



Razones del auge de la Defensa Jurídica

Elena Benito

Como se preveía, los Seguros de Defensa Jurídica están de moda; lo demuestra su crecimiento de los últimos años, muy por encima de la media del sector. ¿A qué se debe? En primer lugar, al contexto socioeconómico actual, con segmentos como el empresarial “más sensibilizados para su contratación, pues ven en los productos de protección jurídica un valor añadido que les permite contar con una cobertura completa ante cualquier situación de incertidumbre”, como destacan los directivos del ramo. Además, a raíz de la pandemia los ciudadanos han comprobado “lo útil de tener información jurídica de calidad, sobre todo por la multitud de restricciones y cambios legislativos”. Y esto, ¿qué implica? Los clientes piden “más accesibilidad a los servicios, más facilidad de contratación y mayor seguimiento de sus casos; en definitiva, poner en valor el esfuerzo de digitalización que estamos realizando”.



El 'atractivo' de los productos de defensa jurídica ha crecido mucho tras la incertidumbre que, a nivel legal, ocasionó el Covid. Así lo percibe el director comercial de Arag, Juan Carlos Muñoz, para quien "en estos dos últimos años el interés se ha mantenido y ha llevado a crecimientos por encima de la media del mercado".

Carlos Nadal, director del negocio asegurador en Iris Global, coincide y precisa que a finales de octubre el incremento del ramo superaba el 9%, "por tanto, por encima del crecimiento medio del sector y también superior a ramos como salud y multirriesgo".

Adolfo Masagué, director comercial de Das, matiza que el ramo "mantiene la evolución y línea de crecimiento de estos últimos años", aunque "el contexto socioeconómico actual ha hecho que segmentos como el empresarial se encuentren más sensibilizados para su contratación, pues ven en los productos de protección jurídica un valor añadido".

En la misma línea se expresa el director general corporativo de Legálitas, Juan Pardo, que avala que "cada año la sociedad es más consciente de cómo ejercer sus derechos, lo que es un indicador de madurez social".

Con todo, la tendencia ascendente se mantendrá. Y es que, apunta Carlos Nadal, "el mercado español de defensa jurídica, si lo comparamos con otros de nuestro entorno, aún tiene mucho recorrido en los productos stand alone. Ha tenido un buen éxito como servicio/garantía add on. Además, la prima por habitante en España se sitúa "solo en 2,4 euros".

UN PLUS DE CALIDAD

¿Qué aportan estos seguros para resultar atractivos a los clientes? Masagué cree que "los asegurados valoran especialmente disponer de un equipo de abogados especialistas que les asesoren y guíen ante cualquier situación, presente o futura, dentro del ámbito contratado. El hecho de tener la oportunidad de efectuar todo tipo de consultas, ya sea de forma presencial o en remoto, sin limitación de número es el factor más atrayente para los clientes en la fase inicial". También incentiva su contratación aspectos como "la defensa y reclamación de los derechos e intereses ante terceros, ya que la entidad actuará en su nombre para lograr una resolución favorable para el asegurado, instando a

LO MÁS COMPLICADO DE 2022

Juan Carlos Muñoz (Arag): “Sin duda, los cambios jurídicos constantes que hemos tenido. Eso ha hecho que nuestro departamento de asistencia jurídica telefónica se tuviera que actualizar constantemente para dar una información adecuada a nuestros asegurados en momentos que teníamos una gran cantidad de consultas”.

Adolfo Masagué (Das): “Los mayores retos continúan siendo la concienciación y la perspectiva de la sociedad respecto a estos productos. Y es que, a pesar de que en los últimos tiempos hemos observado que existe una clara necesidad en el mercado de disponer de este tipo de productos, los ciudadanos no lo perciben así debido a su desconocimiento. Por este motivo, es fundamental transmitir a los corredores la importancia de impulsar su distribución y darlos a conocer en el mercado, cuestión que fortalece su rol de asesor frente a los clientes”.

Carlos Nadal (Iris Global): “La nueva producción de las compañías de defensa, desde hace varios años, ha estado basada fundamentalmente en el producto de impago de alquileres, el que combina coberturas propias de la defensa jurídica con otras pertenecientes al ramo de pérdidas pecuniarias. Por este motivo en las estadísticas oficiales del ramo de defensa jurídica no podemos apreciar este importante peso del producto de impago. Producto que por otra parte ha sufrido el lógico deterioro en el resultado técnico debido a los efectos de la pandemia en la morosidad. Este último punto ha sido, seguramente, el más complejo de gestionar”.

la vía judicial si esto no se cumple, y haciéndose cargo de todos los gastos procesales, otro servicio muy valorado por los clientes”, añade.

Pardo considera que estos productos son “un antibiótico de amplio espectro”; pues, “tanto jóvenes como mayores; inmigrantes y expatriados; autónomos, pymes o particulares... todos son susceptibles de necesitar un consejo legal en algún momento”.

Para Juan Carlos Muñoz se trata de “seguros vendidos por compañías especializadas y que aportan un plus de calidad; eso se traduce en un alto nivel de satisfacción en el cliente y en los mediadores que lo comercializan”. Subraya asimismo “la flexibilidad y personalización de este tipo de productos, que están hechos a medida para cada tipo de asegurados”. Y hay más: “en cuanto a garantías, creo que el servicio mejor valorado es el de asistencia jurídica telefónica 24/7”, afirma el director comercial de Arag.

A juicio de Carlos Nadal, una de las claves de la contratación es que sirven “para nuestro día a día. No solo para cuando se tenga un juicio o un tema importante, sino para realizar consultas sobre un problema con nuestro vecino,

una compra que he realizado, sobre cómo cumplimentar mi declaración de la renta o el IVA, etc. A todo eso, le sumamos estar también cubierto ante un problema legal realmente importante y por una prima muy asequible. A todos nos gusta tener un médico de cabecera. ¿y por qué no un equipo de abogados multidisciplinarios a nuestro alcance?”. Todo esto se puede trasladar al ámbito profesional y empresarial.

UN PRODUCTO QUE SE ADAPTA

¿Ha cambiado el perfil de los clientes que contratan los seguros de Defensa Jurídica? Adolfo Masagué considera que “no se ha transformado demasiado”, aunque “hemos detectado que las pequeñas y medianas empresas y los autónomos sí valoran en mayor medida las ventajas que el seguro ofrece. Además, en la situación de desprotección e incerteza en la que se encuentran a veces, aprecian las coberturas que les puede brindar este producto, que se adapta a su actividad profesional y necesidades del momento”.

Juan Carlos Muñoz sostiene que “a raíz de la pandemia muchos ciudadanos han comprobado lo útil que puede

VALOR DE MEDIACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN



Juan Carlos Muñoz (Arag):

“Al ser un ramo tan especializado y desconocido para el cliente final, el papel del mediador es fundamental para prescribir este tipo de seguros. Además, en los momentos que vivimos de inseguridad e incertidumbre el mediador se convierte en el mejor acompañante de los clientes y nuestros productos en el mejor aliado para cualquier problema jurídico”.

Adolfo Masagué (Das):

“La Mediación aporta un valor fundamental a la hora de comercializar productos, especialmente de Protección Jurídica. La complejidad de este tipo de seguros requiere de un prescriptor profesional que asesore y acompañe al cliente, asegurando una correcta detección de sus necesidades y una comprensión óptima de las coberturas. Productos como estos aportan valor añadido a la labor de los mediadores, pues su profundo conocimiento del sector les permite detectar necesidades latentes de los clientes y guiarles en la cobertura completa de sus riesgos - aspectos que no siempre se tienen en cuenta a la hora de contratar un seguro generalista. Por lo tanto, su papel es primordial”.



Carlos Nadal (Iris Global):

“Su función es crucial. La Defensa Jurídica -a pesar de no incluirse dentro de ramos técnicos como el todo riesgo construcción, decenal etc.- necesita del mediador profesional que consiga explicar al cliente, particular y a la empresa, en qué casos concretos puede ayudarle el seguro. Lo importante es aterrizar el seguro de defensa jurídica, explicando con claridad qué es la fase amistosa, la judicial, el mínimo litigioso, que gastos incluye el capital asegurado, el contraseguro, etc. Explicar que, a pesar de poder tener una cobertura dentro de una póliza de patrimoniales, interesa en muchos casos complementarla con un producto específico de defensa y reclamación. En definitiva, sigue siendo un seguro no muy conocido por el gran público y la labor del mediador, repito, es crucial”.

Juan Pardo (Legálitas):

“Trabajamos principalmente en directo, salvo con algún operador de bancaseguros. Está en nuestra estrategia desarrollar canales de mediación en el medio plazo, como vía de acceso a una capilaridad comercial inigualable”.



resultar tener información jurídica de calidad en su día a día, sobre todo por los cambios legislativos constantes. Se valora mucho tener un teléfono al que poder llamar para resolver una duda en situaciones cotidianas. Por eso, el perfil de los clientes es ahora más diverso”.

Carlos Nadal da un paso más y subraya que “el cliente quiere productos que sean de fácil comprensión. Valoran

que les expliquemos con casos prácticos para qué sirve, por ejemplo, la cobertura de reclamación de daños; y por qué es importante tener un seguro de defensa que intente solucionar los asuntos en la fase amistosa, sin llegar a juicio. Agradecen cuando les explicamos que es un seguro muy útil simplemente para disponer de un teléfono en el que pueden preguntar infinidad de temas a especialistas

PREVISIONES 2023

Juan Carlos Muñoz (Arag): *“Las expectativas económicas para 2023 no son buenas y eso provocará una mayor incertidumbre, por lo que continuará el interés por nuestros productos. Creemos que la evolución será positiva, pero con niveles de crecimiento más moderados. El principal problema al que nos enfrentamos no es muy diferente al resto de ramos y es que si realmente se produce una crisis financiera las familias tendrán que recortar gastos, al igual que autónomos o pymes”.*

Adolfo Masagué (Das): *“Teniendo en cuenta su situación actual y la percepción del mercado, el ramo seguirá su línea de crecimiento moderado. En cambio, si el sector asegurador consiguiera resolver la problemática de percepción del cliente y los corredores potenciaran su estrategia de distribución, su tendencia evolucionaría al alza, sin duda”.*

Carlos Nadal (Iris Global): *“La crisis económica en la que estamos inmersos creo que acelera la percepción del cliente final que es necesario preservar sus derechos económicos y por tanto la protección legal ante cualquier incidente que los ponga en riesgo. Estoy convencido que en 2023 volveremos a tener un año con incrementos importantes en el negocio de la defensa jurídica y no solo ligados al producto de impago de alquiler”.*

Juan Pardo (Legálitas): *“El producto de Defensa Jurídica muchas veces se dice que es anticíclico porque en épocas de inestabilidad económica, cuando mayor conflictividad hay, más necesario es. Si además es un accesible en precio y con unas coberturas completas, se hace imprescindible”.*

legales”. Destaca sin embargo un aspecto importante que sí ha cambiado: “el cliente nos pide más accesibilidad a los servicios, más facilidad de contratación, mayor seguimiento de sus casos, en suma, poner en valor el esfuerzo de digitalización que estamos realizando”.

En esta misma línea coincide Legálitas, que resalta lo que ha supuesto en sus servicios la incorporación de “la multicanalidad en el acceso al abogado (videollamada, chat)” y desde donde se dibuja los perfiles de las personas que utilizan estos seguros: “son más jóvenes y digitales”.

MÁS RECLAMACIONES

La pandemia cambió el panorama de las reclamaciones en este tipo de seguros. Entonces, hubo una alta concentración en ámbitos como el residencial o empresarial, pero ahora, como explica Masagué, se ha vuelto a niveles previos a la pandemia por ejemplo en las reclamaciones de lesiones derivadas de accidentes de tráfico. En todo caso, agrega, “las constantes variaciones que soportan las normas (tanto a nivel local, nacional o internacional) siempre suponen un aumento de las consultas por parte de los clientes”. Los empresarios, propietarios o inquilinos, por ejemplo, “buscan profesionales especializados para tratar de resolver cualquier problemática que les pueda afectar”.

Juan Pardo explica que el Covid ha tenido “un efecto diferente para cada ramo y esas nuevas tendencias se han mantenido estos meses. Por ejemplo, en hogar se ha reducido el coste medio, porque los siniestros se declaran más rápido, pero con el mayor uso del hogar -que continúa por el teletrabajo-, también se ha elevado la frecuencia”.

Juan Carlos Muñoz sostiene que las reclamaciones que llegan al Departamento de Atención al Cliente de la compañía se mantienen “en términos similares en los últimos años”. Además, explica, el motivo más habitual de estas es “por denegaciones de cobertura en siniestros. Esencialmente en defensa jurídica y en asistencia en viaje. Venimos también apreciando un incremento de reclamaciones en siniestros derivados de pólizas de arrendamientos”.

La percepción de Carlos Nadal es que “tanto las consultas jurídicas como los expedientes de defensa jurídica están teniendo un incremento considerable. En concreto, las consultas en temas civiles/consumo, sucesorios, vivienda y laboral acaparan la gran mayoría de las cuestiones que el cliente final plantea. En cuanto a la gestión de reclamaciones amistosas y/o judiciales, las relacionadas con la reclamación de daños siguen siendo las más habituales. También la cobertura de ‘contraseguro’ sigue al alza; es un elemento diferencial de las compañías especialistas”.