

Objetivos de renovación de Fondos de Inversión

TODA UNA ODISEA

Existe una queja generalizada por parte de los compañeros y compañeras de la red comercial en relación al procedimiento de contratación de los Fondos de Inversión, el cual dificulta, cuando no impide claramente, que las oficinas cumplan los objetivos exigidos, con lo cual todo el trabajo realizado día a día por la plantilla por colocar este tipo de productos se va por el 'desagüe', con el consiguiente perjuicio para el cliente que en muchas ocasiones se va aburrido. ¿Y así se pretende que consigamos objetivos? ¡Difícil lo ponen!

Como todos sabemos, y la red comercial 'padece', existen dos tipos de objetivos en relación a los fondos de inversión: uno generalista cifrado actualmente en un crecimiento del 8% y otros particulares por cada fondo comercializado en cada momento, o sea, las **campañas específicas**.

Renovaciones a la baja

Por razones que suponemos ligadas al coste de contratación de la Póliza de Seguros que debe garantizar rendimiento ofrecido al cliente en los Fondos y que no entramos a discutir, se está realizando la renovación de la cartera de estos fondos por un importe menor que el contratado en la emisión anterior.



Esta circunstancia no es en sí criticable, porque suponemos que los que diseñan la política comercial saben lo que hacen. Lo que sí es criticable son los obstáculos que se le ponen a las oficinas para poder contratar fondos a nuevos clientes con los que compensar la pérdida en las renovaciones cuando un cliente reembolsa más cantidad que el objetivo de decrecimiento marcado y que se producen porque en la práctica esos fondos están cerrados a nuevas contrataciones.



El calvario de 'cazar' fondos

Como hay que cumplir un objetivo general de crecimiento en la partida de fondos y uno particular de decrecimiento en determinados fondos, cuando se dan las circunstancias antes comentadas, comienza el 'calvario' para la oficina, el cual tiene sus particulares 'vía crucis' según las Direcciones Territoriales donde se produzca.

En algunas, la entrada de un nuevo partícipe que compense la pérdida de otro que ha reembolsado un importe superior al objetivo, pasa por solicitarlo a la D.A,

ésta lo solicita a la D.T., ésta lo remite a Marketing y ésta lo remite a Fondos de Inversión, el cual cuando tiene disponibilidades de Fondos llama a la oficina... Fácil ¿no?

En otras, desde la propia oficina se contacta con el Departamento de Fondos, pero se encuentra con que éste depende de las decisiones de la Dirección de Marketing (suena fácil, pero no lo es, estamos hablando de varias llamadas en la mañana y ¡Cómo no hay nada más que hacer!) y además, hasta las 13.30 horas más o menos, no conoce la disponibilidad que hay en cada uno de los fondos.

Y nos preguntamos...



¿Cómo se puede cumplir el objetivo general de crecimiento del 8% en Fondos, cuando hay objetivos de renovación por valor inferior al actual sin que existan fondos nuevos a contratar de características similares? Y ¿Cómo se puede llevar a cabo en tiempo y forma la renovación de los fondos cuando las condiciones de renovación llegan tarde y hay que decirle al cliente que vuelva otro día o que espere que lo llamemos más adelante?

Objetivo Inalcanzable



A la vista de estas incidencias los responsables de la política comercial deberían replantearse al menos dos cuestiones: una, la necesidad de simplificar el procedimiento de contratación para facilitar la labor de las oficinas en cumplir unos objetivos que permiten a la Entidad obtener resultados tan excelentes como los del 2013, y dos, mantener una «oferta de productos suficientes» para las necesidades de cumplimiento del ICON en las oficinas y sobre todo acorde con las demandas de los clientes.

Porque no se puede exigir y presionar a la plantilla sin darle los medios adecuados para cumplir esas exigencias.

