



UNESPA y sus prioridades

La buena gestión de una entidad aseguradora supone ocuparse de muchas facetas distintas. La gestión técnica de los seguros -tan diferente en Vida y No Vida- incluyendo la suscripción y el tratamiento de siniestros; los aspectos financieros, los cobros, los pagos, las inversiones; una faceta tan importante como el servicio al cliente y en especial en el momento del siniestro; la gestión de los recursos humanos; el funcionamiento de una buena informática como soporte de todo el servicio; la gestión de la marca y el marketing de los productos; y por último, pero no menos importante, la distribución. Todos ellos son temas vitales para conseguir el éxito de una aseguradora.

Si pudiéramos establecer un paralelismo con un fabricante de automóviles, tendríamos una clara correspondencia en los temas financieros, de recursos humanos, informáticos y, salvando las distancias, también en los temas técnicos y de distribución. Si siguiéramos las tendencias practicadas en esa industria veríamos que el grado de externalización de las labores de fabricación y servicio es muy elevado. Si llevamos esto al extremo, cabría hacer la afirmación de que, respetando la marca, el diseño de productos y la distribución, todos los demás elementos podrían llegar a ser externalizados. Esta introducción pretende llevarnos a la conclusión que los aspectos claramente diferenciales de un fabricante de seguros respecto a otro son básicamente esos tres: marca, diseño de productos y distribución.

Leo la noticia de que el Consejo Directivo de UNESPA ha aprobado la propuesta de una nueva estructura organizativa para el período 2007-2011. La reestructuración es consecuencia de una exigencia estatutaria, que establece que cada cuatro años, después del proceso electoral, se analice la estructura y se adapte a los términos y condiciones que se estimen más oportunos.

Evidentemente, todo lo que sea analizar las estructuras y hacerlas más eficientes es positivo, pero voy a referirme a un aspecto muy concreto de esta última remodelación. Se establecen 7 Comisiones Técnicas orientadas por producto, es decir, van a tratar problemas de la fabricación

y el resultado de los productos. Y se establecen 6 Comisiones Funcionales, en aspectos tan concretos como fiscal o laboral, inversiones o contabilidad y 2 de ellas en temas más genéricos, una para un tipo concreto de entidades, las mutuas, y la otra para la distribución. La nueva Comisión Funcional de Distribución engloba las tres existentes anteriormente, establecidas en función de los canales de distribución. A saber: mediadores, venta directa y distribución bancaria.

Como las estructuras se crean y se remodelan para mejor conseguir los objetivos de una institución, cabe concluir que UNESPA considera la distribución como una de las 13 líneas de trabajo con posibilidades de desarrollo y de gestión, uno de los 13 campos a los que va a dedicar sus esfuerzos. Por el rango de la Comisión, la distribución es un tema al que se le da la misma importancia que a fiscal o a contabilidad e inferior a la gestión de decesos.

Pero, hay un dato más. La distribución es una Comisión Funcional y, por lo tanto, no precisa estructura permanente; estará coordinada por los profesionales de la asociación. Esto, que puede parecer simplemente una modificación administrativa, tiene un enorme calado. La prueba es que la Comisión de Mutuas, a pesar de ser una Comisión Funcional, sigue presidida por una persona del nivel, inteligencia y proyección de José Boada, que seguramente tiene claro que si quiere que la Comisión de Mutuas sea efectiva necesita de su impulso para hacerla progresar. Nada que objetar al funcionamiento de las personas que integran la estructura de UNESPA, pero es indudable que los profesionales que están en el terreno, en el negocio, tienen muchas más posibilidades de hacer avanzar una Comisión que un empleado de la patronal.

Me gustaría recordar que en los años que presidí la Agrupación de Distribución a través de Mediadores se consiguieron algunos objetivos importantes. Por ejemplo, el hecho de que la Mediación acepte, de mejor o peor grado pero acepte, la existencia de compañías multicanal, obedece al esfuerzo de comunicación y convencimiento que se desplegó en aquella época. Por ejemplo, el hecho

de que exista un Código de Usos, aún en vigor, y que no ha sido posible actualizar desde hace más de 7 años, obedece al esfuerzo de comunicación con el Consejo General. Por ejemplo, el hecho de que exista un concurso de formación para agentes exclusivos realizado por ICEA, y que desde entonces se ha mantenido en vigor, obedece a la iniciativa de la Agrupación. Por ejemplo, el hecho de que existiera información sobre los agentes multicompañía y se cruzaran los distintos ficheros, aunque ahora ya haya tomado el relevo la DGSFP, obedece a la acción específica de la Comisión. Por ejemplo, el hecho de que exista una plataforma SIAC de intercambio de información entre compañías y corredores es fruto del esfuerzo de la Agrupación y de ADECOSE. Por ejemplo, el hecho de que hoy no sean un problema las deudas de los mediadores con las compañías, obedece a la puesta en marcha de un fichero IPAMED que cumplió, en su momento, una excelente labor para detectar a los "sinvergüenzas" y expulsarlos del sector.

¿Hubiera sido posible realizar estos objetivos desde una Comisión de Distribución en la que las prioridades fueran distintas, en la que estuvieran sentados señores que venden por teléfono, por Internet o con oficinas propias, al lado de los que distribuyen por oficinas bancarias y, un

Considero un error, por parte de UNESPA, la unificación de las Comisiones de Distribución... y desde luego, sería de agradecer que en el momento que hubiera la posibilidad se rectificara

poco más allá, alguien que distribuya a través de mediadores? Francamente, no lo creo.

Por esta razón considero un error, por parte de UNESPA, la unificación de las Comisiones de Distribución. La consolidación de la distribución a través de mediadores requiere una atención específica y prioritaria de la asociación empresarial como base fundamental para conseguir una interlocución permanente con los representantes de los mediadores, pues es una fórmula de distribución atípica y específica. Ha sido una medida errónea y, desde luego, sería de agradecer que en el momento que hubiera la posibilidad se rectificara.

Pero, si grave parece esta decisión, más difícil de entender es que la nueva estructura organizativa de la patronal no se haya dotado de un soporte para los grandes temas que la propia UNESPA ha lanzado como prioridades a bombo y platillo. Me refiero a los aspectos relacionados con la autorregulación. Control interno, buen gobierno corporativo, transparencia y publicidad bien hubieran merecido mecanismos estructurales de seguimiento. El no haberlo hecho, es un olvido que pone en cuestión la firmeza de convicción sobre el compromiso de la institución con estas nuevas líneas recientemente lanzadas.