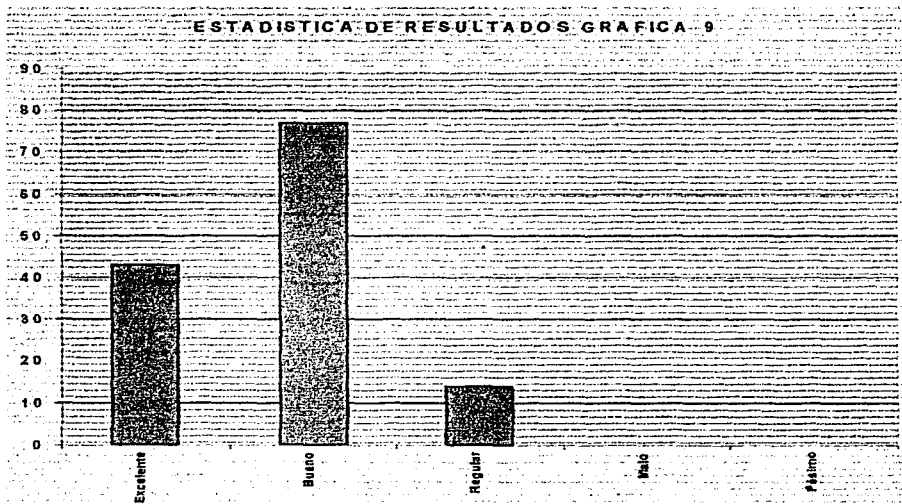


Pregunta 9.- ¿ Cómo consideras el material que se utiliza en los cursos de capacitación ?

En cuanto a los materiales que se distribuyen en los cursos, los resultados nos muestran que a la gran mayoría les parece bueno el material.

En segundo termino les parece excelente.

Posteriormente se encuentra la calificación de regular y ninguna persona opina que el material fuera malo o pésimo, gráfica no. 9.



Pregunta 10.- ¿Qué opinión tienes de los capacitadores ?

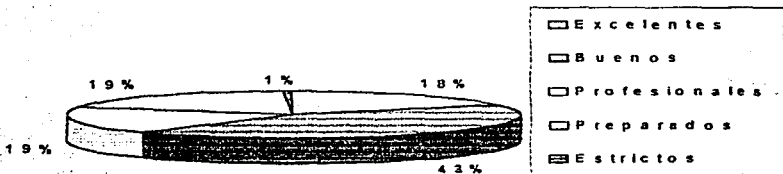
La evaluación en cuanto a los capacitadores la que obtuvo mayor porcentaje fue la de Buenos con un 43%.

Después se encuentra la calificación de Excelente y Profesionales en donde ambos tienen el mismo porcentaje de 19%, con el 18% se encuentra la opinión de Preparados.

Solo un 1% considera que los capacitadores son estrictos, con esto resumimos que la imagen de los capacitadores de este centro educacional es buena y esto es una fortaleza, porque no solo su profesionalismo es reconocido dentro de la empresa sino también en otras instituciones educativas dedicadas a la capacitación de agentes.

La buena imagen de ellos es reconocida por otras empresas aseguradoras, gráfica no. 10.

ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 10



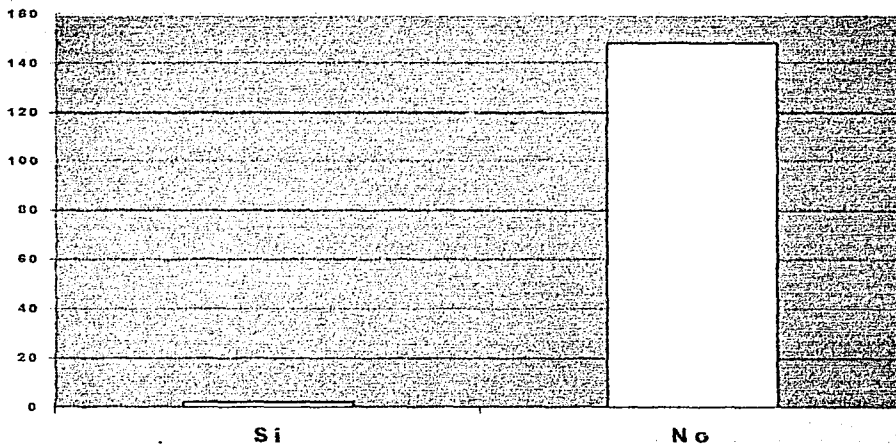
Pregunta 11.- ¿ Haz tenido algún problema con alguno de ellos ?

En cuanto a su relación Humana con los asistentes a los cursos, se hizo la pregunta si se han tenido conflictos con alguno de los capacitadores, se hizo de forma global sin mencionar en particular a ninguno de los capacitadores.

La respuesta obtenida en un 98% no han tenido problema con ninguno de ellos.

Solo el 2% comento que si habían tenido problemas, se pregunto que tipo de problemas y se menciona que es por lo estricto en particular de un capacitador, y esto es debido a la disciplina que se pide al inicio de cada uno de los cursos, gráfica no. 11.

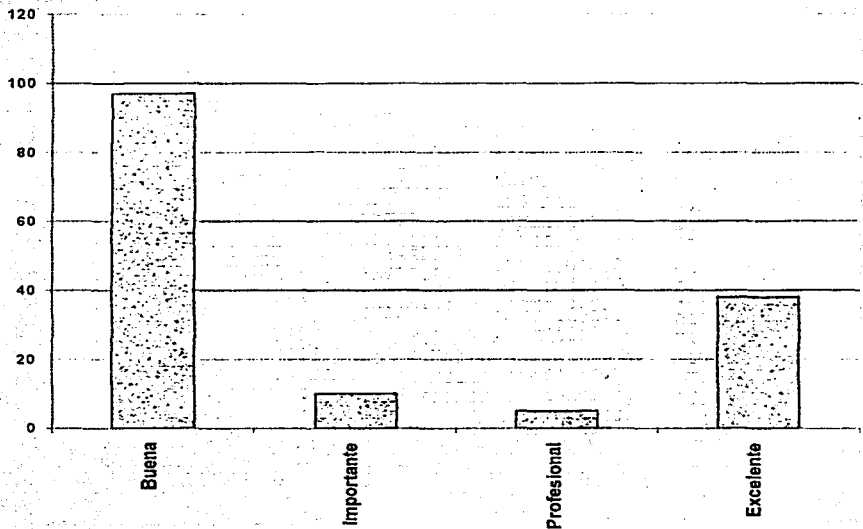
ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 11



Pregunta 12.-¿ Que opinas de la capacitación de S. C. A. ?

La opinión global del centro de capacitación que se pregunto directamente en el numeral 12 fue buena en su mayoría, gráfica no. 12.

ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 12



Pregunta 14.- ¿ Que sugerencias propondrías para mejorar la capacitación ?

En la última pregunta en donde se solicita la opinión de cómo se podría mejorar el servicio del centro educacional, el 35% contesto que no-teina ninguna recomendación.

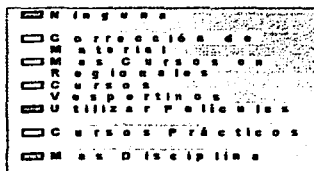
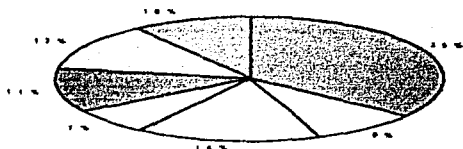
El 9% que se hicieran las correcciones al material impreso, ya que en algunos de ellos no se encuentra la actualización correspondiente, existe errores ortográficos, de redacción, o se mencionan algunos conceptos que ya son obsoletos.

El 16% comento que se incrementaran los cursos en los diversos centros educacionales en el interior de la república, el 7% opino que se den mas cursos en horario vespertino.

El 11% sugiere que se utilicen películas como apoyos didácticos ya que en ocasiones se les hacen tediosos los cursos porque la gran mayoría son muy técnicos, el 12% de los encuestados sugieren que los cursos tengan aplicación práctica, que no solo se limiten a la teoría, puesto que la actividad de ellos es meramente práctica, les gustaría que cada uno de los conceptos que se aprenden en las aulas se pudiera trasladar al campo de la práctica para saber como manejar cada uno de los clientes con los que tratan.

Para finalizar el 10% de los encuestados sugiere que se debería de tener una mayor disciplina en los cursos, gráfica no. 14.

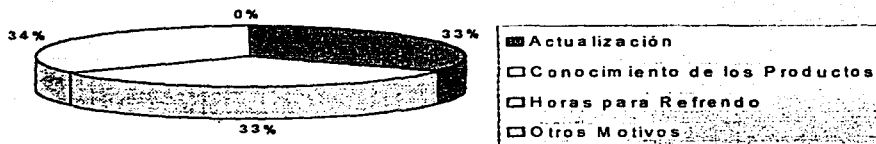
ESTADÍSTICA DE RESULTADOS PREGUNTA 14



Pregunta 13.- ¿ Porqué asiste a los cursos de capacitación ?

La pregunta dirigida del porque asisten a los cursos, se encontró totalmente en igualdad de circunstancias y destacaron tres principalmente que fue la de actualización, conocimiento del producto y horas de refrendo, gráfica no. 13.

ESTADISTICA DE RESULTADOS GRAFICA 13



Pregunta 14.- ¿ Que sugerencias propondrías para mejorar la capacitación ?

En la última pregunta en donde se solicita la opinión de cómo se podría mejorar el servicio del centro educacional, el 35% contesto que no-tenia ninguna recomendación.

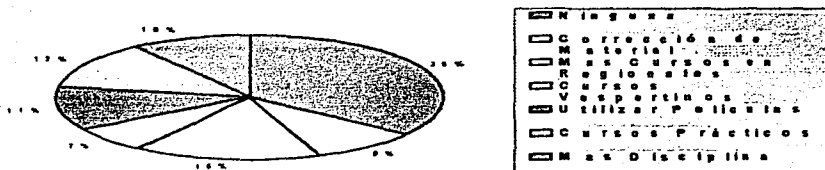
El 9% que se hicieran las correcciones al material impreso, ya que en algunos de ellos no se encuentra la actualización correspondiente, existe errores ortográficos, de redacción, o se mencionan algunos conceptos que ya son obsoletos.

El 16% comento que se incrementaran los cursos en los diversos centros educacionales en el interior de la república, el 7% opino que se den mas cursos en horario vespertino.

El 11% sugiere que se utilicen películas como apoyos didácticos ya que en ocasiones se les hacen tediosos los cursos porque la gran mayoría son muy técnicos, el 12% de los encuestados sugieren que los cursos tengan aplicación práctica, que no solo se limiten a la teoría, puesto que la actividad de ellos es meramente práctica, les gustaría que cada uno de los conceptos que se aprenden en las aulas se pudiera trasladar al campo de la práctica para saber como manejar cada uno de los clientes con los que tratan.

Para finalizar el 10% de los encuestados sugiere que se debería de tener una mayor disciplina en los cursos, gráfica no. 14.

ESTADISTICA DE RESULTADOS PREGUNTA 14



Como se puede observar en la encuesta que se presentó a los participantes difiere un poco en la presentación de la misma al momento de analizar los resultados, y esto se hizo en función que se destacaron los elementos que se relevaron mas a la hora de analizar la información correspondiente, también se hace notar que se elimino la pregunta no. 12 puesto que ninguno mencionó haber tenido problema con ningún capacitador.

De la misma forma no se mencionó nombre alguno, por tal motivo se eliminó la pregunta correspondiente, y al momento del análisis de los datos las preguntas subsecuentes se recorrieron hacia arriba.

Con estos resultados se confirma algunas de las apreciaciones que observe cuando ingrese a este departamento hace 5 años, por lo tanto se reafirmara en la modificación de algunos puntos en particular como lo es la elaboración de los manuales de capacitación, el manejo de dinámicas distintas para la enseñanza de los productos de la compañía.

Las propuestas y recomendaciones que se hacen se encuentran en un apartado específico para tal caso.

VALORACION DE LA ACTIVIDAD PROFESIONAL

Como se ha visto en capítulos anteriores el Centro Educativo Comercial América no solo cumple con su función como empresa de contribuir a proporcionar herramientas a sus agentes de seguros para facilitarles su labor de ventas, también cumple con una función social que es la de incrementar el nivel académico de cada uno de los agentes de ventas que así lo quieran, y más aún a este tipo de programas, se han estado agregando paulatinamente empleados de la misma compañía aseguradora.

Dentro de mis funciones en el departamento de capacitación, se destacan la revisión de los manuales de talleres de ventas, que sirven para que los agentes de seguros comprendan adecuadamente los productos que venden, adecuación de manuales de capacitación a cada una de las divisiones regionales en las que se tiene dividida la república mexicana, puesto que los productos en algunos puntos de la república son regionalizados y estas adecuaciones no se tenían contempladas y representaba una dificultad a la labor del capacitador cuando no se tiene el conocimiento de las diferencias existentes en los productos según la región.

Sé rediseño y reelaboró el manual de capacitación propedéutico vida y daños, ya que estos manuales en 25 años no se habían revisado y la desactualización era tal que complementábamos los manuales con fotocopias de las actualizaciones y se terminaba por hacer otro manual pero con puras fotocopias.

Se sugiere la reestructuración de la metodología de los manuales correspondientes a la carrera de agente de seguros, puesto que la mala estructura perjudica el buen aprendizaje de los asistentes, al saltar de un capítulo a otro sin un orden preciso, así como también se ha hecho observación de actualizar estos mismos manuales ya que existen desde hace 25 años, tiempo en el cual se empezaron a impartir los cursos de capacitación.

Con respecto al punto anterior cabe destacar que esta modificación se ha estado llevando a cabo a partir de enero del año 2001, en el cual un comité que esta compuesto por diferentes áreas del departamento de capacitación validan la información de cada uno de los capítulos que se revisan, así como la estructura de los mismos, menciono también que yo formo parte de este comité.

Se ha hecho del conocimiento de mi jefe los resultados obtenidos en la encuesta presentada en este trabajo, obteniendo respuesta favorable al respecto ya que se están tomando medidas que van en función de mejorar la calidad de la enseñanza, incorporando en los cursos dinámicas, videos actualizados y acorde a nuestra realidad, eficiencia y eficacia en la calidad de la información que se transmite a través de los capacitadores, así como el incorporar una retroalimentación al final de cada curso para la evaluación de diferentes aspectos en función de enriquecer e incrementar nuestra labor profesional.

Se propondrán diversos cursos que estén dirigidos a la administración de los agentes de seguros puesto que esta es una parte fundamental en su organización.

Se propondrán tomar cursos de actualización para los capacitadores, ya que en su gran mayoría tienen mas de cinco años de antigüedad en el puesto y ninguno de ellos a procurado actualizarse en técnicas didácticas para impartir cursos esto es importante ya que en su mayoría ninguno tiene preparación humanística.

Por último se hará la recomendación de seguir con los cursos de profesionalización, puesto que el valor del conocimiento es invaluable y solo el conocimiento es el que engrandece el espíritu humano y nos hace mas libres.

CONCLUSIONES

La andragogía o Educación de los adultos se ubica dentro del universo que conforma a la educación, esta se encuentra orientada al autoconocimiento, desarrollo y adaptación al cambio del adulto.

El sinónimo de cambio en educación, es aprendizaje, que es el cambio en la conducta personal que en el adulto se da de manera voluntaria y consiente.

Se basa en la motivación y en la ejercitación de lo aprendido, debe ser constante y estar continuamente reforzada, hacer que el adulto quiera saber, comprender, creer, actuar y adquirir habilidades.

Esta concepción actual de la educación es el resultado de una evolución de ideas, conceptos y enfoques sobre el cómo debe ser el proceso educativo para llegar a un aprendizaje completo.

Con el surgimiento de nueva tecnología en este siglo, la sociedad ve ahora a la educación como un agente de cambio, capaz de solucionar problemas y carencias tanto a nivel escolar, como en las grandes organizaciones empresariales o de producción.

Este cambio puede ser posible modernizando los sistemas anteriores de educación, con el desarrollo, implantación y operación de nuevos sistemas educativos interactivos, que pueden repetirse una y otra vez, produciendo confiablemente los resultados educativos deseados no importando las características individuales de cada grupo por separado.

Con base al panorama descrito en capítulos anteriores y finalizando con los resultados reflejados en las encuestas realizadas, las conclusiones a las que se llevo van encaminadas a, la percepción que yo tenía del centro educacional en el momento en que me integre a este equipo de trabajo, no estaba muy ajena a

la realidad que se percibí por parte de los agentes de seguros en los resultados obtenidos, a continuación mencionare las propuestas y recomendaciones que se hacen para mejorar el proceso de capacitación para lograr la motivación necesaria para lograr un mejor aprendizaje:

- Revisión y elaboración del material de capacitación debe de estar a cargo de pedagogos, sustentado en que a través de los 25 años que tiene de antigüedad el centro educacional, han sido elaborados en un 80% aproximadamente por técnicos especialistas en las áreas correspondientes, pero en cuanto a la metodología y estructuración de los mismos, contienen deficiencias que repercuten en el buen desarrollo del aprendizaje.
- Reelaboración de los manuales se sugiere actualizaciones por lo menos trimestrales.
- Los cursos además del contenido técnico, contendrá un apartado de cómo aprovechar los conocimientos adquiridos en la venta de cada uno de los productos que se conocieron en cada uno de los cursos, práctica de ventas.
- Se propone la elaboración de cursos para el manejo de habilidades de ventas, el cual deberá de estar a cargo de verdaderos especialistas, refiriéndome a tener como apoyo para la elaboración de estos cursos, de los mismos agentes de seguros, ya que ellos tienen la práctica en el campo.
- La información que debe llegar a los agentes se dará por los canales de distribución adecuada para cada caso en específico, por ejem. hojas de producto, información de políticas de aceptación, cambios en las condiciones generales, etc.
- Los capacitadores deberán tomar cursos de capacitación por lo menos dos veces al año para actualización, adquisición y renovación de los conocimientos y habilidades existentes ya que en la mayoría de los

encuestados mencionaron que no se ha renovado la plantilla de capacitación en un 70%, siempre son los mismos capacitadores, los ejemplos que el capacitador utilizaría para su exposición, son siempre los mismos, el curso se da con las mismas herramientas que hasta cierto punto algunos agentes de seguros se les hace tedioso y cansado puesto que la única motivación que tienen para tomar el curso es el conseguir horas para refrendar su cédula.

- Se propone la renovación y creación de material didáctico, apoyado por los medios modernos de capacitación como lo pueden ser, el Internet, los CD-ROMS, multimedia, la computadora y microcomputadores incluyendo la paquetería contenida en los mismos, etc.,
- En medios de capacitación ya existentes en CD, se recomienda anexar al mismo, un libro de trabajo en donde solo se contemplen los aspectos más relevantes y este sirva como libro de consulta y apoyo bibliográfico.
- Se recomienda hacer uso de dinámicas grupales en todos los cursos, ya que estas solo se utilizan en algunos cursos.
- Se aconseja la utilización de material videograbado.
- Se pide que los capacitadores no sean especialistas en un solo tema, se deben de convertir en multidiciplinarios.
- Se exhortara a promocionar las actividades académicas de profesionalización a que el cupo de mayor porcentaje sea por parte de los agentes de seguros y no de empleados de la empresa como ha estado ocurriendo en las últimas dos generaciones de egresados en el diplomado, y maestría.

Considero que si estas propuestas y recomendaciones se llevan a cabo se podrá mejorar la capacitación y la transmisión de conocimientos, se podrá lograr uno de los objetivos de los agentes de seguros que es la de incrementar las ventas y por ende su ingreso económico mejorara.

Si esto se lleva a cabo se puede generar un cambio de actitud en los agentes de seguros, ya que al modernizar el proceso de enseñanza-aprendizaje estará fundamentada mas en la motivación que en la obligación.

BIBLIOGRAFIA BASICA

- CALDERON, Córdova A, (1980) Manual para la Administración del Proceso de Capacitación de Personal. Ed. Limusa, México.
- CASTELO, MATRAN JULIO, PEREREZ, ESCACHO JOSE MARIA, (1972), Diccionario Básico de Seguros, Colección Temas de seguros, Editorial MAPFRE, S.A. Madrid
- CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, EDITORIAL SISTA, S.A. DE C.V. MEXICO, DF. 1994.
- SILICEO, Alfonso (1982) Capacitación y Desarrollo de Personal, Ed. Limusa, México.
- ISHIKAWA, Kaoru, Qué es el Control de Calidad Total?, la modalidad japonesa. Ed. Norma, México, 1989. Pág.40

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- ALVARADO, Ma. Eugenia (1989) "Propuesta didáctica para formación de docentes en una disciplina" Revista Perfiles Educativos, núm. 43. Pág. 62-67.
- ARIAS, G. Fernando (1985) Administración de Recursos Humanos. Ed. Trillas, México.
- ARIAS, G. Fernando (1988) Capacitación para la excelencia. Ed. Argus, México.
- ASCHERLEBEN, K. (1979) Introducción a la Metodología Pedagógica Ed. Roca, México.
- CASS, Angélica (1974) Educación Básica para Adultos. Ed. Troquel, Buenos Aires
- CASTELO, MATRAN JULIO (1988) Diccionario MAPFRE de Seguros, Editorial.MAPFRE, S.A., Madrid España.
- CRAIG, L. (1985) Manual de Entrenamiento y Desarrollo de Personal. Ed. Diana, México.
- FREIRE, Paulo (1977) La Educación como práctica de la libertad. Ed Siglo XXI Buenos Aires.
- GAGNE, M, Robert (1975) Principios Básicos del Aprendizaje para la Instrucción. Ed. Diana, México.
- GORDON, H. Bower y Hilgard Ernest R. (1992) Teorías del Aprendizaje, Ed. Trillas, México

- HILL, W.F. (1979) Teorías Contemporáneas del Aprendizaje, Ed. Trillas, México
- KATZ, K. (1977) Psicología Social de las Organizaciones, Ed. Trillas, México.
- LAFOURCADE, Pedro (1976) Tecnología Educativa y la Formación Docente. Colección Pedagógica Universitaria, México.
- LARROYO, Francisco (1982) Diccionario Porrúa de Pedagogía y Ciencias de la Educación, Ed. Porrúa, México.
- MENDOZA, Núñez A. (1985) La Capacitación Práctica en las organizaciones, Métodos y Técnicas, Ed. Trillas, México.
- PANSZA, Margarita (1991) Fundamentación de la Didáctica, Tomo 1, Ed. Gernika, México.
- PANSZA, Margarita (1991) Operatividad de la Didáctica, Tomo 2, Ed. Gernika, México.
- Reglamento para Agentes de Seguros y Fianzas (1998), S.H.C.P., México
- REZA, Trosino Jesús Carlos (1999) Como Diseñar Cursos de Capacitación y Desarrollo de Personal Ed. Panorama, México.
- REYES, Ponce A. (1984) Administración de Personal Ed. Limusa, México
- RODRIGUEZ, Combeller (1987) Programas de Capacitación y Desarrollo Ed. Diana, México.
- S.C.A.(1993) (1999) Manual de Capacitación y Desarrollo de Recursos Humanos, Formación de Instructores, México D.F.,

- THORNDIKE, Robert L. y Hagen Elizabeth P. (1989) Medición y Evaluación en Psicología y Educación, Ed. Trillas, México.

GLOSARIO

GLOSARIO

ACCIONISTA.- persona física o jurídica propietaria de acciones de una compañía anónima o comandita por acciones.

ACTUARIO.- Persona con título académico, profesionalmente capacitada para solucionar las cuestiones de índole financiero, técnica, estadística y matemáticas, relativas a las operaciones de seguros mediante la aplicación de la ciencia actuarial.

AGENTE DE SEGUROS.- es la persona física o moral, que estando vinculada con una entidad aseguradora mediante un contrato mercantil, se dedica a la mediación o producción de seguros y a la conservación de la cartera conseguida, mediante las gestiones comerciales y administrativas precisas para la obtención de los contratos de seguro que la integran y su mantenimiento en vigor.

AHORRO.- parte de la renta de las unidades económicas no dedicada a su consumo o distribución.

AJUSTADOR.- sinónimo de tasador (Vease también Perito).

ARTICULO.- Cada una de las disposiciones contenidas en una norma legal, separadas mediante números cardinales u ordinales.

ASEGURADO.- En el sentido estricto, es, la persona que en si misma o en sus bienes o intereses económicos está expuesta al riesgo.

Así en el seguro de vida, asegurado es la persona cuya vida se garantiza.

ASEGURADOR.- es la persona que, mediante la formalización de un contrato de seguro, asume las consecuencias dañosas producidas por la realización del evento cuyo riesgo es objeto de cobertura.

ASEGURAR.- prevenir las consecuencias económicamente dañosas de un evento futuro incierto cuyo riesgo es objeto de cobertura.

AUTORIDAD.- persona que goza de mando o jurisdicción otorgados legalmente.

BAJA.- en general sinónimo de anulación.

BAJA DE INGRESOS.- Disminución de las entradas dinerarias, originadas por el abandono de la actividad empresarial.

BENEFICIARIO.- persona designada en la póliza por el asegurado o contratante como titular de los derechos indemnizatorios que en dicho documento se establecen.

BENEFICIO.- excedente que resulta en cualquier unidad económica al deducir, del total de ingresos, los conceptos que deben ser considerados como gastos.

BIEN.- producto material resultante de una actividad económica que puede ser objeto de consumo o nuevamente utilizado como medio de producción.

BIENES.- objetos y cosas susceptibles de apropiación que son de utilidad al hombre y cuyo conjunto constituye su patrimonio.

CANCELACION.- sinónimo de anulación o rescisión.

CAPACITACIÓN.- conjunto de enseñanzas técnicas, comerciales, administrativas o de otra índole, encaminadas a ampliar el grado de conocimientos de una persona sobre determinada materia y, en consecuencia, a facilitarle el adecuado ejercicio de su actividad profesional.

CARTERA (DE SEGUROS). - en su acepción mas usada, significa el conjunto de pólizas de seguros cuyos riesgos están cubiertos por una entidad aseguradora.

CAUCION.- deposito o entrega de dinero o de un bien que se lleva a cabo como garantía del cumplimiento de una obligación. Es también sinónimo de aval.

CLIENTE.- persona a quien va destinado el resultado de la actuación industrial, comercial o de servicios desarrollada por una empresa y que habitualmente efectúa sus compras de bienes o servicios en la misma.

COBRADOR.- persona a quien se encomienda directamente la fusión de cobranza de recibos.

COMISION NACIONAL DE SEGUROS Y FIANZAS.- órgano que regula la actividad aseguradora, tanto de las Aseguradoras como a los Agentes de Seguros.

COMISIONES.- sistema de retribución económica de las funciones de producción de los Agentes, consistente en una parte proporcional de las primas conseguidas por estos en su labor comercial directa o a través de su intervención o colaboración.

COMPAÑÍA.- sociedad formada por varias personas para el logro de fines y beneficios comunes.

COMPAÑÍA ANONIMA DE SEGUROS.- entidad mercantil que se dedica a la práctica del seguro privado.

CHEQUE.- instrumento o documento mediante el cual el librador retira fondos depositados en sus cuentas bancarias, para sí mismo o a favor de un tercero.

EMPRESA.- unidad económicamente organizada para combatir un conjunto de factores de producción con los que llevar a cabo la elaboración de bienes o servicios para su venta o distribución en el mercado.

EMPRESA DE SEGUROS.- sinónimo de entidad de seguros.

EMPRESARIO.- persona física que ejerce la actividad empresarial.

EXPEDIENTE.- conjunto de actuaciones y trámites que debidamente documentados constituyen la expresión material de las fases de un procedimiento administrativo, o de un proceso judicial.

GASTOS.- en un amplio sentido, puede considerarse como el conjunto de dispendios o consumos dinerarios que debe realizar una entidad a consecuencia directa o indirecta del ejercicio de sus actividades empresariales. En una entidad de seguros, son los derivados de la práctica de la actividad aseguradora.

INGRESOS.- Puede considerarse como el conjunto de entradas dinerarias que tiene una entidad a consecuencia directa o indirecta del ejercicio de su actividad empresarial. En una entidad de seguros, están fundamentalmente representados por primas, además de las tentas o plusvalía por la realización de sus valores mobiliarios o inmobiliarios.

INSIGNIA.- nombre que se le da a una línea de productos de Seguros de Vida en Seguros Comercial América

ITINERARIO.- plan de visitas que establece el agente de seguros antes de iniciar su rutina de trabajo.

LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y SOCIEDADES SOCIALISTAS DE SEGUROS.- documento que contiene los lineamientos por medio de los cuales se rige la actividad aseguradora.

MEDIACION DE SEGUROS.- sinónimo de producción de seguros.

MEDIADOR DE SEGUROS.- persona natural o jurídica que realiza profesionalmente la producción de seguros.

MERCADO.- gramaticalmente hablando, mercado es el concepto público de compra o venta; por traslación, es también el lugar en donde la compraventa se efectúa o el sitio concreto que se realizan las transacciones.

NUEVA PRODUCCION.- conjunto de pólizas contratadas o formalizadas en un ejercicio, generalmente se le da este nombre a las operaciones nuevas de seguros.

OBJETIVO.- finalidad básica perseguida en cualquier actividad, en función de la cual se ordenan, para su consecución, los diversos medios e instrumentos disponibles.

OBJETIVOS DE RESULTADOS.- aquel que constituye meta o finalidad continua de cierta actividad.

PAGO.- acto mediante el cual se hace frente a una obligación o liquidación de una deuda.

PAGO DE PRIMAS.- es una de las obligaciones esenciales del asegurado, hasta el punto de que mientras no se cumpla no tomará efecto el contrato.

PERSONA FISICA.- sinónimo de persona, en su aceptación normal, que se utiliza para diferenciarla de la persona jurídica.

PERSONA JURIDICA.- persona de naturaleza legal. Sinónimo de sociedad, asociación, fundación, etc.

POLIZA.- documento que instrumenta el contrato de seguro, en el que se reflejan las normas que de forma general, particular o especial regulan las relaciones contractuales convenidas entre el asegurado y el asegurador.

PRIMA.- aportación económica que ha de satisfacer el contratante o asegurado a la entidad aseguradora en concepto de contrapreparación por la cobertura de riesgo que este le ofrece.

PRODUCCION FIJA.- la relativa a operaciones que. Por haberse concentrado en años prorrogables, se considera que, al producirse su vencimiento anual, van a renovar por otro año más su vigencia, y así sucesivamente.

PRODUCCION GLOBAL.- la integrada por la producción fija, la producción nueva y la producción temporal.

PRODUCCION TEMPORAL.- la relativa a operaciones que, por haberse concentrado a plazo fijo, no renovarán su vigencia al producirse el vencimiento previsto.

PROYECTO SAGITARIO 60.- manual de Planeación y Prospectación del Centro Educativo Comercial América.

PRODUCCION.- sonónimo de actividad comercial, en el sentido figurado, se da este nombre también al volumen de pólizas o primas conseguidas por el personal dedicado a la función comercial.

PRODUCCION DE SEGUROS.- actividad mercantil de promoción, mediación y asesoramiento preparatoria de la formación de contratos sé seguro o reaseguro entre personas físicas o jurídicas y entidades aseguradoras.

PRODUCTIVIDAD.- relación existente entre la cantidad de bienes o servicios producidos y la de trabajo, materias y capital precisos para obtener; generalmente se mide por el trabajador por hora de trabajo o similar.

PROSPECCION.- análisis de un mercado antes del lanzamiento de un producto o un servicio de carácter comercial.

RECIBO DE PAGO.- documento acreditativo del cumplimiento por el deudor del abono de la prestación dicha.

RECURSOS.- conjunto de bienes o servicios de los que se pueden disponer.

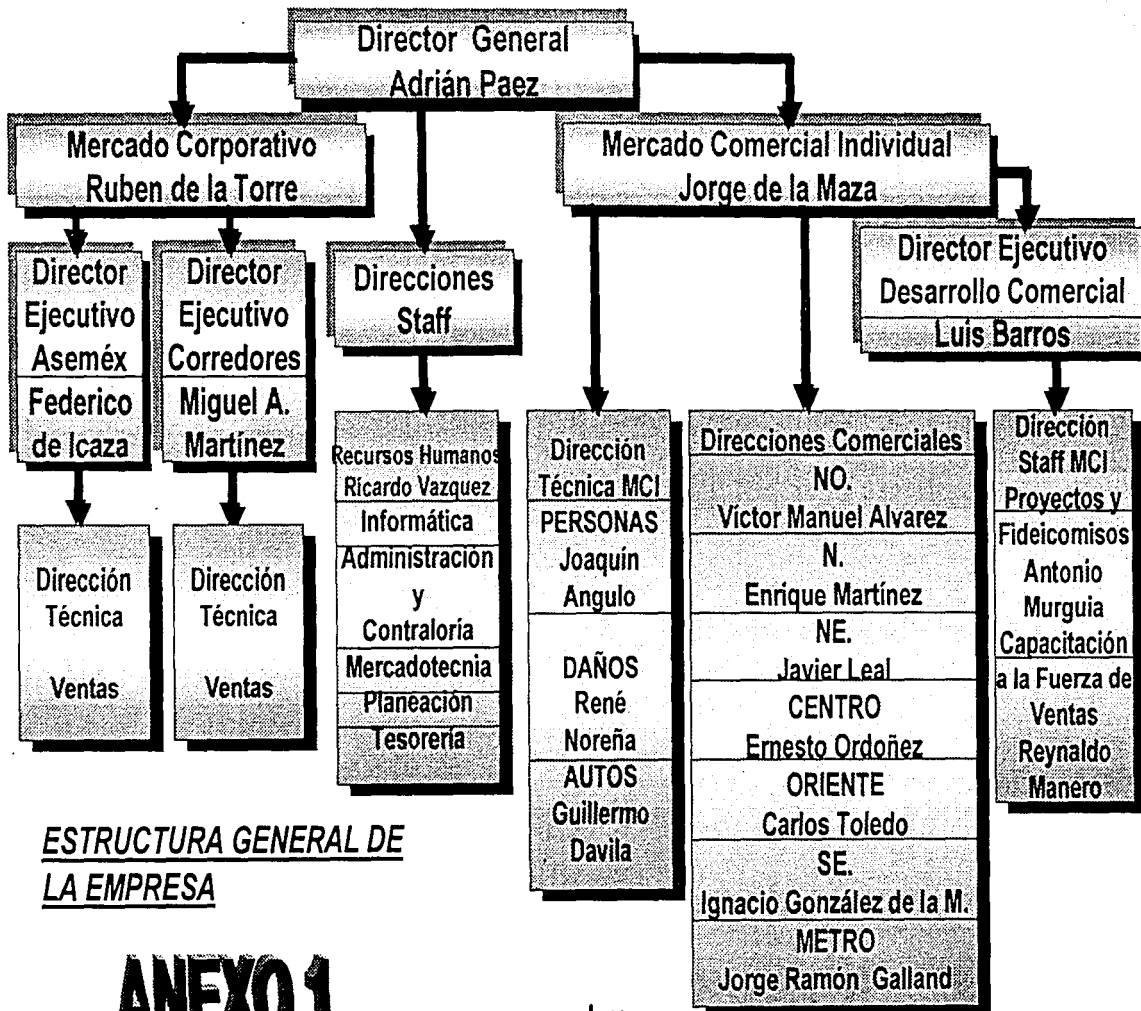
REGLAMENTO DE AGENTES DE SEGUROS Y FIANZAS.- documento que regula las actividades de los agentes de seguros.

SEGURO.- instrumento financiero cuyo objetivo es darle continuidad a la vida económicamente del asegurado.

SEGURO DE VIDA.- es uno de los tipos del seguro de personas en el que el pago por el asegurador da la cantidad estipulada en el contrato se hace depender del fallecimiento o supervivencia del asegurado en una época determinada.

VENTAS. (DEL SEGURO).- la venta, considerada en términos generales, consiste en la colocación de determinado producto o servicio entre el público consumidor; en la actividad aseguradora, se identifica con la obtención de nuevas pólizas y aumento de las garantías de las ya existentes.

ANEXOS

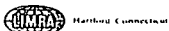


**ESTRUCTURA GENERAL DE
LA EMPRESA**

ANEXO 1

PREMIOS INTERNACIONALES

En la Convención Anual que celebra la LIFE INSURANCE MARKETING AND RESEARCH ASSOCIATION (LIMRA) para todas sus compañías asociadas, tanto de Latino América como de España, tuvimos el honor de haber sido premiados en el Concurso de la *Mejor Revista de Seguros* y el *Mejor Comercial de Televisión*, en el certamen llevado a cabo en el mes de noviembre de 1976, en la ciudad de Toronto, Canadá.



Outstanding Exhibit Award

Spanish-Speaking Companies Conference
TORONTO, ONTARIO, CANADA, NOVEMBER 17-19, 1976
Presented by:

SEGUROS AMÉRICA BANAMEX

For outstanding achievement in the category of

**Field Publications
FIRST PLACE**

Life Insurance Marketing and Research Association

DIPLOMA A LA MEJOR REVISTA DE SEGUROS

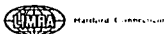
Queremos adelantar a Uds. la noticia de que Seguros América Banamex volvió a participar en los Concursos que se organizaron en Chicago y que el resultado fue el siguiente:

Mejor Revista de Seguros: SEGUROS AMERICA BANAMEX por 2o año consecutivo.

Mejor Spot de T V: SEGUROS AMERICA BANAMEX también por 2o año consecutivo

Mejores Manuales de Capacitación: SEGUROS AMERICA BANAMEX, primera vez que concursa y obtiene el máximo galardón.

A continuación presentamos a Ustedes las fotografías de los Diplomas que al efecto fueron entregados a los representantes de Seguros América Banamex, que asistieron en noviembre del presente año a la Convención de LIMRA, celebrada en esta ocasión en la ciudad de Chicago, Ill., E. U.



Outstanding Exhibit Award

Spanish-Speaking Companies Conference
TORONTO, ONTARIO, CANADA, NOVEMBER 17-19, 1976
Presented by:

SEGUROS AMÉRICA BANAMEX

For outstanding achievement in the category of

**Television Advertisement
FIRST PLACE**

Life Insurance Marketing and Research Association

DIPLOMA AL MEJOR ANUNCIO DE TELEVISION

ANEXO II

EVENTOS DE CAPACITACION PERSONAL ADMINISTRATIVO CALENDARIO - 1977



Banamex
Seguros Fianzas Banamex S.A.

CURSOS	CONTENIDO	REQUISITOS	FECHAS DURACION HORARIO
1) INDUCCION	Bienvenida a América Conocimiento de la Empresa	Tener Contrato de Planta en la Compañía	Febrero 14-28; May. 23-27 Oct. 3-7; Duración 1 semana; horario 15 a 18 hrs.
2) INTEGRACION	Conocimiento de la Empresa. Comunicación, Espíritu de Colaboración. Actitud de Servicio	Tener Antigüedad de Dos años en la Compañía. Se inscribirá por Areas	Febrero y Marzo. Area Administrativa Sept., Oct. y Nov. Area Técnica Daños. Duración 1 semana; horario 15 a 18 hrs.
3) MOTIVACION A LA PRODUCTIVIDAD	Aspectos Generales de Productividad Motivación y Espíritu de Compromiso	Haber cursado Inducción e Integración Inscripción por Areas	Abril y Mayo. Area Técnica Vida Duración 1 semana; horario 15 a 18 hrs.
4) DESARROLLO HUMANO	Programa de tres años. Persona - Familia - Trabajo Cultura - Comunidad - Etica		Agosto-Septiembre-Octubre; Duración 3 meses; horario 15 a 18 hrs.
5) ACTUALIZACION EN EL TRABAJO	Conocimientos Técnicos Básicos para el mejor desempeño de funciones	Se imparte por cada Area	Durante todo el año Todas las Areas; horarios diversos
6) PLÁTICAS INAUGURACION NUEVO EDIFICIO. ANALISIS E IMAGEN DE CAMBIO	Análisis de Cambio. La Nueva Imagen de América.	Todo el personal de la empresa	Mayo-Junio-Julio Pláticas a todo el Personal
7) DESARROLLO FEMENINO	Archivo. Mecanografía. Teléfono. Presentación personal. Actitud de Servicio Comunicación. Planeación. Motivación	Solicitud ante Jefe Inmediato. Selección de la Subdirección de D.O.	Mar. 7-25; Agosto 8-26 Duración 3 semanas; horario 15 a 18 hrs.
8) ADMINISTRACION GENERAL I	Concepto - Principios. Elementos de Administración. Acción Gerencial	Para Jefes y Subjefes. de Depto. Subgerencia Media.	Febrero 28 a Marzo 18 Duración 3 semanas; horario 15 a 18 hrs.
9) ESTILOS GERENCIALES II	Teoría de la Efectividad Gerencial. Auto-diagnósticos	Para Jefes y Subjefes de Depto. Subgerencia Media.	Junio 20 a 24 Duración 1 semana; horario 15 a 18 hrs.
10) PRODUCTIVIDAD III	Concepto-clases. Factores de Productividad	Para Jefes y Subjefes de Depto. Subgerencia Media.	Octubre 10 a 14 Duración 1 semana; horario 15 a 18 hrs.
11) ANALISIS DE CAMBIO. GERENCIA	Aprovechar coyuntura nuevo Edificio para la planeación de Efectividad Gerencial	Para Jefes y Gerentes del Area Técnica, Administrativa y/o Ventas.	Mayo 18 a 20 Duración 3 días; horario 9 a 18 hrs.
12) PRODUCTIVIDAD POR OBJETIVOS	Técnicas Modernas de Administración. Motivación para la Administración por Objetivos	Para Jefes y Gerentes del Area Técnica, Administrativa y/o Ventas.	Septiembre 26 a 28 Duración 3 días; horario 9 a 18 hrs.
13) OTROS CURSOS Y BECAS	Según Programa de Desarrollo Individualizado	Aprobación de la Subdirección Desarrollo Organizacional	Durante todo el Año Institutos y/o Universidades varias Calendarios diversos.

EVENTOS DE CAPACITACION VENTAS PROVINCIAS CALENDARIO 1985



Banamex
Seguros América Banamex 50 años

CURSOS	CONTENIDO	REQUISITOS	FECHAS LUGARES
1) PRE-CONTRACTUAL	Orientación en la Carrera antes de Contratación	Reclutamiento de Supervisores y Gerentes	Durante todo el Año. Impartido por Gerentes y Supervisores en las propias oficinas Regionales
2) INDUCCION-AGENTES	Bienvenida a América, Conocimiento de la Empresa, Posición Mercadotécnica, Admón. del Tiempo, Act. de Servicio	Haber terminado el Curso PRE-CONTRACTUAL	Durante todo el Año. Impartido por Gerentes y Supervisores
3) Básico VENTAS VIDA	Entrenamiento en Ventas. Pasos Técnicos de Ventas. Conocimiento de las Bases del Seguro de Vida Individual	Haber terminado Cursos Pre-Contractual e Inducción. Registrarse previamente en el C.E.A.	MONTERREY: Feb. 14-16; VERACRUZ: Mar. 7-9; CHIHUAHUA: Mar. 16-18; CULIACAN: Mar. 21-23; PUEBLA: Abr. 25-27; VERACRUZ: Oct. 35.
4) Medio VIDA GRUPO Y A.P.	Conocimiento del Seguro de Grupo y Accidentes Personales. Teoría y Práctica	Haber terminado y Aprobado el Básico Ventas Vida. Registro previo en el C.E.A.	GUADALAJARA: Ene. 24-26; TIJUANA: Ene. 27-29; HERMOSILLO: Feb. 21-23; VERACRUZ: Jun. 13-15; MONTERREY: Jul. 4-6; CHIHUAHUA: Jul. 7-9; PUEBLA: Sep. 26-28.
5) Básico INCENDIO I	Conocimiento del Ramo de Daños en General Incendio - Riesgos - Fracciones	Haber Aprobado el Precontractual Inducción. Registro previo en el C.E.A.	No se imparte este año en Provincia ver Calendario D. F.
6) Medio INCENDIO II PERDIDA DE UTILIDADES	Conocimiento de Coberturas Adicionales - Pólizas especiales de Daños - Pérdida de Utilidades	Haber Aprobado Incendio I Registro previo en el C.E.A.	GUADALAJARA: Feb. 2-4; VERACRUZ: May. 9-11; TORREON: May. 16-18; TIJUANA: Jun. 27-29; CULIACAN: Sep. 19-21.
7) Avanzado de Ventas VENTA PSICOLOGICA	Conocimiento Psicológico de uno mismo como Vendedor. Relación con tipos de Clientes	Tener Producción Promedio así como Experiencia en Ventas mínimo 2 años Registro previo C.E.A.	TOLUCA: 28-30 Abril
8) Avanzado CONSEJERO EN SEGUROS	Conocimiento de la Venta del Seguro como Consejero del Cliente más que como Vendedor	Tener Producción Promedio Experiencia en Ventas mínimo 3 años. Registro previo en el C.E.A.	MONTERREY: May. 30 a Jun. 1o.; HERMOSILLO: Jun. 2-4; GUADALAJARA: Jun. 6-8; CUERNAVACA: Ago. 22-24; VERACRUZ: Sep. 5-7.
9) PROMOTORES	Administración de Grupos, Reclutamiento y Selección, Entrenamiento	Ser Aprobado por la Dirección de Ventas	Fecha Abierta
10) AGENTES DE GRUPOS	Administración de Grupos de Agentes. Reclutamiento y Selección, Entrenamiento, Motivación, Efectividad, Liderazgo	Ser Aprobado por la Dirección de Ventas	Fecha Abierta
11) GERENTES DE VENTAS	Administración de una Gerencia. Relaciones Humanas. Manejo de Conflictos. Motivación y Productividad. Efectividad Gerencial	Ser Aprobado por la Dirección de Ventas	MOS. LIMRA Febrero 7 a 11 lugar: Puebla, Pue. EDS. LIMRA octubre 3 a 7

EVENTOS DE CAPACITACION VENTAS DISTRITO FEDERAL CALENDARIO 1977



Banamex
Seguros y Fianzas

CURSOS	CONTENIDO	REQUISITOS	FECHAS LUGAR HORARIO
1) PRE-CONTRACTUAL	Orientación en la Carrera antes de Contratación	Reclutamiento de Supervisores y Gerentes	Durante todo el Año Impartido por Gerentes y Supervisores
2) INDUCCION-AGENTES	Bienvenida a América, Conocimiento de la Empresa, Posición Mercadotécnica, Admón. del Tiempo, Act. de Servicio	Haber terminado el Curso PRE-CONTRACTUAL	Durante todo el Año Impartido por Gerentes y Supervisores
3) Básico VENTAS VIDA	Entrenamiento en Ventas. Pasos Técnicos de Ventas. Conocimiento de las Bases del Seguro de Vida Individual	Haber terminado Cursos Pre-Contractual e Inducción. Registrarse previamente en el C.E.A.	Ene. 3-14; Feb. 28 a Mar. 11, May. 30 a Jun. 10; Ago. 1-12; Sep. 19-30; Nov. 14-25. Lugar CEA. Horario 9 a 14 hrs.
4) Medio VIDA GRUPO Y A.P.	Conocimiento del Seguro de Grupo y Accidentes Personales. Teoría y Práctica	Haber terminado y Aprobado el Básico Ventas Vida. Registro previo en el C.E.A.	Ene. 31 a Feb. 11; Abr. 11-22; Jul. 11-22; Oct. 24 a Nov. 4, Lugar CEA. Horario. 9 a 14 hrs.
5) Básico INCENDIO I	Conocimiento del Ramo de Daños en General Incendio - Riesgos - Fracciones	Haber Aprobado el Precontractual Inducción. Registro previo en el C.E.A.	Ene. 17-28; Mar. 14-25; Jun. 13-24; Oct. 3-14 Lugar CEA. Horario 9 a 14 hrs.
6) Medio INCENDIO II PERDIDA DE UTILIDADES	Conocimiento de Coberturas Adicionales - Pólizas especiales de Daños - Pérdida de Utilidades	Haber Aprobado Incendio I Registro previo en el C.E.A.	Feb. 14-25; Jul. 4-15; Nov. 7-18 Lugar CEA. Horario 9 a 14 hrs.
7) Avanzado de Ventas VENTA PSICOLOGICA	Conocimiento Psicológico de uno mismo como Vendedor. Relación con tipos de Clientes	Tener Producción Promedio así como Experiencia en Ventas mínimo 2 años Registro previo C.E.A.	Junio 20-24; Oct. 17-21 Lugar CEA. Horario 9 a 14 hrs.
8) Avanzado CONSEJERO EN SEGUROS	Conocimiento de la Venta del Seguro como Consejero del Cliente más que como Vendedor	Tener Producción Promedio. Experiencia en Ventas mínimo 3 años. Registro previo en el C.E.A.	Mar. 21-25; Jun. 13-17; Sept. 26-30 Lugar CEA. Horario 9 a 18 hrs.
9) LABORATORIO EN VENTAS CLINICAS	Práctica de Ventas, siguiendo la Técnica Profesional de Seguros América Banamex	Experiencia mínima de 1 año en Ventas. Registro previo en el C.E.A.	Ene. 17-21; Feb. 14-18; Abr. 11-15 May. 31 a Jun. 3; Ago. 15-19; Sep. 5-9; Oct. 17-21; Nov. 21-25; Lugar CEA. 9 a 14 hrs.
10) AGENTES DE GRUPO	Administración de Grupos de Agentes. Reclutamiento y Selección, Entrenamiento, Motivación, Efectividad. Liderazgo	Ser Aprobado por la Dirección de Ventas	Mar. 21-31; May. 16-20; Ago. 15-26; Oct. 3-14 Lugar CEA. Horario 9 a 18 hrs.
11) GERENTES DE VENTAS	Administración de una Gerencia. Relaciones Humanas. Manejo de Conflictos Motivación y Productividad. Efectividad Gerencial.	Ser Aprobado por la Dirección de Ventas	MOS. LIMRA Feb. 7-11 EDS. LIMRA Oct. 3-7 Lugar: Puebla Horario: 9-18 hrs.



Banamex
Sistema Financiero Banamex S.F.R.

EVENTOS DE CAPACITACION VENTAS DISTRITO FEDERAL CALENDARIO 1978

CURSOS		MATERIAL	CONTENIDO	REQUISITOS	FECHAS Y HORARIO
1 PRE-CONTRACTUAL	Impartido por Gerentes y Supervisores durante el año en las Gerencias respectivas	Guía para el Manual de Ventas, Manual de Auto-visualizaciones	Desarrollo en la Gerencia antes de Contractación	Reclutamiento de Supervisores y Gerentes	DURANTE TODO EL AÑO
2 INDUCCION			Revisión a América, Conocimiento de la Empresa, Posición en el Mercado, Administración del Tiempo, Actitud de Servicio	Haber terminado el Curso PRECONTRACTUAL	
3 VIDA INDIVIDUAL (Básico I)	Impartido en el C.E.A. 2 Semanas 9-13 hrs 15-18 hrs	Manual Elemental de Ventas y Seguro de Vida, Manual Técnico de Ventas y Auto-visualizaciones	Entrenamiento en Ventas, Pasos Técnicos de la Venta, Bases del Seguro de Vida Individual	Haber terminado Cursos Precontractual e Inducción, Registrarse previamente en el C.E.A.	1) Ene 9-20 p.m. 2) Feb 13-24 a.m. 3) Mar 13-31 a.m. 4) Abr 17-28 p.m. 5) May 15-26 p.m. 6) Jun 19-30 a.m. 7) Jul 17-28 p.m. 8) Ago 14-25 p.m. 9) Sep 11-29 a.m. 10) Oct 16-27 p.m. 11) Nov 13-24 a.m.
4 VIDA GRUPO Y A P Básico II	Impartido en el C.E.A. 2 Semanas 9-13 HRS	Apuntes Seguro de Grupo y Accidentes Personales, Auto-visualizaciones	Conocimiento del Seguro de Grupo y Accidentes Personales, Teoría y Práctica	Haber terminado y Aprobado el Básico Ventas Vida, Registro previo en el C.E.A.	1) Mar 27 - Abril 7 a.m. 2) Jul 17-28 a.m. 3) Nov 6-17 a.m.
5 INCENDIO I (Riesgos sencillos)	Impartido en el C.E.A. 2 Semanas 9-13 hrs	Manual Incendio I, Auto-visualizaciones	Conocimiento del Ramo de Daños en General, Incendio, Resgates, Fracciones	Haber Aprobado el Precontractual e Inducción, Registro previo en el C.E.A.	1) Abril 3-7 a.m. 2) Jun 19-30 p.m. 3) Sep 18-29 a.m.
6 INCENDIO II (Riesgos Industriales)	Impartido en el C.E.A. 2 Semanas 15-18 hrs	Apuntes Incendio II, Auto-visualizaciones	Conocimiento de Coperturas adicionales — Pólizas especiales de Daños — Pérdida de Utilidades, Riesgos Industriales	Haber Aprobado Incendio I, Registro previo en el C.E.A.	1) May 6-19 p.m. 2) Ago 14-25 a.m.
7 VENTA PSICOLOGICA Avanzado I	Impartido en el C.E.A. 3 días 9-18 hrs	Apuntes de la Venta Psicológica, Auto-visualizaciones	Conocimiento Psicológico de uno mismo como Vendedor, Reacción con diferentes tipos de Cliente	Tener Producción Promedio así como Experiencia en Ventas mínimo 2 años, Registro previo C.E.A.	1) Feb 21-23 (Guernavaca) 2) Jun 22-24 3) Sept 20-22
8 CONSEJERO EN SEGUROS Avanzado II	Impartido en el C.E.A. 3 días 9-18 hrs	Apuntes Asesoría en Seguros, Auto-visualizaciones	Conocimiento de la Venta del Seguro como Consejero del Cliente más que como Vendedor	Tener Producción Promedio, Experiencia en Ventas mínimo 3 años, Registro previo en el C.E.A.	1) Mayo 29-31 2) Sep 25-27 3) Oct 3-5 (Toluca)
9 LABORATORIO EN VENTAS (Medio)	Impartido en el laboratorio de T.V. del C.E.A. 1 semana x 13 hrs	Apuntes	Práctica de temas sustentados la Técnica Profesional de Seguros América Banamex	Experiencia mínima de 1 año en Ventas, Registro previo C.E.A.	1) Ene 30 Feb 3 2) Mar 30 Abr 7 3) Jun 24 Jul 2 4) Jul 31 Ago 5 Oct 2-6
10 SUPERVISORES Y PROMOTORES	Impartido en el C.E.A. 3 Semanas 9-13 hrs	Apuntes, Auto-visualizaciones	Administración, Grupos de Agentes, Reclutamiento y Selección, Entrenamiento, Motivación, Efectividad, Liderazgo	Si es Aprobado por la Subdirección respectiva	1) Ene 16 Feb 3 (Superv 1) 2) Mar 27 Abr 14 (Subef. y Prom) 3) Jun 12-23 (Superv 2) 4) Ago 28 Sep 8 (Superv 2)
11 GERENTES DE VENTAS	Impartido en el Hotel 3 a 5 días Tiempo completo	Apuntes, Auto-visualizaciones	Administración de una Gerencia, Relaciones Humanas, Manejo de Conflictos, Motivación y Productividad, Efectividad Gerencial	Si es Aprobado por la Subdirección respectiva	MOS SAM EDS

AGENDA



Banamex
Seguros Financiera Banamex, S.A.

**EVENTOS DE CAPACITACION
CALENDARIO 1978
VENTAS PROVINCIA**

SUBDIRECCION	REGIONAL	CURSO	FECHA DEL CURSO
Guadalajara	Guadalajara	Vida 2	25 - 27 Enero
Hermosillo	Hermosillo	Vida 2	1 - 3 Febrero
Guadalajara	León (Comanijilla)	Vida 1	8 - 10 Febrero
Monterrey	Monterrey	Vida 1	13 - 15 Febrero
Monterrey	Chihuahua	Vida 1	16 - 18 Febrero
Distrito Federal	Puebla (Cuernavaca)	Venta Psicológica	21 - 23 Febrero
Guadalajara	Tepic	Vida 1	1 - 3 Marzo
Veracruz	Veracruz	Vida 1	6 - 8 Marzo
Monterrey	Tampico	Vida 1	7 - 9 Marzo
Monterrey	Torreón	Vida 1	29 - 31 Marzo
Guadalajara	San Luis Potosí	Vida 1	5 - 7 Abril
Distrito Federal	Puebla	Vida 1	11 - 13 Abril
Hermosillo	Culiacán	Vida 1	19 - 21 Abril
Veracruz	Veracruz	Vida 2	25 - 27 Abril
Hermosillo	Tijuana	Vida 2	2 - 4 Mayo
Monterrey	Tampico	Vida 2	8 - 10 Mayo
Veracruz	Villahermosa	Vida 1	22 - 24 Mayo
Guadalajara	Morelia	Vida 1	31 Mayo - 2 Junio
Monterrey	Torreón	Vida 2	7 - 9 Junio
Guadalajara	Guadalajara	Incendio 2	14 - 16 Junio
Veracruz	Tuxtla	Vida 1	26 - 28 Junio
Hermosillo	Cd. Obregón	Vida 2	28 - 30 Junio
Monterrey	Chihuahua	Consejero en Seguros	3 - 5 Julio
Hermosillo	Tijuana	Incendio 2	5 - 7 Julio
Veracruz	Tuxtla	Consejero en Seguros	24 - 26 Julio
Veracruz	Veracruz	Consejero en Seguros	1 - 3 Agosto
Hermosillo	Hermosillo	Consejero en Seguros	14 - 16 Agosto
Monterrey	Monterrey	Venta Psicológica	21 - 23 Agosto
Guadalajara	León (Comanijilla)	Consejero en Seguros	29 - 31 Agosto
Veracruz	Villahermosa	Consejero en Seguros	4 - 6 Septiembre
Hermosillo	Mexicali	Vida 1	20 - 22 Septiembre
Distrito Federal	Toluca	Consejero en Seguros	3 - 5 Octubre
Hermosillo	Hermosillo	Incendio 2	4 - 6 Octubre
Distrito Federal	Puebla	Incendio 1	16 - 18 Octubre
Veracruz	Villahermosa	Vida 2	16 - 18 Octubre
Guadalajara	San Luis Potosí	Venta Psicológica	25 - 27 Octubre

ANEXO I



Banamex
Sistema Nacional Banamex S.R.L.

EVENTOS DE CAPACITACION PERSONAL ADMINISTRATIVO CALENDARIO 1978

CURSOS	LUGAR Y HORARIO	MATERIAL	CONTENIDO	REQUISITOS	FECHAS
1 INDUCCION	Centro Educativo 15-18 hrs	Carpeta Audio-Visuales	Bienvenida a América Conocimiento de la Empresa	Tener Contrato de Planta en la Compañía	1) Enero 9-13 2) Feb. 29-24 3) Mayo 8-12 4) Jun. 31-Ago. 4 5) Nov. 6-10
2 INTEGRACION I	Centro Educativo 15-18 hrs	Apuntes Audio-Visuales	Conocimiento de la Empresa. Co- municación. Espíritu de Colabora- ción. Actitud de Servicio	Tener Antigüedad de Dos años en la Compañía. Se inscribirá por Áreas	1) Marzo y Abril 2) Continuidad. Juntas Departamen- tales durante todo el Año
3 SEGURIDAD SOCIAL	Auditorio Centro Educa- cional América	Apuntes	Planeación Familiar. Medicina Preventiva. Educación e higiene. Prestaciones. Obligaciones	Pertenecer a Seguros América Ba- namex. Solicitud al C.E.A. Vo. Bo. Subdirección respectiva	1) Enero 16 - Febrero 17
4 EL SERVICIO ES NUESTRO TRABAJO (Integración II)	Centro Educativo 15-18 hrs	Carpeta Audio-Visuales	Aspectos Generales de Producti- vidad. Motivación. Relaciones a la Clientela. Cuidados del Serv.	Haber Cursado Inducción e inte- gración I. Solicitud al C.E.A.	1) Abril-Mayo 2) Junio-Junio 3) Ago. -Nov.
5 COMUNICACION USUARIO COMPUTADORA	Centro Educativo 9-13 hrs	Apuntes Audio-Visuales	Tecnología de la Información. Ventajas y Obligaciones que ad- quire el usuario. Centro de Formas	Selección de la Subdirección res- pectiva. Solicitud al Centro Electrónico	1) Abril 17-21 2) Mayo 29 - Junio 16 3) Octubre 2-20
6 SUPERACION FEMENINA	Centro Educativo 9-11 hrs	Carpeta Películas	Archivo. Mecanografía. Teléfono. Pre- sentación personal. Actitud de Servi- cio. Comunicación. Planeación. Moti- vación	Selección de Personal. Aprobación de Subdirección res- pectiva	1) Febrero 27 - Marzo 17 2) Mayo 2-19 3) Agosto 7-25
7 DESARROLLO CULTURAL	Centro Educativo 16-18 hrs	Carpeta Películas	Análisis del Cambio Imagen de América	Solicitud al C.E.A. Aprobación de Subdirección res- pectiva	1) Marzo 2) Abril 3) Mayo 4) Actividades Trimestrales
8 ACTUALIZACION EN EL TRABAJO (Capacitación en el puesto)	Centro Educativo (9-11) y (16-18)	Apuntes	Concepto-Principios. Elementos de Administración. Acción Gerencial	Solicitud al C.E.A. Aprobación de Subdirección res- pectiva	IMPARTIDO POR EL DEPTO DURANTE TODO EL AÑO
9 ADAPTACION AL CAMBIO	Centro Educativo 9-11 hrs	Manual Películas	Motivación. Relaciones Humanas Efectividad ante problemas Actuales. Mercadotecnia	Selección del C.E.A. Aprobación de Subdirección res- pectiva	1) Abril
10 ADMINISTRACION II	Centro Educativo 9-11 hrs	Manual Películas	Organización de Oficinas Subdirección electrónica Conceptos. Comunicación Gerencial	Selección del C.E.A. Aprobación de Subdirección res- pectiva	1) Sep 16-29
11 DESARROLLO EJECUTIVO	Distintos Institutos Horario Especial	Apuntes	Técnicas Modernas de Administración	Aprobación de Dirección	CALENDARIO ESPECIAL
12 OTROS CURSOS Y BECAS	Distintos Institutos Horario Especial	Varios	Segun Programa de Desarrollo Individualizado	Solicitud a Subdirección respectiva Solicitud al C.E.A. Vo. Bo. D.O. Aprobación Dirección S.A.B.	CALENDARIO DIVERSO durante todo el Año
13 SEMINARIOS SINIESTROS AUTOS	En el interior de la República 3 días T. Completo	Apuntes Audio-Visuales	Actitud de Servicio Relaciones Humanas. Técnicas de Ajustes	Solicitud a Subdirección	1) May. 8-12 D.F. 2) Oct. 16-20 D.F. 3) Herm. Jun. 1-3 4) Guad. Jun. 5-7 5) Mon. Jun. 14-16 6) Ven. Jun. 19-21 7) Perif. Jun. 26-28

Nueva estructura y dinamismo a la Carrera de Ventas

Toda profesion es util a la sociedad y merece la estima de esta en funcion a la *preparacion que poseen* quienes la desempeñan

La simple aficion y aun la buena voluntad no bastan para ofrecer un servicio apropiado

En Seguros América Banamex estamos convencidos de que el Agente de Seguros no podra tener plena eficiencia en su actividad si no cumple con éstos 3 requisitos

- 1o. Ser un verdadero profesional, con vocacion y entrega completa a su trabajo
- 2o. Tener plena conciencia de la importancia social de la funcion que realiza y
- 3o. Poseer una preparacion precisa y completa en el conocimiento del producto, de la técnica de ventas y de las relaciones interpersonales que debe llevar a cabo

El C E A (Centro Educacional América) ofrece a sus Agentes una CARRERA PROFESIONAL que honrará a cuantos la siguen, puesto que contribuye al progreso social y económico de la nacion y sigue de cerca el desarrollo de la humanidad *que la condiciona* y promueve

La carrera de "Ventas de Seguros" esta dividida en 6 ciclos o etapas que preparan al Agente tanto técnica como practicamente en la funcion que debe desempeñar

Estas etapas son las siguientes



ANEXO

CICLO DE CAPACITACION PARA AGENTES DISTRITO FEDERAL 1979

ETAPA	ESPECIALIZACION	PASOS	LUGAR	HORARIO	CALENDARIO
PRIMERA		1 RECLUTAMIENTO 2 PRECONTRACTUAL 3 INDUCCION 4 ASIGNACION DE UN PADRINO y/o SUPERVISOR	Oficina del Supervisor o Gerencia Regional	Flexible	Durante todo el año.
SEGUNDA	VIDA	5 CURSO DE VIDA I Terminología Tarifa Planes Basicos Requisitos Clausulas La Póliza Endosos 6 TECNICA DE VENTAS Prospectación Análisis Acercamiento Entrevista Obiecciones Cierre Servicio 7 SEGUIMIENTO CON EL PADRINO y/o SUPERVISOR	En el C.E.A (Centro Educativo América) Av. Revolución No 150B	15 00 18 00 hrs	Ene 8-19 Mar 5-16 Jul 2-13 Ago 6-17 Sep 3-14 Oct 1-12 Nov 5-16 Abr 6-27 May 7-18 Feb 5-16 Jun. 4-15
	DAÑOS	8 CURSO DE DAÑOS I Panorámica del ramo Seguro de Automoviles Multiple Familiar Robo Dinero y Valores Responsabilidad Civil Costales Objetos Personales Gastos Medicos Entoque a PERSONAS	En el C.E.A	15 00 18 00 hrs	Ene 22-Feb 2 Mar 19-30 Jun 23-Ago 3
	VIDA	9 CURSO DE VIDA II Vida Grupo Colectivo Accidentes Personales Gastos Medicos	En el C.E.A	15 00 19 00 hrs	Feb 19-23 Mar 19-23 Abr 23-27 May 21-25 Jun 16-20 Sep 17-21

**TESIS CON
FALLA DE CALIDAD**

		CONVENIO Accidentes Personales Gastos Médicos			May. 21-25 Jun. 16-20 Sep. 17-21 Oct. 15-19 Nov. 12-16
TERCERA		11 CURSO DE APOYO CON TV (Clínica de Ventas)	En el C E A	15 00 18 00 hrs	
	DAÑOS	12 CURSO DE DAÑOS II Seguro de Incendio/Rayo 1 Pólizas Específicas Póliza de Convenio Expreso Endosos Coberturas Enfoque a COMERCIOS	En el C E A	15 00 18 00 hrs.	Feb. 19-Mar. 2 Abr. 16-27 Ago. 20-31
CUARTA		13 LA VENTA PSICOLOGICA Auto-diagnostico de Ventas Relaciones Cliente-Agente	En el C E A	9 00 18 00 hrs.	Feb. 12-16 Jun. 4-8
		14 CONSEJERO EN SEGUROS Enfoque de Asesoría Proceso de Consejería	En el C E A	9 00 18 00 hrs	Mar. 5-9 Jul. 2-6
QUINTA	VIDA	15 CURSO DE VIDA III Panorámica Total del Seguro de Vida Aspectos Legales Profundización	En el C E A	9 00 13 00 hrs.	Mar. 12-23 Jul. 2-13 Oct. 15-26
	DAÑOS	16 CURSO DE DAÑOS III Seguro de Incendio/Rayo 2 Transportes Pérdida de Utilidades Ganancias Brutas	En el C E A	15 00 18 00 hrs.	Jun. 11-22 Sep 24-Oct. 5
SEXTA	DAÑOS	17 CURSO DE DAÑOS IV Panorámica Total Riesgos Sencillos Riesgos Industriales Riesgos Especiales Montaje Rotura de Maquinaria Calderas Aparatos a presión Contratistas Todo riesgo	En el C E A	15 00 18 00 hrs.	Oct. 15-16
	VIDA	18 ADMINISTRACION DE SEGUROS • Bases Administrativas para el éxito de una agencia, bufilete, supervisoría o despacho • Aspectos Legales en materia de Seguros • Mercadotecnia para Aseguradores Profesionales	En el C E A	15 00 18 00 hrs.	Jun. 18-29

ANEXO A

CALENDARIO 1979 EVENTOS DE CAPACITACION

VENTAS PROVINCIA

A OVENA

SUBDIRECCION	REGIONAL	CURSO	FECHA DEL CURSO
VERACRUZ	TUXTLA	Vida I	31 enero 2 feb
HERMOSILLO	HERMOSILLO	Daños II	7 - 9 febrero
GUADALAJARA	GUADALAJARA	Vida I	14 - 16 febrero
DISTRITO FEDERAL	TOLUCA	Daños I	21 - 23 febrero
MONTERREY	CHIHUAHUA	Vida I	7 - 9 marzo
VERACRUZ	VERACRUZ	Daños I	7 - 9 marzo
DISTRITO FEDERAL	PUEBLA	Vida I	21 - 23 marzo
HERMOSILLO	CULIACAN	Vida I	28 - 30 marzo
MONTERREY	MONTERREY	Vida I	2 - 4 abril
VERACRUZ	VILLAHERMOSA	Daños I	2 - 4 abril
HERMOSILLO	HERMOSILLO	Vida I	18 - 20 abril
MONTERREY	MONTERREY	Daños I	18 - 20 abril
GUADALAJARA	LEON	Vida I	9 - 11 mayo
GUADALAJARA	MORELIA	Daños I	9 - 11 mayo
DISTRITO FEDERAL	PUEBLA	Daños I	23 - 25 mayo
VERACRUZ	VERACRUZ	Vida I	23 - 25 mayo
MONTERREY	TAMPICO	Vida I	30 mayo 1o junio
MONTERREY	TORREON	Vida I	30 mayo 1o junio
DISTRITO FEDERAL	ACAPULCO	Vida III	13 - 15 junio
HERMOSILLO	CULIACAN	Vida II	20 - 22 junio
VERACRUZ	TUXTLA GUTIERREZ	Daños I	4 - 6 julio
MONTERREY	TAMPICO	Vida II	18 - 20 julio

SUBDIRECCION	REGIONAL	CURSO	FECHA DEL CURSO
GUADALAJARA	GUADALAJARA	Daños I	18 - 20 julio
HERMOSILLO	HERMOSILLO	Vida II	1 - 3 agosto
DISTRITO FEDERAL	PUEBLA	Vida II	1 - 3 agosto
GUADALAJARA	LEON	Daños I	8 - 10 agosto
VERACRUZ	VILLAHERMOSA	Vida I	22 - 24 agosto
HERMOSILLO	HERMOSILLO	Consejero en Seguros.	22 - 24 agosto
VERACRUZ	VILLAHERMOSA	Venta Psicológica	5 - 7 Sept.
DISTRITO FEDERAL	PUEBLA	Vida I	5 - 7 Sept.
GUADALAJARA	GUADALAJARA	Venta Psicológica	19 - 21 Sept.
DISTRITO FEDERAL	TOLUCA	Daños II	19 - 21 Sept.
GUADALAJARA	MORELIA	Vida I	26 - 28 Sept.
MONTERREY	MONTERREY	Vida I	26 - 28 Sept.
MONTERREY	CHIHUAHUA	Vida II	8 - 10 Oct.
VERACRUZ	VILLAHERMOSA		8 - 10 Oct.
GUADALAJARA	GUADALAJARA	Daños II	24 - 26 Oct.
VERACRUZ	VERACRUZ	Consejero en Seguros	24 - 26 Oct.
GUADALAJARA	GUADALAJARA	Consejero en Seguros	7 - 9 Nov.
MONTERREY	TORREON	Vida II	7 - 9 Nov
MONTERREY	MONTERREY	Vida II	21 - 23 Nov.
HERMOSILLO	HERMOSILLO	Vida III	28 - 30 Nov.
MONTERREY	MONTERREY	Daños II	28 - 30 Nov.

EVENTOS DE CAPACITACION PROVINCIA CALENDARIO 1980

DIVISION	REGIONAL	CURSO	FECHA DEL CURSO	DIVISION	REGIONAL	CURSO	FECHA DEL CURSO
PUEBLA	PUEBLA	DAÑOS 2	23-25 ENE	NACIONAL	CENTRO EDUC	SUPERVISORES 2	30 JUN-4 JUL
GUADALAJARA	SAN LUIS POTOSI	VIDA 1	12-14 FEB	MONTERREY	MONTERREY	DAÑOS 1	1- 3 JUL.
GUADALAJARA	GUADALAJARA	DAÑOS 1	19-21 FEB	HERMOSILLO	HERMOSILLO	VIDA 3	9-11 JUL.
D. F.	CUERNAVACA	VIDA 2	25-27 FEB	SURESTE	TUXTLA GTZ	VENTA PSICOL	9-11 JUL.
MONTERREY	TAMPICO	DAÑOS 1	27-29 FEB	D F	TOLUCA	VIDA 1	15-17 JUL.
HERMOSILLO	HERMOSILLO	VENTA PSICOL	27-29 FEB	MONTERREY	CHIHUAHUA	DAÑOS 2	15-17 JUL.
LEON	LEON	DAÑOS 1	4- 6 MAR	HERMOSILLO	CULIACAN	DAÑOS 2	22-24 JUL.
SURESTE	VILLAHERMOSA	VENTA PSICOL	4- 6 MAR.	NACIONAL	CENTRO EDUC.	SUPERVISORES 3	28 JUL-10. AGO
VERACRUZ	VERACRUZ	CONS EN SEG	11-13 MAR.	PUEBLA	PUEBLA	VIDA 1	29-31 JUL.
D F	TOLUCA	VENTA PSICOL	11-13 MAR	NACIONAL	CENTRO EDUC	SUPERVISORES 1	4-15 AGO.
SURESTE	TUXTLA GTZ	DAÑOS 2	18-20 MAR	SURESTE	VILLAHERMOSA	DAÑOS 2	5- 7 AGO.
HERMOSILLO	HERMOSILLO	CONS EN SEG	18-20 MAR	MONTERREY	MONTERREY	DAÑOS 2	12-14 AGO.
GUADALAJARA	GUADALAJARA	VIDA 2	25-27 MAR		CENTRO EDUC.	GTES VIDA	18-22 AGO.
GUADALAJARA	SAN LUIS POTOSI	DAÑOS 1	8-10 ABR			(AVANZ)1er GPO	
SURESTE	VILLAHERMOSA	VIDA 2	8-10 ABR	HERMOSILLO	HERMOSILLO	DAÑOS 4	20-22 AGO.
NACIONAL	CENTRO EDUC	SUPERVISORES 1	14-25 ABR		CENTRO EDUC.	GTES VIDA	25-29 AGO.
MONTERREY	CHIHUAHUA	VIDA 2	15-17 ABR			(AVANZ)2o GPO	
GUADALAJARA	GUADALAJARA	VIDA 1	22-24 ABR	GUADALAJARA	GUADALAJARA	DAÑO 2	26-28 AGO.
HERMOSILLO	HERMOSILLO	VIDA 2	23-25 ABR	NACIONAL	CENTRO EDUC	SUPERVISORES 4	22-26 SEPT.
MONTERREY	MONTERREY	VIDA 2	28-30 ABR	D F	TOLUCA	VENTA PSICOL	23-25 SEPT.
MONTERREY	TAMPICO	DAÑOS 2	13-15 MAY	HERMOSILLO	HERMOSILLO	DAÑOS 2	24-26 SEPT.
SURESTE	TUXTLA GTZ.	CONS EN SEG.	13-15 MAY	PUEBLA	PUEBLA	DAÑOS 1	1- 3 OCT.
	CENTRO EDUC.	GTES ADMON (INTERMEDIO) 1er GPO	2- 6 JUN	GUADALAJARA	GUADALAJARA	VENTA PSICOL	1- 3 OCT.
		VIDA 2	3- 5 JUN	HERMOSILLO	HERMOSILLO	VIDA 2	7- 9 OCT.
PUEBLA	PUEBLA	GTES ADMON (INTERMEDIO) 2o GPO	9-13 JUN	MONTERREY	TORREON	CONSEJERO EN SEGUROS	7- 9 OCT.
	CENTRO EDUC	VIDA 2	3- 5 JUN	MONTERREY	MONTERREY	DAÑOS 3	14-16 OCT.
		GTES ADMON (INTERMEDIO) 2o GPO	9-13 JUN	VERACRUZ	VERACRUZ	VENTA PSICOL.	14-16 OCT.
MONTERREY	MONTERREY	VENTA PSICOL.	17-19 JUN	MONTERREY	TAMPICO	VENTA PSICOL	21-23 OCT.
D. F.	CUERNAVACA	DAÑOS 2	17-19 JUN	GUADALAJARA	GUADALAJARA	CONS. EN SEG.	27-29 OCT.
VERACRUZ	VERACRUZ	VIDA 2	24-26 JUN	HERMOSILLO	HERMOSILLO	ADMON. EN SEG	27-29 OCT.
HERMOSILLO	HERMOSILLO	DAÑOS 3	25-27 JUN	MONTERREY	CHIHUAHUA	VIDA 3	5- 7 NOV.
				GUADALAJARA	GUADALAJARA	VIDA 3	25-27 NOV.

ANEXO VI

DIPLOMAS Y DISTINCIONES PARA AGENTES QUE SIGAN LA CARRERA DE VENTAS

ETAPA		DIPLOMA	DISTINCION
Primera Etapa	1 a 4	Carta Bienvenida a Seguros America Banamex	
Segunda Etapa	5 a 7	Certificado de Conocimientos Básicos de Vida	Escudo Banamex
	8	Certificado de Conocimientos Básicos en Daños	
Tercera Etapa	9 a 11	Diploma de Asegurador Profesional en Vida Individual y Colectivo (APVIC)	Al terminar paso 12. Distintivo de Asegurador Profesional
	12	Diploma de Asegurador Profesional en Riesgos Sencillos (APRS)	
Cuarta Etapa	13 y 14	Diploma de Consejero en Seguros (CS)	Distintivo (CS)
Quinta Etapa	15	Diploma metálico de Consejero Diplomado en Seguro de Personas (CDSP)	Al terminar paso 16. Anillo de Consejero Diplomado en Seguros
	16	Diploma metálico de Consejero Diplomado en Riesgos Industriales (CDRI)	
Sexta Etapa	17	Diploma metálico de Consejero Diplomado en Seguro de Daños (CDSD)	Al terminar paso 18. Anillo de Administrador de Seguros
	18	Diploma metálico y anillo que lo acredite como Administrador de Seguros (AS)	

EVENTOS DE CAPACITACION D. F. CALENDARIO 1980

PRIMERA ETAPA	SEGUNDA ETAPA		TERCERA ETAPA	
	Especialización VIDA	Especialización DAÑOS	Especialización VIDA	Especialización DAÑOS
1 Reclutamiento 2 PRECONTRACTUAL 3 INDUCCION 4 Asignación de un Padrino o Supervisor Los cursos PRECONTRACTUAL E INDUCCION se imparten en las oficinas de Supervisor o Gerencia Regional respectiva Horario Flexible Calendario Durante todo el año a través de su Supervisor o Promotor o Gerente respectivo	5 Curso VIDA I Terminología Tanta Planes Básicos Requisitos Coberturas La Póliza Endosos 6 TECNICA DE VENTAS Prospección Análisis Acreditamiento Entrevistas Objeciones Cartera Servicio 7 Seguimiento con el Padrino o Supervisor Los cursos VIDA I y TECNICA DE VENTAS se imparten en el Centro Educativo Nacional C. E. A. y Revolución No. 1508 Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Enero 7-18 Febrero 11-22 Marzo 17-28 Mayo 19-30 Junio 16-27 Agosto 4-15 Sept 2-12 Oct 20-30 Nov 3-14	8 Curso DAÑOS I Panorama del Ramo Seguro de Automóviles Múltiple Fianzar Retiro, Dinero y Valores Responsabilidad Civil Cristales Obvenciones Personales Gastos Médicos Entoque a PERSONAS El curso de DAÑOS I se imparte en el C. E. A. Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Enero 21-31 Febrero 25 - Marzo 7 Mayo 19-30 Junio 16-27 Julio 7-18 Agosto 18-29 Oct 20-31	9 Curso VIDA II Vida Grupo Cohecho Accidentes Personales Gastos Médicos 10 Supervisión Directa 11 Curso de APOYO CONTIVO Cámbra de Ventas El curso de VIDA II se imparte en el C. E. A. Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Marzo 3-14 Mayo 6-16 Junio 2-13 Julio 7-18 Agosto 18-29 Sept 17-30	12 Curso DAÑOS II Seguro de Incendio Rayo 1 Pólizas Específicas Póliza de Consumo Expresso Endosos Coberturas Entoque a COMERCIOS El curso de DAÑOS II se imparte en el C. E. A. Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Marzo 17-28 Abril 14-25 Junio 2-13 Agosto 4-15 Sept 2-12 Nov 3-14
CUARTA ETAPA	QUINTA ETAPA		SEXTA ETAPA	
	Especialización VIDA	Especialización DAÑOS	Especialización DAÑOS	Especialización ADMON
13 LA VENTA PSICOLOGICA Auto de Práctica de Ventas Relaciones Cliente Agente 14 CONSEJERO EN SEGUROS Entoque de Asesoría Proceso de Consulta El curso LA VENTA PSICOLOGICA se imparte en el C. E. A. Horario 9:00 - 18:00 hrs Calendario Febrero 6-8 Agosto 11-13 El curso CONSEJERO EN SEGUROS se imparte en el C. E. A. de 9:00 - 18:00 Calendario Abril 7-9 Oct 1-3	15 Curso VIDA III Panorama Total del Seguro de Vida Análisis Legales Producción El curso de VIDA III se imparte en el C. E. A. Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Abril 14-25 Junio 21-31 Oct 6-17	16 Curso DAÑOS III Seguro de Incendio Rayo 2 Transportes Pérdida de Utilidades Ganancias Brutas El curso DAÑOS III se imparte en el C. E. A. Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Mayo 6-16 Junio 21-31 Oct 6-17	17 Curso DAÑOS IV Panorama Total Riesgos Senecos Riesgos Industriales Riesgos Especiales Montaña Rotura de Maquinaria Calderas Accidents a personas Contratos Todo riesgo El curso de DAÑOS IV se imparte en el C. E. A. Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Junio 30 Julio 11 Oct 20-30	18 ADMINISTRACION DE SEGUROS Bases Administrativas para el inicio de una Agencia Boleto supervisoría o despacho Aspectos Legales materia de Seguros Mercadotecnia para Seguros Assegurados profesionales El curso de ADMINISTRACION se imparte en el C. E. A. Horario 15:00 - 18:00 hrs Calendario Agosto 4-8 Nov 3-7

ANEXO VI

CALENDARIO 1981
CICLO DE CAPACITACION PARA AGENTES D.F.

PRIMERA ETAPA	SEGUNDA ETAPA		TERCERA ETAPA	
	Especialización VIDA	Especialización DAÑOS	Especialización VIDA	Especialización DAÑOS
5 Curso VIDA I Terminología, Tarifa Planes Básicos Requisitos, Cláusulas La Póliza, Endosos 6 TECNICA DE VENTAS Prospección, Análisis Acercamiento, Entrevista Objeciones, Cierre, Servicio 7 Seguimiento con el Padrino o Supervisor Horario Calendario Febrero 2-3 Marzo 2-3 Abril 2-3 Mayo 7-8 Junio 1-2 Julio 2-3 Agosto 3-4 Septiembre 3-4 Octubre 1-2 Noviembre 5-6	8 Curso DAÑOS I Panorámica del Ramo Seguro de Automóviles Multiple Familiar Roto, Deterioro y Valores Responsabilidad Civil Cristales Objetos Personales Gastos Médicos Entoque a PERSONAS Horario Calendario 15 00-18 00 hrs Marzo 2-13 Mayo 11-22 Julio 6-17 Agosto 3-14 Septiembre 31-12 Octubre 19-30 Febrero 16-27 Marzo 16-27 Mayo 11-22 Junio 15-26 Julio 20-31 Agosto 17-28 Octubre 5-16	9 Curso VIDA II Vida Grupo Colectivo Accidentes Personales Gastos Médicos 10 Supervisoría Directa Horario Calendario Febrero 9-20 Abril 20-30 Junio 1-12 Agosto 3-14 Octubre 19-30 11 Curso de APOYO CON T V Clínica de Ventas Horario Calendario 15 00-18 00 hrs Febrero 9-13 Abril 6-10 Junio 8-12 Agosto 17-21 Septiembre 21-25 Noviembre 9-11	12 Curso DAÑOS II Seguro de Incendio y/o Rayo I Pólizas Específicas Pólizas de Convenio Expreso Endosos Coberturas Entoque a COMERCIOS Horario Calendario 15 00-18 00 hrs Marzo 16-27 Mayo 18-29 Julio 20-31 Septiembre 21-2 Octubre 21-2 Noviembre 16-27	
CUARTA ETAPA	QUINTA ETAPA		SEXTA ETAPA	
13 LA VENTA PSICOLOGICA Auto-diagnostico de ventas Relaciones, Cuente Agente	15 Curso VIDA III	16 Curso DAÑOS III	17 Curso DAÑOS IV	18 ADMINISTRACION DE SEGUROS
Horario 9 00-18 00 hrs Calendario Abril 1-11 Mayo 1-11 Septiembre 1-11 14 CONSEJERO EN SEGUROS Entoque de Asesoria Proceso de Consejería Horario 9 00-18 00 hrs Calendario Mayo 17-29 Agosto 26-28 Noviembre 3-4	Panorámica Total del Seguro de Vida Aspectos Legales Profundización Horario 15 00-18 00 hrs Calendario Febrero 23-9 Marzo 23-9 Junio 15-26 Noviembre 16-27	Seguro de Incendio y/o Rayo Transportes Perdida de Unidades Ganancias Brutas Horario 15 00-18 00 hrs Calendario Marzo 30-10 Abril 30-10 Julio 6-17 Octubre 5-16	Panorámica Total Riesgos Sencios Riesgos Industriales Riesgos Especiales Montaje Rotura de Maguarina Calderas Aparatos a presión Contratistas Todo riesgo Horario 15 00-18 00 hrs Calendario Junio 1-12 Noviembre 3-13	Bases Administrativas para el éxito de una Agencia, bufete, super- visiona o despacho Aspectos Legales en materia de Seguros Metodología para Aseguradores Profesio- nales Horario 9 00-18 00 hrs Calendario Junio 24-26 Noviembre 25-27

Nota: Todos los cursos son impartidos, en el Centro Educativo América.

ANEXO VII

ESTRUCTURA GENERAL DE LA DIRECCION

MINA ORENA



Dirección de Capacitación

Director de Capacitación

Reynaldo Manero

Secretaria
Marisela Perez

**Gerencia de
Servicio y
Administración**

Héctor
Durán

Lourdes Villar
Guadalupe Moreno
Beatriz Huerta

**Gerencia de
Administración
de Intermediarios**

Laura
Marquez

Rocio Flores
Ma.Teresa Gonzalez
Isabel Piotrowsky

**Gerencia de
Capacitación
Técnica**

Rafael
Jimenez

Norma Villalpando
Luis G. Garcia
Gustavo Salgado
Alfredo Martinez
Ima Cruz

José L. Flores
Leonel Gerardo C.
Renato Pineda
Dario Amaiz
Heriberto Fernandez

**Gerencia de
Capacitación
Desarrollo de
Habilidades**

Adriana
Padilla

Yesica Mendoza
Guadalupe Rodriguez
Veronica Mendoza
Ana C. Hernandez
Victor Reyes
Alberto Muñoz
Nora Muñoz
Rafael Hoyos

**Gerencia de
Capacitación
Fianzas**

Federico
Pardo

Leticia López
Amparo Contreras

**Gerencia de
Videocapacitación
y Clinica de
Ventas**

Florencio
Tapia

Sara Carmen Silva A.
Raúl Torres
Eduardo Rascón

ANEXO IX

(ANEXO X)

Cursos de Profesionalización.

- **Licenciatura en Seguros, Fianzas y Finanzas.**

Objetivo:

Oportunidad de superación favoreciendo el desarrollo Profesional de sus Agentes y su Personal.

La Licenciatura se imparte en instalaciones de la Universidad Marista en Coordinación con Seguros Comercial América los días Miércoles, Jueves, Viernes de 16:00 a 21:00 hrs. Y Sábados de 9:00 a 14:00 hrs.

Plan de Estudios:¹

¹ Según Plan de Estudios vigente en la Universidad Marista

<p>Primer Semestre Introducción a la Administración Matemáticas Economía Fundamental Sociología Introducción al Estudio del Seguro y la Fianza. Antropología Fundamental.</p>	<p>Segundo Semestre Proceso Administrativo Matemáticas Financieras Microeconomía Noción de Derecho Positivo Mexicano Seguro General de Personas Antropología Filosófica</p>
<p>Tercer Semestre Análisis y Diseño de Estructuras Administrativas Contabilidad Financiera Economía Nacional e Internacional Noción de Derecho Positivo Mex. II Seguro de Personas Morales Antropología Social</p>	<p>Cuarto Semestre Micro y Pequeñas Empresas Contabilidad de Seguros Derecho Civil I Psicología General Fianzas Antropología Cultural</p>
<p>Quinto Semestre Mercadotecnia Análisis e interpretación de Est. Financieros Derecho Civil II Venta Psicológica Fianzas Universales Antropología Moral</p>	<p>Sexto Semestre Mercadotecnia Estratégica Estadística Derecho Mercantil I Fiscal Daños I Antropología de la Religión.</p>
<p>Séptimo Semestre Mercados Financieros Internacionales Derecho Penal Seminario de Tesis Daños II Antropología Profesional</p>	<p>Octavo Semestre Emprendedores Procedi. Civ. en Seguros. Seminario de Tesis. Ajustes en Seguros y Fianzas Antropología Laboral</p>

Diplomado Universitario.

Curso de Diplomado en Mercadotecnia y Seguros²

Objetivos:

Especialización en Mercadotecnia y Seguros.

Plan de Estudios:

Area Propedéutica	Area del Diplomado
Finanzas Básicas	Planeación Comercial
Administración	Investigación Motivacional de
Matemáticas y Estadística	Mercados
Micro y Macroeconomía	Metodología de la Investigación
Seguro de Vida	La mezcla de la Mercadotecnia
Seguro de Daños	Mercadotecnia de Servicio
	Administración del Sistema
	Promocional
	Seminario de Mercadotecnia
	Internacional
	Seminario de Simulación de Negocios.

Metodología:

Este diplomado se cursa en las instalaciones del C.E.C.A. y es impartida en conjunto con la Universidad La Salle, en horario de Viernes de 3:30 a 20:30 hrs. Y Sábados de 9:00 a 14:00 hrs. (10 horas semanales)

* **Mestría en Administración y Seguros.**³

Objetivo:

Especialización en Administración y Seguros.

² Plan de estudios Vigente en la Universidad La Salle

Plan de Estudios:

Materias Básicas	Materias de Especialización
Contabilidad Básica	Administración de la Publicidad
Micro y Macroeconomía	Investigación de Mercados
Teoría de la Administración	Planeación Estratégica
Computación Básica	Conducta del Consumidor
Contabilidad de Costos	Estrategia Competitiva
Contabilidad Administrativa	Administración de Ventas
Estadística y Probabilidades	Administración de Pequeños Negocios
Comportamiento Humano en la Empresa	Investigación y Tesis
Metodología de la Investigación	
Marco Legal de la Empresa	
Investigación de Operaciones	
Administración de la Mercadotecnia	
Administración de Recursos Humanos	

Metodología:

Esta Maestría se imparte en las instalaciones del C.E.C.A. por Profesores de la Universidad La Salle.

CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario tiene como finalidad conocer su opinión con respecto a los servicios de Capacitación, marque con una X la respuesta que más se adecue a su comentario.

1.- ¿ Cuantos años tienes como Agente de Seguros en esta Compañía ?

Menos de 1 año () de 2 a 5 años () de 6 a 10 años () mas de 10 años ()

2.- ¿ Conoces los servicios que ofrece el Departamento de Capacitación ?

Si () No () Porqué ()

3.- ¿ De los siguientes cursos cuales has tomado ?

Vida I	()	Daños I	()	Agrícola	()
Vida II	()	Daños II	()	Procedéutico Fianzas	()
Vida III	()	Daños III	()	Fianzas Modulo I	()
		Daños IV	()	Pensiones	()
Consejero en Seguros	()	Técnica de Ventas	()	Venta Psicológica	()
Taller P.B.F.	()	Administración en Seguros	()	Mercadotecnia en Seguros	()
Taller Insignia	()	Taller G.M.M.	()	Taller Autos	()
Taller Flexible	()	Clinica de Ventas	()	Otros	()

Cuales _____

4.- De los cursos mencionados con anterioridad ¿ Cual (es) te ha parecido más interesante (s), y porqué ?

5.- ¿ Te parecen adecuados los horarios de los cursos ?

Si () No () Porqué _____

6.- ¿ Son apropiadas las aulas de capacitación ?

Si () No () Porqué _____

7.- ¿ Se te informa oportunamente de los nuevos productos, actualizaciones de tarifas y condiciones generales de las pólizas ?

Si () No ()

8.- ¿ A quién corresponde la distribución de la información anterior ?

Promotor () Gerencia de Ventas () Otros () quién _____

9.- ¿ Cómo consideras el material que se utiliza en los cursos de Capacitación ?

Excelente () Bueno () Regular () Malo () Pésimo ()

10.- ¿ Qué opinión tienes de los capacitadores ?

11.- ¿ Haz tenido algún problema con alguno de ellos ? Si () No ()

¿ Con quién? _____

12.- ¿Cuál fue el motivo ? _____

13.- ¿ Que opinas de la capacitación de S. C. A. ?

14.- ¿ Porqué asistes a los cursos de Capacitación ?

Conocimiento de los Productos () Horas para Refrendo () Actualización () Otros motivos () Cuales _____

15.- ¿ Que sugerencias propondrías para mejorar la capacitación ? _____

CUESTIONARIO

El siguiente cuestionario tiene como finalidad conocer su opinión con respecto a los servicios de Capacitación marque con una X la respuesta que más se adecúe a su comentario.

1.- ¿Cuántos años tiene como Agente de Seguros en esta Compañía?

Menos de 1 año	16	de 2 a 5 años	58	de 6 a 10 años	35	mas de 10 años	41
----------------	----	---------------	----	----------------	----	----------------	----

2.- ¿Conoces los servicios que ofrece el Departamento de Capacitación?

Si	134	No	16
----	-----	----	----

3.- ¿De los siguientes cursos, cuales haz tomado?

Vida I	104	Daños I	102	Agrícola	6
Vida II	80	Daños II	94	Propedéutico Fianzas	18
Vida III	45	Daños III	47	Fianzas Modulo I	24
		Daños IV	42	Pensiones	15
Consejero en Seguros	23	Técnica de Ventas	61	Venta Psicológica	36
Taller P.B.F.	47	Administración en Seguros	15	Mercadotecnia en Seguros	13
Taller Insignia	66	Taller G.M.M.	141	Taller Autos	53
Taller Flexible	50	Clinica de Ventas	60	Otros	14

4.- De los cursos mencionados con anterioridad ¿Cual (es) te ha parecido más interesante (s).

CURSO DE G.M.M.	12	CURSOS DE VIDA	19	TALLERES	3
CURSOS DE DAÑOS	37	TECNICAS DE VENTA	22	VENTA PSICOLOGICA	10
CURSO DE FIANZAS	4	CONSEJERO EN SEG	5		

5.- ¿Te parecen adecuados los horarios de los cursos?

Si	130	No	20
----	-----	----	----

6.- ¿Son apropiadas las aulas de Capacitación?

SI	133	No	17
----	-----	----	----

7.- ¿Se te informa oportunamente de los nuevos productos, actualizaciones de tarifas y condiciones generales de las pólizas?

Si	121	No	29
----	-----	----	----

8.- ¿A quien corresponde la distribución de la Información anterior?

Promotor	109	Gerencia de Ventas	38	Otros	7
----------	-----	--------------------	----	-------	---

9.- ¿Como consideras el material que se utiliza en los cursos de Capacitación?

Excelente	43	Bueno	77	Regular	14
Malo	0	Pésimo	0		

10.- ¿Que opinión tienes de los Capacitadores?

Excelentes	27	Buenos	65	Profesionales	28
Preparados	29	Estrictos	1		

11.- ¿Haz tenido algún problema con alguno de ellos?

Si	2	No	148
----	---	----	-----

12.- ¿Que opinas de la Capacitación de S.C.A.?

Buena	97	Profesional	5	Importante	10	Excelente	38
-------	----	-------------	---	------------	----	-----------	----

13.- ¿Porqué asistes a los cursos de Capacitación?

Actualización	94	Conocimiento de los Productos	93	Horas para Refrendo	97	Otros Motivos	0
---------------	----	-------------------------------	----	---------------------	----	---------------	---

14.- ¿Que sugerencias propondrías para mejorar la Capacitación?

Ninguna	57	Cursos Vespertinos	11	Cursos Prácticos	20	Mas Cursos Reg.	25
Corrección de Material	14	Utilizar Películas	18	Mas Disciplina	16		