

La imposición **bancaria** de seguros



Están siendo años muy duros para todas las empresas. Hay que hacer grandes esfuerzos para reducir gastos.

En las corredurías se nota muchísimo este frenazo económico; no se generan nuevos negocios y, por lo tanto, no crecemos. Además, nuestros actuales clientes nos trasladan también su ajuste de gastos. A esta problemática generalizada, hay que añadir el fuerte incremento de la competencia, los precios bajan y se da la paradoja que incluso han podido aumentarse las garantías.

Posiblemente este ciclo ya esté llegando a su fin. Son numerosas las aseguradoras que ya nos anuncian la imposibilidad de poder mantener este ritmo.

En un entorno tan competitivo la figura del corredor es fundamental. Él es quien analiza el mercado, negocia con las compañías y consigue buenos precios y coberturas para sus clientes. Las corredurías tenemos la obligación legal de efectuar un análisis objetivo de los productos a comercializar en distintas Compañías.

Pero ahora nos ha salido un nuevo e importante competidor: la banca. Las entidades financieras tienen un interés especial en obtener de la venta de seguros los beneficios que no son capaces de generar con su puro negocio financiero. Rozan los límites de la autonomía personal, obligando a sus clientes a la contratación de seguros.

El problema fundamental de este canal es tanto la falta de formación de sus empleados, que son meros colocadores de productos y no analizan nada, como que, en caso de siniestro, cuando el cliente debe dirigirse directamente a la aseguradora, no se implican en la resolución de los conflictos. Su forma de actuar tiene un objetivo sencillo: vender, vender y vender; cuanto más mejor, pero de postventa nada de nada, no pueden perder el tiempo en estos menesteres.

Entre todos debemos volver a colocar las cosas en su sitio, a los corredores se nos exige una titulación, unas garantías financieras, un análisis permanente del mercado y dar servicio a nuestros clientes, de principio a fin.

La banca tiene cuantiosas pérdidas en sus operaciones tradicionales y trata de compensarlas imponiendo a sus clientes la suscripción de seguros. Y lo que nos parece más grave es que, en una actuación inaceptable y éticamente deplorable, utilizan, muchas veces, la necesidad ajena de sus clientes para hacerles las propuestas aseguradoras.

Miguel de las Morenas

Director General

Kalibo Correduría de Seguros

EDITA

Kalibo Correduría de Seguros
Anselmo Clavé, 55-57, bajos • 50004 Zaragoza
www.kalibo.com • info@kalibo.com

IMPRESIÓN

Industrias Gráficas La Moderna.
www.lamoderna.com

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Juan López Montoro

Revista Trimestral. Distribución Gratuita.
Tirada: 2.800 ejemplares

Depósito legal: Z-2476/2009
ISSN: 1889-755X

Está permitida la reproducción total o parcial de los contenidos de Panorama, siempre y cuando conste cita expresa de la fuente.