

# REIVINDICANDO el café



**Francisco J. Betés de Toro**

*Presidente de IMAF*  
[fbetes@imafmediacion.com](mailto:fbetes@imafmediacion.com)

Todos hemos criticado, yo el primero, la inveterada costumbre española, muy asociada a nuestro sector, de “vamos a quedar a tomar café”. Cuando un comercial de compañía no sabía qué hacer daba una vuelta, se hacía la ruta y se iba a tomar café con sus mediadores. La ineficacia y la pérdida de tiempo predominaban sobre cualquier posible utilidad y es evidente que, a futuro, es una fórmula a desterrar.

Las personas que pretendemos tener una visión más técnica, abogamos por un tratamiento profesional con el mediador, basado en planes de desarrollo, planes de marketing y planes estratégicos, y el seguimiento de las cifras periódicamente para detectar los puntos fuertes y débiles y ayudar así al mediador en su desarrollo y, por lo tanto, al desarrollo de las compañías para las que trabaja. En la categoría de mediador estoy incluyendo tanto al agente como al corredor.

En una reunión, o en unas jornadas, si alguien comentara estos temas, todo el mundo se mostraría de acuerdo y pretendería que, efectivamente, estamos haciendo una gestión cada vez más técnica y profesional de las redes de distribución a través de estos sistemas.

Pues bien, yo hoy pretendo reivindicar el café. El sistema de distribución de seguros está basado en redes no integradas en las estructuras jerárquicas de las compañías, por lo que, independientemente de los grados de afección y de ex-

clusividad, las relaciones de los directores de las redes no son de jefe a subordinado, sino más bien de socio, colega o “partner”, como se dice ahora, que debe procurar ganar cuando tú ganas y ayudarte, por tanto, a que tú ganes, en una relación bilateral que necesita un contacto continuo. Las quejas de los agentes veteranos sobre la falta de contacto con sus compañías han tenido en estos últimos tiempos una respuesta profesional y seria. Lo importante es hacer negocios juntos y no tanto el establecer esa relación personal, ese compañerismo. Como decía, recientemente, mi socio Lecanda en unas jornadas sobre negocio bancario, “las cuentas son cuentas y lo demás son cuentos”.

Y, sin embargo, sin embargo...

Los nuevos modelos de gestión segmentada de las redes de distribución son evidentemente eficientes y permiten asignar los recursos de las compañías con mejor criterio. Pero deben ser corregidos en su excesiva frialdad numérica por la comunicación, y la comunicación está basada, también y en parte sustantiva, en el contacto personal. No reivindico el café como el único sistema de relación con los mediadores, ni mucho menos, pero lo que sí digo es que no nos dejemos llevar de un tecnicismo absoluto que piense que el contacto a través del mail y el teléfono para la resolución de operaciones es suficiente, y cada cierto tiempo, después de haber analizado tranquilamente las cifras y la evolución y habiendo llegado a

las conclusiones, démonos tiempo para tomar café, démonos tiempo para conocer un poco más a nuestro interlocutor, démonos tiempo para conocer mejor sus problemas, incluso sus problemas personales.

Seamos serios, seamos profesionales, trabajemos de una forma técnica la gestión de las redes de distribución, pero dejemos siempre abierto el apartado del contacto y la relación, puesto que en el otro extremo no hay máquinas, ni siquiera personas con principios de subordinación, sino personas que deben sentir que los proyectos, el de las compañías y el del mediador, son coincidentes, para seguir evolucionando hacia delante. Un punto interesante es que ese contacto personal también debe ser estructurado para obtener de él el máximo de intercomunicación.

Una gestión de redes a base de cafés es un desastre, pero hoy he querido llamar la atención, por algún caso reciente conocido, sobre el hecho de que la gestión de redes sin ningún café puede ser también un desastre.