

# Elegir el mejor seguro es un derecho del consumidor

*Los consumidores tienen un serio problema con los bancos que comercializan el 58% de las nuevas operaciones de seguro en el mercado español, porque se ven constreñidos muchas veces a aceptar las ofertas bancarias de seguros cuando van asociadas a determinadas operaciones, como las hipotecas.*

Cuando un consumidor acepta de una entidad bancaria un seguro, que está en relación con una operación financiera, está renunciando quizás a un seguro más beneficioso para él porque simplemente no hay libertad de elección, ni de negociación ni comparación. Está claro que el banco afianza un producto mientras que el consumidor acepta a ojos cerrados unas condiciones, sin el debido asesoramiento de un corredor de seguros, que es la figura puesta por el Estado para que, de forma independiente y objetiva, oriente al consumidor en el seguro que más le beneficia.

Los corredores de seguros hemos de decidir cómo vamos a enfrentar esta realidad para continuar siendo el canal profesional referente de un mercado en el que la banca ha desembarcado para quedarse y con unas intenciones bien claras y definidas.

Que los corredores de seguros vayan a continuar siendo en el futuro un distribuidor relevante -cuanto menos- va a depender tanto de su propia actitud ante la nueva realidad y circunstancias como del comportamiento de los mecanismos de regulación y supervisión.

El consumidor tiene derecho a la opción del servicio de un corredor a la hora de adquirir un seguro, y tiene



Higinio Iglesias  
Consejero Delegado de E2K  
Global Business Solutions

derecho porque, desde todos los ángulos está generalmente aceptado que sus servicios son beneficiosos y contribuyen a una comercialización más cualificada y al desarrollo de la cultura aseguradora.

El seguro no puede convertirse en una mercancía de segundo orden que adorna o complementa la cesta de productos que un banco ofrece a sus clientes. Incluso más, si me permiten, el seguro no puede ser ese postizo que el consumidor ha de comprar, sí o sí, para que los márgenes de comercialización de la banca cuadren en un momento en el que su negocio ordinario ya no renta como antaño. ¿Ese es el papel que la industria aseguradora quiere para su producto? ¿Ese es el reto del sector para con un cliente que deseamos satisfecho en base a una buena experiencia de consumo?

El consumidor tiene derecho, en cualquier circunstancia, a la libre elección y al asesoramiento objetivo e independiente a la hora de contratar un seguro, y por supuesto, que éste no le sea impuesto de ninguna forma ni manera. Lo dice la Ley.

El corredor de seguros representa para el consumidor una opción para que esto pueda ser así, ya que sus servicios garantizan el asesoramiento independiente, la objetividad y la pluralidad de opciones en la elección del seguro más conveniente a la necesidad y al riesgo en concreto.

La cuestión radica en que el corredor de seguros en el desempeño de su labor profesional ha de cohabitar con otros canales de venta en un régimen de competencia que debería de ser leal y justa, y hoy por hoy esto no está sucediendo con la comercialización de seguros llevada a cabo, en muchos casos, por bancos y otras entidades financieras, especialmente en operaciones vinculadas.

Los mecanismos de regulación y supervisión de la actividad aseguradora tienen mucho que decir y hacer en este asunto, porque reitero, lo que en el fondo está en juego no es un problema entre corredores y bancos, sino el papel que la industria aseguradora quiere para su producto "el seguro", la experiencia del cliente en el necesario progreso de la cultura aseguradora, y, sobre todo, el derecho del consumidor a adquirir el seguro a través de un canal que aporte valor y favorezca el derecho de elegir lo mejor para sus necesidades ■