

**JOSÉ MANUEL CASTELLANOS**

PRESIDENTE DEL COLEGIO DE MEDIADORES DE SEGUROS DE BURGOS

**«Debemos persistir en denunciar las prácticas de la bancaseguros»**R.M.  
BURGOS

El Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros cumple este año su 50 aniversario con el lema '50 años defendiendo la Profesión'. Por ello se van a organizar múltiples eventos para difundir la historia de este órgano y dar visibilidad a la actualidad diaria de quienes en definitiva dan sentido a su existencia, los agentes y corredores de seguros. Entre ellos, en su web se difundirán 13 vídeos realizados y editados por la empresa burgalesa Teseo.

**Recientemente el Consejo de Ministros aprobó el Proyecto de Ley que modifica El Baremo de indemnización de daños y perjuicios causados a las personas en accidentes de tráfico ¿qué consecuencias prácticas tendrá?**

El objetivo de este baremo, cuya elaboración ha supuesto 4 años de trabajo, es adecuar las normas a la realidad social actual y fomentar la resolución rápida de los conflictos, garantizando una indemnización suficiente a los perjudicados por los accidentes de circulación. El texto cuenta con el apoyo de Unespa, la patronal de las aseguradoras, y las principales asociaciones de víctimas de tráfico. El documento elaborado por el Instituto de Actuarios Españoles para la Junta Consultiva de Seguros del Ministerio de Economía, estima que las indemnizaciones aumentarán una media del 16,2%.

Las aseguradoras tienen perfectamente calculada la repercusión de este incremento, y si le sumamos el ascenso de la siniestralidad, supone dotar de prima suficiente al ramo del automóvil. Varias aseguradoras han incrementado tímidamente sus primas en este ramo y se prevé que esta subida se generalice en el próximo semestre por el resto de aseguradoras.

**Hace más de un año se presen-**

**taba el Plan Estratégico de la Mediación. ¿Cómo se está desarrollando la aplicación del mismo?**

Es un proyecto a cinco años vista que parte de un análisis a fondo de todas las tipologías de mediadores, poniendo énfasis en el aspecto cualitativo, para dilucidar cómo evolucionará el sector. Es una guía necesaria para diagnosticar dónde estamos, hacia dónde vamos y hacia dónde podríamos ir si se implementan las medidas correctoras necesarias.

En el primer año se han efectuado más de 11.000 descargas entre mediadores y Colegios. Los planes son ajustables a la medida de cada mediador aplicando y priorizando la propuesta de valor, pero implementar el PEM a nivel individual es dificultoso y con costes elevados y por eso surgen acertadamente los Talleres PEM que se imparten en varios colegios. En este sentido, recientemente el Colegio de Burgos ha logrado formar un Taller PEM con suficientes corredores y agentes.

**Como vocal de la Comisión de Banca-seguros del Consejo General ha cooperado en un estudio que pone de manifiesto las malas praxis bancarias en la venta de seguros. ¿Qué es lo más destacable de este estudio?**

De entrada, constituye una herramienta útil y gráfica, muy sistematizada, que pone de manifiesto cómo se han desaprovechado y desfigurado de forma interesada las posibilidades del vigente marco normativo. El informe aporta una encuesta entre los usuarios que pone cifras a lo que era el secreto a voces de las prácticas que ha venido desarrollando la bancaseguros y las nuevas amenazas que se ciernen por el acceso de la misma a los datos de sus clientes y las debilidades de las barreras legales existentes y los organismos administrativos tutelares.

A todo ello hay que sumar una acertada interpretación del nuevo



**RESPONSABILIDADES.** CASTELLANOS PRESIDE LA COMISIÓN DE CORREDORES A NIVEL NACIONAL. / LUIS LÓPEZ ARAICO

# arlanzón 35

correduría de seguros

**Avda. Arlanzón, 35** (Villa Pilar 1) - 09004 BURGOS · T. 947 25 79 74 - [arlanzon35@arlanzon35.com](mailto:arlanzon35@arlanzon35.com)

**seguros | los profesionales**

marco de transparencia que perfila la sentencia del Tribunal Supremo sobre las cláusulas suelo, que aporta elementos muy interesantes aplicables a las condiciones de los créditos que pretendan condicionar sus elementos esenciales.

**¿Es obligatoria la suscripción de un seguro con una entidad determinada cuando contrata un préstamo hipotecario?**

Es evidente que una entidad financiera no puede imponer una determinada entidad aseguradora pero se le consiente. Los bancos han irrumpido en la venta de productos de seguros, aprovechando el desconocimiento de los usuarios sobre estos asuntos y también la pasividad del sector asegurador. El consumidor tiene que tener la posibilidad de elegir, algo que con frecuencia no se da a día de hoy.

**¿Cómo ha evolucionado la cuota de mercado de banca-seguros en los últimos años y cómo ha afectado a la mediación?**

Mediante la imposición en la contratación de seguros, la banca está acaparando su venta, en menoscabo de los intereses de los profesionales de la mediación y en perjuicio de los derechos de los usuarios y esto es cuantitativamente constatable e indiscutible.

**¿Qué más se está haciendo y qué más se puede hacer desde los Colegios para que los distintos operadores del mercado trabajen en igualdad de condiciones?**

Pensar en un escenario de futuro equitativo probablemente sea una utopía, pero perseguir la utopía inalcanzable sirve para avanzar. Los colegios deben persistir en su actividad de denuncia y de divulgación de las malas prácticas, incidir en que el profesional ponga en valor su aportación a una contratación formada, informada y de calidad, basada en una relación de asistencia y permanencia frente al producto impuestado e interesado de la banca.

**¿Qué vías legales existen para denunciar los abusos de Bancos y Cajas en la contratación de un seguro adherido a la hipoteca?**

El actual marco normativo debería servir para -al menos- evitar la imposición de seguros a los consumidores y para garantizar la transparencia y libertad del mismo en la elección de productos vinculados al crédito. El problema es que la banca es muy agresiva en la comercialización, aprovecha los resquicios legales y se vale de la

**LOS BANCOS NO PUEDEN IMPONER UNA ASEGURADORA, PERO SE LES CONSIENTE**

**EL CONSUMIDOR TIENE ESCASOS RECURSOS PARA PLANTAR CARA A LA BANCA POR SÍ SOLO**

**LA MEDIA DE INDEMNIZACIÓN POR ACCIDENTES DE TRÁFICO SUBIRÁ UN 16%**



**PLAN ESTRATÉGICO DE LA MEDIACIÓN. BUSCA CONOCER EL ESTADO ACTUAL Y LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR. / L.L.A.**

inactividad de los órganos reguladores y la poca predisposición del usuario a atacar los abusos en lentos y costosos procesos judiciales.

El marco normativo tampoco permite usar los datos de las operaciones bancarias de los clientes para ofrecerles productos personalizados sin su consentimiento informado y en este sentido ya se ha pronunciado la Agencia Española de Protección de Datos en su informe de fecha 02-09-2013 referencia 071028/2013.

**Las prácticas abusivas por parte de la banca, ¿están generalizadas o afectan solo a una parte de las entidades de crédito?**

Generalizar suele ser peligroso y casi siempre injusto. La cuestión es que -con independencia de las políticas de comercialización de seguros más o menos agresivas- el eslabón final de la cadena, el

empleado de banca, tiene vinculado el cumplimiento de sus objetivos a la venta de seguros y otros productos financieros, lo que indebidamente puede fomentar actitudes de comercialización sustentadas en el interés propio y no el del cliente. La CNMV ya ha hablado de la inconveniencia de este sistema en los productos financieros, claramente lesivo para los usuarios, y se echa de menos que la Dirección General de Seguros adopte posiciones similares sobre la venta bancaria de seguros.

**¿Los instrumentos profesionales, empresariales y sobre todo institucionales de la mediación, pueden impulsar cambios respecto a la actual situación?**

Al menos debemos intentarlo, porque nadie lo va a hacer por nosotros. Aunque resulta obvio que el principal perjudicado en sus de-

rechos por las malas prácticas es el consumidor, éste tiene escasos argumentos y recursos para plantar cara a la banca por sí solo. Debemos volcar nuestros esfuerzos en esa tarea de denuncia y seguir haciendo una labor de información y reivindicación. Nadar contracorriente puede resultar frustrante cuando no se perciben avances, pero al menos evita retroceder... y la mediación profesional no se puede permitir seguir perdiendo cuota de mercado en esa competencia desleal sin desplegar todos sus recursos corporativos.

**¿Con qué finalidad se ha llevado a cabo dicho trabajo? ¿Se espera que pueda contribuir a que Administración, clientes y sociedad en general tomen conciencia sobre esta realidad?**

Sobre todo con el objetivo de

tener un instrumento sencillo y participado, que aportara esa visión estructurada de la realidad del mercado del seguro y las prácticas reprochables que se producen, permitiendo una difusión amplia y la creación de una conciencia generalizada de la existencia del problema que refuerce la posición de los colegios ante sus clientes en riesgo, comprometa a las instituciones competentes y genere la tensión social necesaria para reprimir las actuaciones más agresivas y descarnadas. Desde luego, si no explicamos el problema a la sociedad, el que lo sufra tenderá a asumir que esto es lo que hay, sin más.

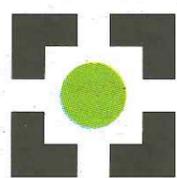
**¿Qué papel juegan en ello los Colegios?**

Los Colegios deben ejercer un papel de liderazgo de la profesión a la hora de alzar la voz en defensa del valor añadido de la actuación del mediador tradicional, poniendo de manifiesto las diferencias cualitativas con la banca-seguros, e impulsando las medidas deontológicas y de autorregulación del sector profesional para reforzar su posición de prestigio frente a esos otros canales que se sustentan en la imposición y la falta de transparencia.

**¿Qué consejo tienen para los usuarios?**

Ante la migración observada de clientes de la propia banca-seguros, deben comprobar si han cargado en su cuenta, a su vencimiento, la renovación de su póliza habitual o no, y si -en su caso- se les ha puesto al cobro el recibo de la prima de otra entidad con la que no tuvieron contrato de seguro. En dichos casos, procedería regularizar con la compañía anterior la situación y anular el cargo de la póliza no solicitada ni contratada, sin menoscabo de presentar la oportuna reclamación ante la autoridad competente, incluso judicial.

Estas irregularidades se suman a otras prácticas en la comercialización y marketing directo de sus productos por los operadores de banca-seguros, por ejemplo en los vinculados a la concesión de créditos, para lo que se demanda a los asegurados la mayor atención ante posibles abusos. Pero lo más relevante es cuando ocurre un siniestro, el asegurado se encuentra solo, dirigido a un teléfono de la aseguradora y sin asesoramiento profesional e independiente.



**CONSEJO GENERAL DE LOS COLEGIOS DE MEDIADORES DE SEGUROS**

**NO acepte que ningún banco, caja de ahorros o entidad financiera le imponga la contratación de una póliza de seguros en una compañía determinada**

**TUTELE SU SEGURO**

- ✓ La Ley le concede el derecho de elegir
- ✓ No permita que nadie conculque ese derecho



**C/. Melchor Prieto, 1. (Burgos)  
Tel.: 947 22 27 75**