



LIMRA LEARN
Powered by HPN UNIVERSITY



Significado Personal Para el Alto Desempeño

Miguel Taveras
EVP, Chief Sales Officer
Hoopis Performance Network



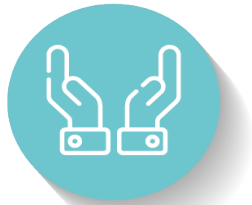
TEMAS:

- Te desafío – 4 lados iguales del cuadro humano
- Metas – Claridad, Intimidad y Acciones
- Oportunidad – Mercado y sus brechas en protección
- Aceptación/Ajustes – Definición de Actitud Positiva
- Tendencias y Comportamientos
- Llamado a la acción



Te desafío – Cuatro lados
del cuadro de la vida

Te desafío – Cuatro lados del cuadro de la vida



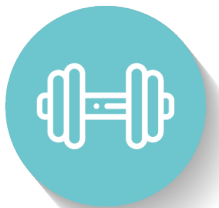
ESPIRITUAL

- Conexión con el poder mayor
- Agradecer
- Meditación en valores
- Acciones que llenan el alma



MENTAL

- Lectura continua
- Leer 15 mins diarios
- Pensar – Romper paradigmas
- Pensar – Concebir – Realidad
- Fortaleza mental



FÍSICA

- Ejercicio
- Dormir 7 – 8 horas
- Alimentación adecuada
- Abrazo



SOCIAL

- Familia
- Amigos
- Bailar
- Pasatiempos

Metas



Metas



Personales

Apasiona – Satisfacción -
Desafío



Carrera

Crecimiento profesional

Más habilidades, mayor responsabilidad

Mejores resultados Mejores ingresos

Trabajar mejor no trabajar más



Familiares

Ideales de niños – Hacer cosas juntos -
Jubilación – Calor familia



Financieras

No te compares

Capital humano en términos financieros:
 $Riqueza = Capital Humano + Capital en activos$

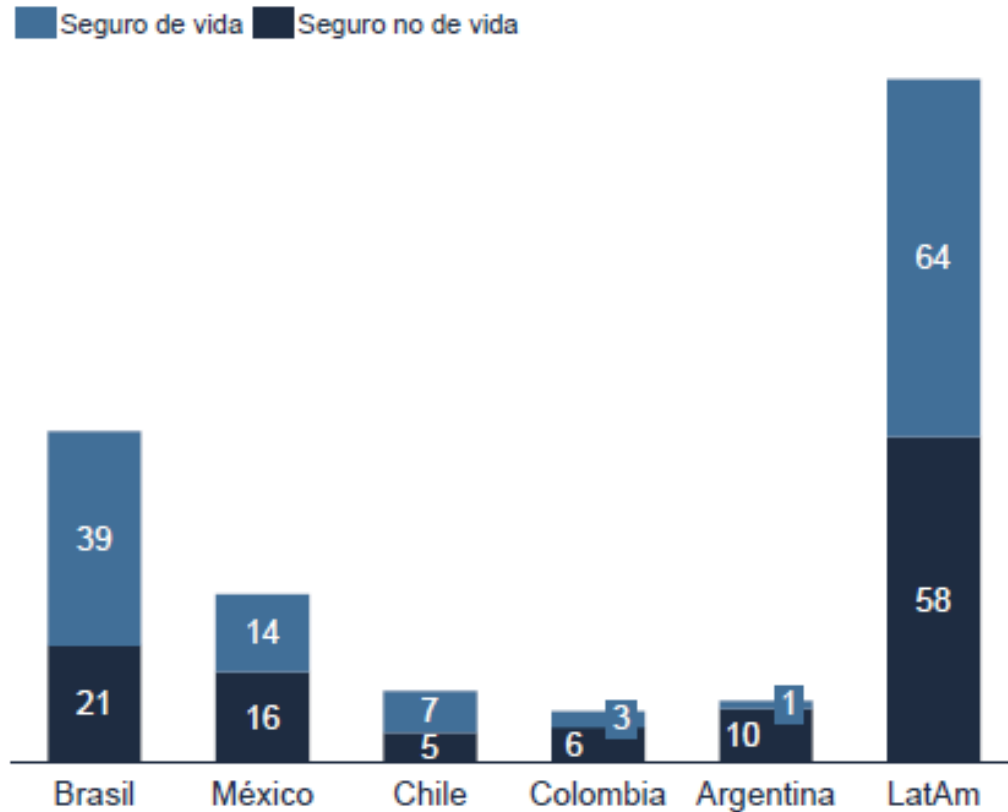


Metas Financieras

Solo el seguro de vida protege el capital humano

- Establece un plan. Debe incluir protección, ahorro e inversión
- El financiar los ideales familiares y personales
- El ahorro – El Hombre Mas Rico de Babilonia
- La inversión, los testamentos y otros vehículos legales
- El conocimiento. Tiempo, monto, retorno y servicios de cada país

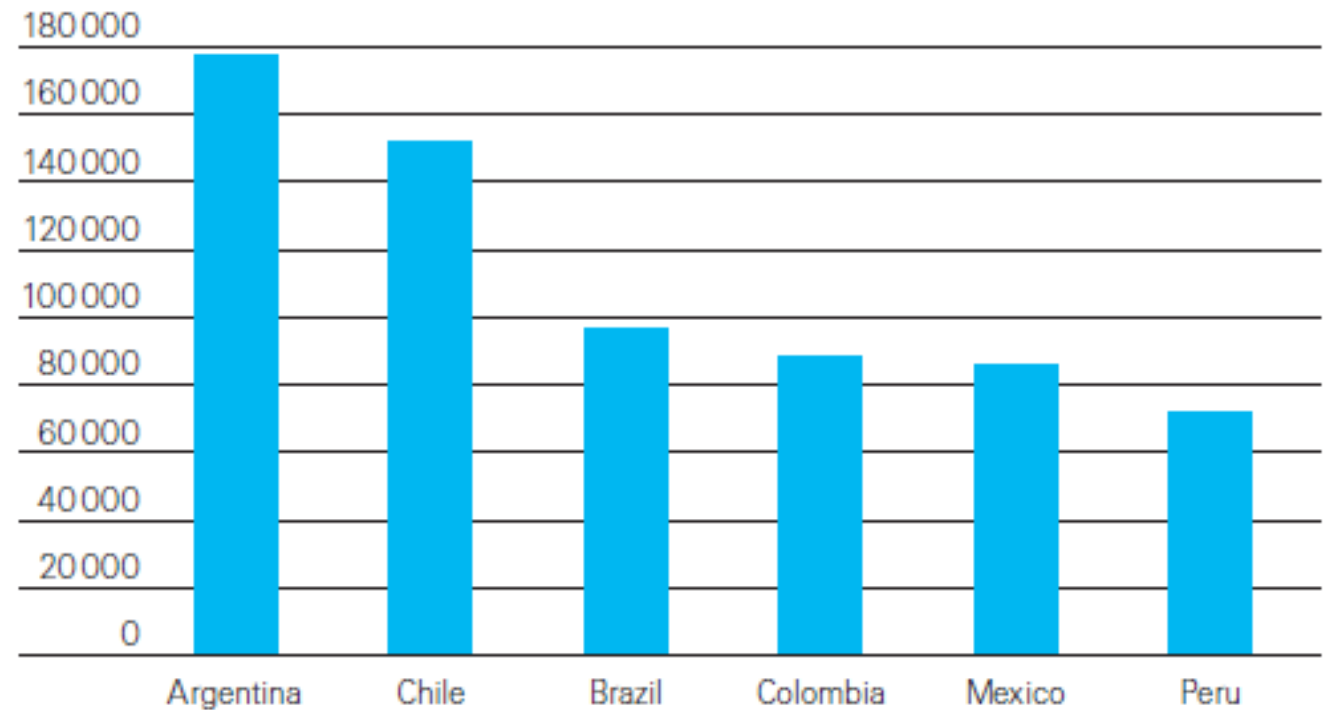
- De acuerdo con Mapfre Economics Report “El Mercado de Seguros de LATAM se distribuye uniformemente entre los seguros de vida y los de no vida”



LATAM para este análisis representa países de América Latina distintos de Brasil, México, Chile, Colombia y Argentina

Fuente: Mapfre Economics Report 2019

- Gap en Protección de mortalidad por trabajador cabeza de familia en 2021, cifra en USD



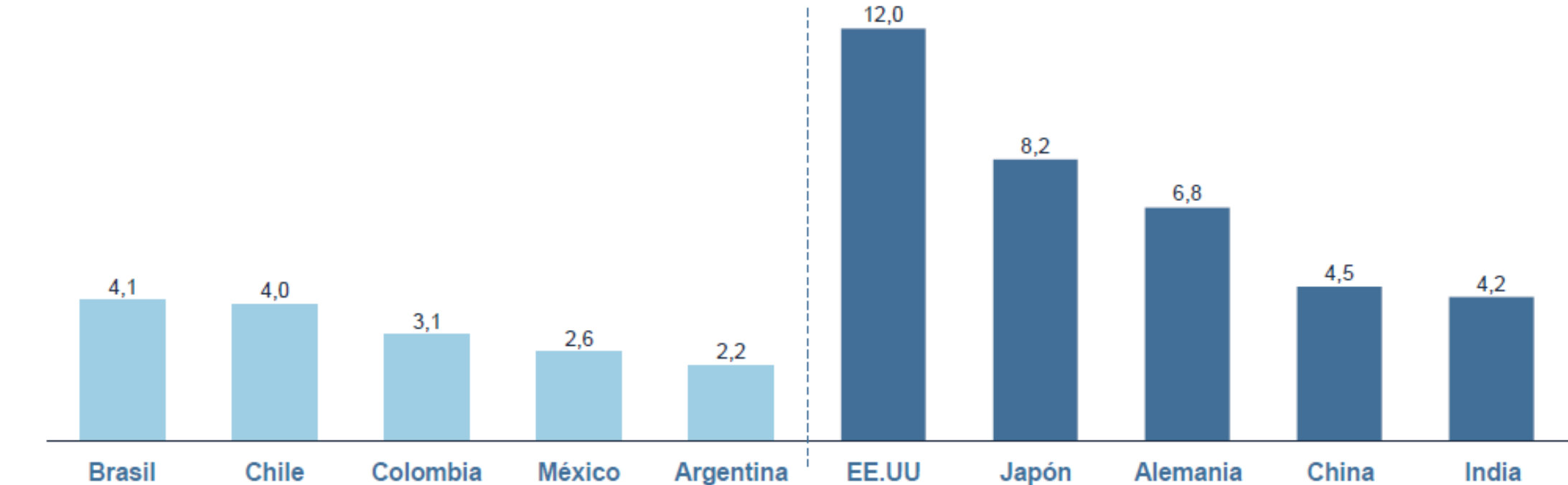
Fuente: Swiss Re Institute



Tendencias y Comportamientos

Conducta Económica

De acuerdo con Swiss Re “El mercado de seguros en LATAM tiene gran potencial de crecimiento en comparación con otras economías”

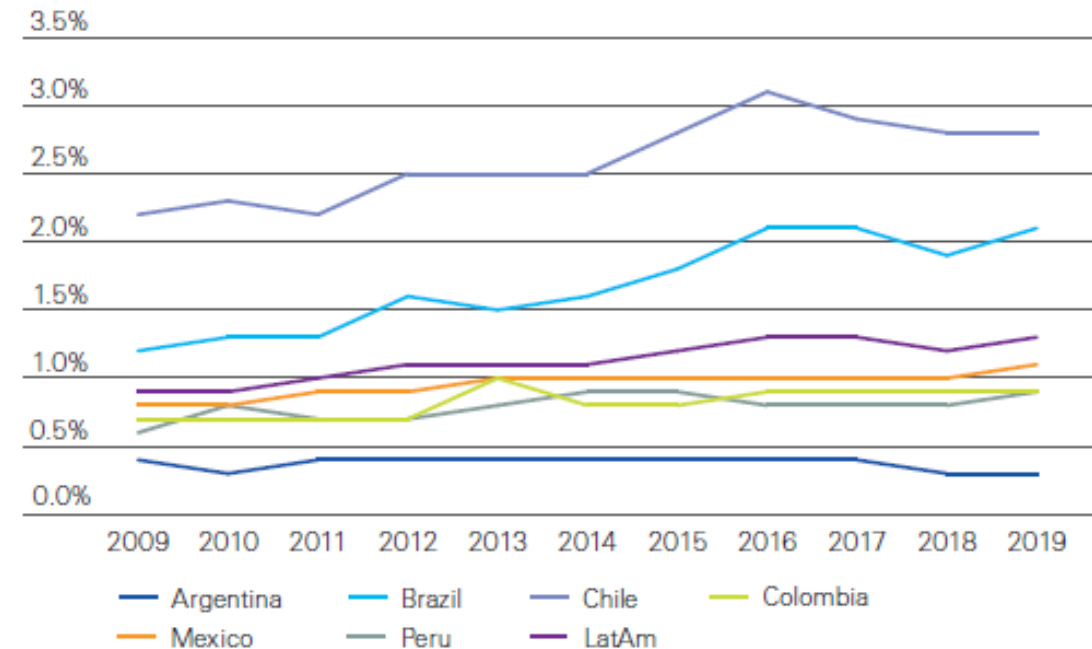


*Fuente: Swiss Re Institute

Tamaño y Penetración de Mercado

País	Primas Totales	Primas de Vida	GDP	Primas Vida % del Total	Penetración Vida
Argentina	9.3	1.3	451.4	13.8%	0.3%
Brasil	71.0	38.4	1839.5	54.1%	2.1%
Chile	13.2	7.9	282.2	59.7%	2.8%
Colombia	9.2	2.9	323.7	31.2%	0.9%
México	30.3	14.0	1260.0	46.3%	1.1%
Perú	4.2	2.1	230.2	49.2%	0.9%
Latino América	158.7	70.9	5363.2	44.7%	1.3%

Tasas de Penetración en Seguros de Vida



Fuente: National insurance regulators and associations, national statistics agencies



Aceptación / Ajustes

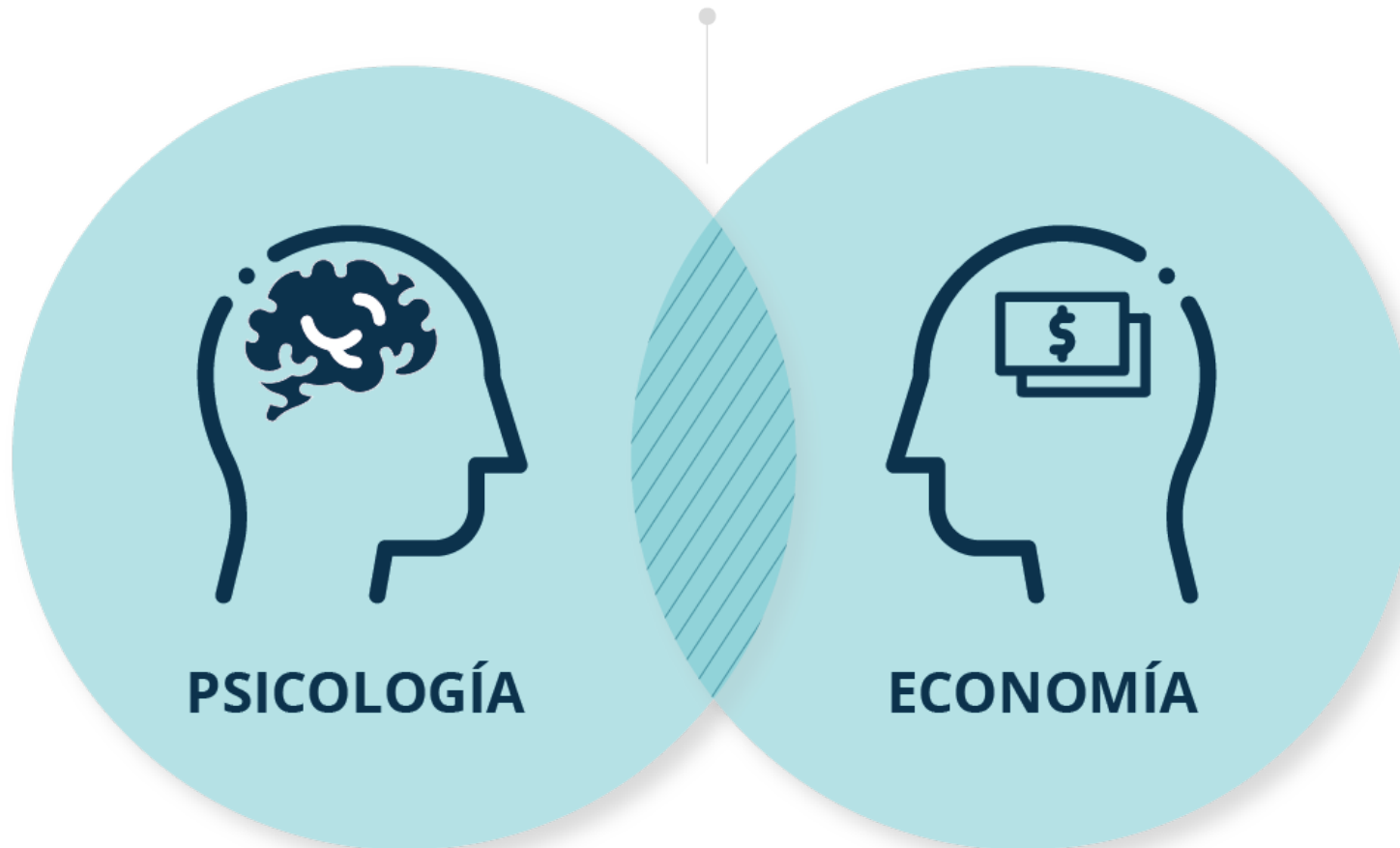
- ▶ No importa lo que NO sabes hacer.
- ▶ Importa que estés “dispuesto” a aprender. Si no quieres, tienes que convencerte a como dé lugar porque el mundo no dará vuelta atrás después de esta pandemia.
- ▶ Comienza con pequeños pasos, controlables para que te den confianza.
- ▶ Toma las acciones que les pides a tus clientes que tomen.

Tendencias y Comportamientos

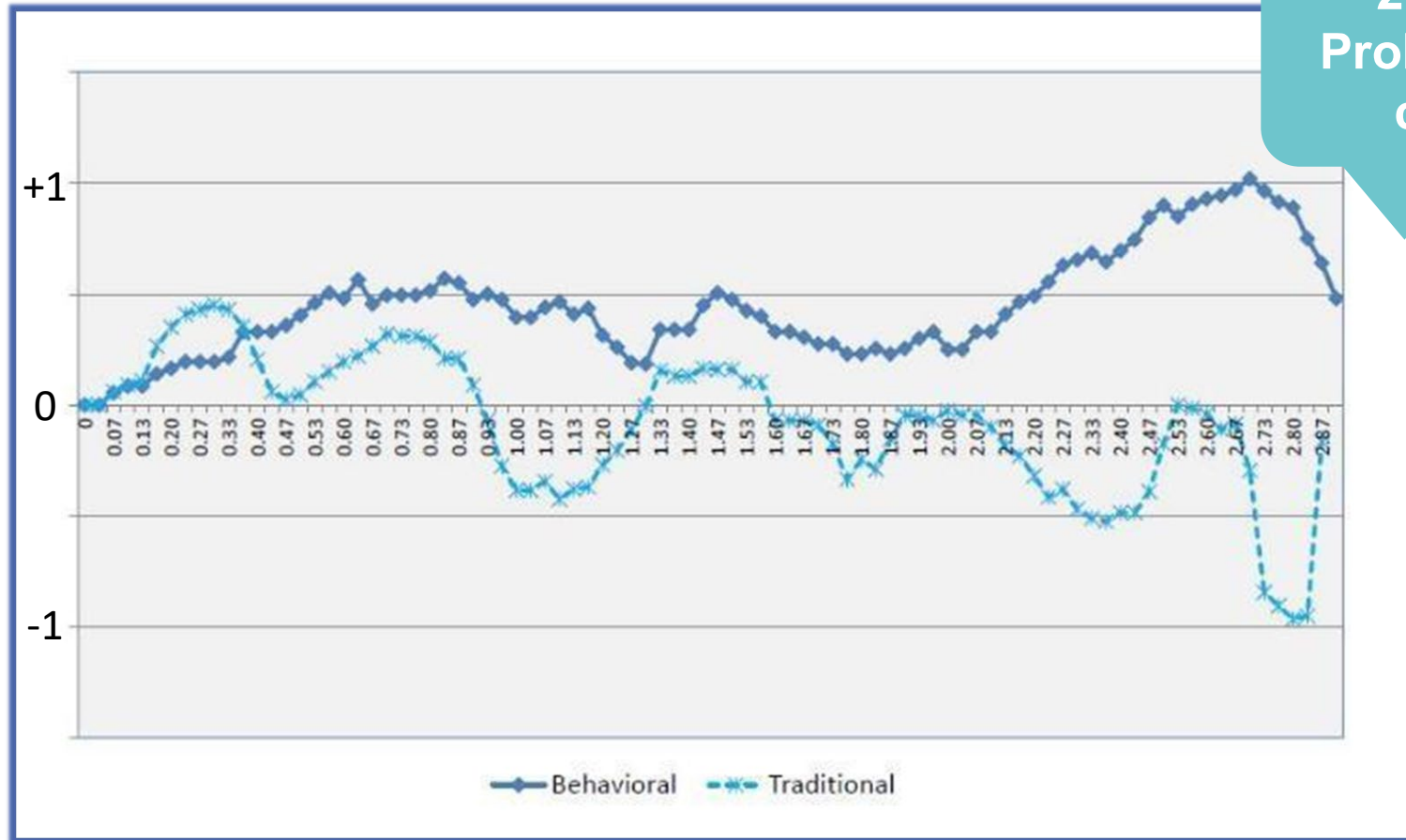
- ▶ Conducta Económica
- ▶ Cuatro Facetas de la confianza
- ▶ Comportamientos ligados a la compra
- ▶ Micro aprendizaje, Justo a Tiempo & Relevancia
- ▶ Recuerden por qué no compran, miedo y confusión

Conducta Económica – I.E.

CONDUCTA ECONÓMICA



La Conducta Económica Mueve a la Gente



29% mayor Probabilidad de comparar



7 Tácticas – Conducta Económica

- ▶ Evitar la ambigüedad
- ▶ Visualización
- ▶ Las experiencias personales (*superan optimismo*)
- ▶ Heurísticas (*innovación humana*)
- ▶ Justicia
- ▶ Cuentas mentales (*forma de control de gastos*)
- ▶ Valor presente



Reduzca la Tensión y la Ansiedad



Comportamientos del Asesor Asociados con la Compra



94%

Ofreció atención integral

91%

Estaba bien informado

90%

Prestaron atención sin interrumpir

84%

Tenía en mente mis mejores intereses

89%

Supo desarrollar una buena relación

81%

Tomó el tiempo de analizar mis necesidades



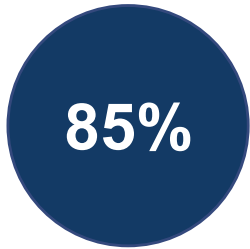
La confianza está “en riesgo”



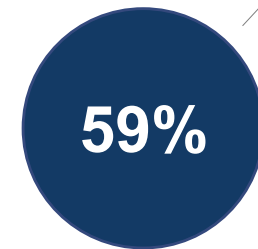
Se ha vuelto significativamente más difícil confiar en los asesores hoy, que hace 5 años



Se ha vuelto significativamente más difícil construir la confianza con el cliente hoy, que hace cinco años



26%



Sources : MDRT Generational Survey; MDRT PREP Survey



¿Qué es la Confianza?

Cuatro Facetas de la Confianza

Benevolencia

- Adaptado a mi
- Sin egoísmo
- Sin presión

Integridad

- No miente
- Honestidad

Dependencia

- Cumple promesas

Competencia

- Educación
- Experiencia

No Confían...

1

¿Y qué razón tienen los consumidores hoy para no confiar en nosotros?

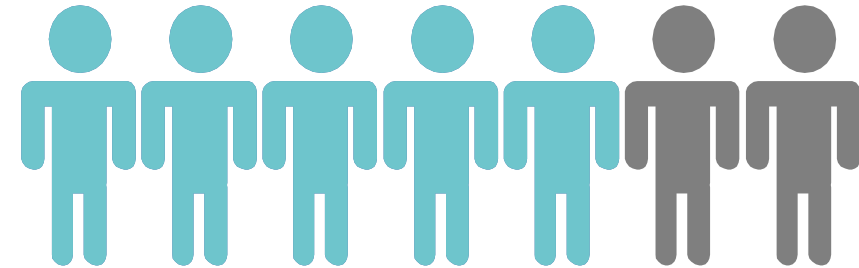
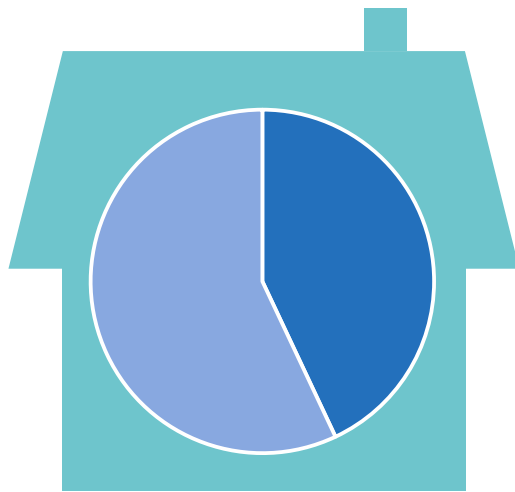
2

¿En mi empresa y en mi industria que hace tanto bien?

Consumidores confundidos y asustados

43%

de los hogares informan tener miedo en cometer un error con la toma de las decisiones financieras



5 de 7

consumidores informan estar más confundidos después de reunirse con un asesor, que antes de reunirse con él

Tendencias y Comportamientos

Las Preguntas:

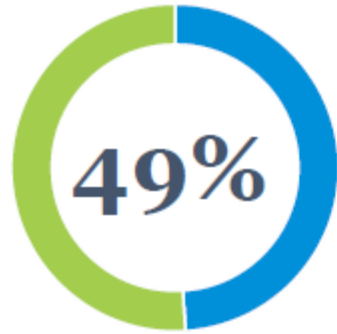
- ¿Cuánto capital humano tenemos protegido?
- ¿Por cuánto tiempo nos va a durar?
- ¿Se quedarán los hijos en la misma casa y colegio?

Hacer preguntas nos ayuda a:

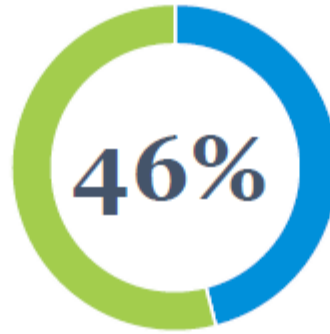
- Evitar Discusiones
- Hablar menos
- Que el cliente vea lo que quiere
- Que el cliente cristalice sus ideas
- Conocer claves para guiarlos

Tendencias y Comportamientos

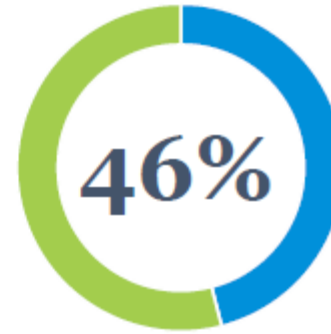
Micro aprendizaje, Justo a Tiempo & Relevancia



MICROLEARNING



JUSTIN
TIME LEARNING



EXPERIENCIA PARA EL ASESOR
CON CONTENIDO RELEVANTE

LinkedIn Learning

Workplace Learning Report

Tendencias de Aprendizaje Digital

Micro-Aprendizaje = **RÁPIDO**

Justo a Tiempo = **FLEXIBLE**

Contenido de Impacto = **RELEVANTE**

Tendencias de Micro-Aprendizaje (RÁPIDO)



4.8 Minutos
por día

“El empleado medio solo tiene tiempo para dedicar 1% de su semana laboral a su **desarrollo**”

(Deloitte)



75%

“El número de empleados con acceso a tecnología hoy tienen **más probabilidades de ver un video** que leer correos electrónicos, documentos o artículos web.”

(Forrester)



60 Segundos

“Se encontró que 1 minuto de contenido de video equivale a aproximadamente 1.8 millones de palabras escritas para la **retención de aprendizaje**”

(Forrester)



17%

“El aprendizaje en pequeños trozos hace que la **transferencia del aprendizaje** de la capacitación a la aplicación sea un 17% más eficiente”

(Journal of Applied Psychology)

Llamado a la acción

Tareas

- Establecer 4 metas para ser logradas en los próximos 12 meses
- Establecer plan semanal de acciones en apoyo de cada meta
- Compartir 4 metas y plan con mentores y familia para que les apoyen
- Medir resultados de acciones de apoyo de metas y establecer ajustes