

LO QUE NO SE DEBERIA HACER

De un tiempo a esta parte, venimos viendo y oyendo las campañas publicitarias que llevan a cabo algunas de las líneas directas, a fin de captar clientes de otras compañías, principalmente en los seguros de automóviles y hogar, con el eslogan "díganos su precio de renovación y se lo mejoramos, garantizado" y es así en la mayoría de los casos, aunque no estaría de más que divulgaran las bases generales y especiales de la promoción, que entre otras condiciones indica que el descuento de la campaña solo se aplicará en la primera anualidad de la póliza, que el pago de la prima sea anual y que en el último año el asegurado no debe haber declarado ningún parte con culpa en la compañía de la que procede, es decir lo que denominamos derecho de enganche. El año que viene ya veremos.

Ante esta oferta que según nuestra opinión no debía de permitirse, ya que esta induciendo al tomador a no cumplir lo establecido en el contrato de seguro, en cuanto a la no renovación del mismo, debiéndose comunicar por escrito a su compañía, al menos con dos meses de anticipación, oponiéndose a la prórroga del contrato.

Entonces ocurre que le mejoran el precio de renovación, si se ajusta a las bases de la promoción y el tomador no abona el recibo de su póliza actual, procediendo en la mayoría de los casos las compañías a la anulación del recibo y la póliza, aunque no debería de ser así ya que al no haber cumplido el plazo de preaviso de anulación de la póliza, la compañía puede reclamar el pago del recibo.

Ante estas circunstancias, algunas compañías han comenzado a reclamar los recibos impagados, de acuerdo

con lo estipulado en las pólizas y lo que esta ocurriendo es que el asegurado se encuentra con que tiene dos seguros y por tanto debe abonar los dos recibos.

No acabamos de comprender como estas compañías de seguros inducen solapadamente a no cumplir la ley y que Unespa no se pronuncie al respecto.

Aunque en un mercado de libre competencia, cada uno puede cobrar lo que considere, pero en cuanto a las compañías de seguros no debe afectar a su solvencia.

Ya en el año 2009 en el numero 31 de la revista Actualidad Aseguradora, en su apartado "Las preguntas de la semana" se decía: En la actual situación de mercado en el seguro del automóvil ¿de que forma esta controlando el órgano de control la existencia de notas técnicas en las ofertas, en muchos casos sobre la marcha y en el momento de la renovación, a los asegurados"?. Han transcurrido casi dos años y esta pregunta nos la seguimos haciendo.

Dirán que la campaña es lícita y que cumple todas las normativas, pero a mi entender es una campaña **de lo que no se debería hacer**.

Que cada uno saque sus propias conclusiones, pero estas campañas de publicidad, nada dicen a favor de dignificar la imagen que los ciudadanos tienen de los seguros.

Mariano Hernanz
Corredor de Seguros