

26 FEBRERO 2018

nº 2
MEDIACIÓN

ENTREVISTA
MACISTE ARGENTE (FECOR)

REPORTAJE
LAS ASEGURADORAS
POTENCIAN LOS PLANES
DE CARRERA

CAFÉ o TÉ
J. LÓPEZ ZABALLOS/
J.A. MARTÍNEZ GIJÓN

ActualidadAseguradora

El Eco del Seguro

Nº 3 Año 127

www.inese.es



**A NUEVOS
TIEMPOS,
NUEVOS
RIESGOS**



A dieta de palabras

Si pensamos en desventajas del negocio asegurador, convengamos en que, si para otras parcelas de la economía se plantea hoy el gran reto de cómo explicar en qué consiste un producto o servicio, en la nuestra aún estamos con el reto de qué explicar a nuestros clientes. La comprensión lectora del consumidor ha cambiado y también los medios por los que adquirimos y divulgamos información.

¿Tiene sentido una información previa a la contratación en un mundo de cambiantes trending topics, donde el pensamiento reposado y sensato naufraga frente a un vulgar “zasca” o donde nos quedamos embebidos ante un vídeo con un hecho curioso más que frente a la lectura de una novela en papel? ¿Lo tiene el remitir un contrato que cubre cada ángulo y cada posible derivada del servicio que se ofrece cuando es sabido de antemano que la gente ya no lee, por falta de tiempo o ganas, aquello que se le entrega al contratar un producto?

No sólo la industria aseguradora sigue haciéndolo, se dirá. Pero el problema es que la propia naturaleza del contrato de seguro hace que la delimitación del alcance de la cobertura, las excepciones a la misma y los derechos y deberes de las partes, en general, supongan circunstancias importantísimas que han ido acostumbrando históricamente a la industria a largos y farragosos textos, con una

terminología en ocasiones confusa y hasta en desuso.

Basta pensar que, pese a datar de 2013, la última propuesta de reforma de la Ley de Contrato de Seguro seguía manejando conceptos que nos podríamos ahorrar, salvo en ciertos ramos u operaciones específicas. Un ejemplo general es que se siga hablando de la “póliza” y uno particular es que se aluda al “anticipo” del seguro, todo ello sin olvidar lo ocioso que resulta que la Ley siga disponiendo sobre la arquitectura interna del contrato –señalando que puede contener “condiciones generales, especiales o particulares”, o la metodología de la contratación, forzando a que exista una “proposición de seguro” (sin importar si al consumidor le interesa o no en función de urgencias u otras razones). Prestando atención a estos ejemplos hubiera sido mucho más sencillo hablar de un contrato y sus cláusulas, y dividir realmente entre lo común y lo atípico, regulando con lenguaje sencillo en el texto de la Ley las operaciones y circunstancias más usuales y útiles para los consumidores.

Quizás la aparición del DIPS, o Documento de información sobre productos de seguro, debería servir como un acicate más para revisar nuestros condicionados y adaptarlos a los nuevos tiempos. Como dice ese mismo Reglamento, si el DIPS ha de evitar “la jerga especializada”, y pre-

sentarse en un “lenguaje sencillo”, ¿qué sentido o ventaja proporciona que el contrato de seguro mantenga ambas barreras de complicación y argot sectorial?

Una lectura imprescindible en ese sentido es el estudio “IPID Consumer Testing and Design Work”, circulado por EIOPA, que incide en la necesidad de evitar documentos “aburridos”, o que no acierten con el tamaño adecuado de la letra, o incluso con su colorido (por ejemplo, los consumidores de seguros ven la letra azul o verde como positiva).

Si lo llevamos al terreno de los contratos, una información más gráfica no supone necesariamente una menor protección de los intereses del asegurado, y lograr que el DIPS y el contrato se coordinen bien, dificultará el que se pueda reprochar al asegurador no haber explicado bien sus derechos y obligaciones al cliente. Algunos ejemplos son las críticas secciones del DIPS “¿Qué se asegura?”, “¿Qué no está asegurado?” y “¿Existen restricciones en lo que respecta a la cobertura?”.

Redenominar nuestros contratos para que muestren esas mismas llamadas redundará en beneficio de los aseguradores, y no entra en colisión con los mandatos de la vigente Ley de Contrato de Seguro. El DIPS debe ser visto, por tanto, como una oportunidad, de la que por cierto convendría tomara buena nota la judicatura. ▽