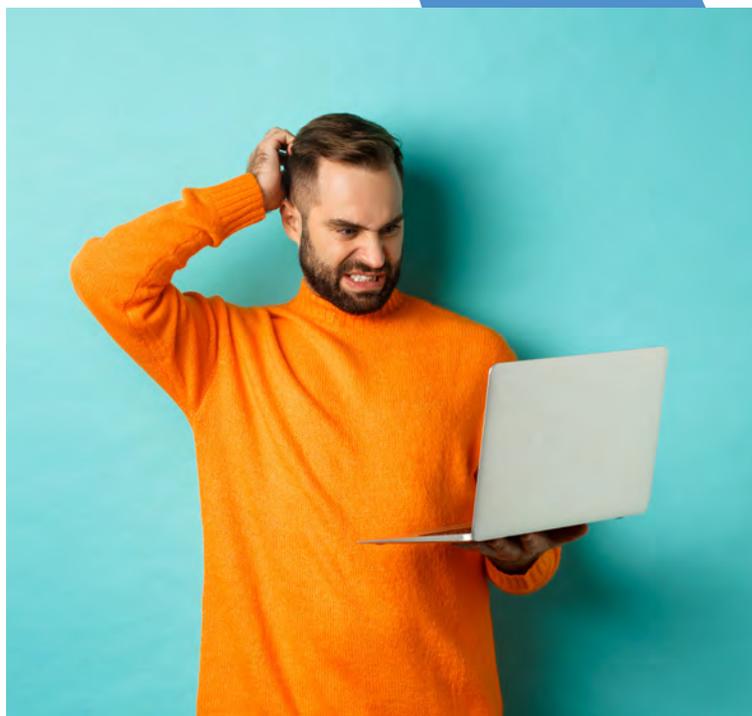


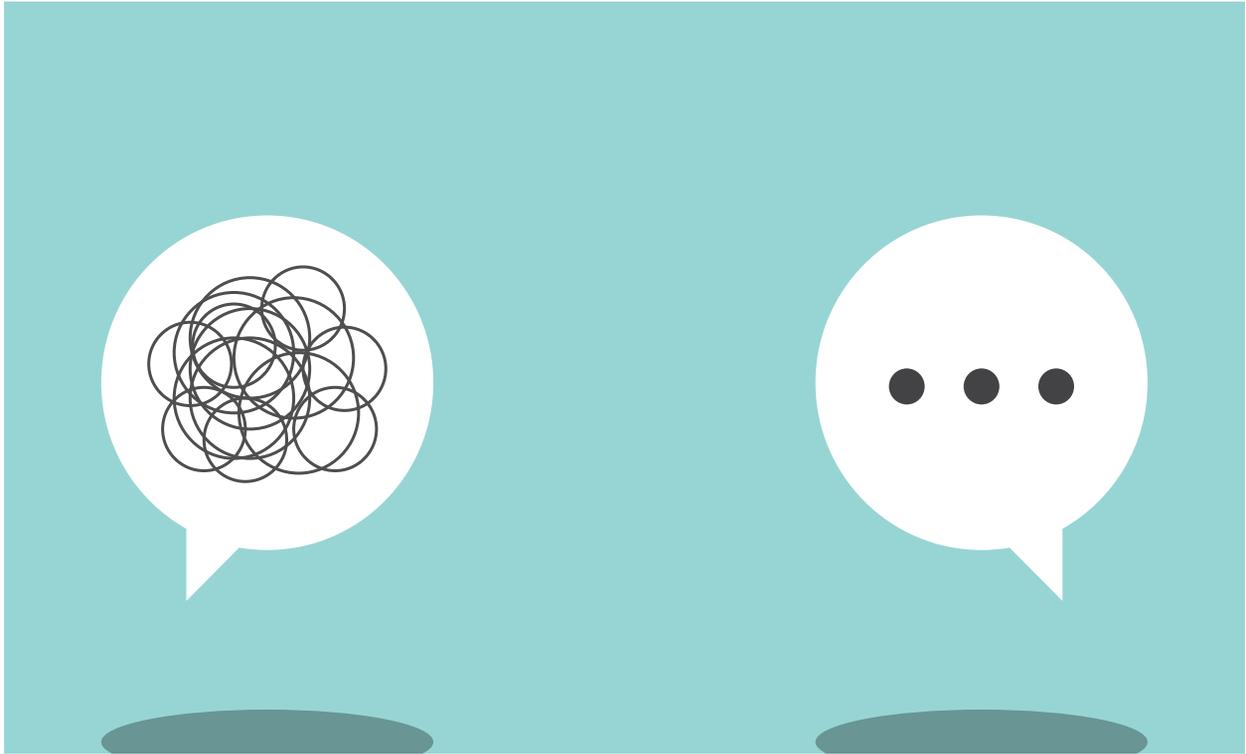
## Lenguaje claro



David Ramos  
d.ramos5@gmail.com  
@david\_ramosm

# *El cliente no entiende las pólizas. ¿Cómo afecta al sector?*

Las organizaciones de consumidores se quejan recurrentemente de que los asegurados no comprenden las pólizas y no saben qué tienen contratado. ¿Qué consecuencias tiene para el sector? ¿Qué aspectos son los que más se 'atragantan' a los clientes? ¿Y qué ramos son los más difíciles de entender?



La comprensión de las pólizas no es fácil para las personas ajenas al sector. Si el cliente no entiende bien el contrato y la documentación de su seguro es imposible que sepa qué coberturas tiene contratadas, cuánto está pagando y por qué, cómo se renueva, qué tiene que hacer en caso de siniestro, etc. Y esto tiene varias consecuencias.

Paloma Ladrón de Guevara, gerente de Experiencia de Clientes de Santalucía, recalca que “la principal consecuencia de la dificultad de comprensión es que genera desconfianza e impacta directamente en la experiencia del cliente”. “Cuando un cliente no conoce el alcance de la cobertura que puede tener o no entiende el porqué de la subida de su prima en la renovación, genera insatisfacción, posibles reclamaciones y, en el peor de los casos, una solicitud de baja”, añade.

Igualmente, Javier García-Bernal, presidente de Aproximes, considera que “la dificultad de comprensión genera desconfianza, pues el cliente se puede encontrar con la sorpresa de un rechazo por parte de la aseguradora que no había previsto, lo que le causa frustración, al haber cum-

plido puntualmente, quizá durante muchos años, con su obligación de pago”.

Asimismo, Carme Molina, directora del Área de Organización de Fiatc, cree que la dificultad de comprensión “causa insatisfacción en el servicio realizado en el momento del siniestro, que es cuando el cliente suele valorar la respuesta por parte de la aseguradora y la atención recibida”.

Y esta circunstancia no sólo impacta en la imagen y reputación de la compañía afectada, sino que afecta a todo el sector. “Repercute en una falta de credibilidad del sector y la institución del Seguro”, coincide Rafael Villanueva, secretario de Amesgra Andalucía.

Además, Juan Carlos Sancho, director general de Acti-ve Seguros, señala que la dificultad de comprensión también se traduce “en el rechazo que se genera en el cliente a la hora de contratar de determinados seguros”, así como “en el número de reclamaciones que puede realizar un cliente que no ha comprendido bien las condiciones de su póliza”.

## ¿CUÁLES SON LOS RAMOS PEOR COMPRENDIDOS?

Las dificultades para comprender las pólizas se aprecian especialmente en determinados ramos. “Hay algunos productos más homogéneos y familiares para los clientes, comúnmente llamados ‘commodities’ (Hogar, Salud, Vida, RC de vehículos, etc.), sobre los cuales un cliente medio puede tener cierto nivel de conocimiento. En cambio, otros más complejos, en especial los de inversión, son difícilmente comprensibles para una persona que no tenga una formación específica, especialmente financiera”, admite **Paloma Ladrón de Guevara (Santalucía)**.

En cualquier caso, recalca que también hay “margen de mejora” en productos habituales, como el seguro de Hogar, “por la cantidad de coberturas existentes, tecnicismos utilizados y exclusiones y delimitaciones de coberturas”.

Igualmente, **Mónica Del Campo (Lagun Aro)** reseña que los ramos masivos, como Hogar o Autos, son más conocidos, “pero muchas veces no se comprenden del todo los conceptos y, por ello, el cliente no conoce lo que tiene contratado o cubierto”.

De hecho, **Rafael Villanueva (Amesgra)** indica que Autos “es quizá el ramo más complicado de trasladar al usuario”, debido a “la abultada legislación y normativas que le afectan, así como la disparidad de riesgo que abarca”. Además, señala que “tampoco ayudan a su comprensión los distintos convenios aplicables en función de la ocurrencia del siniestro”.

**Carne Molina (Fiatc)** destaca la mayor complejidad de las pólizas de los “ramos más técnicos”, como Industriales, RC, etc. Para ello, la entidad aboga por “sustituir expresiones técnicas por otras de lenguaje común”.

Asimismo, **Juan Ramón Galván (FECOR)** opina que se acusa una mayor incompreensión en ramos técnico como “D&O y RC, por sus especificidades y mayor ambigüedad y contradicción en la redacción de sus condicionados”. Los ramos más técnicos suelen requerir de la intervención de uno o varios expertos que dominen la materia.

Por otra parte, Villanueva destaca la complejidad de las pólizas de ciberriesgos. “La cuestión quizá no sea el lenguaje en el que se expresan los condicionados, sino el desconocimiento general sobre los términos a los que afecta su contenido”.





Juan Carlos Sancho  
ACTIVE

*“El cliente tiene dificultad para comprender aspectos técnicos, relacionados con las garantías incluidas, la tarifa o las primas”*



Silvia Agulló  
DKV SEGUROS

*“Es imprescindible ponérselo fácil al cliente. Un mal entendimiento sobre el seguro que ha comprado puede dar lugar a una solicitud de baja”*



Paloma Ladrón de Guevara  
SANTALUCÍA

*“La principal consecuencia de la dificultad de comprensión es que genera desconfianza e impacta directamente en la experiencia del cliente”*

Al hilo de ello, Javier Barberá, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, afirma que “en un sector tan litigioso, la redacción de los condicionados genera muchos conflictos entre aseguradoras y asegurados que, en demasiados casos, acaban en la vía judicial”.

También hace hincapié en que la dificultad comprensión de las pólizas también afecta a la Mediación, “porque es quien hace de traductor e intérprete para el cliente”. “Una redacción poco legible obliga al agente o corredor a dedicar mucho más tiempo a entender bien la póliza y sus derivadas. No hay que olvidar que muchos condicionados empiezan haciendo una exhortación al cliente para que lea detenidamente las cláusulas, recordándole la importancia que tiene. Ese papel lo hace habitualmente el mediador, capaz de aclarar los términos del contrato por su experiencia y formación”, detalla.

En definitiva, Silvia Agulló, directora de Negocio Responsable de DKV Seguros, insiste en que “es imprescindible ponérselo fácil al cliente”, puesto que “un mal entendi-

miento sobre el seguro que ha comprado puede dar lugar a una solicitud de baja”. Asimismo, David López, product manager de Aura Seguros, afirma que “la necesidad de conseguir una comprensión adecuada de las prestaciones y normativas resulta básica para conseguir un nivel de satisfacción óptimo entre nuestros asegurados”. No en vano, Del Campo recalca que “los clientes informados son clientes satisfechos y, por tanto, vinculados y más leales”.

### **¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS MÁS CONFLICTIVOS?**

El presidente de Apromes, considera que las coberturas y las cláusulas delimitativas y limitativas son los aspectos que más les cuesta entender a los clientes. “Hay que tener una visión global e integradora de todas ellas para saber con certeza qué queda asegurado y qué no”, comenta.

Del Campo también reseña que “lo más difícil de explicar son las exclusiones o lo que el cliente no tiene cubierto, porque ahí es donde se generan futuras insatisfacciones”.



Rafael Villanueva  
AMESGRA

“Los corredores de seguros hablamos los dos ‘idiomas’. Podemos hablar con propiedad tanto el lenguaje de la aseguradora como el del asegurado, así que somos los interlocutores mejor capacitados para este diálogo”



Javier García-Bernal  
APROMES

“Las coberturas y las cláusulas delimitativas y limitativas son los conceptos que presentan más dificultad comprensiva, ya que hay que tener una visión global e integradora de todas ellas para saber con certeza qué queda asegurado y qué no”.



Javier Barberá  
CONSEJO GENERAL

“Una redacción poco legible obliga al agente o corredor a dedicar mucho más tiempo a entender bien la póliza y sus derivadas.”



Juan Ramón Galván  
FECOR

“Aportamos luz sobre aspectos que, por desconocimiento, el asegurado piensa imposibles. Resumimos estos textos difíciles y los traducimos al lenguaje común, entendible por todos”



Carme Molina  
FIATC

“La dificultad de comprensión causa insatisfacción en el servicio realizado en el momento del siniestro, que es cuando el cliente suele valorar la respuesta por parte de la aseguradora y la atención recibida”

Por su parte, Molina anota que al cliente le suele costar entender las coberturas cuando se trata de ramos “más técnicos”, mientras que en los ramos más populares, como Hogar o Autos, la incompreensión suele surgir en el momento del siniestro. Y en Salud, pueden surgir problemas con las autorizaciones para determinadas pruebas o visitas.

En este sentido, Agulló reconoce que el asegurado no suele comprender que un médico solicite una prueba y ésta sea denegada por cobertura o por cualquier circunstancia justificable. “El cliente no siempre entiende por qué unas pruebas se cubren y otras no, por lo que es fundamental explicarlo de manera clara”, añade.

También en Salud, admite que hay problemas para asimilar algunas coberturas “cuya explicación es muy médica o con criterios difíciles de entender”. Además, destaca la complejidad que suponen “ciertos conceptos concretos, como carencia, preexistencia, autorización, etc.”. Por ejemplo, dice que aparecen “dudas sobre la diferencia entre carencias y preexistencias”.

Ladrón de Guevara destaca que pueden surgir problemas en la renovación del seguro, al no comprender los motivos de la actualización de la prima. “Los incrementos de prima en las renovaciones son el asunto más discutido y reiterado”, coincide el secretario de Amesgra. Asimismo, Sancho afirma que “el cliente tiene dificultad para comprender aspectos técnicos, relacionados con las garantías incluidas, la tarifa o las primas”. Por ejemplo, en el caso de Decesos, especifica que al cliente le cuesta entender “cómo va a evolucionar su prima a lo largo de la vida del contrato, cuándo nivela su póliza o limitaciones de ciertas coberturas”.

Además, Villanueva resalta que “los plazos de convenios en siniestros de automóviles, las depreciaciones por uso en las indemnizaciones y el trámite y duración de los procesos judiciales son las materias de mayor controversia”.

### LA NORMATIVA SE ENFOCA EN EL CLIENTE

Estas situaciones de incompreensión se producen a pesar de que el sector asegurador cuenta con abundante normativa que trata de velar por la protección del cliente. “Es indudable que los cambios en la legislación han movlizado los recursos de las aseguradoras hacia un objetivo en el que todos los operadores del sector están comprometidos: asegurar la máxima transparencia en los contratos y pólizas para sus asegurados”, declara el producto manager de Aura Seguros.



La responsable de Santalucía coincide con esta afirmación. “La legislación ha favorecido una mejor comprensión por parte del asegurado, porque ha puesto mucho foco en que los asegurados entiendan bien los términos y condiciones de sus pólizas. La legislación exige que la información sea clara y transparente, obliga a la comunicación de información importante —como la revalorización—, establece normas en el ámbito de quejas y reclamaciones, etc. Todo ello permite que los asegurados entiendan mejor lo que están contratando y tomen decisiones informadas sobre sus coberturas, que conozcan en plazo y forma la revalorización que pueda

## LA MEDIACIÓN, ESENCIAL EN LA 'TRADUCCIÓN'

*El mediador se configura como un “traductor” que traslada el espíritu de la póliza a un lenguaje más cercano y accesible para el cliente final. “Los corredores de seguros hablamos los dos ‘idiomas’. Mejor dicho, podemos hablar con propiedad tanto el lenguaje de la aseguradora como el del asegurado, así que somos los interlocutores mejor capacitados para este diálogo. Somos el bastión de la comunicación sectorial con el cliente y la mejor baza para los usuarios. No sólo por nuestra capilaridad y cercanía, sino porque traducimos el lenguaje técnico al coloquial, gracias a nuestra formación técnica y a nuestra continua comunión comercial”, afirma **Rafael Villanueva (AMESGRA)**.*

*“Aportamos luz sobre aspectos que, por desconocimiento, el asegurado piensa imposibles. Resumimos estos textos difíciles y los traducimos al lenguaje común, entendible por todos”, añade **Juan Ramón Galván (FECOR)**.*

*Las entidades reconocen el importante trabajo desempeñado por la Mediación en este ámbito. “El mediador es un gran facilitador y ayuda a la comprensión del seguro. Su labor aporta mucho valor en nuestra relación con el cliente”, declara **Silvia Agulló (DKV)***

***Palma Ladrón de Guevara (Santalucía)** asegura que “el mediador desempeña un papel fundamental para la comprensión de las pólizas”. “Es la primera línea con el cliente y por eso debe conocer y saber explicar muy bien los productos, para poder asesorarle y ofrecerle el que mejor se adapte a sus necesidades. Incluso en las contrataciones digitales, suele preferir terminar con un agente que le ayude a asegurarse de que ha entendido bien las condiciones de la póliza contratada y sus coberturas. También es fundamental su papel cuando un cliente tiene que hacer uso de su póliza porque ha tenido un siniestro o cuando contacta con la compañía para hacer una consulta o presentar una queja por la subida de la prima. Son momentos muy importantes para seguir trabajando en esa mejor comprensión del producto contratado, para poner en valor las garantías de la póliza”, aclara.*

*Asimismo, **Mónica del Campo (Lagun Aro)** afirma que “la figura del mediador es clave”. “Un preciso asesoramiento es siempre la clave para tener claro si el seguro se ajusta a lo que necesito, si he entendido bien qué coberturas incluye y cuáles no y qué límites o exclusiones conlleva. Contar con un mediador al que consultar en caso de duda siempre es de mucho valor para esa comprensión”, concluye.*

sufrir la prima y el porqué, o los mecanismos con los que cuentan en el caso de no estar de acuerdo con una resolución en un siniestro”.

El presidente del Consejo General remarca que “la jurisprudencia del Tribunal Supremo es especialmente atenta con el artículo 3 de la Ley de Contrato del Seguro”. “El Supremo deja claro que el asegurador debe esforzarse para que el asegurado conozca las exclusiones que limitan de forma importante el condicionado general de la póliza a través de una redacción clara, para evitar así que en algunas ocasiones se pueda vaciar el objeto de seguro que se contrata”, puntualiza.

Rafael Villanueva (Amesgra) también destaca que “el fin de la letra pequeña o la obligación de resaltar las exclusiones en los contratos fue un paso de gigante”, al igual que “la obligatoriedad de incluir documentación adicional para la comprensión de los contratos en la gobernanza de los productos”.

Asimismo, Mónica del Campo (Lagun Aro) señala que “la Ley del Consumidor obliga a diseñar los contratos con un determinado tamaño de letra e interlineado”, lo que ha obligado a reducir textos y adaptarlos en tamaño. Además, recuerda que “hay algunas directrices, como en su día fue la introducción del IPID, que pueden

ayudar a comparar ofertas o aclarar las exclusiones de un seguro”.

No obstante, Juan Ramón Galván (FECOR) considera que medidas como la obligatoriedad de entregar el documento de información previa a la contratación “son insuficientes, porque no dejan de ser formatos escritos contundentes y pesados de leer”.

En una línea similar, Del Campo lamenta que “algunas legislaciones complican la comprensión”. “Entre notas informáticas, hojas de consentimiento, nota previa, contratos y condicionados, acabamos entregando al cliente demasiados folios como para esperar que los lea en detalle”, aclara.

Por otra parte, Villanueva indica que “la patronal aseguradora está solicitando una revisión legislativa, tomando como punto de referencia la obsolescencia de algunos artículos de nuestras leyes sectoriales y el excesivo formalismo de los contratos actuales, en aras de permitir los procesos necesarios para avanzar en la digitalización de la industria”. En este sentido, advierte que “las soluciones que plantean afectarán a la privacidad de los asegurados, y la cuestión es compleja, pues la sencillez y claridad de los contratos no puede ir acompañada de pérdida de derechos y situaciones de inseguridad para los usuarios”.



David López  
AURA SEGUROS

*“La necesidad de conseguir una comprensión adecuada de las prestaciones y normativas resulta básica para conseguir un nivel de satisfacción óptimo entre nuestros asegurados”*



Mónica del Campo  
LAGUN ARO

*“Entre notas informáticas, hojas de consentimiento, nota previa, contratos y condicionados, acabamos entregando al cliente demasiados folios como para esperar que los lea en detalle”*

