



# Verdades, miedos y mentiras sobre la **BANCA SEGUROS** (I)

**E**n una de las sesiones de la pasada Semana del Seguro, Rodrigo Fernández-Avello, Presidente AMAEF, hizo frente, con su habitual buena fe, a las fuertes críticas que vertieron los asistentes sobre la actividad de Banca-Seguros. Aludir a Banca-Seguros en una reunión de corredores, especialmente en momentos de dificultades como los actuales, consigue concitar las críticas generales, que exteriorizan su agresividad hacia un canal que consideran que compite con armas diferentes. En sentido contrario, Rodrigo me manifestó su malestar por el tratamiento que yo había dado a las amenazas que suponía el canal de Banca-Seguros respecto a la Mediación, en un artículo publicado en esta misma tribuna hace tres meses. ¿Es posible aportar algo de objetividad a un tema tan enconado, y en el que todos tenemos juicios previos tan arraigados? Voy a intentar dar algunas pinceladas, a riesgo de que sean mal interpretadas, tanto por los mediadores como por los Operadores de Banca Seguros.

En primer lugar, analicemos cuál es la situación actual. Según datos publicados por la Dirección General de Seguros, a la que hay que felicitar por el esfuerzo realizado por anticipar las estadísticas este año, el comportamiento de Banca-Seguros en los últimos años analizados es el siguiente:

### Cuota de mercado de banca seguros

	2006	2007	2008
% Cartera Total	32,33	37,29	34,29
% Cartera Vida	63,25	72,25	64,70
% Cartera No Vida	7,88	11,49	8,48

Según estos datos, en 2008 la Banca-Seguros ha vuelto a representar cuotas de mercado similares a las que tenía en 2006, con un descenso significativo sobre las que presentó en 2007. Estas cifras ponen de manifiesto la importancia que tiene el canal de Banca Seguros, pero también que, en función de la crisis financiera vivida en 2008, han dado un paso atrás, por primera vez en muchos años. Es previsible que en 2009 la Banca Seguros haya conseguido

mantener los datos de 2008, con cuotas del orden del 65% en Vida y con recuperación hasta el 10% en No Vida. Dicho en otras palabras, la expansión continua y acelerada de las cuotas de mercado de Banca Seguros se ha visto frenada en los periodos más recientes, lo que no evita la acidez de las críticas vertidas por los mediadores sobre el canal al que consideran como una competencia injusta.

Por la misma esencia de la forma de distribución, el canal de Banca Seguros cuenta con un conocimiento de la realidad del cliente muy superior a la Mediación y con una capacidad de prescripción mucho más elevada. El mediador siente que para vender una póliza necesita un esfuerzo de creación de necesidades y de convencimiento muy superior a lo que considera que es una colocación automática del producto por parte de la Banca Seguros.

Es un error pensar que la ventaja que tiene la Banca Seguros le viene proporcionada exclusivamente por una legislación favorable. La raíz del fenómeno está en la capacidad de prescripción por parte de la entidad financiera, ya que el Seguro se convierte en este caso en una operación secundaria de una operación principal, que es la financiación. Voy a intentar poner un ejemplo para que se entienda mejor. Al igual que en muchas ocasiones los mediadores han colocado productos secundarios de Asistencia o de Vida Riesgo acompañando a una operación principal de difícil obtención, como podía ser en ciertos momentos el aseguramiento de un vehículo de segunda o tercera categoría, es comprensible que los bancos coloquen las operaciones de seguros como productos secundarios dentro de una operación principal de financiación de automóviles u hogar. ¿Es eso criticable?

En mi análisis, la posición de privilegio de la Banca Seguros viene producida por estar en el origen de una necesidad del cliente, para el cual el Seguro constituye tan solo un complemento. Si éste es el fondo de la cuestión, la queja y crítica de los medidores, e incluso la satisfacción que pueden obtener por hacerlas en público, no va a cambiar un ápice la situación. De cara a futuro, la única forma en que los mediadores pueden competir con la

Banca Seguros es intentar posicionarse en el origen de la operación, es decir, en la compra del vehículo o la compra de la vivienda.

Cuando los bancos se introdujeron en la actividad aseguradora, invirtieron fuertemente en obtener los medios para poder dar el servicio directo. De hecho, la tendencia tradicional fue, inicialmente, contratarlos con compañías aseguradoras y, luego, una vez probado el éxito de la iniciativa, crear sus propias aseguradoras.

Recientemente, en una conversación con el consejero delegado de uno de los principales grupos instalados en España, este planteó la necesidad de afrontar la competencia de Banca Seguros, indicando que el papel fundamental debería corresponder a los corredores. Discrepo de esta opinión, porque la enorme fragmentación que existe en la distribución aseguradora a través de mediadores hace que los medios disponibles para fortalecer el canal sean limitados. Así pues, tan sólo con la colaboración activa por parte de las aseguradoras que apuestan por el canal de Mediación, los mediadores podrán defender su cuota de mercado.

Pedir a la Mediación que se enfrente a la Banca Seguros sin darle las armas es inútil. Su fraccionamiento en el mercado y su falta de medios les lleva a una guerra perdida de antemano.

Al igual que los bancos y las cajas de ahorros decidieron introducirse en el negocio de seguros y obtener una fuente complementaria, y hoy significativa, de sus ingresos, entendemos que las compañías no pueden limitarse a decir que sean los corredores los que compitan. O se está en la fuente de las operaciones o es muy difícil pescar río abajo.

¿Qué hay que hacer para estar en el nacimiento del río? La respuesta es sencilla y enormemente difícil de implementar. Las aseguradoras que distribuyen a través de mediadores deberían colocarse en la fuente de las operaciones, es decir, en la financiación de vivienda y en la financiación de automóvil. Confío en que nadie piense que esto diciendo una barbaridad. La opción estratégica debe

ser al menos analizada. Esto pueden hacerlo con acuerdos de distribución con los bancos o bien creando o participando en proyectos de financiación.

Hablamos mucho de innovación y el sector asegurador ha hecho enormes esfuerzos para disminuir sus costes internos, lo cual ha contribuido a una mejor capacidad competitiva a nivel sectorial. Pero, en ningún caso se ha aplicado la innovación en el control de las fuentes donde se generan las operaciones de seguros de masa.

Recuerdo que hace 20 años en algunas compañías se empezaron a hacer préstamos hipotecarios. Se inició tímidamente, sin los medios adecuados, y se abandonó por pura aversión al riesgo del cambio. En el mismo sentido, hubo aseguradoras que empezaron a hacer sus pinitos en vivienda pensión.

Enseguida los miedos, los resquemores a lo desconocido evitaron que esa fuera una vía de desarrollo. Han tenido que venir las entidades financieras con las hipotecas inversas para hacernos ver que el planteamiento de la vivienda pensión tiene todo el sentido. Asistí hace unos meses a una conferencia del director general de Vida de MAPFRE que planteaba la necesidad de movilizar para la jubilación la mayor base de ahorro de nuestros clientes: su vivienda. ¿No es por tanto lo más lógico que movilicemos ese ahorro inmobiliario para construir su jubilación? Ahí es donde está el negocio, ahí es donde está nuestro 'know how', ahí es donde están las posibilidades de desarrollo de canales de mediadores.

La innovación sectorial en aspectos de generación de negocio es cuanto menos deprimente. Ha llegado el momento de abordar este tema en profundidad.

Independientemente de atacar el fondo del problema, que es dominar la fuente de producción de seguros de masa, es evidente que no es admisible la utilización de prácticas incorrectas por parte de nadie y que en el caso de la Banca Seguros, por su preponderancia en la posición respecto al cliente, hay más posibilidades que estas malas prácticas se produzcan. La lucha contra la mala praxis será el objeto del artículo del próximo mes.