

MetLife®



Mercado

Actualmente es prácticamente indispensable contar con un seguro, por lo que las compañías aseguradoras se han convertido en una parte importante del desarrollo de muchos países, debido también al impacto socioeconómico derivado de su evolución.

En México estas compañías promueven el ahorro interno, ofrecen protección al patrimonio familiar y generan empleos, lo que representa un ingreso económico para más de 60 mil familias.

A nivel internacional, MetLife atiende aproximadamente a 9 millones de clientes fuera de Estados Unidos y cuenta con 54 mil empleados en todo el mundo. En Estados Unidos es la aseguradora número uno, con aproximadamente 2.8 billones de dólares de suma asegurada en vigor. Atiende a 88 de las 100 compañías de la revista Fortune.

MetLife tiene casi 70 años de experiencia en el mercado asegurador mexicano, que representa el 51% de la operación internacional con respec-



to a sus ingresos, por lo que juega un papel muy importante en su crecimiento internacional.

Logros

En México, MetLife es la compañía número uno en seguros de vida y gastos médicos mayores, además de que cuenta con una sólida experiencia en el mercado institucional de descuento por nómina y más de 9 millones de pólizas y certificados en vigor. Su fuerza de ventas consta de más de 4 mil agentes y promotores en todo el país.

De hecho, México representa la inversión más importante de MetLife fuera de Estados Unidos, con casi 3 mil 900 millones de dólares de activos bajo gestión.

La empresa Standard & Poor's le asignó la máxima calificación:

mxAAA, gracias a su bajo riesgo crediticio en nuestro país.

Historia

La historia de MetLife se remonta a 1863, cuando un grupo de empresarios neoyorquinos fundaron The Union Life and Limb Insurance Company. En 1868 esta compañía decidió enfocarse en los seguros de vida y fundó una nueva empresa, destinada a vender "seguros ordinarios" a la clase media: El nombre MetLife fue elegido por los fundadores, que se inspiraron en el éxito que habían tenido en la zona metropolitana de Nueva York.

La llegada de MetLife a México estableció el inicio de una nueva etapa en la industria de los seguros y servicios financieros, por lo que se convirtió en la compañía aseguradora más grande del país,

que hoy cuenta con más de 5 millones de clientes y su prioridad es brindarles un servicio de excelencia, con estándares de calidad tanto nacional como internacional y los mejores productos y servicios.

Así, MetLife se erige como un símbolo de fortaleza financiera y servicio de clase mundial para beneficio de los clientes, inversionistas, socios de negocio y colaboradores.

En la actualidad MetLife tiene aproximadamente 8 millones de clientes en 12 países, a través de subsidiarias y afiliadas.

Y en cuanto al negocio de seguros de retiro, MetLife ayuda a más de un millón de personas a lograr un retiro digno y seguro. De igual forma ofrece planes de pensiones a pequeños negocios, entidades gubernamentales, organizaciones no lucrativas y corporaciones.

Producto

Los principales productos y servicios que MetLife ofrece en el país son:

- **Seguros individuales:** Seguros de vida, de gastos médicos mayores y de administración patrimonial.



- **Seguros institucionales para servidores públicos:** En la rama de seguros de vida ofrece seguro institucional de vida o incapacidad total y permanente, seguro institucional de vida para servidores públicos jubilados, seguro institucional para ex servidores públicos, seguro de separación individualizado y colectivo de vida renovable a un año, además de gastos médicos mayores, seguros contra accidentes y seguro colectivo de retiro.
- **Seguros corporativos:** Cuenta con seguros de vida y colectivo, gastos médicos mayores, accidentes personales y pensiones privadas.

- **Productos patrimoniales:** Garantía de Administración Patrimonial y Fórmula Ahorro Seguro.

Y el 8 de diciembre del 2004 la CONSAR certificó el inicio de operaciones en el mercado mexicano de MetLife Afore, una administradora de fondos para el retiro con beneficios exclusivos para sus clientes.



Desarrollos Recientes

Recientemente MetLife presentó ante clientes, autoridades financieras y funcionarios MetLife Afore, la administradora de fondos para el retiro que brinda servicios financieros especializados y asesoría personalizada con un esquema de comisiones accesible. Ante la creciente demanda de MetLife Afore, la empresa se está dedicando a la contratación de ejecutivos comerciales, quienes asesorarán a los clientes en el diseño de planes de ahorro personalizado y en trámites ante instituciones relacionadas con los sistemas de pensiones en México.

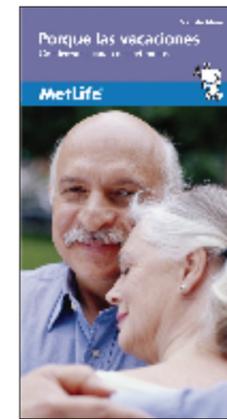
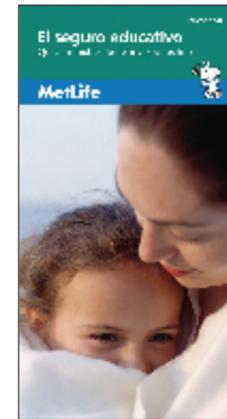
El objetivo de MetLife Afore es consolidarse como una administradora de fondos para el retiro con los mejores estándares de servicios y beneficios para los clientes. La solidez financiera y el liderazgo con que cuenta la compañía en los mercados financieros son elementos que la impulsarán a colocarse como una excelente opción para los trabajadores mexicanos.

Al contratar MetLife Afore los clientes contarán con beneficios como: servicio profesional personalizado durante y después de su vida laboral, servicios en línea, asesoría en opciones de pensión, planes de ahorro adicionales, aportaciones voluntarias y el profesionalismo y experiencia de MetLife Afore, que ofrece un equilibrio de riesgo-beneficio en sus inversiones.

Promoción

A partir de la instauración de la marca MetLife en México la empresa inició un importante programa de comunicación para proyectar, ante diferentes audiencias, su filosofía de negocio y su oferta comercial. Para ello decidió utilizar un estilo de comunicación directa y amable, que vinculara al seguro de vida con los mejores episodios de la vida de un ser humano.

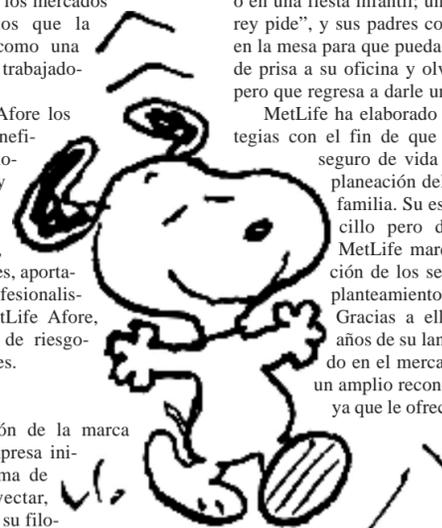
En el 2003 se lanzó al mercado una campaña de seguros de vida inspirados en la planeación de un mejor futuro para el consumidor y su familia; de allí



el slogan: "Cuidamos lo que amas de la vida".

En seguros de vida MetLife enfocó sus campañas promocionales en comunicar al consumidor acerca de la importancia de adquirir un seguro de vida cuando se tiene un hijo y sensibilizarse para proteger el futuro de su familia, para lo cual su estrategia creativa se orientó a ejemplificar situaciones de la vida real, con las que los padres se identificaban plenamente. Algunas de ellas fueron: una joven pareja que está mirando el ultrasonido de su primer bebé; la primera vez que una madre deja a su hijo en la escuela o en una fiesta infantil; un niño que está jugando "el rey pide", y sus padres colocan todo tipo de objetos en la mesa para que pueda ganar, y un padre que sale de prisa a su oficina y olvida despedirse de su hija, pero que regresa a darle un beso.

MetLife ha elaborado cuidadosamente sus estrategias con el fin de que el consumidor perciba al seguro de vida como una herramienta de planeación del futuro y protección de su familia. Su estilo de comunicación, sencillo pero definido, ha logrado que MetLife marque la pauta en la promoción de los seguros de vida a través del planteamiento de situaciones positivas. Gracias a ello, MetLife, a tan sólo 3 años de su lanzamiento, se ha consolidado en el mercado mexicano y ha logrado un amplio reconocimiento e identificación, ya que le ofrece al consumidor productos



que van desde un seguro de vida individual hasta seguros por gastos médicos, educación y pensiones.

Valores de Marca

Por más de 135 años MetLife ha incorporado valores corporativos basados en la integridad, la responsabilidad social, el liderazgo, la fortaleza financiera y la innovación en productos y servicios, además de fomentar la responsabilidad social. La compañía se

ha esforzado en impulsar proyectos para ser reconocida como ciudadano corporativo responsable y comprometido con su comunidad, colaborando con el desarrollo del país a través de programas educativos y de salud, como Lazos o Teletón. Este tipo de esfuerzos han cosechado frutos: hoy en día MetLife es la compañía de seguros líder en materia de responsabilidad social corporativa.



El Centro Mexicano para la Filantropía, A.C., le otorgó a MetLife el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable 2005, y en febrero de este mismo año MetLife presentó su Fundación para Mé-

xico, que apoyará el desarrollo económico y social del país a través de programas de educación para la salud.

Además, MetLife destina cerca de 7 millones de pesos anualmente a programas de Responsabilidad Social Empresarial, lo que la convierte en la compañía aseguradora más importante en este rubro.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre MetLife

- Desde hace 20 años, Snoopy, embajador corporativo de MetLife, es el símbolo de la empresa.
- En los inicios de la compañía, en 1863, MetLife aseguró la incapacidad por heridas, accidentes y enfermedades de marineros y soldados durante la Guerra Civil estadounidense.
- En 1931 MetLife proporcionó el capital para construir el exterior del Centro Rockefeller, en Nueva York. Asimismo contribuyó para la construcción del Empire State Building en 1929, y virtualmente salvó a este proyecto de la insolvencia financiera.
- En respuesta a la tragedia del 11 de septiembre, MetLife y la Fundación MetLife donaron un millón de dólares para ayudar a los afectados, asistir a familiares de las víctimas y rescatar personas.
- Como parte de su responsabilidad social corporativa, MetLife contribuyó con un millón de dólares en los esfuerzos de reconstrucción y ayuda a víctimas afectadas por el tsunami que devastó el sur de Asia en diciembre del 2004.