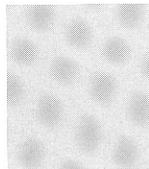


MUTUALIDADES



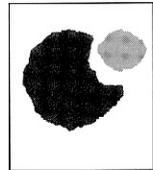
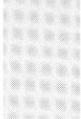


CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y
Cooperativa, nº 19 extraordinario, octubre 1995, pp. 283-288

Mutualidades: Agrupación Mutua

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa
ISSN: 0213-8093. © 1995 CIRIEC-España
www.ciriec.es www.uv.es/feciriec

AGRUPACIÓN MUTUA



NOMBRE DE LA EMPRESA:	AGRUPACIÓN MUTUA DEL COMERCIO Y DE LA INDUSTRIA. MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS A PRIMA FIJA
SECTOR ECONÓMICO:	SEGUROS
ACTIVIDAD QUE DESARROLLA:	ENTIDAD ASEGURADORA - MUTUA SIN ANIMO DE LUCRO
FECHA DE CREACIÓN:	AÑO 1902
SEDE SOCIAL:	GRAN VÍA DE LAS CORTES CATALANAS 621 08010 /BARCELONA
EMPLEADOS:	184
SOCIOS:	270.000
FACTURACIÓN:	10.345 MILLONES DE PESETAS (Primas 1994)
EXPORTACIÓN::	NINGUNA

1.- Agrupación Mútua: Una estrategia de futuro

Agrupación Mutua, Entidad de Previsión Social nacida en 1902, se ha desarrollado a lo largo de los años hasta llegar a ser la mutualidad más importante en número de asociados en Cataluña. Es una mutualidad de afiliación voluntaria y no dependiente de ningún grupo financiero ni económico.

Los cambios de los últimos años y los nuevos escenarios económicos, producto de la internacionalización de las economías y la creación de mercados abiertos, han propiciado una fuerte revolución en las entidades, instituciones y empresas.

Muchas de estas entidades, especialmente las más antiguas y tradicionales, se han planteado la necesidad de adaptar sus estructuras y sus objetivos de actuación a fin de poder competir en estos nuevos escenarios. Actualmente, la calidad de servicio y la adecuación a las nuevas demandas de mercado, mucho más exigentes y especializadas, son imprescindibles para mantenerse en una posición de liderazgo.

Desde 1992, Agrupación Mutua ha desarrollado una estrategia de futuro que le ha permitido reestructurar su oferta, situando en lo más alto sus niveles de calidad y competitividad. Actualmente, se ha alcanzado un número de asociados que traspasa la cifra de 275.000.

Después que la Junta Directiva y su actual Presidente, Joan Franquesa Sastre, aprobaran las nuevas políticas de actuación de la entidad, que fueron ratificadas por su Asamblea General de socios, se inició una etapa de renovación de la mano del Director General, José Luis Torra, incorporado a la entidad en 1992.

Desde el nuevo ejecutivo se establecieron las directrices empresariales que han marcado la expansión y la renovación de la entidad, a través de un Plan estratégico de Futuro que contenía los objetivos básicos a conseguir en los próximos años.

En este Plan Conceptual Estratégico se definió la misión empresarial a seguir, basada en la ausencia de ánimo de lucro, la solidaridad, la actuación social privada y la excelencia empresarial. Se trata de alcanzar, dentro de un concepto de asociación moderna y actual, la garantía de una gestión eficaz que consolide el posicionamiento competitivo de Agrupación Mutua dando lugar a un nuevo mutualismo consecuente con las realidades económicas y sociales de hoy.

Los aspectos más relevantes de esta evolución quedan patentes en las líneas de actuación marcadas y seguidas en los últimos tres años:

- 1) Desarrollo y actualización de productos y servicios existentes
- 2) Creación de nuevos productos competitivos en el sector
- 3) Renovación de la imagen de la entidad
- 4) Expansión de la comercialización
- 5) Utilización de técnicas modernas de marketing y publicidad
- 6) Expansión geográfica
- 7) Dimensionar la entidad a través de su conversión en Mutua de Seguros
- 8) Diversificación de las inversiones
- 9) Mejora de las estructuras internas, potenciación de los recursos humanos y aplicación de tecnologías modernas (técnicas y de gestión)
- 10) Desarrollo de servicios complementarios para los socios que reafirmen su nivel de satisfacción con los productos de seguro contratados.

2.- Orígenes, evolución y situación actual

Agrupación Mutua nació en 1902, en un momento en el cual no existía un sistema de previsión social organizado. Su nacimiento se originó en un acto de solidaridad entre compañeros de profesión, viajeros de comercio, y a causa de la muerte de uno de ellos.

A partir de entonces, su colectivo se ha desarrollado a lo largo de los años y ha crecido, especialmente, en los momentos en los cuales los pequeños empresarios, comerciantes y trabajadores por cuenta propia ocupaban un lugar muy importante en el tejido social y económico catalán.

Estos sectores, excluidos hasta hace muy poco de los sistemas públicos de protección social, sufrían una gran vulnerabilidad ante cualquier eventualidad que afectara negativamente su salud o su economía. Este hecho fue decisivo en Cataluña para el incremento gradual de socios de la mutualidad, lo cual motivó que Agrupación Mutua se convirtiera en la Seguridad Social Privada de estos colectivos, llegando a tener, en los años 1960 y 1970, 250.000 socios.

La obligatoriedad de la Seguridad Social para los autónomos implantada no hace muchos años, sumada al cambio del entorno socio económico -mucho más competitivo y abierto- y agravado por los ciclos de crisis económica, motivaron una lenta pérdida de asociados.

En 1991 fue cuando los órganos directivos de la entidad se plantearon la necesidad de llevar a cabo un cambio en profundidad, diseñando un proyecto global de renovación.

Cabe destacar la oportunidad de la decisión, ya que supo tomarse en el momento crucial en el cual la situación económico-financiera de la entidad estaba muy saneada. Ello permitía dedicar un esfuerzo económico y humano para afianzar y mejorar su posición como mutualidad dentro del sector asegurador, con la tranquilidad de disponer de recursos propios para hacerlo.

El resultado ha sido, en los últimos tres años, una potenciación de la mutualidad: aumento del colectivo social hasta 275.000 socios y en contra de las tendencias actuales del sector; incremento del negocio, de las facturaciones de cuotas y de los resultados; ampliación de los servicios y de los productos; expansión geográfica con la apertura de delegaciones; e incremento de las redes de promotores con el consecuente aumento de comercialización de nuevos productos y prestaciones.

Los excedentes de gestión generados en los últimos tres años superan los 2.000 millones de pesetas, los cuales revierten a favor de SUS SOCIOS.

Un punto clave para la consecución de estos objetivos ha sido la transformación de la forma jurídica de la entidad que, en 1994, pasó de ser una Entidad de Previsión Social a una Mutua de Seguros y Reaseguros a Prima Fija. El cambio ha permitido abrir las fronteras de la expansión superando las limitaciones legales que tienen las entidades de previsión social.

También, y a fin de acentuar su carácter social, Agrupación Mutua constituyó la Fundación Agrupación Mutua, dedicada principalmente a incentivar trabajos de investigación científica en el ámbito de la vejez.

3.- Actividades y política de producto

Todos los productos y servicios ofrecidos a los socios de Agrupación Mutua tienden a conformar una oferta integral, englobada en tres grandes divisiones: salud, vida y ahorro, adecuadas a menores, jóvenes y adultos.

Por su idiosincrasia, actúa como una entidad privada pero con una concepción social en el campo de la previsión, ya que mantiene su carácter de mutua sin ánimo de lucro. Atiende socios y no clientes, lo cual le infiere un concepto de fondo esencial, pero actuando con una estructura y unas técnicas de gestión eficaces y competitivas. Éstas se dirigen a conseguir un posicionamiento estratégico de mercado, a fin de conformar la mejor oferta de previsión personal que sea una alternativa válida a la Seguridad Social Pública.

Además, a fin de ofrecer el máximo de servicios complementarios, adecuados al colectivo y consecuentes con sus necesidades, se ha creado una división de seguros diversos para ofrecer seguros de coche en condiciones altamente competitivas, y seguros para el hogar.

4.- Políticas de mercado y desarrollo de la actividad comercial

Agrupación Mutua distribuye sus productos directamente, sin intermediarios, y a través de sus propias redes de promotores que actúan dependiendo de la estructura central de la entidad.

Para mejorar el nivel de comercialización, se ha procedido a la apertura de delegaciones en toda Cataluña y en muchas ciudades de España que actúan como centros operativos de distribución de productos y como centros de atención a los socios antiguos y nuevos.

Se han abierto, en los últimos dos años y medio, 13 delegaciones (ver listado de ciudades donde se ubican las delegaciones en el primer apartado). Desde las delegaciones, se marcan las estrategias de venta a los promotores, dirigidas desde la sede central y con el soporte de todos los elementos de marketing y publicidad necesarios.

5.- Inversiones y política de innovación tecnológica

En el campo de las inversiones, también se ha seguido una estrategia muy bien definida, aprovechando las oportunidades que los mercados inversores proporcionan en cada momento.

Las inversiones se realizan bajo los principios de rentabilidad y seguridad, con visión a largo plazo.

La parte más importante de las inversiones está materializada en valores y en inmuebles, en los que Agrupación Mutua tiene cerca de 900 unidades en régimen de alquiler, del que se benefician principalmente sus socios.

Además, en la misma línea de diversificación de inversiones y aprovechando las actuales perspectivas del mercado inmobiliario, se están desarrollando diversas promociones de viviendas para su venta en condiciones especiales para los socios.

Los ingresos por inversiones ascendieron en el año 1994 a 5.246 millones de pesetas.

En cuanto a las innovaciones tecnológicas que se han introducido, se pueden concretar en dos ámbitos:

Innovaciones en infraestructuras

Incorporación de nuevos equipos informáticos que permiten una mayor agilidad al tratamiento administrativo y de la base de datos de los socios.

Incorporación de terminales multifuncionales de gestión y tarjetas magnéticas personales para efectuar un control inmediato y exhaustivo de las transacciones sanitarias de los productos de salud, con gran comodidad para médicos y usuarios.

Innovaciones en técnicas de gestión

Introducción de técnicas modernas de gestión en las áreas de ventas, recursos humanos, marketing y comunicación y financiera .

Introducción de nuevos sistemas de atención personal y control de calidad.

6.- La entidad ante los desafíos del futuro

La opción realizada por los órganos de gobierno de Agrupación Mutua de adecuar sus estructuras y ofertas y situar la entidad en un punto de partida óptimo respecto a la competencia de los nuevos mercados, es ya, por sus resultados, la primera respuesta ante los desafíos del futuro económico y social en España y en Europa.

Esta respuesta queda reforzada con la alternativa de un posicionamiento estratégico basado en conformar la mejor oferta de previsión personal privada dentro de un contexto de economía social. Ello se entiende porque las coberturas de la Seguridad Social Pública, como ya se reconoce desde prácticamente todos los estamentos sociales, se prevén insuficientes en un futuro no muy lejano.

Y Agrupación Mutua puede hacerlo por su propia personalidad, solvencia, experiencia y oferta.