



Canales que **AMENAZAN** a los mediadores (I): Bancaseguros e Internet

¿Saben los clientes a quién compran sus seguros? Éste fue el título del Forum Cecas que se celebró recientemente en Oviedo. La conclusión, después de una jornada intensa, en la que intervinieron con brillantez ponentes que conocen bien la problemática del cliente, fue un poco decepcionante. El cliente no sabe a quién compra sus seguros, ni quiere saberlo, ni le importa.

En esa situación, ¿tienen sentido los esfuerzos de los canales por mejorar la percepción de los clientes sobre su valor añadido? Aunque parezca contradictorio: tiene todo el sentido del mundo. Al cliente no le interesa qué canal le vende su seguro, lo que sí le interesa es qué valor le aporta a su compra uno u otro canal. Me explico. El cliente sabe la entidad que para él es la referencia de su producto. Él no se preocupa de si es una compañía de seguros de venta directa, o un corredor, o un agente, o un operador de banca seguros,... A lo más que llegará es a saber si su acceso ha sido por teléfono, por Internet o a través de un contacto personal. El cliente lo único que sabe es que tiene una persona o una entidad de referencia de su seguro.

Distingamos cuatro momentos en la relación de cualquier cliente en los que esta referencia es importante. La oferta, la venta, el servicio ante cualquier necesidad y la respuesta ante el siniestro. En cada uno de estos momentos el cliente apreciará en mayor o menor medida los factores que le reportan más valor. Destaquemos algunos: la facilidad, la oferta completa, la profesionalidad entendida como asesoramiento correcto, la amabilidad en el contacto, el trato personal, la rapidez de respuesta, la explicación de los términos confusos, la información en lenguaje de la calle, la confianza como disposición a dar respuesta, el servicio de acuerdo con las expectativas que él se ha creado en función del asesoramiento recibido, la independencia de su asesor frente a la figura del vendedor de producto único, y poco más. En la medida en que cada cliente valore cada una de estas ventajas añadidas se aproximará más o menos a un canal determinado.

Analicemos el posicionamiento de los mediadores. Ya distinguiremos más adelante entre corredores y agentes. ¿Cuáles

son los mayores riesgos que representan para los mediadores los otros canales? Hay cuatro competidores directos que representan amenazas claras para su supervivencia y su desarrollo: 1º Banca seguros, 2º Internet, 3º Líneas directas, y 4º Grandes distribuidores.

¿Qué ofrece la banca seguros a los clientes que no puede ofrecer un mediador? La banca tiene una relación privilegiada con el cliente, gestionándole los flujos financieros de su economía personal. Es un instrumento de relación permanente, de contacto continuo y de intercomunicación habitual. Es cierto que la automatización de las funciones a través de los cajeros automáticos ha eliminado en gran parte el trato personal, pero eso no impide que el contacto sea permanente a nivel de correo, teléfono o internet para todas las transacciones que desea realizar. Y, además, las entidades financieras han establecido una relación a muy largo plazo a través de la promoción y el desarrollo en los años pasados de los créditos largos, fundamentalmente hipotecas.

Así pues, la bancaseguros tiene una ventaja fundamental: dispone de un cliente controlado, perfectamente conocido y además, en determinados momentos, "dependiente", como cuando quiere obtener un préstamo. Ese ha sido el momento en el que la banca se ha mostrado especialmente activa en la colocación de seguros. Cuando el cliente ha solicitado algo del banco, el banco le ha respondido que tenía que suscribir un determinado seguro. Aprovecho para indicar que la obligación de suscribir seguros de hogar o de vida en los préstamos hipotecarios, en sí misma, no es ninguna falta contra la competencia, lo que sí es una falta contra la competencia es obligar a que sea con una entidad determinada. Creo que la simple rebaja del tipo de interés o las comisiones de un préstamo por contratar un seguro con una entidad filial es también una falta contra la libre competencia.

Hay elementos básicos en la relación de la bancaseguros con el cliente que no puede tener el mediador. Uno es el acceso automático a través de las comunicaciones de su movimientos financieros, otro su conocimiento de los datos económicos básicos (nominas, ingresos, ahorros, gastos,...) y, por último, la capacidad de prescripción (por no decir imposi-

