



## ¿Exclusivo o vinculado?

Recibo un e-mail, que indica:

*Muy Sr. mío:*

*Contacto con usted solicitando información para pasar de agente afecto a agente vinculado, con el ruego de una respuesta ya que ni en el Colegio XXXX ni en el Consejo General de Mediadores me informan de nada.*

*Soy agente de seguros y finanzas, colegiado xxxx, experiencia desde 1968, Diplomado en Gerencia de Riesgo, Perito Judicial Experto en Materia de Seguros, Experto en Prevención de Riesgos Laborales, Diplomado en Responsabilidad Civil General, Diplomado en Responsabilidad Civil de Mercancías, Diplomado en Seguros de Mercancías, Diplomado en Seguro Obligatorio de Viajeros, trabajo todos los ramos de seguros y productos financieros y como especialidad: Transporte de Viajeros y Mercancías, Obras Públicas y Civil, Taxis con y sin Taxímetro, Ambulancias, Motocicletas y Ciclomotores, Seguros Deportistas y Federaciones.*

*Oficinas en XXXXX y XXXXX, a la espera de sus noticias y con las gracias anticipadas por las molestias y mi atrevimiento en contactar con Ud. sin conocerlo.*

*Cordiales saludos.*

*Firmado xxxxxxxxx*

Contesto al e-mail:

*Estimado amigo:*

*Para pasar de agente exclusivo a vinculado, lo primero es tener la autorización de la compañía en la que usted es agente. Si a lo largo de su vida ha operado con varias, la autorización de la que le firmó el primer contrato de agencia.*

*Con este requisito previo cumplido, debe solicitar una autorización a la DGSFP, con un expediente bastante completo, con información de honorabilidad comercial y profesional, estatutos en caso de ser persona jurídica, con un plan de actividad, precontratos*

*de las compañías con las que trabajaría y un conjunto de documentos que garantizan que se cumplen todos los requisitos del artículo 21 de la Ley de Mediación. Vea los cuestionarios en la web de la DGSFP.*

*Espero haberle ayudado.*

*Un cordial saludo,*

De este sencillo acto diario, saco una conclusión: la sensación de orfandad de los agentes de seguros en España en todo lo referente a su estatuto profesional, sus opciones y sus perspectivas.

Los agentes van por la vida asociativa con cierto complejo. Son minoritarios en todas las instituciones. Las asociaciones que mayor empuje han tenido en los últimos años son todas de corredores. Se acercan, por tanto, a esos estamentos representativos con el complejo de ser menos importantes que los corredores y con esa reserva no exigen que se atiendan sus consultas con la calidad y la profundidad a la que tienen derecho.

Existe un gran trabajo a realizar por parte del Consejo, y de los Colegios de Mediadores, para aproximarse a estos profesionales tan tremendamente numerosos. ¿No es realmente una oportunidad? Darles repuestas y asesoramiento es un valor que fomentará la colegiación. Recordemos que, en cualquier caso, sea utilizando cifras de UNESPA o de la DGSFP, incluso eliminando los más pequeños, el número de agentes en España supera los 100.000.

### APOYO DE LA COMPAÑÍA

Pero, si está mal que las entidades asociativas no representen convenientemente y atiendan a los agentes de seguros, hay otra reflexión que creo que es necesaria. Si un agente después de años de trabajo para una compañía, en los que ha actuado como una prolongación de la misma, como su fuerza comercial directa, lo que en banca podría entenderse como una sucursal de la entidad, si después de todo este esfuerzo, trabajo, fidelidad y dedi-

*Las compañías habrán de mejorar la oferta de valor de contraprestación que ofrecen a sus agentes exclusivos y diferenciarla claramente de su oferta para otras opciones, para que la balanza quede equilibrada*

cación, no consigue que su compañía le aclare sus posibilidades profesionales en momentos decisivos, puede considerar, y con razón, que no se le corresponde con la lealtad que él ha demostrado. La compañía debe estar al lado de su agente, en todo momento, para ofrecerle las mejores oportunidades de desarrollo profesional y el responsable comercial de la compañía tiene como misión fundamental el ser un consultor de su red para ayudarla a progresar.

A veces las visiones miopes de las entidades las abocan al único objetivo de conseguir la dedicación total y absoluta de sus mediadores, intentando ponerles orejeras para que no vean más que lo bien que se trabaja en su compañía. Yo creo que hay que ayudar a la gente a que vea su desarrollo profesional dentro de la entidad, pero sin cerrarle, en absoluto, la visión de otras posibilidades. Si lo hacemos así, estaremos consolidando nuestro mensaje hacia la red de distribución de que realmente nuestro proyecto es el mejor, puesto que aunque haya otras posibilidades es la nuestra la que le reporta mayor valor.

Todo este viene a cuento de que la pregunta de un agente de si debe hacerse vinculado y cómo debería funcionar no debe ser una pregunta que produzca un rechazo inmediato por parte de las compañías, sino al contrario, debería ser un momento de reflexión con el agente para analizar tranquilamente los pros y contras de su situación y ver si merece la pena hacer cualquier cambio.

Las compañías inteligentes, que traten a sus agentes como profesionales de nivel, estoy convencido de que sacarán mucho más de ellos, no solamente en producción sino también en grados de fidelidad, que aquellas que pretendan ocultar las realidades del mercado, tratándoles como menores de edad.

Un agente que tenga la inquietud de ser agente vinculado debe obtener de su compañía una visión profesional, seria y realista, de análisis de la situación de su negocio y de sus posibilidades de futuro. Después de ese análisis es el propio interesado el que deberá tomar su de-

misión y, si la compañía es inteligente, acompañará profesionalmente a su agente, sea su decisión mantenerse exclusivo o hacerse vinculado.

En el análisis a realizar hay que tener en cuenta la rigidez y los re-

quisitos adicionales que suponen una carga sensible para los agentes vinculados frente a los agentes exclusivos. Esto debe ser conocido y analizado al tomar la decisión.

Por otra parte, las compañías habrán de mejorar la oferta de valor de contraprestación que ofrecen a sus agentes exclusivos y diferenciarla claramente de su oferta para otras opciones, para que la balanza quede equilibrada. Pero, si aún así el agente quiere seguir esa vía, la política inteligente de la compañía y de su responsable territorial será la de apoyar al agente en su decisión. Incluso hay compañías que están proponiendo, a los agentes que adopten esta decisión, ayudarles financieramente con los gastos que les supondrá la transformación, con la esperanza de que esta relación de proximidad les atraerá un mayor volumen de negocio en el futuro.

Los mediadores cada vez serán más grandes, cada vez serán más profesionales, cada vez requerirán servicios de apoyo estratégico en su desarrollo de las compañías y aquellas que acepten esa nueva situación de la Mediación, en la que la idea de socio prevalece sobre la de dependencia y la idea de trabajar juntos sobre el ordeno y mando, habrán dado un paso muy importante para consolidar unas relaciones a largo plazo con su red de Mediación, ya sea esta exclusiva o no.

Mientras todo esto llega, entre todos, colegios, asociaciones y compañías, intentemos ayudar a estos profesionales que deben adoptar una decisión muy importante para su futuro, démosles las pistas suficientes para que su razonamiento les lleve a la decisión más adecuada. Y si, como probablemente será en la gran mayoría de los casos, esta es la de mantenerse como agente exclusivo, al menos el esfuerzo habrá servido para renovar su compromiso de integración con la compañía de la que se siente parte integrante.