



# La **AUTOMATIZACIÓN** de las comunicaciones es clave en la implantación del EIAC

12



Todos los que ya están trabajando con el EIAC destacan que su uso permite una disminución de los procesos administrativos. Se dispone de más información y de mayor calidad y eso hace que se gane en eficacia y en eficiencia. Pero para que los corredores se adhieran al sistema y lo empiecen a utilizar masivamente se plantea como esencial el proceso de automatización. De esa forma, el corredor dispondrá de información actualizada y completa y, a partir de ahí, podrá realizar estrategias de marketing, de medición de su actividad, de inteligencia de negocio...

La implantación del EIAC (Estándar de Intercambio de Información Asegurador) no tiene marcha atrás. Juan Gayá, representante del Grupo de Trabajo para el impulso de EIAC formado por [Adecose](#), [Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros](#), [E2000 Asociación](#) y [Fecor](#), indica que ya se está “en una etapa de consolidación de las fases que tenemos implantadas, sobre todo recibos y pólizas. Ya hay alguna tecnológica que en estos momentos tiene el proyecto implantado. Ahora nos estamos dedicando a realizar el ‘ajuste fino’, normal en cualquier proyecto”.

David Salinas, representantes del Grupo de Trabajo para el impulso de EIAC formado por [Adecose](#), [Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros](#), [E2000 Asociación](#) y [Fecor](#), explica que “en junio y julio hicimos dos reuniones con las aseguradoras y las tecnológicas que están liderando el proyecto, y hablamos since-

ramente entre las partes. Allí nos dimos cuenta de que los problemas no eran tan grandes y que la solución era sencilla, solo necesitaba ciertos ajustes. En este momento, hay 5 o 6 aseguradoras y 5 o 6 tecnológicas que tienen muy avanzada la implantación y serán las que ofrezcan su *know how* al resto de las empresas. Dentro de 6 meses nos encontraremos en otra fase importante porque será cuando estas líderes hayan hecho todo este 'ajuste fino' y se lo comuniquen a las otras 25 o 30".

Uno de los 'ajustes finos', según Jordi Serrat, consultor y responsable de EIAC en MPM, es por ejemplo "establecer una serie de criterios para decirles a las aseguradoras cómo tienen que mandar la información. Es una recomendación para que las compañías que se están incorporando se adapten y sea más fácil para ellas". Algo que se ha mostrado necesario porque, como señala Serrat, "en EIAC encontramos a faltar un organismo que regule o certifique la incorporación de las aseguradoras. Al no existir, tenemos que normalizar o regular de alguna forma esos criterios de información".

### Las adhesiones siguen aumentando

Las adhesiones no han dejado de crecer. Así lo atestigua Rafael Calderón, director del Canal Corredores de Reale, que recuerda que "en la jornada sobre EIAC que se hizo a primeros de año se dio a conocer un cuadro en el que figuraban todas las aseguradoras que apostábamos por EIAC. Ahora hay muchas más que entonces. Hay un cuadro actualizado en el que se informa de la posición de cada una de las compañías y de las tecnológicas. Ahí, el corredor puede ver claramente quiénes están en el proyecto y en qué posición". Además Calderón arenga a las asociaciones de corredores para que "animen a sus asociados. Por ejemplo, Adecese dice que de aquí al 31 de diciembre todos sus socios estarán con MPM en el EIAC. Es muy importante también el volumen de corredores que se está adhiriendo. En febrero, en Reale teníamos 32 corredores y hoy hay 271. Más del

10% de toda nuestra organización".

### Es fundamental automatizar los procesos

Por el momento, EIAC tiene redactadas 4 fases: recibos, pólizas, siniestros y bidireccionalidad de información en recibos, liquidación de comisiones, etc. David Salinas dice que "de estas cuatro, en pólizas y recibos ya estamos en el 'ajuste fino' que comentábamos. Una vez hecho eso sería implementar las otras dos opciones que tenemos redactadas: siniestros y bidireccionalidad. Pero ya hay alguna aseguradora y alguna tecnológica que las tienen implementadas también".

Con independencia de que el estándar contempla la definición de estos ficheros, Juan Gayá expone que "es necesario ir más allá y normalizar el proceso de comunicación. No solo es importante la información que se traslada, sino cómo se realiza. Por ejemplo es fundamental automatizar los procesos porque si no se hace, tal vez no se querría utilizar el sistema. El modelo más recomendable en estos momentos para la automatización son los servicios web. La comunicación con las compañías que están en el EIAC puede ser diaria y no mensual como era antes. Por eso, si no se hace manualmente supondría mucho trabajo y más empleados. Algo contrario al EIAC, que pretende mejorar la calidad de la información y la eficiencia sin necesidad de añadir recursos".

En este sentido, Jordi Serrat cree que "el proceso de automatización es clave para que los corredores se adhieran al sistema y lo empiecen a utilizar masivamente". Eso hará que sea rentable para las aseguradoras y las tecnológicas y así seguir invirtiendo para implantar las siguientes fases.

Lo que es indudable para los participantes de la mesa redonda es que el formato actual tiene una fecha de caducidad. Por eso Gayá advierte que "más vale controlar el momento en que uno quiere hacer el cambio, a que te lo impongan".



David Salinas



Jordi Serrat



Juan Gayá



Rafael Calderón



**“En este momento, hay 5 o 6 aseguradoras y 5 o 6 tecnológicas que tienen muy avanzada la implantación y serán las que ofrezcan su *know how* al resto”. David Salinas**

Rafael Calderón coincide en que “toda la implantación tiene un coste económico para las compañías y para las tecnológicas y por eso tiene que tener un retorno y un soporte. Nosotros tenemos muy claro que en algún momento, aún no está definido, le diremos a las tecnológicas que nuestra forma de conexión será exclusivamente por el EIAC”. No obstante, Calderón entiende que a los corredores les cuesta el cambio, “dejar un sistema que

te proporciona información con una amplitud de servicios y de gestiones, para entrar en otro que aún no está completo. Pero hay que mirar más hacia el futuro”. La realidad, explica el director del Canal Corredores de Reale, es que “cuando hicimos el consejo de corredores el año anterior, no sabían nada de EIAC y este año hemos podido exponer los ejemplos de algunos corredores que ya lo tienen implantado y están encantados. El webservice es fundamental para automatizar todos los procesos pero hay compañías que no lo tienen desarrollado y tenemos que ver si las esperamos o seguimos y que se vayan adhiriendo”.

Para Juan Gayá “el hecho de que se haya realizado una inversión importante en desarrollo informático y que solo falte por afinar un 1%, hace que todos queramos que el proyecto salga adelante”.

El otro punto clave, según Serrat, “es la automatización. Además, las compañías se han dado cuenta de que hay que apostar por no dar información confusa o incoherente a los mediadores porque va a llegar a los clientes. En los formatos actuales, tenemos menos información y está bastante controlada. Con EIAC, todo esto se amplía, tenemos información del riesgo, de las coberturas... Pero si esa información no está correcta, cuando se la traslada al cliente o intenta hacer alguna acción de marketing, aparecen los problemas”.

### Los corredores ya empiezan a utilizarlo

En la última jornada sobre EIAC de febrero, se hizo especial hincapié en que los corredores tenían que empezar a utilizarlo. La verdad es que se está avanzando en este aspecto. Gayá dice que “en

**“Las tecnológicas hemos consensuado un criterio de mínimos sobre qué informaciones nos tienen que llegar y de qué forma para evitar que haya datos incorrectos”. Jordi Serrat**

Adecose, más del 60% de nuestros asociados usan la tecnología de MPM y prácticamente la mitad (el 48%) ya están utilizando el EIAC y la otra mitad o están trabajando en ello o lo han planificado para entrar antes de que acabe el año”.

No obstante, Calderón sigue reclamando “más gestos, tanto de las tecnológicas como de los corre-



dores como de las compañías, para que la gente vea que vamos en serio y que es un proyecto sectorial. Hay organizaciones de corredores muy potentes implicadas en el grupo de trabajo que tienen que dar ejemplo para que sus asociados lo implanten". Gracias a las acciones que se están haciendo, el representante de Reale comenta que "me estoy encontrando con corredores que al principio eran unos detractores del EIAC y que ahora están encantados con la integración que han hecho, incluso los que tienen un negocio muy tipificado, porque les funciona muy bien y les proporciona mucha información. De hecho, uno de ellos tenía un problema de migración y lo resolvió con el EIAC".

Realmente es curioso que siendo la eficacia uno de los objetivos del EIAC los corredores no apuesten más por la incorporación de este estándar de comunicación. Juan Gayá cree que eso se debe "al miedo al cambio que todos tenemos. Porque por lo demás no se puede decir que haya problemas importantes. Hay alguna incidencia, pero igual que en cualquier otro desarrollo informático".

Según Rafael Calderón, "será el propio mercado el que depure, porque el corredor o compañía que no apueste por él, se quedará fuera. EIAC proporciona más eficiencia y eficacia en algunos procesos a los que antes se les dedicaba más tiempo. A eso hay que unir que se van a seguir incorporando cosas nuevas. Tenemos que ver si nos merece la pena meter los multitarificadores en el sistema EIAC, como en Alemania, que los ponen a disposición de los corredores de forma gratuita".

Otra característica que indica el consultor y responsable de EIAC en MPM es que "todos los actores se ponen al mismo nivel de integración, independientemente del tamaño que tengan".

### Información de calidad

Con la implantación del EIAC se reabre el debate sobre la calidad de los datos que se están trasladando entre aseguradoras y

"Tenemos que ver si nos merece la pena meter los multitarificadores en el sistema EIAC, como en Alemania, que los ponen a disposición de los corredores de forma gratuita".

Rafael Calderón

corredores. Lo primero de todo, explica Gayá "es definir lo que entendemos por calidad de los datos. El EIAC es un fichero que tiene una gran amplitud de datos, muchos campos son obligatorios y otros opcionales. Un primer problema que se ponía encima de la mesa es que en algunos casos había compañías que se habían limitado a los datos obligatorios. Quizás porque se quería estar cuanto antes entre las entidades que tienen implantado el proyecto y se iba a una política de mínimos, cuando deberíamos ir a una política de máximos. Otro problema que había es que en determinados casos, ese dato no era correcto porque se había rellenado de forma incorrecta. En estos momentos se está buscando una vía de contrastar esos datos".

Calderón hace una explicación más gráfica. "Imagina que ahora estamos dando a un corredor 25 datos que le llegan perfectamente. Al trabajar con EIAC le llegan 100 datos, además de esos 25. Por eso, al corredor le tienes que decir que la información que recibía antes la recibe igual de bien. El problema es que hemos metido 100 datos más, que no están correctos o depurados. Ahí es donde las aseguradoras tenemos que decir a las tecnológicas, el dato que disponemos y que damos".

Las tecnológicas, según Jordi Serrat, "en los casos en los que no existe el dato, lo rellenamos con datos ficticios o simplemente no lo damos. Es mejor no dar el dato que darlo mal".





**“El EIAC pretende mejorar la calidad de la información y la eficiencia sin necesidad de añadir recursos”. Juan Gayá**

El director de Canal Corredores de Reale insiste en que “hay que explicarlo bien porque si no, el corredor entiende que cuando implanta el EIAC pierde información. No se pierde información. El problema es que si tú has metido un dato que no has dado a la compañía, ese dato te queda en tu base de datos pero no en la que te damos nosotros”.

En este sentido, Serrat señala que “las tecnológicas hemos consensuado un criterio de mínimos sobre qué informaciones nos tienen que llegar y de qué forma, para evitar que haya datos incorrectos”.

Rafael Calderón afirma que “al final de este año, deberíamos tener depurado toda la fase 1 y 2 e incorporar el máximo número de corredores a la aplicación de EIAC.

A partir de ahí enfocarnos para ver cómo conseguimos que el año que viene las compañías que no hayan llegado, lleguen. Aunque hay que decir que son pocas porque se están dando avances importantes. Después, valorar con las tecnológicas, compañías y corredores qué se va a afrontar, ver cómo nos posicionamos y establecer un calendario”.

En estos momentos se está ultimando un documento que están realizando las tecnológicas para facilitar la implantación de EIAC. Según el consultor y responsable de EIAC en MPM, “se trata de un borrador con las aportaciones de todas las tecnológicas que se va a distribuir a finales de septiembre. En él remarcamos aquellos datos que por experiencia hemos visto que son problemáticos y vemos qué opciones tenemos y cuáles recomendamos. Será una guía para las compañías, para que revisen si están cumpliendo esas recomenda-

ciones, y a las entidades nuevas las servirá de base para poder trabajar en su implantación”.

### Un programa abierto a nuevas implementaciones

Todos los presentes en la mesa redonda organizada por Pyme-Seguros estuvieron de acuerdo en que este proyecto tiene mucho recorrido porque permite desarrollar nuevos procedimientos como tecnologías web, dar otros servicios a los clientes vía smartphone... Salinas asegura que se pueden hacer todos los desarrollos que se quiera. “No solamente el lenguaje que hablamos sino también la sala donde hablamos, la hora en la que hablamos, el día en el que hablamos, cuántos hablamos, cuántos no hablamos, quiénes hablan...”.

Por su parte, Jordi Serrat hace hincapié en que “el EIAC permite al corredor tener información actualizada y completa. En cualquier momento en su base de datos tiene pólizas, recibos, información del riesgo, coberturas correctamente informadas y actualizadas al día anterior. A partir de ahí puede hacer estrategias de marketing, de medición de su actividad, de inteligencia de negocio, exponer esa información a sus clientes a través de Apps, portales web para sus colaboradores... Eso era impensable hasta ahora porque se actualizaba una vez al mes y no se podía hacer campañas de marketing, de venta cruzada porque no sabía realmente qué tenía contratado el cliente”.

David Salinas añade que “lo primero y más importante era hablar el mismo idioma para que cualquier implementación o cualquier desarrollo tenga un coste razonable. Porque ahora los costes eran disparatados, sobre todo para las compañías y las tecnológicas”.

CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

Para leer más sobre la mesa redonda [pulse aquí](#)

