



SOCIAL Ritmo

PERSONAS & PERSONALIDADES

[POLO](#)
[ACTIVIDAD](#)
[ESPECTACULO](#)
[CELEBRACIÓN](#)
[CRUCERO](#)
[EL CHEF ES](#)
[WHISPERS](#)
[PARA SIBARITAS](#)
[DESCUBRIR](#)
[AL VOLANTE](#)
[ESPIRITUALIDAD](#)

[INAUGURACIÓN](#)
[APERTURA](#)
[CELEBRACIÓN](#)
[ACTO](#)
[CÓCTEL](#)
[EMPRESA](#)
[TORNEO](#)
[SOCIALES](#)
[MODA](#)
[ENTREVISTA](#)
[FIESTA](#)



ENFOCADO

Zanoni Selig

Por Ricardo Pichardo



Zanoni Selig nos abrió las puertas de WorldWide Medical Assurance en su casa matriz en Panamá. Nos invitó a entrar y conversar sobre sus planes y proyectos en un diálogo cargado de buenas noticias y grandes expectativas.

Nuestra cita estaba pautada en el piso 27 de la torre Global Bank en la ciudad de Panamá y hacia allá nos trasladamos. Con la calidez que lo caracteriza, el señor Selig nos dio la bienvenida y, de inmediato, nos insertó en los recovecos de esta gran empresa. Toda una experiencia.



Conocer de cerca los logros alcanzados por esta próspera e indetenible compañía, el porqué de su mudanza a esta ístmica tierra y palpar el empuje y avance de sus francos y serios programas de expansión por toda América Latina.



Aprovechamos, de igual modo, para inmiscuirnos en las razones y motivos que han hecho de WorldWide Medical Assurance, LTD Corp. un icono en todo el hemisferio. Es solo el comienzo. Este año 2009 se propone conquistar mercados tan peculiares como Nicaragua, Honduras y Brasil, los cuales, sin duda alguna, fortalecerán aun más los sólidos cimientos que han servido de soporte y valía para la meta establecida: ser la compañía de referencia en toda Latinoamérica, tanto en seguro médico internacional como seguro de vida.



Rodeado de grandes profesionales como Juan Carlos Martinelli, como gerente General, Ignacio Maricich, vicepresidente de Negocios Reaseguro, y Claudio Mejía como vicepresidente de Negocios Internacionales, está asegurada la misión y visión de esta firma que escribe legible su historia.

“El secreto está en el enfoque” asegura Selig, sin reparos, confiado en la estrategia aplicada en cada paso y en cada decisión tomada, para hacer de lo que fue una pequeña idea apenas una década, una gran realidad.



RS. Antes de fundar WorldWide usted se desenvolvía en negocios similares, ¿Cómo se involucra en el mundo de los seguros?

ZS. Lo que es este grupo, se formó en el año 1999, una sociedad con el centro financiero BHD. Anterior a eso habíamos trabajado en la industria del seguro en lo que eran las agencias; éramos representantes de compañías de primer nivel en el área de vida y salud de compañías americanas en toda la región de América Latina, habíamos trabajado el negocio desde el punto de vista comercial, todo lo que era la distribución de programas de vida y salud internacional, lo hicimos con bastante éxito. Y esa inclusión en ese negocio es la que me ha servido como experiencia para que en 1999 Wordwide Medical actuara como compañía, como empresa de seguro.



RS. ¿Cuál fue la idea inicial para levantar la empresa?

ZS. La idea inicial es la siguiente: el seguro lo que trata es de cubrir necesidades de las personas, riesgos que tienen los individuos, y lo que hacen cuando contratan un seguro es aminorar la carga financiera de esos riesgos, entonces nosotros entendimos que con los conocimientos que teníamos podíamos crear una empresa en la cual

en una primera fase que fue seguro médico internacional, pudiéramos trabajar con un programa de médico que tuviera lo siguiente: que fuera efectivo, eficiente y duradero. Porque los problemas que ocurrían era que como son pólizas que pagan montos muy altos, por ejemplo, nosotros cubrimos hasta dos millones de dólares por enfermedades y la medicina de Estados Unidos es la que principalmente utilizan nuestros clientes es costosa, entonces las empresas duraban unos años, luego tenían que salir y eso hacía que colocaran una póliza con varios asegurados, pero si esa empresa se iba tenían que iniciar de nuevo. Entonces dijimos que teníamos que formar una empresa que fuera eficiente, una compañía que cumpliera una función real, que se viera el beneficio que ofrece a la sociedad; que una persona pueda, en caso de una enfermedad, acudir hasta lo último para tratar de buscar su salud sin perder su patrimonio.

RS. ¿Qué ha implicado mudarse para Panamá a raíz de que toma esta decisión y por qué?

ZS. Panamá es un centro financiero. La jurisdicción de Panamá es ideal para el tipo de negocios que tenemos, por muchas razones: la moneda es dólar, el país está en el mismo centro de América y es la base de muchas compañías financieras grandes e importantes para toda la región. Como está organizada la actividad aseguradora en Panamá, en una sola compañía podemos tener ambas licencias de aseguradora y reaseguradora. Hay una serie de beneficios que el país tiene que nos permite internacionalizar nuestro programa; tiene, además, políticas claras y decididas de atracción de inmigrantes. Es importante porque el individuo que emigra para su retiro, sobre todo procedente de Estados Unidos, no ve el sitio bien si no hay un buen seguro médico. Estas son algunas de las razones que hicieron que WorldWide Medical se instalara en Panamá.

RS. ¿Cuál ha sido el balance de estos dos años en Panamá?

ZS. Ha sido muy bueno. Aquí hay compañías que no son de capital panameño que tienen varios años y la gente apenas las conoce, a nosotros en estos dos años todo el mundo nos conoce. Hemos logrado un acercamiento con los productores de seguros en Panamá y alianzas con centros de salud de primer orden como es el hospital Punta Pacífica, un hospital que está asociado al Johns Hopkins, considerado como el más importante de Estados Unidos y que lo pusimos como hospital selecto; sin duda fue un gran acierto. El país ha crecido enormemente en estos dos años, hay una excelente jurisdicción para el área financiera.

RS. ¿Cuál es la gama de servicios que ofrece WorldWide?

ZS. WorldWide trabaja con planes de servicios de salud internacional y planes de vida, nuestra aspiración para los próximos cinco años es ser la compañía de referencia en toda América Latina en las dos ramas. En los programas de vida vamos a competir con compañías americanas que hay en la región.

RS. ¿Cuáles son los beneficios que tiene WorldWide que otras no tienen y, por ende, las personas deberían elegir WorldWide?

ZS. Yo diría que los beneficios que ofrecen las compañías son muy similares, la diferencia para que las personas te refieran a WorldWide es el servicio, el cliente de nosotros es un cliente sofisticado. Estamos hablando de primas promedio de 4,000 dólares al año. Nuestra filosofía es tratar de resolver los problemas de las

personas en el momento en que se presentan, y saber identificar esas empresas versus compañías que operan muy coyunturalmente. La gente lo que busca es su tranquilidad y esa tranquilidad se la da una compañía enfocada en esa área, con los mejores aliados y con una filosofía de hacer todo lo posible por su bienestar. Tanto así es, que hace unos meses hicimos una alianza estratégica con United Health Care, el mayor prestador de servicios de salud de Estados Unidos. Implementar todos los sistemas, sabíamos que podíamos tener ciertos problemas culturales por la idiosincrasia de las personas, pero nosotros apostamos que con una alianza de este tipo con una empresa tan prestigiosa y poderosa iba a ser beneficiosa para todo el mundo. La diferencia está en enfocarse. Muchas compañías quieren hacerlo todo, quieren ser la compañía y el TPA, esto es la compañía que administra los reclamos, en este caso en Estados Unidos, entonces si yo cubro en Estados Unidos yo tengo que tener a alguien allá que sea quien tenga contacto con los productores, ¿y a quién tenemos nosotros?, al más grande, al mejor, y somos la compañía más grande en América Latina en seguro médico internacional que hace negocios con ellos. Obviamente, esto beneficia a las personas. Nosotros somos especialistas, y esto es lo que marca la diferencia de nuestra compañía frente a las demás.

RS. Hablamos hace un rato de los planes de expansión de la compañía, me había dicho que actualmente están presentes en siete países y esta cifra ustedes se proponen incrementarla, ¿podría compartir con nosotros en qué consisten estos planes, cuáles países están en carpeta al futuro inmediato de la empresa?

ZS. Actualmente estamos en Panamá, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Venezuela, Haití y México. A principios de este año que recién iniciamos tenemos en carpeta países como Nicaragua, Honduras, Ecuador y Brasil.

RS. ¿Cuál es el proceso para operar en un país por primera vez?

ZS. El proceso es simple. En el país nuevo contactamos un seguro local para aliarnos, entonces la persona de ahí con experiencia, nos aporta todos sus conocimientos de la idiosincrasia de ellos. Nosotros aportamos el prestigio y los conocimientos nuestros. Nunca se puede ir a cada sitio con la misma receta. Son diferentes, no se puede ir solo.

RS. ¿Cuál es el volumen de afiliados actualmente?

ZS. Tenemos aproximadamente unos 25 mil asegurados.

RS. ¿En qué consiste el programa ECAL?

ZS. Ecal es un programa muy interesante, porque nosotros estamos pensando en la clase media. Generalmente nuestro producto está elaborado para el segmento A de la población, personas que viajan mucho, ejecutivos, empresarios, pero el ECAL es un programa que piensa en la clase media. Su importancia radica en lo siguiente: en el segmento de seguro de salud internacional el problema principal es resguardar el patrimonio de la gente, entonces este programa permite que la gente pueda vivir más, que esa persona clase media que antes no podía acceder a estos planes, pueda tener la oportunidad de tener una alternativa. Por su siglas, Enfermedades Crónicas de América Latina, tiene un costo bajo y cubrimos, como su nombre lo indica, enfermedades críticas, como cáncer, problemas neurológicos, enfermedades cardíacas, quemaduras... en varios centros de América Latina, excepto Estados Unidos. Lo que ofrece el ECAL es que si el asegurado tiene un problema grave de salud, puede tratarse en varios centros de América Latina, por ejemplo en República Dominicana tenemos CEDIMAT y HOMS con la mejor tecnología para enfermedades del corazón, aquí en Panamá tenemos el Hospital Punta Pacífica, aliado al Johns Hopkins de Estados Unidos, tremendo hospital, tenemos en Costa Rica la Clínica Bíblica, en Colombia tenemos los mejores; vamos ahora a incorporar hospitales en Argentina y Chile con hospitales superiores a todos los hospitales de la Florida. Entonces, no podemos menospreciar a América Latina.

RS. ¿Cuáles serían los planes a corto plazo para este año 2009?

ZS. Uno de los planes que tenemos para este año, no es solo que la gente tenga el seguro, sino también servir de orientador para las personas: dónde deben ir, cuáles son los mejores centros, dónde está la mejor medicina para sus problemas. Hemos visto que muchas veces las personas no saben dónde acudir, ya sea en problemas simples como compuestos.

RS. Tengo entendido que ustedes celebran una convención internacional cada año, ¿dónde será este año y en qué consisten estos encuentros?

ZS. Hemos hecho varias convenciones, la primera fue en Buenos Aires, Argentina, en 2005; luego en Galicia, España, en 2007; y, ahora, en este año, porque es cada dos años, será en Bariloche, Argentina. Nosotros ahí premiamos la labor de los productores, la lealtad y los que han alcanzado cierta suma de producción, aquí intercambiamos conocimientos, conocemos nuevos lugares... es algo que los productores merecen. Para esta ocasión asistirán alrededor de 90 personas de Panamá, Venezuela, Guatemala y República Dominicana. Aquí no hay un tema en específico, el mayor porcentaje del tiempo es para conocer el sitio, compartir y relacionarse. Será este año en agosto.

RS. ¿Cuáles han sido los mercados más difíciles de conquistar, me refiero por la complejidad del país, ha habido un lugar difícil de manejar?

ZS. Los mercados más complejos obedecen a su grandeza, mercados como Argentina y Brasil son más complejos, las necesidades son diferentes. En Brasil o Argentina los problemas son diferentes, en el sentido de que no necesitan de un seguro médico que le cubra todo, porque los hospitales se los ofrecen. Estoy seguro que cuando tengamos todo planificado y las necesidades claras del lugar, no creo que van a ser difíciles. Más que difíciles son diferentes.

RS. Muchas personas no entienden o valoran la importancia de un seguro de salud o de vida ¿qué les diría a esas personas?

ZS. Yo creo que la gente tiene que aprender a establecer prioridades, y lo prioritario es la vida de esa persona y su familia, todo lo otro debe ser secundario. Todas las personas responsables de una familia tienen que saber cómo responder a las eventualidades que tiene la vida. Si lo ven de esta manera vivirían más tranquilos. Una persona cuando tiene un seguro de vida internacional es diferente, si no lo usa mejor; pero si te digo que lo vemos a diario, es completamente distinto, esa tranquilidad no se cambia por nada.