ChatGPT

Perfiles de Buyer Personas Latinos para Seguros de Vida IUL

Persona 1: María – Madre y Pequeña Empresaria (42 años)

Datos demográficos ampliados

María tiene 42 años, está casada y es madre de dos hijos (uno de 14 y otro de 10 años). Reside en Miami, Florida, donde administra su propio negocio, una panadería familiar que fundó hace casi una década. Sus ingresos familiares son moderados (alrededor de $70,000–$80,000 anuales), variables según la temporada del negocio. Pertenece al creciente grupo de mujeres latinas emprendedoras en Florida que logran compaginar la vida familiar con un negocio propio – de hecho, los hispanos han estado abriendo empresas a un ritmo muy superior al promedio nacional (un aumento del 34% en la última década, comparado con apenas 1% entre otros grupos) [1]. María y su familia viven en un vecindario predominantemente hispano, lo que le permite mantener fuertes lazos con su cultura y comunicarse en español en su vida diaria.

Hábitos financieros

En cuanto a sus finanzas, María se maneja de forma conservadora y responsable. **Ahorro:** Antes de iniciar su panadería, ahorró diligentemente durante años para reunir capital – no en vano, el 95% de los dueños de negocios hispanos considera crucial ahorrar fondos propios como colchón antes de emprender [2]. También contó con el apoyo económico de familiares cercanos, algo común en la comunidad (casi 62% de los emprendedores hispanos reciben ayuda financiera de amigos o familia al empezar su negocio [3]). **Inversión:** Debido a que la mayor parte de sus ahorros está reinvertida en el negocio o reservada para emergencias, María no es una inversionista activa en la bolsa u otros instrumentos; prefiere **lo seguro y tangible**. Su "inversión" principal ha sido su propia empresa y, en menor medida, la compra de una casa modesta hace algunos años (tiene una hipoteca que paga puntualmente). **Bancos:** María utiliza servicios bancarios básicos: tiene cuenta de cheques y de ahorros en un banco tradicional y una tarjeta de crédito personal, aunque evita endeudarse en lo posible. Tiende a ser cautelosa con los préstamos; de hecho, siente desconfianza hacia solicitar crédito bancario para su negocio porque sabe que muchos propietarios hispanos enfrentan obstáculos para obtener préstamos (44% de los dueños hispanos reportan haber sido rechazados para préstamos, una tasa más alta que la de dueños blancos) [4]. Esta dificultad la ha llevado a operar principalmente con recursos propios y a mantener un fondo de emergencia para imprevistos. **Confianza financiera:** Si bien confía en su banco para operaciones cotidianas, prefiere asesorarse con conocidos antes de contratar productos financieros complejos. Cabe mencionar que María no cuenta con un plan de jubilación formal ni acceso a un 401(k) a través de un empleador (como el 64% de los trabajadores hispanos que carecen de un plan de retiro laboral) [5]. Esto hace que esté preocupada por cómo asegurar su futuro financiero; ha considerado opciones de ahorro con seguros de vida, pero aún no ha tomado acción. **Seguros actuales:** María tiene cobertura básica de seguros: un seguro de auto (obligatorio) y un seguro médico mediante el mercado de Obamacare. En cuanto a seguros de vida, **sólo posee una póliza mínima a término** que contrató hace años cuando nació su segundo hijo, la cual podría no ser suficiente. Sabe que necesita mayor protección financiera, pero siente incertidumbre sobre qué producto elegir.

Comportamiento digital

María se desenvuelve activamente en el mundo digital, aunque de manera diferente a generaciones más jóvenes. **Redes sociales:** Su plataforma principal es **Facebook**, donde se mantiene conectada con familiares, amigos y otros comerciantes locales. De hecho, **Facebook sigue siendo la red más usada por los hispanos** en EE.UU. [6], algo que se refleja en los hábitos de María: cada mañana revisa su feed, publica actualizaciones de su negocio y participa en grupos comunitarios (por ejemplo, un grupo de madres latinas en Miami y otro de emprendedores locales). También utiliza **WhatsApp** intensivamente para comunicarse – coordina pedidos de catering vía WhatsApp y mantiene allí un chat familiar activo. No es sorprendente, dado que más de la mitad de los latinos en EE.UU. (52%) usan WhatsApp regularmente, muy por encima de otros grupos étnicos (sólo 12% de blancos lo usan) [7]. A María le agrada esta aplicación por la facilidad para enviar mensajes de voz y porque le permite conversar con parientes en su país de origen. **Consumo de contenido:** Dedica tiempo a **YouTube** para ver tutoriales y entretenimiento ligero; por ejemplo, sigue canales de recetas en español que le dan ideas para su panadería, y en las noches reproduce noticias o programas de variedades en YouTube mientras realiza tareas del hogar. Los latinos utilizan YouTube considerablemente – incluso más que otros grupos – para informarse y ver contenido variado [8], así que María encaja en esa tendencia. En cuanto a **Instagram**, tiene una cuenta para promocionar sus productos y ver fotos de conocidos, pero no es su red principal. **Frecuencia y dispositivos:** María accede a Internet principalmente a través de su **teléfono móvil**, dispositivo que se ha vuelto su herramienta multifuncional (comunicación, banca móvil, promociones del negocio, etc.). Esto concuerda con el patrón general: 80% de los adultos latinos acceden a internet desde un dispositivo móvil y una proporción significativa son “mobile-only” (aprox. 25% depende exclusivamente del smartphone) [9]. María verifica su correo electrónico y redes en el teléfono a lo largo del día, aunque para tareas más largas (como llevar la contabilidad semanal de su negocio en Excel) utiliza una laptop básica en casa. **Comportamiento en línea:** Ella no se considera “adicta” a las redes, pero pasa fácilmente unas 2 horas al día repartidas entre Facebook, WhatsApp y YouTube. No suele usar **TikTok** de forma activa (lo descargó por curiosidad y porque sus sobrinas lo usan, pero le preocupa el contenido poco filtrado); aun así, está al tanto de que TikTok ha crecido muchísimo entre la comunidad latina (ya lo usa ~50% de los latinos adultos) [10]. En general, María aprovecha el mundo digital para estar informada y gestionar su negocio, manteniendo un balance con su ajetreada vida offline.

Valores y cultura

Como muchas personas latinas, María fundamenta sus decisiones en **valores familiares y comunitarios** muy arraigados. **Familia:** Su familia es lo más importante en su vida – trabaja arduamente para “sacar adelante” a sus hijos y darles un futuro mejor. Valora poder costear la educación de los niños (su hija mayor pronto irá a la secundaria superior y María ya piensa en cómo ahorrar para la universidad). Proteger a los suyos es prioridad; de hecho, los consumidores hispanos tienden a preocuparse más que otros grupos por la posibilidad de dejar a sus dependientes en una mala situación financiera si algo les ocurriera [11]. María comparte plenamente esa preocupación: **le quita el sueño pensar** que, si ella o su esposo faltaran, sus hijos podrían enfrentar dificultades económicas. **Comunidad:** María también es muy solidaria en su comunidad. Participa en eventos de la iglesia local los domingos (es católica practicante, como gran parte de la comunidad cubano-americana de Miami a la que pertenece) y suele donar pan diariamente a un comedor comunitario. Estos lazos comunitarios no solo le brindan apoyo emocional sino también confianza: gran parte de la clientela de su panadería llegó por recomendaciones de boca en boca, y ella a su vez prefiere **confiar en proveedores o asesores que sean conocidos en la comunidad**. **Visión del dinero y éxito:** Para María, el éxito no se mide en lujos materiales sino en la estabilidad y el bienestar de la familia. Ella siente orgullo de haber pasado de empleada a dueña de negocio – representa su *sueño americano* hecho realidad, fruto de años de esfuerzo. Su visión del dinero es conservadora: cree en **vivir dentro de sus**

medios, ahorrar "para las vacas flacas" y evitar deudas innecesarias – principios transmitidos por sus padres y que ella inculca en sus hijos. Al mismo tiempo, aspira a que su negocio crezca lo suficiente para *"dejar algo para los hijos"*. **Cultura:** María mantiene vivas sus raíces culturales: en casa se habla español la mayor parte del tiempo, cocina platos tradicionales cubanos y celebra fechas como la Nochebuena con toda la familia extendida. Estas tradiciones refuerzan su sentido de identidad y unión. También respeta mucho los consejos de los mayores; es probable que antes de tomar una gran decisión financiera, busque la opinión de un familiar de más edad o de un mentor en su comunidad. En resumen, los valores de María giran en torno a familia, trabajo duro, fe y prudencia financiera, lo que influye fuertemente en cómo percibe productos como un seguro de vida.

Lenguaje, expresiones, estilo emocional y objeciones frecuentes

María se comunica **principalmente en español**, su lengua materna, especialmente para temas personales y complejos. Si bien habla suficiente inglés para atender a algunos clientes angloparlantes, prefiere realizar discusiones importantes (como asuntos financieros o contratos) en español para asegurarse de comprender todos los detalles – es parte del amplio grupo de latinos que necesita recursos en español al tratar con temas financieros, ya que el idioma puede ser una barrera cuando las explicaciones no están bien adaptadas [12] . **Estilo de comunicación:** En su manera de expresarse, María es cálida y coloquial. Suele usar diminutivos y apelativos afectuosos (por ejemplo, se dirige a sus hijos como "mi amor" o "mijito") y a sus clientes frecuentes les dice "mi reina/mi corazón", reflejando cercanía. También emplea refranes populares aprendidos de sus padres: frases como *"el que guarda, siempre tiene"* o *"no dejes para mañana lo que puedes hacer hoy"* salpican sus conversaciones, evidenciando su filosofía de previsión y diligencia. **Estilo emocional:** María tiende a ser **emocionalmente reflexiva y cautelosa** en decisiones de dinero. Puede mostrarse algo **ansiosa** frente a lo desconocido financiero; por ejemplo, hablar de seguros de vida le produce cierta inquietud al evocar la posibilidad de falta o tragedia. No obstante, también demuestra **determinación y optimismo moderado**: suele decir "**Dios mediante** lograremos estar bien" – combinando su fe con la convicción de que, con trabajo, las cosas mejorarán. **Lenguaje al hablar de seguros/inversiones:** Cuando discute temas de seguros o inversiones, hace muchas preguntas y busca analogías sencillas. Podría decir: *"A ver, explíqueme en arroz y frijoles cómo funciona esto"*, queriendo una explicación simple. Usa términos básicos como *"guardadito"* para referirse a ahorros, o *"segurito"* para el seguro. Si algo no le cuadra, comenta *"suena medio enredado"* o *"no quiero meter la pata"*, mostrando su cautela de no cometer errores financieros. **Objeciones y preocupaciones frecuentes:** Al presentarle el producto IUL, María puede plantear varias objeciones típicas. La primera suele ser **el costo**: *"¿Cuánto tengo que pagar al mes? ¿Y si no puedo seguir pagándolo?"*. Como muchos en la comunidad (8 de cada 10 hispanos), ella tiende a **sobreestimar el costo** real de un seguro de vida [13] , imaginando que será más caro de lo que en verdad es. Otra objeción es **la complejidad**: *"No lo entiendo bien… eso de índice y acumulación me confunde"*. María admite que no se siente experta en estos temas (un sentimiento común; alrededor del 31% de los consumidores hispanos dice no sentirse bien informado sobre los seguros de vida) [13] . Por lo tanto, teme "meterse en algo que no entiende". También puede expresar **desconfianza o temor a fraudes**: *"He escuchado de gente que la estafaron con seguros, ¿cómo sé que este es confiable?"*. Esta inquietud proviene de desconocer el producto y de su naturaleza precavida. Asimismo, **prioriza otras necesidades inmediatas**: *"Ahora mismo tengo que reinvertir en mi negocio y pagar cosas de mis hijos; quizá más adelante, cuando esté más holgada, veo lo del seguro"*. Esta actitud refleja las prioridades financieras que suelen postergar la compra de seguros en la comunidad (el enfoque en otras obligaciones es, junto al costo, la razón principal por la que muchos hispanos demoran adquirir un seguro) [14] . Por último, existe cierta **resistencia emocional a hablar de la muerte**: en su cultura, tocar estos temas abiertamente a veces "atrAE mala suerte", según creencias populares. María podría decir en broma: *"Ay, no me quiera enterrar todavía"*, al discutir un seguro de vida, ocultando con humor su incomodidad sobre el tema. En resumen, para superar sus objeciones habrá que abordar su

preocupación por el costo con datos claros, explicar con mucha sencillez cómo funciona el IUL (en español) y generar confianza mostrando casos de éxito o la solidez de la aseguradora.

Medios de información y confianza

Fuentes de información: María se informa principalmente a través de **medios en español** de alta penetración en la comunidad. Todas las noches ve las noticias en **Univision** o **Telemundo** junto a su familia, para enterarse tanto de eventos locales en Florida como de noticias internacionales relevantes. También sigue segmentos de finanzas personales en programas hispanos: por ejemplo, ha visto consejos de Julie Stav (experta financiera latina) en Despierta América y algún segmento sobre seguros en Univision Contigo. En radio, cuando conduce al trabajo temprano, sintoniza una emisora latina local (por ejemplo, Actualidad Radio 1040 AM en Miami) donde a veces escucha breves cápsulas informativas de economía familiar. María **confía más en los medios en español** porque siente que hablan de **su realidad**; percibe que le entienden mejor que los medios anglosajones. Además, suele leer portales locales en español en su teléfono, como el periódico *El Nuevo Herald* o blogs comunitarios, para consejos prácticos (ha leído artículos tipo "¿Cómo asegurar el futuro de tus hijos?" enfocados en hispanos). **Influencers y redes sociales:** En Facebook, María sigue páginas orientadas a la comunidad latina: por ejemplo, la página de Florida Blue en Español, que a veces comparte información sobre seguros de salud y vida, o grupos como "Mujeres Emprendedoras Latinas" donde otros miembros comparten tips financieros. Si bien no sigue a *influencers* financieros globales, sí presta atención a figuras locales respetadas: por ejemplo, escucha si el padre de la iglesia comenta algo sobre planificación financiera en sus sermones, o si un líder comunitario recomienda algún taller de finanzas. **Medios de confianza:** María tiende a confiar en **instituciones reconocidas** y en **personas con las que tenga una conexión cultural**. Por eso, le generan más tranquilidad las compañías que tienen buena reputación y presencia en su comunidad. Por ejemplo, ver un anuncio de seguro de vida de State Farm en español durante su novela le inspira más confianza que recibir un folleto en inglés de una compañía desconocida. Esto se alinea con la tendencia de que los hispanos muestran relativamente **más confianza en instituciones financieras establecidas** que la población general (57% confía en los bancos nacionales vs 45% de la población general) [15], siempre y cuando dichas instituciones les atiendan en su idioma. María también confía en **referencias personales**: difícilmente contrataría un asesor financiero que no venga recomendado por alguien. Si su prima o una amiga del vecindario le cuentan que obtuvieron un seguro de vida y les fue bien, ella se sentirá más cómoda contactando al mismo agente. Por último, aprecia cuando la comunicación es en español claro y con tacto: empresas que lanzan campañas en *spanglish* muy forzado o que no comprenden la cultura (p.ej. usando estereotipos) le generan rechazo. Prefiere contenido informativo, con tono empático y familiar. Por ejemplo, un video en Facebook de una asesora latina explicando IUL con ejemplos de la vida cotidiana llamaría su atención mucho más que un folleto genérico.

Proceso de decisión de compra

El proceso de compra de María tiende a ser **deliberado y paso a paso**, pues ella no toma decisiones financieras importantes a la ligera. **Investigación inicial:** Ante la idea de un seguro de vida indexado (IUL), primero *"lo conversa en casa"*. Es muy probable que dialogue con su esposo sobre la conveniencia de un IUL, ya que suelen decidir en conjunto las cuestiones económicas del hogar. Ambos podrían enumerar pros y contras, considerando cómo encajaría el pago de primas en su presupuesto mensual. Después, María buscará **información básica en español**: por ejemplo, podría googlear *"¿Seguro de vida con ahorro cómo funciona?"* y leer artículos o ver algún video explicativo. Dedicará tiempo a entender los beneficios (protección, acumulación de valor en efectivo, potencial exención de impuestos, etc.), aunque si la información es muy técnica podría abrumarse y detenerse. **Consulta con terceros:** Dada su naturaleza sociable, es probable que María pregunte la opinión de alguien de confianza. Podría llamar a su cuñada (que es contadora) para preguntarle si conoce este producto, o incluso mencionarlo

en la próxima reunión de su grupo de comerciantes latinos, por si alguno ya tiene un IUL. Estas recomendaciones **influirán mucho**: si alguien relata una experiencia positiva (*"yo contraté un IUL y mira, también ahorro para la universidad de mis hijos"*), sus ganas de avanzar aumentarán; pero si escucha dudas o un mal testimonio, se frenará. **Interacción con el agente/empresa:** Su siguiente paso típico sería contactar a un **asesor de seguros bilingüe**. María probablemente busque a un agente que hable español (posiblemente el mismo que le ofreció el seguro de auto, si es de confianza) o llame a la compañía cuyo anuncio vio en español. En esa primera conversación, ella evaluará **el factor confianza**: prestará atención a si el asesor muestra paciencia, entiende su situación familiar y responde clarito en español. Hará muchas preguntas – desde *"¿Qué pasa si dejo de pagar?"* hasta *"¿Puedo usar el dinero para emergencias?"* – esperando respuestas sinceras y sin presión. Si el agente le explica con ejemplos prácticos, por ejemplo cómo el IUL podría financiar parcialmente la educación universitaria de sus hijos **y** al mismo tiempo proteger a la familia si ella falta, María se irá entusiasmando. **Tiempo para decidir:** Aun si queda impresionada positivamente, María no firmará de inmediato. Lo más probable es que pida el folleto o ilustración en papel para "**llevarlo a casa y pensarlo**". Ella y su esposo revisarán los números con calma el fin de semana, quizás comparando con otras prioridades (¿deberíamos destinar ese monto mensual a este seguro o a un fondo de ahorros tradicional?). Este proceso puede tomar varias semanas. Durante ese tiempo, María podría volver a contactar al agente para aclarar alguna duda adicional o incluso cotizar con otra empresa para comparar beneficios, ya que le gusta sentirse *informada y segura* antes de comprometer su dinero. **Decisión final:** Si todo transcurre bien – la información la convence, el presupuesto le cierra y el agente le genera confianza – María finalmente decidirá contratar el IUL. Desde el primer contacto hasta la firma podrían transcurrir entre **4 a 8 semanas**, un periodo que incluye investigación, consultas con familia y quizá algún evento desencadenante que la motive (por ejemplo, enterarse de la enfermedad de un conocido sin seguro podría empujarla a actuar para no "dejar desprotegidos" a sus hijos). Una vez que adquiere el IUL, María se sentirá aliviada y orgullosa de haber tomado una medida responsable. Es probable que luego recomiende a otras mamás de su círculo que consideren hacer lo mismo, convirtiéndose ella misma en una **embajadora** del producto tras una buena experiencia.

Persona 2: Carlos – Profesional Tecnológico con Enfoque Financiero (38 años)

Datos demográficos ampliados

Carlos tiene 38 años, es un hombre latino profesional en el área tecnológica y reside en Tampa, Florida. Está casado desde hace 5 años con Andrea (ingeniera industrial de 35 años) y tienen un hijo de 3 años. Carlos obtuvo su título universitario en Ingeniería de Sistemas en EE.UU. y ha progresado hasta convertirse en **gerente de proyectos de TI** en una empresa de software. Su carrera le brinda **ingresos altos** (alrededor de $100,000 anuales), situándolo en la categoría de clase media alta. La pareja adquirió su primera casa el año pasado en un suburbio de Tampa; ambos aportaron al enganche y comparten las responsabilidades financieras. Carlos forma parte de una **nueva generación de latinos profesionales y bilingües** que están alcanzando niveles socioeconómicos acomodados en EE.UU. – un segmento que se siente optimista sobre su futuro económico. De hecho, los latinos "afluentes" tienden a mostrarse más positivos respecto a sus finanzas que la población general (35% se siente optimista vs 28% del total) [16] . Carlos refleja ese optimismo prudente: confía en que, manejando bien sus finanzas, podrá lograr metas importantes como retirarse cómodamente a los 60 años o antes. En casa, la dinámica cultural es bicultural: tanto él como su esposa son hijos de inmigrantes latinoamericanos (sus suegros son colombianos y los padres de Carlos, dominicanos), por lo que crecieron hablando español en el hogar pero estudiando y trabajando en inglés. Ahora le hablan a su hijo en ambos idiomas para que sea completamente bilingüe. **Lugar de residencia:** En Tampa, Carlos pertenece a una comunidad

latina en crecimiento aunque más dispersa que en Miami; asiste a eventos de networking de jóvenes profesionales latinos de la zona y viaja con cierta frecuencia a Miami por conferencias de tecnología. Se siente orgulloso de sus raíces latinas y cómodo viviendo e integrándose en la sociedad estadounidense.

Hábitos financieros

Carlos se caracteriza por ser **muy proactivo y estratégico** en la gestión de sus finanzas personales – es el tipo de persona que disfruta optimizando su dinero. **Ahorro e inversión:** Desde sus 20s, ha sido disciplinado con el ahorro; hoy en día, sigue la regla de "págate a ti mismo primero", apartando alrededor del 20% de cada sueldo para inversiones y ahorros antes de gastar en otras cosas. Aprovecha al máximo los instrumentos financieros disponibles: contribuye hasta el tope en el plan 401(k) de su empresa (recibiendo el *match* del empleador) y también tiene una **IRA Roth** que fundó al iniciar su carrera. Adicionalmente, mantiene un portafolio de inversión en una cuenta de corretaje donde compra fondos indexados y algunas acciones de empresas tecnológicas que conoce bien. Sus hábitos son inusuales si se comparan con la media de la comunidad latina tradicional, pero cada vez más comunes entre profesionales jóvenes: Carlos se incluye en ese 96% de latinos acomodados que afirman tener un plan financiero concreto para su futuro [17] . **Uso de crédito:** Carlos tiene un excelente puntaje crediticio (~800). Es un **usuario astuto de tarjetas de crédito**: aprovecha recompensas y *cashback* pagando el saldo completo cada mes, evitando intereses. También ha utilizado el crédito de forma estratégica; por ejemplo, obtuvo un préstamo con tasa baja para financiar un auto eléctrico (prefirió no descapitalizarse pagando todo en efectivo, dado que podía invertir ese dinero). Este enfoque concuerda con la tendencia de los hispanos de altos ingresos a utilizar préstamos y crédito como parte de su estrategia financiera (44% lo hace, más del doble que el 19% de la población general) [18] . Para Carlos, el **endeudamiento "inteligente"** – como una hipoteca manejable o un crédito estudiantil a bajo interés que tomó en su momento – es una herramienta, no algo que deba evitarse a toda costa. **Banca y confianza financiera:** A diferencia de generaciones anteriores quizá más recelosas, Carlos confía plenamente en las instituciones financieras convencionales. Tiene cuentas en un gran banco nacional y en una fintech en línea. No teme manejar su dinero digitalmente; de hecho, los consumidores hispanos como él muestran un índice de confianza notablemente alto en las plataformas financieras digitales (41% confía en bancos en línea y apps de inversión, versus solo 22% en la población general) [15] . Carlos revisa su *portfolio* y estados de cuenta mediante aplicaciones móviles con regularidad. **Planificación y seguros:** Fiel a su mentalidad previsora, Carlos ya adquirió algunos seguros básicos: tiene un seguro de vida a término provisto por su empresa (cobertura de 2 veces su salario) y un seguro de salud familiar. Sin embargo, él mismo reconoce que la cobertura de vida del trabajo no sería suficiente para mantener a su esposa e hijo si algo le sucediera, por lo que ha investigado opciones de seguro de vida complementarias por su cuenta. Su interés en estrategias financieras lo llevó a leer sobre pólizas con componente de ahorro/inversión – incluyendo **seguros de vida permanentes e indexados** – y cómo podrían servir como vehículo de acumulación patrimonial libre de impuestos. Carlos entiende conceptos como valor en efectivo, préstamos contra la póliza y topes/cap rates; maneja suficiente jerga financiera para discutir estos temas con cierta profundidad. **Confianza en el sistema:** En general, Carlos muestra **alta confianza en el sistema financiero**: cree en inversiones diversificadas a largo plazo y está convencido de que con buenas decisiones se puede generar riqueza (él mismo ha visto triplicar el patrimonio neto promedio de las familias hispanas en la última década, pasando de $18k a $62k [19] , y aspira a estar por encima de ese promedio). Por supuesto, su trasfondo educativo y profesional le da comodidad para navegar este mundo que a otros les resulta intimidante. Cabe destacar que Carlos también asesora informalmente a sus padres en sus finanzas, ayudándoles a planificar su retiro, lo que demuestra su rol de **"multiplicador de conocimiento"** en su familia. En resumen, sus hábitos financieros son metódicos y sofisticados: ahorra e invierte de forma consistente, aprovecha instrumentos fiscales, utiliza crédito a su favor y busca proteger a su familia de contingencias mediante seguros, todo ello con una mentalidad de crecimiento patrimonial.

Comportamiento digital

Como profesional tecnológico, Carlos está **altamente inmerso en lo digital**, tanto por trabajo como en su vida personal. **Redes sociales y plataformas:** Sus usos difieren según el propósito: en el ámbito profesional, es muy activo en **LinkedIn**. Actualiza su perfil con logros laborales, comparte artículos sobre transformación digital y participa en grupos de discusión sobre fintech y estrategia empresarial. LinkedIn es también donde se conecta con otros profesionales latinos en tecnología, a fin de ampliar su red. Para informarse de noticias en tiempo real, Carlos recurre mucho a **Twitter (X)**, donde sigue a analistas financieros, líderes tecnológicos e incluso a algunos divulgadores de economía en español. Por otro lado, en el terreno más personal, usa **Facebook** ocasionalmente (principalmente para estar al tanto de familiares lejanos o eventos sociales, aunque confiesa que cada vez lo abre menos). **Instagram** lo utiliza moderadamente, sobre todo para seguir cuentas de su interés (fotografía, viajes) y alguna que otra cuenta financiera motivacional. **TikTok** no es central en su rutina, pero conoce su influencia; eventualmente ve videos que su esposa le comparte (por ejemplo, tips rápidos de finanzas personales en formato corto, ya que TikTok ha captado incluso a creadores de ese nicho). En general, los adultos hispanos como Carlos tienen una alta afinidad por las redes sociales en todas las edades [20], y él no es la excepción, aunque selecciona cuidadosamente qué contenidos consume. **Consumo de contenido informativo:** Carlos dedica una parte importante de su día a **leer y aprender en línea**. Por las mañanas, revisa apps de noticias: suele checar **Bloomberg, CNBC o The Wall Street Journal** en su smartphone para ver cómo vienen los mercados, y también lee titulares de **CNN en Español** para temas generales. Al ser bilingüe, busca información tanto en inglés como en español, según la fuente de calidad disponible. Un dato interesante es que ~21% de los hispanos prefieren enterarse de las noticias por redes sociales en lugar de medios tradicionales [21]; Carlos, sin llegar a ese extremo, sí se apoya mucho en Twitter y foros de Internet para análisis financieros alternativos o puntos de vista de expertos independientes. **YouTube y podcasts:** Una gran parte de su aprendizaje autodidacta viene de **YouTube**, donde sigue canales educativos. Por ejemplo, está suscrito a **"Mis Finanzas en Español"** (un canal donde un asesor mexicano habla de inversiones y seguros) y a **Khan Academy** en inglés para refrescar conceptos económicos. También ve videos de conferencias TED sobre finanzas, y tutoriales de software avanzado cuando lo requiere para su trabajo. Los **podcasts** son compañeros constantes: mientras conduce o hace ejercicio, escucha programas como *"Planet Money"* de NPR (en inglés) o *"Finanzas y Café"* (en español), disfrutando de ambos idiomas. **Dispositivos:** Carlos es usuario multiplataforma. Por trabajo tiene una laptop potente, varias pantallas y un smartphone de gama alta. Se podría decir que está **"siempre conectado"**: recibe notificaciones bursátiles en su Apple Watch, administra su presupuesto en una tablet y controla algunos dispositivos del hogar con asistente de voz. Esta adopción tecnológica refleja la alta penetración de smartphones en la comunidad hispana de EE.UU. (por ejemplo, 90% de los consumidores hispanos ven videos regularmente en sus celulares [22], algo que Carlos también hace cuando aprovecha momentos libres). **Hábitos digitales cotidianos:** En un día típico, Carlos alterna entre reuniones por Zoom, coordinación vía Slack (herramienta de mensajería en el trabajo) y, en los espacios intermedios, chequea su portafolio de inversiones en la app de Fidelity. Por la tarde-noche, dedica unos 30 minutos a navegar Reddit en subforos financieros (como r/personalfinance o r/finanzas_personales) donde intercambia ideas con otros usuarios, a veces incluso brindando consejos él mismo. No teme probar nuevas aplicaciones: si sale una fintech con un servicio novedoso, es probable que la descargue para evaluarla. Por ejemplo, fue de los primeros entre sus amigos en usar servicios de pago móvil como Zelle o Venmo. En suma, **el comportamiento digital de Carlos es omnicanal, informado y eficiente**: utiliza cada plataforma para un fin específico (sea networking, noticias, entretenimiento o aprendizaje), aprovechando al máximo las facilidades tecnológicas para nutrir su vida profesional y financiera.

Valores y cultura

Carlos equilibra en su vida valores tradicionales de su cultura latina con una mentalidad moderna y global. **Familia:** Aunque es un profesional muy ocupado, la familia sigue siendo su piedra angular. Está profundamente comprometido con su esposa e hijo; procura cenar en casa todas las noches y dedicar los fines de semana a actividades familiares (parque, museos para el pequeño, asados en casa con los abuelos cuando están de visita). Sigue el modelo de muchos latinos en cuanto a lazos familiares fuertes: por ejemplo, se asegura de apoyar económicamente a sus padres si lo llegaran a necesitar en la vejez y mantiene un chat familiar activo donde comparte logros de su hijo con sus hermanos y primos. Es muy probable que, si su situación lo permite, a futuro invite a sus padres a vivir cerca de él para cuidarlos mejor – reflejando la costumbre latina de velar por los padres mayores. **Comunidad y mentoría:** Carlos valora ser parte de la comunidad latina profesional. Participa como voluntario en un programa local que motiva a estudiantes hispanos de secundaria a seguir carreras STEM, sirviendo como mentor. Siente que **"pagar por adelantado"** (pay it forward) es importante: dado que él tuvo modelos a seguir y oportunidades, desea brindar lo mismo a la siguiente generación. También asiste a eventos culturales (por ejemplo, ferias gastronómicas latinas en Tampa o festivales durante el Mes de la Herencia Hispana) que le permiten reconectar con sus raíces y convivir con otros hispanos. **Visión del dinero y éxito:** Para Carlos, el dinero es una herramienta para alcanzar **libertad y seguridad**. Su meta de éxito no es acumular lujos materiales extravagantes, sino lograr la **independencia financiera** relativamente joven para poder dedicar más tiempo a su familia y proyectos personales. Admira el movimiento FIRE (*Financial Independence, Retire Early*), y aunque no es extremadamente frugal, sí planifica retirar su trabajo corporativo quizá a los 55 años si sus inversiones marchan bien, para tal vez emprender como asesor independiente o profesor (tiene espíritu de mentor). Considera que **el éxito se mide** en poder tomar decisiones sin que el factor dinero sea limitante, en asegurarse de que su hijo pueda ir a la universidad sin endeudarse y en tener capacidad de viajar en familia para conocer el mundo (uno de sus placeres). Por eso invierte y ahorra: para comprar tiempo y experiencias en el futuro. **Cultura e identidad:** A nivel cultural, Carlos se identifica como latino y estadounidense a la vez. Está totalmente integrado en la cultura profesional norteamericana (por ejemplo, en el trabajo todos lo conocen como "Charles" y él entiende las referencias culturales de sus colegas), pero en casa y con sus seres queridos fluye su identidad latina: habla español con naturalidad, celebra el Día de Reyes con su hijo y pone música en español (salsa, merengue que a su papá le gustaba) durante las reuniones familiares. Es bilingüe no solo en idioma sino en costumbres. **Religión y cosmovisión:** Viene de una familia católica, pero él no es tan practicante; se considera más bien **espiritual pero no estrictamente religioso**. Aún así, atesora ciertos valores inculcados por la fe, como la honestidad, la humildad y la compasión, que aplica en su vida diaria y su ética de trabajo. **Innovación y apertura mental:** Por su formación en tecnología, Carlos valora mucho la **educación continua** y la apertura a nuevas ideas. Cree en los datos y la información por encima de los rumores. Esto lo hace un poco diferente a ciertos círculos tradicionales latinos; por ejemplo, si en su familia extendida alguien sugiere un consejo financiero basado solo en costumbre (como "compra oro mejor, que nunca pierde valor"), él lo analiza críticamente en vez de aceptarlo ciegamente. Aun así, trata esos desacuerdos con respeto hacia sus mayores. **Resumen de valores:** En síntesis, Carlos personifica un **balance entre lo mejor de dos mundos**: es familiar, leal y comunitario al estilo latino, a la vez que individualista en el buen sentido (busca su crecimiento personal) y con mente analítica occidental. Este coctel de valores influye en cómo toma decisiones financieras: conjuga el deseo de proteger a los suyos (valor familiar) con el deseo de maximizar oportunidades (valor personal), lo que justamente lo hace ideal para considerar productos como el IUL, que prometen protección y crecimiento de patrimonio simultáneamente.

Lenguaje, expresiones, estilo emocional y objeciones frecuentes

Carlos es completamente bilingüe, y su **uso del lenguaje** varía según el contexto y la audiencia. En su entorno laboral y para asuntos técnicos o muy específicos, **prefiere el inglés**, ya que la terminología de

su campo (tecnología y finanzas) la maneja principalmente en ese idioma. Sin embargo, en círculos familiares o al dirigirse a la comunidad latina, cambia sin esfuerzo al **español**, conservando un tono profesional pero más coloquial. **Comunicación y expresiones:** Cuando Carlos habla en español con amigos o familiares sobre dinero, a veces incorpora *anglicismos* técnicos (por ejemplo, dice "mi *portfolio* de inversiones" o "estoy maximizando el *401(k)*"), ya que en su mente muchos conceptos financieros los aprendió en inglés. No obstante, adapta su lenguaje según con quién esté: si explica algo a su mamá, cuidará de traducir términos ("portafolio" en lugar de *portfolio*, "plan de jubilación 401k"). Suele usar expresiones neutrales y directas; a diferencia de María o Juan, no emplea muchos modismos locales, pues su español se ha vuelto bastante estándar. Eso sí, en confianza puede bromear con *spanglish*: *"Estoy* pineando *mis próximas vacaciones en el presupuesto"* (mezclando *planning* con "pineando" humorísticamente). **Estilo emocional:** Carlos aborda las conversaciones de seguros e inversiones con una **actitud analítica y calma**. No se estresa fácilmente al hablar de dinero; más bien, lo disfruta. Podría emocionarse hablando de rendimientos o de una nueva estrategia fiscal, pero su emoción es más intelectual que visceral. Es decir, muestra **entusiasmo contenido**: sus ojos brillan cuando discute un plan financiero bien estructurado, pero mantiene un tono medido. Dado que confía en su preparación, rara vez tiene miedo o ansiedad sobre estos temas – contrario a muchos, él no le tiene miedo a la jerga financiera. En reuniones familiares, incluso le gusta *"evangelizar"* un poco sobre buenas prácticas, aunque cuida de no parecer presumido. Su estilo al aconsejar es paciente y didáctico, casi como un profesor. **Objeciones y percepción sobre seguros de vida (IUL):** A diferencia de otros perfiles, Carlos **no objeta el concepto de seguro de vida por desconfianza básica** – él entiende la importancia de transferir riesgo y proteger a la familia. Sus **objeciones son más sofisticadas**, centradas en detalles de producto y optimización. Por ejemplo, en cuanto escuche de un IUL, sus preguntas irán por: *"¿Cuál es el tope (cap) de rendimiento anual y el piso garantizado?"*, *"¿Cómo se comparan los rendimientos históricos crediting rates vs un fondo indexado S&P500?"*, *"¿Qué tan altas son las tarifas y costos administrativos internos?"*. Básicamente, **hará un escrutinio técnico**. Puede manifestar dudas como: *"He leído que los IUL pueden tener altas comisiones y que el valor en efectivo tarda en crecer, ¿es cierto?"*. También podría mencionar que conoce el argumento del *"buy term and invest the difference"* (comprar seguro temporal barato e invertir el resto por cuenta propia) y querrá justificar por qué un IUL sería mejor o complementario en su caso. Otra objeción sería la **liquidez**: *"¿Cuán fácil es retirar o pedir prestado el dinero del IUL si lo necesito? ¿Hay penalizaciones?"*. Carlos, teniendo un plan financiero claro, evaluará si el IUL encaja o entorpece sus otras metas, así que podría objetar: *"Ya aporto al máximo en mi Roth IRA y 401(k); este IUL, ¿qué valor agregado me da aparte de esas cuentas?"*. En cuanto al **costo**, Carlos sabe que el seguro de vida puede ser asequible según la cobertura; no tiene la percepción exagerada de costo que otros tienen. Sin embargo, *sí* querrá que le demuestren que el desembolso elevado que implicaría un IUL (porque probablemente querría financiarlo bien para aprovechar su componente de inversión) vale la pena en relación costo-beneficio. Preguntará en números: *"Si invierto $X al mes en el IUL, ¿cuánto en valor en efectivo proyectado tendría a los 60 años?"*. **Confianza y transparencia:** Por su conocimiento, Carlos **no se dejará impresionar fácilmente por argumentos de venta genéricos** o muy emocionales. Si un agente intenta venderle con frases grandilocuentes pero sin datos (ej: "este seguro es lo mejor para su familia, confíe en mí"), es posible que Carlos se muestre escéptico. Necesita *hechos y cifras*. Eso sí, si le presentan estudios o documentación, los revisará a profundidad. Por ejemplo, podría pedir ver un **ilustrativo de póliza** con supuestos de rendimiento conservadores vs optimistas, y probablemente se tomará el tiempo de estudiarlo antes de decidir. Al mismo tiempo, por ser alguien informado, **sus objeciones pueden ser flexibles**: si el asesor logra aclarar cada duda con evidencia (por ejemplo, mostrar que históricamente el índice vinculado rindió X% y que incluso con tope el IUL hubiera acumulado Y cantidad libre de impuestos), Carlos estará dispuesto a reconsiderar. **Otras preocupaciones:** Quizá mencione haber leído sobre **prácticas cuestionables** de ciertas agencias que venden IUL con demasiado optimismo; podría decir algo como: *"He visto vídeos que dicen que algunos vendedores de IUL hacen promesas irreales. Quiero estar seguro de que esto no es un* gimmick*"*. En ese sentido, querrá garantías de que la compañía es sólida (verá calificaciones financieras, AM Best, etc.) y de que la propuesta es realista. En síntesis, las "objeciones" de Carlos son esencialmente **criterios de**

evaluación racional: rendimiento, costos, flexibilidad y comparativa con alternativas. Superadas esas barreras intelectuales, **emocionalmente está a favor** de asegurar el bienestar de su familia y optimizar impuestos (valora por ejemplo que los retiros de una póliza IUL podrían ser libres de impuestos), así que, convencido en lo técnico, no tendrá impedimentos sentimentales para proceder.

Medios de información y confianza

Fuentes que consulta: Carlos confía en una variedad de fuentes de información, privilegiando aquellas **especializadas y con datos sólidos**. Para temas financieros, suele recurrir a **publicaciones de prestigio**: lee blogs como *Investopedia*, *The Motley Fool* y se mantiene al día con reportes de *Morningstar*. Cuando investiga un producto específico como IUL, es muy probable que busque **reseñas y análisis en profundidad** en Internet. Por ejemplo, podría encontrar un informe de LIMRA o artículos en sitios de planificación financiera que evalúan los pros y contras del IUL. También podría revisar foros de discusión (por ejemplo, hilos en Reddit o en grupos de Facebook de FIRE en español) para ver experiencias de primera mano de personas que contrataron un IUL – aunque tomará esas anécdotas con cautela, como complemento a la info formal. **Medios tradicionales:** Carlos confía en las noticias financieras de **CNBC, Bloomberg y CNN**. Consigue datos macroeconómicos o tendencias de mercado de esas fuentes, lo que le da contexto para sus decisiones. De igual forma, **revistas especializadas** como *Money Magazine* o *Forbes* (versión en español o inglés) están en su radar, especialmente cuando publican ediciones sobre gestión patrimonial o seguros. **Contenido en español:** Si bien maneja bien el inglés, a Carlos le agrada consumir contenido financiero en español también, porque así puede compartirlo con su esposa o padres. Por ejemplo, sigue el programa *"Dinero y Contigo"* en CNN en Español, donde el experto Xavier Serbia analiza finanzas personales de forma accesible. Asimismo, está suscrito al canal de YouTube de **Karla Bayly**, una *coach* financiera mexicana, y de **Andrés Gutiérrez**, un asesor financiero puertorriqueño radicado en EE.UU., quienes ofrecen consejos en su idioma. Estos contenidos le sirven para validar que las estrategias funcionan en contexto de la comunidad latina. **Influencers y líderes de opinión:** En redes, Carlos sigue a algunos líderes de opinión financieros: por ejemplo, en Twitter tiene en su lista a **Ramit Sethi** (autor de "Te enseñarÉ a ser rico") y a **Dave Ramsey** (gurú de finanzas personales), aunque no comulga con todo lo que dicen, le interesa conocer diversos enfoques. Entre influencers latinos, quizá lee los posts de **Grant Cardone** en español (aunque es cubanoamericano, su estilo vendedor le parece interesante pero lo toma con cautela). También podría prestar atención a recomendaciones de figuras empresariales latinas exitosas, como algún **podcast de Entrepreneur en Español** donde entrevistan a magnates hispanos. **Confianza en profesionales:** Si bien consume información online, Carlos valora la **opinión de profesionales calificados**. Es probable que consulte con su asesor financiero o contador (si tiene uno) antes de decisiones grandes. Si no tiene un asesor formal, quizás tenga un amigo en el sector financiero con quien conversa estos temas para tener una segunda opinión experta. Interesantemente, a diferencia de ciertos grupos que evitan asesores, los hispanos como él incluso muestran ligera preferencia por recibir asesoría personalizada (37% preferiría comprar un seguro de vida mediante un profesional, un poco más que 33% de la población general) [23] . Carlos no teme pagar por consejo si es de calidad; por ejemplo, está abierto a la idea de **contratar un CFP (Certified Financial Planner)** en algún momento para revisar integralmente sus estrategias, incluyendo si un IUL tiene sentido o no. **Criterios de confianza:** Carlos confía en fuentes que sean **transparentes, con cifras y evidencia histórica**. Desconfía de publicidad demasiado bonita sin sustento. Por eso, valoraría, por ejemplo, un webinario educativo organizado por una aseguradora donde se explique con números cómo funciona el IUL, que muestre casos simulados con diferentes escenarios. El hecho de que esté en español sería un plus pero no imprescindible para él; su prioridad es la profundidad y exactitud del contenido. **Comunidades en línea:** Además de consumir, Carlos participa en comunidades: en un foro como *Bogleheads* (inversionistas pasivos) él puede haber preguntado sobre IUL y leído debates (que suelen ser críticos de estos productos, argumentando "buy term and invest difference"). Tomará en cuenta esas críticas, pero las cotejará con la visión de largo plazo que un IUL propone (por ejemplo, la protección de mercado a la baja y la ventaja fiscal). En

resumen, Carlos **mezcla fuentes tradicionales y digitales, en dos idiomas, y tanto profesionales como *peer-to-peer***. Esta aproximación amplia le da una perspectiva 360°; por ello, cualquier campaña dirigida a él deberá ser muy **informativa, creíble y detallada**, posiblemente citando estudios o calculadoras de retiro, ya que él identificará inmediatamente si un mensaje es superficial. Una vez que Carlos forma una opinión basada en su investigación, confía en su juicio para decidir.

Proceso de decisión de compra

El proceso de decisión de Carlos es **meticuloso, comparativo y orientado por datos**. **Detonante de la necesidad:** Probablemente, Carlos se planteó la idea de un seguro de vida adicional (como IUL) al nacer su hijo, al darse cuenta de la responsabilidad financiera a largo plazo que esto conlleva. También puede haber leído sobre los beneficios fiscales de las pólizas de vida permanente, lo que despertó su curiosidad. Una vez identificado el posible beneficio, **inicia la investigación exhaustiva por su cuenta**. **Investigación activa:** Carlos dedica tiempo de calidad a investigar el IUL antes de siquiera hablar con un agente. Emplea su estrategia ya descrita: lee artículos especializados, analiza experiencias en foros y utiliza calculadoras financieras. Es posible que él mismo arme una hoja de cálculo para proyectar escenarios: por ejemplo, comparar "invertir en IUL vs invertir en cuenta de corretaje" a lo largo de 20 años, tomando supuestos de rendimiento razonables. Esta fase analítica puede tomarle varias semanas, ya que la intercala con sus actividades laborales y familiares. **Contacto con proveedores:** Una vez que tiene un conocimiento teórico sólido, Carlos pasa a **contactar a las compañías o agentes**. Puede que solicite **múltiples cotizaciones**: como no le cuesta nada cotizar, pide una ilustración de IUL de, digamos, tres aseguradoras reconocidas (podría incluir una donde ya tenga otro producto, y otras conocidas por buenos IUL). Cuando se reúne (virtual o presencial) con cada agente, él dirige la conversación con preguntas muy puntuales – prácticamente entrevistando al asesor. Toma nota de detalles como: costos mensuales, supuestos de índice (p.ej. S&P 500) que usan en la ilustración, límites de participación, períodos de consolidación, comisiones de rescate, etc. El agente probablemente notará que Carlos ya sabe bastante; la interacción con este tipo de cliente es desafiante pero gratificante, porque Carlos **aprecia la transparencia total**. Si un agente le oculta información o no sabe responder a su nivel de detalle, es seguro que Carlos descartará esa opción. Por otro lado, un agente que le proporcione respuestas claras y documentación de respaldo ganará su confianza. **Evaluación comparativa:** Tras obtener las opciones, Carlos hace una **comparación lado a lado**. Revisa cuál póliza ofrece menores fees, cuál tiene mejor historial de acreditación de intereses, qué compañía es financieramente más sólida. Podría incluso consultar calificaciones de JD Power sobre satisfacción de clientes o Índices de Solvencia de las aseguradoras en su lista. Asimismo, involucra a su esposa en esta etapa para considerar juntos el compromiso: le explicará en términos sencillos sus hallazgos, y ambos decidirán cuánto de su flujo mensual pueden destinar al IUL cómodamente. Dado que Carlos ya invertía en otras cuentas, ajustarán quizás reduciendo algo de aportes a inversiones imponibles para financiar el IUL, si deciden que vale la pena. **Tiempo de decisión:** Carlos no se precipita pero tampoco dilata innecesariamente. Desde el momento en que comenzó a investigar hasta que toma una decisión podría transcurrir aproximadamente **1 a 2 meses**. Este plazo es relativamente corto en comparación con otros segmentos, porque Carlos tiene la capacidad y hábito de informarse rápido y tomar decisiones basadas en evidencia. Él es consciente de que, en seguros de vida, la **edad y salud** importan (mientras más joven y sano, más conveniente), así que no quiere postergar mucho y arriesgar un cambio en su asegurabilidad. **Criterios de confianza para concretar:** Finalmente, para decidir con quién contratar, Carlos considerará también la **calidad del servicio** y alineación cultural. Si un asesor lo atendió en español correcto (para comodidad de su esposa) y mostró comprender sus objetivos financieros integrales, eso suma puntos extra. Aunque Carlos domina el inglés, valoró positivamente que uno de los agentes hablara español y mencionara ejemplos de clientes latinos que utilizaron el IUL para, por ejemplo, complementar sus ingresos de jubilación – eso le indicó que dicho agente entiende su contexto. No obstante, al final primará la oferta más sólida financieramente, aun si el agente es angloparlante pero profesional. **Decisión y post-compra:** Una vez resueltas todas sus dudas y

habiendo seleccionado la opción óptima, Carlos se dispone a contratar el IUL elegido. Reúne los documentos necesarios rápidamente (es muy organizado, entregará pruebas de ingreso, exámenes médicos, etc., sin tardanza). Tras la emisión de la póliza, se siente satisfecho de haber agregado una capa más a su plan financiero. Monitoreará el desempeño de su póliza anualmente; solicitará reportes de valor en efectivo y, si algo se desvía de lo proyectado, no dudará en contactar al agente para aclararlo o hacer ajustes (por ejemplo, podría incrementar la prima aportada si el mercado estuvo bajo para "rellenar" y mantenerse en rumbo hacia el valor objetivo). A largo plazo, Carlos planea usar su IUL de forma estratégica: quizá tomar **préstamos contra el valor en efectivo** en su retiro para ingresos libres de impuestos, manteniendo la póliza vigente hasta edad avanzada. Todo esto lo tiene contemplado desde el inicio. En síntesis, la decisión de compra de Carlos es el resultado de un **análisis comparativo riguroso** y de la confianza construida mediante información transparente. Para atender a un cliente así, la campaña y la asesoría deben proporcionarle **hechos, cifras y sentido estratégico**, permitiéndole a él confirmar por sí mismo que la decisión es la correcta.

Persona 3: Juan – Emprendedor Novel y Migrante con Familia (33 años)

Datos demográficos ampliados

Juan tiene 33 años, es un hombre latino que llegó a Estados Unidos hace relativamente poco (hace 3 años). Vive con su esposa María Alejandra (30 años) y sus dos hijos pequeños (un niño de 5 años y una bebé de 1 año) en la ciudad de **Orlando, Florida**. Juan y su familia son **migrantes recientes**; nacieron en Latinoamérica (Juan es originario de Colombia, por ejemplo) y decidieron mudarse buscando mejores oportunidades económicas y estabilidad para sus hijos. Actualmente, Juan está dando sus primeros pasos como **emprendedor en EE.UU.**: recientemente abrió un pequeño negocio de **servicios de limpieza residencial** junto a un amigo, y también trabaja medio tiempo como conductor de Uber para completar ingresos mientras despega su emprendimiento. Sus ingresos familiares son modestos, rondando los ~$40,000 al año entre todo lo que consigue (lo cual está por debajo del ingreso medio en Florida, pero es comprensible dado que están comenzando desde cero). Debido a que su negocio es nuevo y su esposa por ahora se queda en casa cuidando a la bebé, la situación financiera de Juan es inestable pero con potencial de mejora conforme su empresa crezca. **Lugar de residencia y vivienda:** Viven en un apartamento alquilado en un vecindario de Orlando donde residen muchas familias hispanas; de hecho, sus vecinos más cercanos también son latinos (puertorriqueños y venezolanos), lo que les ha ayudado a sentirse acompañados. La pareja sueña con ahorrar lo suficiente para eventualmente comprar una casita en los suburbios y "echar raíces" en Estados Unidos. **Estatus migratorio:** Juan cuenta con permiso de trabajo temporal (tiene una visa de emprendimiento o está en proceso de obtener residencia legal); esto le permite operar su negocio formalmente y tributar, aunque aún está adaptándose a todo el papeleo legal y fiscal americano. **Cultura e idioma en el hogar:** En casa de Juan **se habla español el 100% del tiempo**. Tanto él como su esposa tienen un nivel de inglés básico–intermedio, suficiente para las interacciones cotidianas sencillas, pero no se sienten cómodos hablando temas complejos en inglés. Ellos forman parte de esos **42 millones de latinos en EE.UU. que hablan español a diario en sus hogares** [24] , asegurándose de que sus hijos crezcan bilingües pero sin perder el español. Los niños pequeños de Juan ya entienden inglés por la escuela y los programas de TV, pero con papá y mamá se comunican en español. **Resumen personal:** Juan está en una etapa de **transición y construcción**: adaptándose a un país nuevo, aprendiendo a ser dueño de negocio y criando a una familia joven. A pesar de las dificultades iniciales, mantiene una actitud resiliente y optimista – su lema diario es *"vine a este país a salir adelante"*. Este perfil lo convierte en un cliente con grandes motivaciones familiares pero quizás con recursos y conocimientos financieros aún limitados, lo que influirá en cómo percibe productos como el seguro IUL.

Hábitos financieros

Los hábitos financieros de Juan reflejan su condición de **inmigrante recién establecido y microempresario con recursos limitados**. **Bancarización:** Al llegar a EE.UU., Juan enfrentó barreras para ingresar al sistema financiero formal. Inicialmente, no tenía historial crediticio ni SSN, por lo que tuvo dificultades para abrir cuentas bancarias; durante sus primeros meses manejó todo en efectivo. Esto es muy común en su situación – menos del 50% de los inmigrantes latinos tiene cuenta bancaria al inicio [25]. Con el tiempo, consiguió abrir una cuenta de cheques básica en un banco local que tenía personal bilingüe (lo logró con su ITIN y pasaporte). Aún así, Juan es en la práctica parte de la población **sub-bancarizada**: mantiene la mayoría de sus ahorros (pocos) en efectivo o en la misma cuenta de cheques, sin acceso a productos financieros más avanzados. **Ahorro:** Debido a ingresos bajos y gastos familiares altos, **Juan ahorra muy poco mes a mes**. Su prioridad es cubrir renta, servicios, comida, combustible y reinvertir algo en su negocio (herramientas de limpieza, marketing básico). Si a final de mes le sobra algo – digamos $50 o $100 – lo guarda en un sobre o en una alcancía que esconden en casa, porque siente que en el banco no le rinde nada y prefiere verlo. Esta preferencia por efectivo se debe también a cierta desconfianza y a costumbre: en su país de origen, Juan vio crisis bancarias y prefiere "el dinero en mano". Lamentablemente, esto lo ubica en una situación vulnerable similar a muchos latinos de bajos ingresos, donde más de la mitad tiene menos de $500 en ahorros totales [26]. Para emergencias, prácticamente no tiene colchón, aparte de quizás pedir prestado a un familiar si fuera necesario. **Inversiones:** Ninguna formal. Juan escucha la palabra "invertir" y piensa que eso es para gente con dinero o expertos; él siente que primero debe estabilizar su negocio y pagar deudas. No posee acciones, ni criptomonedas, ni participaciones en fondos – lo más cercano a invertir es que compró algunas herramientas de segunda mano para su empresa pensando en generar más ingresos. **Uso de efectivo y servicios financieros alternativos:** Durante su arranque en EE.UU., Juan dependió de servicios alternativos: cobraba cheques de su trabajo inicial en un *cash checking* con comisión porque no tenía banco, usó *money orders* para pagar la renta, etc. Este patrón encaja con la realidad de que más de la mitad de los latinos han utilizado productos financieros alternativos de alto costo (como préstamos de día de pago, casas de cambio, etc.) [27]. Si bien ahora que tiene cuenta bancaria intenta depositar ahí, todavía opera mucho en efectivo (sus clientes residenciales a veces le pagan en cash). También usa **envíos de remesas**: trata de mandar $100 cada mes a su madre viuda en Colombia a través de Western Union o apps como Remitly, lo cual reduce su capacidad de ahorro local. **Crédito:** Juan está en proceso de construir su crédito. Al principio, solo pudo obtener una tarjeta de crédito **asegurada** (secured) con un límite pequeño de $300, la cual usa y paga para generar historial. Su puntaje de crédito actual es modesto (~650) pero en ascenso. Nunca había manejado tarjetas en su país natal, así que está aprendiendo sobre fechas de corte, intereses, etc. Le preocupa endeudarse, así que es bastante comedido con la tarjeta: la usa solo para gasolina y algún gasto del negocio, y se esfuerza por pagarla completa. Eso sí, tuvo que financiar su auto usado con un prestamista *subprime* a interés alto por falta de historial – un préstamo que aún está pagando. Este tipo de dificultades son frecuentes: en general, los hogares hispanos recién llegados suelen desconfiar de las tarjetas y prefieren efectivo, lo cual redunda en menor acceso a crédito establecido [28]. **Confianza en el sistema financiero:** Juan tiene sentimientos encontrados. Por un lado, sabe que en EE.UU. hay más estabilidad económica que en su país de origen y que si logra integrarse al sistema (tener buen crédito, cuentas bancarias), puede prosperar. Pero por otro lado, **no termina de confiar** en instituciones financieras que no entiende bien y teme endeudarse sin control. Por ejemplo, tardó en darse cuenta de que mantener dinero en efectivo en casa lo expone (ya tuvo un susto cuando se le extraviaron $200 y pensó que se los habían robado). Lentamente está aprendiendo a confiar más en los bancos a medida que se familiariza, pero aún **prefiere la sencillez y familiaridad**: si necesita un préstamo pequeño, es más probable que le pida prestado a un tío o a un amigo que ir a un banco donde le podrían rechazar o cobrar mucho interés. **Seguros y protección:** En cuanto a seguros, Juan tiene lo obligatorio: un seguro de auto mínimo (porque sin carro no puede trabajar) y la cobertura de salud de su hija mayor a través del Medicaid infantil de Florida (califica por sus ingresos). Ni él ni su esposa tienen seguro médico privado – van a

clínicas comunitarias cuando algo sucede. Sobre **seguro de vida**, actualmente **no cuenta con ninguna póliza**. Probablemente lo ha pensado, especialmente desde que nació su bebé en EE.UU.; a veces se pregunta qué pasaría con su familia si a él le ocurriera algo, pero no ha dado el paso de cotizar. Se siente identificado con el dato de que solo ~42-43% de los hispanos en EE.UU. tienen seguro de vida [29], siendo el grupo étnico con menor cobertura. Juan es parte del otro ~57% que **no tiene cobertura aún**, principalmente porque cree que no puede permitirse esa "luxury" ahorita. **En resumen**, los hábitos financieros de Juan están marcados por la **supervivencia y la informalidad**: maneja efectivo, ahorra lo que puede en casa, usa recursos alternativos cuando no tiene acceso formal, y está lentamente aprendiendo las reglas financieras de su nuevo país. Tiene la voluntad de mejorar – por ejemplo, asiste a algún taller gratuito de educación financiera para inmigrantes cuando puede – pero le falta tiempo y sobra estrés en el día a día.

Comportamiento digital

A pesar de sus desafíos económicos, Juan posee un **smartphone** y lo aprovecha al máximo; es su herramienta principal para conectarse, informarse y hasta para trabajar. De hecho, como muchos latinos de su perfil, podría considerarse prácticamente un usuario *mobile-only*: un cuarto de los hispanos se conecta solo por smartphone sin suscribirse a internet de banda ancha en el hogar [9], y Juan es uno de ellos (no tiene WiFi en casa para ahorrar costos, todo lo maneja con el plan de datos de su teléfono). **Redes sociales:** Juan es muy activo en **Facebook**, ya que esta plataforma le sirve para múltiples fines. Primero, para mantener el contacto con familiares y amigos de su país: comparte fotos de sus hijos, chatea por Messenger con antiguos compañeros, etc. Segundo, lo usa como recurso para su negocio: creó una página de Facebook para promocionar su servicio de limpieza y participa en grupos locales de clasificados donde a veces consigue clientes. Además, Facebook es una fuente de noticias para él; sigue páginas de noticias latinas y locales, ya que le aparece contenido en español relevante para su zona. **WhatsApp:** Es posiblemente la aplicación más indispensable en la vida de Juan. La emplea continuamente para comunicarse – tiene grupos de WhatsApp con su familia extensa (sus hermanos están en distintos países y así se mantienen al día), grupos con amigos migrantes en Orlando donde se pasan datos (por ejemplo, "¿Quién sabe de un carro usado barato?" o "¿Recomiendan tal escuela?") e incluso un grupo con otros emprendedores latinos donde comparten consejos de negocio. No solo la usa para chatear; también recibe por ahí **audios y videos informativos**. Por ejemplo, suele llegarle por WhatsApp algún video explicando cambios en leyes de inmigración o oportunidades de ayudas gubernamentales, ya que en la comunidad se comparte mucho contenido. Los latinos en general usan muchísimo más WhatsApp que otros grupos para informarse y debatir sobre temas importantes [30] – 57% de los hispanos la usan con fines informativos, cifra que sube al 74% entre aquellos que prefieren el español, comparado con solo 15% en blancos [31]. Juan encarna ese dato: **prefiere enterarse de cosas por lo que le llega en WhatsApp** de gente que confía, en su idioma. **YouTube:** Juan consume bastante YouTube también, aunque más pasivamente. Suele poner **música latina** en YouTube para ambientar mientras trabaja o los fines de semana en casa. También aprovecha para buscar tutoriales prácticos: por ejemplo, así aprendió a llenar ciertos formularios tributarios, viendo videos de asesorías en español que explicaban el proceso paso a paso. Otro uso es informativo: en vez de leer periódicos, Juan ve noticieros en vivo o grabados de su país en canales de YouTube, y asimismo sigue a uno que otro **youtuber inmigrante** que cuenta sus experiencias en EE.UU. (hay creadores venezolanos, mexicanos, etc., que dan consejos para nuevos migrantes, y Juan encuentra valiosas esas historias porque se ve reflejado). **TikTok e Instagram:** En sus ratos libres, especialmente por la noche cuando ya todos duermen, Juan se desplaza por **TikTok** para distraerse. Sigue cuentas de humor latino, de tips rápidos (hay tiktokers que dan consejos de inglés básico, de cómo ahorrar en compras, etc., que le resultan útiles). TikTok ha crecido velozmente entre latinos en EE.UU., y Juan se sumó a esa ola – la usa alrededor de la mitad de la semana, siendo parte del 50% de latinos adultos que ya utilizan esta red [10]. Instagram lo usa menos; tiene cuenta pero no publica mucho, mayormente mira lo que otros comparten en Stories. Sin embargo, su esposa sí ve contenido de "mamás latinas" en

Instagram y a veces le muestra a Juan posts sobre cómo manejar finanzas del hogar o frases motivacionales; él los mira con interés moderado. **Frecuencia de uso:** En total, entre Facebook, WhatsApp, YouTube y algo de TikTok, Juan podría estar conectado unas 3-4 horas al día de forma intermitente. Dado que su trabajo de Uber implica a veces esperar viajes, suele revisar el teléfono en esos descansos. Además, como no tiene televisión por cable, el smartphone suple esa necesidad de entretenimiento e información. **Medio preferido para trámites:** Siempre que puede, Juan opta por soluciones digitales en español. Por ejemplo, utiliza la app móvil de su banco porque ofrece opción en español y le evita ir a la sucursal donde podría batallar con el idioma. Ha descargado la app **Cash App** en español para enviar dinero a conocidos localmente, y usa **Remitly** en español para sus remesas. Esto concuerda con que los hispanos adoptan la tecnología para facilitar su vida financiera cuando está adaptada a ellos. **Comportamiento en línea influenciado por sus valores:** Cabe destacar que Juan, al informarse principalmente vía redes y WhatsApp, a veces puede estar expuesto a información no verificada o rumores. Él tiende a creer en lo que circula en sus círculos cercanos, pues confía en quienes se lo mandan. Sabe que hay mucha desinformación, pero le es difícil filtrar – en temas complejos prefiere preguntar a alguien con experiencia que buscar fuentes oficiales complicadas. **Resumen digital:** Juan es **dependiente del móvil y de las redes sociales** para casi todo: comunicación, noticias, aprendizaje e incluso para impulsar su incipiente negocio. Si una empresa de seguros quiere llegar a él, definitivamente el **marketing digital en plataformas como Facebook/WhatsApp en español** será la vía ideal, ya que es donde pasa su tiempo y por donde confía recibir mensajes.

Valores y cultura

Juan trae consigo los **valores tradicionales latinos** que lo han guiado a emprender una nueva vida en Estados Unidos. **Familia como motor:** La razón principal por la que Juan emigró fue pensando en el futuro de su familia. Para él, **sus hijos y esposa son su inspiración diaria** para esforzarse. Tiene la firme convicción de que quiere darles una vida mejor de la que él tuvo en su país, con más seguridad y oportunidades educativas. Esto se manifiesta en sacrificios concretos: trabaja largas horas sin quejarse, porque en su mente siempre está la meta de comprar una casa propia donde sus hijos crezcan seguros. También se siente responsable de su **familia extendida**; aunque ahora no puede ayudarlos mucho, no olvida a su mamá y hermanos que quedaron atrás. Envía dinero cuando puede y sueña con algún día traer a su madre a vivir con ellos una vez esté establecido. Este sentido de responsabilidad familiar colectiva es muy característico en la cultura latina: la familia no es solo nuclear, incluye a los padres, hermanos y a veces hasta primos como unidad de apoyo. **Comunidad y cooperación:** A pesar de llevar poco tiempo en Florida, Juan ha buscado integrarse a la **comunidad latina local**. Asiste junto a su familia a una iglesia católica con misa en español; no faltan casi ningún domingo porque más allá de la fe (que es importante para ellos), allí han encontrado una red de amistades, consejos e intercambio de favores. Por ejemplo, a través de la iglesia consiguió contactos para trabajos esporádicos y también él ha ofrecido ayudar en mudanzas o arreglos a otros feligreses. Valora profundamente esta **solidaridad comunitaria**: le hace sentir que “no están solos” en un país ajeno. Asimismo, participa en eventos culturales, como ferias latinas o celebraciones del Día de la Independencia de su país en Orlando, lo cual le conecta con sus raíces y le permite enseñarles su cultura a sus hijos. **Religión y fe:** Juan proviene de un entorno católico tradicional. Trae consigo costumbres religiosas como bendecir la mesa antes de comer o colgar un rosario en el espejo del auto. Su fe le ha dado consuelo en momentos duros de la migración; cree que “Dios proveerá” y esa esperanza lo mantiene optimista incluso en la incertidumbre. Al mismo tiempo, esa fe a veces se traduce en cierto fatalismo: por ejemplo, puede pensar que hablar de muerte (y por ende, de un seguro de vida) es tentar al destino, aunque racionalmente entienda la necesidad. No obstante, su religión le inculca valores de honestidad, trabajo honrado y amor al prójimo, que rigen su comportamiento diario. **Visión del dinero y éxito:** Para Juan, **el dinero tiene un propósito funcional, no aspiracional**. Él no ambiciona hacerse millonario o tener lujos; su definición de éxito financiero es poder pagar todas sus cuentas a tiempo, ahorrar algo cada mes y eventualmente ser dueño de su casa y su negocio próspero. Sueña con poder llevar a su familia de vacaciones a Disney

World sin preocuparse por el gasto – un lujo modesto pero significativo para ellos. Su visión de éxito también incluye ver a sus hijos graduarse y convertirse en profesionales; dice con orgullo que ojalá su hijo sea "doctor o ingeniero algún día". Este deseo refleja el clásico sueño de muchos inmigrantes: que la próxima generación alcance lo que ellos no pudieron. En su concepto, **el éxito es progresar generacionalmente** y brindar mejor calidad de vida a los suyos. **Adaptabilidad cultural:** Juan está en pleno proceso de aculturación. Conserva sus **tradiciones latinas** (festeja Navidad el 24 con cena y estrena ropa nueva ese día, celebra los cumpleaños de sus hijos con piñata y la canción de "Las Mañanitas"), y habla español en casa para no perder su esencia. Pero también está **abierto a la cultura estadounidense**: ha adoptado, por ejemplo, celebrar Halloween llevando a sus niños a pedir dulces, algo que en su país natal no hacía. Se esfuerza por aprender el idioma y modismos locales para integrarse mejor. No quiere aislarse solo en lo latino; entiende que para tener éxito aquí debe también entender cómo piensan y actúan los estadounidenses. Este equilibrio cultural a veces crea tensiones pequeñas (por ejemplo, sus hijos se americanizan rápido en la escuela y él trata de mantener su disciplina latina en casa), pero en general Juan valora tomar lo mejor de ambos mundos. **Actitud hacia los riesgos y el futuro:** Culturalmente, Juan viene de un entorno donde tal vez no había mucha planificación a largo plazo – en economías inestables uno vive al día. Sin embargo, estar ahora en EE.UU. le ha inculcado poco a poco la idea de **planificar hacia el futuro**. Quiere aprender a hacerlo aunque aún no sepa bien cómo. Tiende a ser cauteloso con riesgos financieros grandes (no se lanzaría a invertir en algo que no entiende, por miedo a perderlo todo, dado que no tiene red de seguridad). Pero también reconoce que en este país las cosas funcionan con seguros, créditos e inversiones, así que se está mentalizando a usarlos. **En resumen**, los valores de Juan giran en torno a **familia, fe, trabajo duro y deseo de superación**. Combina el fuerte sentido comunitario y familiar latino con la aspiración de progresar en la cultura americana. Estos valores lo hacen **muy receptivo a mensajes que apelen al bienestar familiar** (por ejemplo, "proteger el futuro de tus hijos") pero también implican que habrá que educarlo en planificar y pensar en el largo plazo, algo que él quiere hacer aunque no haya tenido antes la oportunidad.

Lenguaje, expresiones, estilo emocional y objeciones frecuentes

Juan se comunica **exclusivamente en español en su vida cotidiana**, salvo en situaciones donde no tiene más remedio que usar inglés básico (como interactuar con clientes que no hablan español o hacer trámites oficiales). Su español es coloquial, con modismos propios de su país de origen que usa entre amigos, pero cuando habla con otros latinos de distintos países modera esos localismos para hacerse entender mejor. Por ejemplo, con su esposa puede decir expresiones colombianas como "¡de una!" (para afirmar algo rápidamente) o "qué chévere", pero en contextos más generales opta por términos neutrales como "sí, claro" o "qué bien". **Estilo de comunicación:** Juan es **afable y respetuoso** al hablar. Suele dirigirse a la gente con títulos como *"señor"/"señora"* si no los conoce bien, reflejando su buena educación y respeto, especialmente hacia figuras de autoridad o profesionales (por ejemplo, a un agente de seguros probablemente le diga "Asesor" o "Señor Pérez" hasta entrar en confianza). Usa muchos **gestos y tono emotivo**: se nota su entusiasmo o preocupación en la voz fácilmente, ya que no es impasible. En conversaciones sobre su vida en EE.UU., tiende a ser muy expresivo: puede exclamar *"¡Gracias a Dios!"* cuando algo le sale bien, o *"ahí vamos, luchándola"* cuando le preguntan cómo está, usando esta última frase para indicar que sigue en la pelea diaria. **Expresiones comunes:** Juan emplea varios dichos y frases motivadoras que ha adoptado en su travesía migratoria. Por ejemplo, *"No hay mal que por bien no venga"* cuando atraviesa una dificultad, o *"Al mal tiempo, buena cara"* para mantenerse positivo. También dice mucho *"echándole ganas"* (expresión mexicana que significa esforzarse con ganas), ya que la escuchó de amigos mexicanos y le gustó para describir su actitud. Cuando habla de dinero, puede bromear con frases como *"no soy* millonari*, pero tampoco* pobre pobre" (jugando con spanglish y humor), o *"toca estirar el peso"*, refiriéndose a hacer rendir el dinero. **Estilo emocional:** Juan es **emotivo y transparente** con sus sentimientos. Si algo le preocupa, se le nota en el semblante y lo verbaliza: por ejemplo, no oculta su estrés por las cuentas, y comenta abiertamente *"a veces no duermo*

pensando en cómo pagar todo". A la vez, es **muy optimista**; incluso en incertidumbre dice cosas como *"Dios proveerá, ya hemos pasado por peores"*. Tiende a conectar emocionalmente con historias de otras personas – si escucha una historia de alguien que perdió todo por no tener seguro, eso le impacta y se lo queda dando vueltas. Sin embargo, también tiene sus **reservas emocionales**: por orgullo, quizá no admite fácil cuando no entiende algo, por miedo a parecer ignorante; a veces asiente con la cabeza aunque no haya captado, y luego busca por su cuenta aclarar. Y hay temas que le generan miedo sutil, como hablar abiertamente de la posibilidad de muerte o enfermedad grave, ante lo cual se pone serio o evade un poco, pues le preocupa mucho pero no sabe cómo afrontarlo. **Objeciones frecuentes relacionadas con seguros de vida e inversiones:** Cuando a Juan se le presenta la idea de un seguro de vida, su reacción inicial combina **interés con aprensión**. Las **primeras palabras** que probablemente salgan de su boca sean: *"No sé si ahorita pueda pagar eso..."*. El **costo percibido** es su mayor objeción, ya que su presupuesto está muy ajustado. Tiene la impresión de que cualquier seguro de vida decente le costará demasiado al mes, dinero que hoy no sabe de dónde sacaría. Esta percepción de alto costo no es rara – de hecho, tanto el costo como las finanzas limitadas son las razones principales por las que muchos hispanos posponen obtener seguro [14], y Juan personifica eso. Otro obstáculo es **la prioridad**: *"Primero déjeme sacar a flote el negocio, luego miro lo del seguro"*, podría decir. Él siente que hasta no tener ingresos más estables, no debería comprometer gastos fijos nuevos. Además, **objeta por desconocimiento**: *"La verdad, no sé bien cómo funciona un IUL. ¿Es como un seguro o como un ahorro? Me confunde"*. Juan **no está familiarizado con términos financieros** complejos; palabras como "índice", "póliza permanente", "valor en efectivo" le son ajenas, por lo que le resultan intimidantes. Si la explicación inicial es muy técnica, es posible que frunza el ceño y diga sinceramente: *"Me lo explica más fácil, por favor, que no le entiendo mucho"*. También podría expresar cierto **escepticismo** basado en rumores: a veces en su comunidad se comparten ideas equivocadas, por ejemplo, *"me dijeron que los seguros no pagan y solo quitan el dinero"* o *"eso de seguro con inversión suena a estafa"*. Juan podría mencionar algo al respecto si lo ha escuchado, porque quiere asegurarse de no caer en un engaño. **Objeciones emocionales:** Como muchos, a Juan le cuesta contemplar su propia ausencia. Podría decir en tono medio en broma medio en serio: *"¿Seguro de vida? ¿Es que ya me van a enterrar o qué?"* intentando aliviar la tensión que le produce pensar en su muerte. También tiene una pizca de **mentalidad de corto plazo** que le hace difícil sacrificar ahora por beneficios lejanos: si se le propone destinar $100 mensuales a un IUL que le dará frutos en décadas, puede responder: *"Uf, ¿y de aquí a allá quién sabe? Mejor uso esa plata ahorita que la necesito"*. Otra objeción práctica es su **estatus migratorio**: tal vez pregunte con inquietud, *"¿Puedo sacar un seguro de vida si no soy residente o ciudadano?"*. Existe a veces la duda de si los inmigrantes califican para seguros, y aunque muchas aseguradoras sí los ofrecen con ITIN, él no lo sabe con certeza. Esta duda debe ser atendida, porque hasta que no tenga claridad, podría frenar el proceso pensando que no es elegible. **Lo que sí motiva a Juan:** A pesar de tantas reservas, hay algo poderoso que contrarresta sus objeciones: **el amor por su familia y el miedo de dejarlos desamparados**. En conversaciones sinceras, Juan ha admitido que le aterra pensar que si a él le ocurre algo, su familia "se quede en la calle". Sabe que no cuentan con ahorros para afrontar una tragedia, y ha visto casos cercanos de viudas jóvenes haciendo colectas para funerales. Ese pensamiento le da escalofríos. Por lo tanto, aunque sus primeras respuestas sean de objeción, en el fondo **Juan está consciente** de que necesita una solución. Solo que necesita que sea accesible, confiable y entendible. **En resumen**, las expresiones y objeciones de Juan giran en torno a: *"No puedo pagarlo ahora"*, *"Tengo otras prioridades"*, *"No entiendo bien ese producto"* y *"¿Será seguro/confiable?"*. Para superarlas, cualquier comunicación debe ser extremadamente empática, empezar por lo básico (educarlo desde cero si es necesario), demostrarle que el costo puede adaptarse a su bolsillo y, sobre todo, **enfatizarle el aspecto familiar**: que lo poquito que invierta hoy es por el bien de sus hijos mañana, y que **no estará solo** en el proceso, pues habrá un asesor guiándolo en su idioma y paso a paso.

Medios de información y confianza

Cuando se trata de obtener información y tomar consejos, Juan confía principalmente en **fuentes en español y de carácter cercano**. **Televisión y radio en español:** En su casa, los canales predeterminados son Univision y Telemundo. Juan ve el noticiero local en español todas las noches; le gusta enterarse del clima, noticias de inmigración, economía y comunidad. Aunque tal vez no entienda cada detalle de noticias de economía nacional, al menos capta la idea general. También disfruta de programas de variedades en esos canales donde a veces invitan a expertos. Por ejemplo, una mañana vio en *Despierta América* a un asesor financiero latino dando consejos para ahorrar, y prestó atención porque hablaba en términos simples. En la radio, cuando conduce largas distancias para Uber, sintoniza estaciones latinas (como **97.9 FM** en Orlando, de música tropical y consejos) donde a veces hay cápsulas comunitarias o anuncios de servicios en español. **Medios digitales en español:** Juan sigue en Facebook páginas de noticias como **Univision Orlando** y **Telemundo Orlando**, así recibe en su feed notas relevantes en su idioma. También es asiduo a sitios web tipo **MundoHispánico** o **Univision.com** sección Finanzas, cuando ve titulares que le llaman la atención (ej: "5 tips para el bolsillo del inmigrante"). La confianza que tiene en estos medios radica en que **son de su comunidad** y lengua, siente que hablan "su mismo idioma" tanto literal como cultural. **Consejos de líderes comunitarios:** Una fuente clave de información para Juan son las personas con cierta autoridad o experiencia en su comunidad latina. Por ejemplo, en la iglesia su párroco a veces organiza talleres gratuitos (impartidos por ONGs) sobre finanzas básicas o seguros; si Juan asiste a uno de esos y ve que es respaldado por la iglesia, confía más en el contenido. Igualmente, si en su grupo de conocidos hay alguien con más tiempo en EE.UU. que comparte consejos, Juan los toma muy en serio. Tiene un amigo venezolano, Luis, que llegó 5 años antes y ha logrado comprar casa y estabilizarse; cuando Luis le comentó a Juan sobre la importancia de construir crédito y le explicó cómo él compró un seguro de vida para proteger a su esposa, eso impactó a Juan más que cualquier comercial, porque viene de alguien a quien admira y que "ya recorrió ese camino". **Influencers y canales online:** En YouTube, Juan suele ver canales como *"Bienvenido a América"* (un canal donde un abogado de inmigración da consejos en español para recién llegados) y *"Finanzas USA"* (donde un latino explica conceptos financieros básicos en videos cortos). Estos canales con miles de suscriptores latinos se han convertido en referentes. También está al tanto de influencers en TikTok que dan consejos rápidos: hay un joven mexicano-americano, por ejemplo, que explica en videos de 1 minuto temas como el puntaje de crédito o cómo funciona el seguro de auto – Juan los encuentra útiles porque son concisos y en *spanglish* sencillo. Si alguno de estos influencers de confianza menciona los seguros de vida o IUL y sus beneficios, Juan lo consideraría más creíble. **Portales oficiales con apoyo en español:** A veces, Juan recurre a recursos oficiales cuando alguien se los recomienda. Por ejemplo, tras un taller, pudo conocer **MiDineroMiFuturo** (un sitio en español con educación financiera) o supo de la **Consumer Financial Protection Bureau** que tiene páginas en español. Sin embargo, por iniciativa propia no suele navegar sitios gubernamentales, a menos que le insistan que son útiles. **Confianza y escepticismo:** Juan confía en **historias de éxito reales**. Si ve un testimonio en Facebook de una familia latina parecida a la suya que logró ahorrar con un IUL y comprar casa, eso le daría mucha confianza. Por el contrario, desconfía de publicidad muy técnica o genérica en inglés; si le llega una carta de un banco en inglés, muchas veces ni la lee completa porque teme no entender o que sea propaganda engañosa. Es parte de esa brecha lingüística que afronta. De hecho, en un estudio se mostró que muchos latinos reciben atención inicial en español pero luego la documentación viene en inglés y allí se pierde la conexión [12]. Juan ha vivido eso con contratos de arrendamiento o de servicios, lo cual le ha creado cierta suspicacia: siempre teme que en la "letra chiquita" en inglés haya algo escondido. Por ello, **él valora enormemente la transparencia y el seguimiento en español** durante todo el proceso de cualquier servicio. **Medios de entretenimiento con mensaje:** Curiosamente, Juan a veces obtiene información de fuentes de entretenimiento. Por ejemplo, ve series o novelas donde por trama mencionan cosas de seguros o finanzas, y de allí saca algo de conocimiento (recordemos que en telenovelas modernas a veces hay personajes que son agentes de seguros, etc., y explican someramente su trabajo). No es su fuente principal, pero

demuestra cómo cualquier información en español, incluso incidental, puede llegarle. **Preferencia de canal para publicidad:** Si Juan tuviera que enterarse de un seguro IUL, lo ideal sería mediante un **anuncio en Facebook o un video corto** que aparezca mientras ve contenido en YouTube, en su propio idioma. También podría ser a través de un **folleto o volante** que encuentre en algún comercio latino (por ejemplo, en el supermercado hispano que frecuenta, donde suelen haber folletos de servicios locales en español). Él confía más en esos canales comunitarios que en recibir una llamada fría de un número desconocido en inglés (esas generalmente las ignora pensando que son spam). **Resumen de medios de confianza:** Juan se fía principalmente de **medios y voces familiares**: la TV/radio en español que ha consumido toda su vida, líderes y amigos de su comunidad inmigrante y contenido digital creado por y para latinos. Para ganarse su confianza, cualquier información sobre seguros e inversiones debe llegarle a través de esos **filtros culturales y lingüísticos**. Por último, cabe resaltar que a Juan le atraen las historias inspiradoras: si en un programa de radio escucha a alguien relatar cómo un seguro de vida salvó a su familia de la ruina, eso le impactará. Los datos fríos le cuestan, pero las narrativas le llegan al corazón y le hacen tomar acción más fácilmente.

Proceso de decisión de compra

El proceso de decisión de Juan respecto a adquirir un seguro de vida (especialmente uno tan particular como IUL) es **lento, cauteloso y muy influenciado por la educación progresiva y la confianza**. **Etapa 1: Concientización (awareness) de la necesidad:** En esta primera etapa, Juan necesita **tomar conciencia** de por qué podría requerir un IUL. Es posible que inicialmente él ni siquiera conozca que existe algo llamado "Index Universal Life". Podría enterarse de dos formas: o bien por un agente/empresa que haga publicidad dirigida en sus redes sociales en español, o a través de alguien de confianza (como su amigo Luis o un familiar que le mencione el tema). Supongamos que ve en Facebook un anuncio en español que dice: "*Protege a tu familia y ahorra para su futuro con un Seguro de Vida con Ahorro*". Si ese mensaje está bien hecho, le picará la curiosidad lo suficiente para cliquear o guardarlo. Pero aún lo verá como algo lejano. Un factor externo que puede acelerar esta toma de consciencia es una **experiencia personal cercana**: por ejemplo, si se entera que el padre de un compañero de trabajo falleció y la familia hizo un GoFundMe porque no tenían seguro, eso asusta a Juan y lo hace pensar, *"¿Y si yo falto mañana? Mi familia estaría igual..."*. Ese miedo es un detonante poderoso. En tal caso, Juan llega a la **etapa 2: interés activo**. **Etapa 2: Búsqueda de información y educación:** Una vez que Juan reconoce "tal vez debería ver lo del seguro de vida", comienza a buscar información muy básica. Aquí es donde **la educación financiera en español** juega un rol clave. Es probable que Juan empiece buscando en Google preguntas directas en español: "¿Cómo funciona un seguro de vida en USA para inmigrantes?" o "seguro de vida con ahorro qué es". Entrará a los resultados que se vean más claros o a foros como *MundoHispano* donde otros han preguntado lo mismo. También podría preguntar directamente en sus grupos de WhatsApp: *"Oigan, ¿alguien tiene seguro de vida aquí? ¿qué recomiendan?"*. Durante esta etapa, él recopila datos sueltos: se entera, por ejemplo, que **como inmigrante sí puede comprar seguro** siempre y cuando tenga ITIN o cierto estatus [32] ; descubre que hay varios tipos de seguros (término, universal, etc.) y eso le confunde pero al menos aprende vocabulario. Si dio clic a un anuncio de Facebook y dejó sus datos, quizás un asesor lo contacta. Sin embargo, es típico que Juan en esta fase **posponga responder** si un asesor lo llama muy pronto, porque siente que aún no sabe suficiente y teme que le vendan algo en lo que no está listo para decidir. Entonces, puede ignorar la primera llamada o mensaje hasta que se sienta más confiado. Aprovecha mientras tanto recursos autodidactas: quizás ve en YouTube algún video titulado *"Seguros de vida en USA explicados"* y toma nota mental. Es en esta etapa donde una campaña bien diseñada puede nutrirlo con contenido de valor (ej: guías gratuitas en español, testimonios, etc.), acompañándolo sin presionar. **Etapa 3: Primer contacto personal y evaluación inicial:** Supongamos que tras informarse un poco, Juan decide hablar con un asesor. Lo más probable es que **prefiera reunirse en persona o por llamada con un agente que hable español**, porque eso le da confianza. Tal vez asista a una pequeña charla que un asesor organiza en su iglesia o tienda latina local, donde explican seguros y ofrecen cotizaciones. En

ese primer contacto, Juan escucha atentamente la explicación del asesor sobre el IUL. Si el agente es hábil culturalmente, usará analogías simples (por ejemplo: "el IUL es como un ahorro en el banco, pero que crece según la bolsa, y además si tú faltas, tu familia recibe dinero"). Juan hará preguntas directas sin filtro, como *"¿Y si pierdo mi trabajo y no puedo pagar?"* o *"¿Qué pasa si me regreso a mi país, puedo usar ese dinero allá?"*. El asesor deberá aclarar todo en términos sencillos. Juan evaluará mucho **la actitud del asesor**: si lo siente confiable, paciente y sin afán de solo vender, avanzará al siguiente paso; si percibe impaciencia, tecnicismos confusos o presión, se cerrará y probablemente no vuelva. **Etapa 4: Reflexión y consultas con terceros:** Después de esa reunión, Juan **no firmará nada de inmediato**. Pedirá llevarse la información (folletos, cotización) para "pensarlo con la almohada" y discutirlo con su esposa. En casa, se sentará con María Alejandra, le mostrará los papeles y entre ambos tratarán de entender los detalles. Su esposa quizás tenga tantas dudas como él o más, y sus preocupaciones prácticas (¿podremos pagarlo? ¿es seguro esto?) alimentarán las de Juan. A este punto, es probable que Juan busque una **segunda opinión**: podría llamar a su amigo Luis para contarle lo que le ofrecieron y preguntarle "¿Tú qué harías en mi lugar?" o incluso contactar a un cuñado que lleva más años en EE.UU. para ver si tiene seguro de vida y qué le recomienda. Estas opiniones externas pueden inclinar la balanza. Si todos le dicen "sí, te conviene protegerte; busca una póliza que puedas pagar, aunque sea pequeña", entonces Juan se sentirá más seguro de avanzar. Pero si alguno siembra duda ("esas cosas no valen la pena" o "cuidado que te roben"), él pisará el freno hasta aclarar esas dudas con el asesor. **Etapa 5: Decisión de compra (o no) y tiempo involucrado:** Para Juan, tomar la decisión de compra puede llevar un **periodo considerable**, seguramente **varios meses**. Desde que oye por primera vez de IUL hasta que decide contratarlo podrían pasar entre **3 a 6 meses**, porque su vida es ajetreada y a menudo las urgencias diarias desplazan estas decisiones. En ese lapso, quizá necesita ver que su negocio mejora un poco o reducir algún gasto para sentirse cómodo asumiendo la prima del seguro. Puede que haga números en papel: *"Si el seguro cuesta $50 mensuales, ¿de dónde los saco? Tal vez si hacemos menos comidas fuera..."*. Una vez que ve viable ajustarlo, estará más cerca de decidirse. Al mismo tiempo, la estadística juega a favor: 45% de los hispanos sin seguro dicen que probablemente comprarán uno en el próximo año [33], lo que indica que, con la información adecuada, Juan también daría ese paso en un plazo de meses. **Etapa 6: Formalización y post-venta:** Supongamos que Juan finalmente elige seguir adelante con un IUL adaptado a sus posibilidades (tal vez una cobertura no muy alta para que la prima sea baja, pero con opción de aumentarla en el futuro). El agente lo ayuda con la solicitud, posiblemente en español o traduciendo cada sección. Juan proporciona su ITIN, pasa un examen médico sencillo (esto lo pone un poco nervioso, pero entiende que es parte del proceso) y finalmente es aprobado. Cuando recibe la póliza físicamente, probablemente le pedirá al agente que nuevamente se la resuma, por si acaso. Tras firmar, Juan siente una enorme **tranquilidad mental**: esa noche, al acostarse, mira a sus hijos dormidos y piensa "por lo menos ya están un poco más protegidos si me pasa algo". Esa paz es el mayor logro de su decisión. Es posible que al inicio se angustie por cumplir con los pagos mensuales, pero el agente puede sugerirle ponerlo en débito automático al inicio de mes para que lo considere como pago fijo igual que la renta, y Juan organiza su presupuesto en torno a eso. Si algún mes las cosas se ponen difíciles, es vital que el agente mantenga comunicación; Juan se sentirá cómodo avisando "este mes me atrasaré unos días, ¿qué puedo hacer?" si sabe que del otro lado hay comprensión. **Fidelización y recomendaciones:** Una vez que Juan tenga la póliza y esté satisfecho, se convertirá en un promotor dentro de su círculo. Es común en las comunidades inmigrantes compartir "tips" de este tipo: Juan podría decirle a su hermano que también anda por acá: *"Mira, saqué un seguro de vida que además es como un ahorrito, habla con mi agente que él te explica"*. Así, su decisión podría influir en otros. Por eso, acompañarlo bien no solo logra una venta sino que abre la puerta a más referidos. En resumen, el proceso de Juan es **lento pero seguro**, requiere **mucha educación, confianza y tacto cultural**, pero una vez que todos sus miedos son atendidos y logra visualizar el beneficio para su familia, tomará la decisión de protegerlos, incluso con recursos limitados, porque para un padre de familia latino como él, **la tranquilidad y el futuro de los suyos no tiene precio**.

Fuente: Elaboración propia con datos de referencias citadas. [1] [31] [29] [13], entre otras.

1 2 3 Hispanic business owners reveal their top challenges in new QuickBooks survey - Firm of the Future
https://www.firmofthefuture.com/data-and-research-reports/hispanic-business-owners-reveal-their-top-challenges-in-new-quickbooks-survey/

4 SBA Loan Statistics: Race and Gender | Bankrate
https://www.bankrate.com/loans/small-business/sba-loan-race-and-gender-statistics/

5 Nearly Half of Americans Do Not Have Access to Retirement Plans ...
https://press.aarp.org/2022-7-13-New-AARP-Research-Nearly-Half-Americans-Do-Not-Have-Access-to-Retirement-Plans-at-Work

6 8 10 24 30 31 Latinos y latinas de EE. UU. utilizan más las redes sociales para informarse y eso los expone a riesgos - Factchequeado
https://factchequeado.com/teexplicamos/20240521/latinos-utilizan-redes-informarse-riesgos/

7 Qué explica el éxito de WhatsApp entre los latinos en Estados Unidos | Digital Trends Español
https://es.digitaltrends.com/sociales/whatsapp-latinos-estados-unidos/

9 New NTIA Data Show 13 Million More Internet Users in the U.S. in ...
https://www.ntia.gov/blog/2024/new-ntia-data-show-13-million-more-internet-users-us-2023-2021

11 13 23 33 Life Insurers Have Significant Opportunity with the Hispanic Community
https://www.loma.org/en/news/industry-trends/2021/life-insurers-have-significant-opportunity-with-the-hispanic-community/

12 25 28 Latinos' Tumultuous Relationship With Financial Institutions
https://www.linkedin.com/pulse/latinos-tumultuous-relationship-financial-institutions-moira-studio-phjke

14 19 29 Hispanic Americans report the greatest need for life insurance - Insurance News | InsuranceNewsNet
https://insurancenewsnet.com/innarticle/hispanic-americans-report-the-greatest-need-for-life-insurance

15 16 17 18 Hispanic-Latino Community: Financial Insights and Trends
https://www.ml.com/articles/family-financial-priorities-latino-community.html

20 [PDF] Hispanic marketing report 2023 - Ad Age
https://s3-prod.adage.com/2023-05/20230515_Digo-WP-finalweb.pdf

21 1. Hispanic Americans' news habits and sources
https://www.pewresearch.org/journalism/2024/03/19/hispanic-americans-news-habits-and-sources/

22 Hispanic Marketing: Smartphone Trends to Watch
https://healthcaresuccess.com/blog/multicultural-marketing/hispanic-mobile-marketing.html

26 27 unidosus.org
https://unidosus.org/wp-content/uploads/2024/06/unidosus_oportun_bsp_latinobankingandfinancialhealthsurvey_memo_61124.pdf

32 Asegurar una Póliza de Seguro de Vida en los Estados Unidos para ...
https://redbirdagents.com/consumers/seguro-de-vida-para-no-ciudadanos-estadounidenses/