

**NUEVO RIESGO DE
RECLAMACIONES COLECTIVAS
PARA FABRICANTES Y
SUMINISTRADORES.**

AGERS 2.000

**D. Luis Ortiz
Director de Responsabilidad Civil
de ZURICH**

NUEVO RIESGO DE RECLAMACIONES COLECTIVAS PARA FABRICANTES Y SUMINISTRADORES. LA PERSPECTIVA DE UNA ASEGURADORA.

El desarrollo de la conciencia de la reclamación por parte del ciudadano no es un fenómeno aparecido por generación espontánea; es el resultado de una evolución. La conciencia por los derechos de los ciudadanos en lo que a productos se refiere comenzó hace unos diez años.

1.- Todos recordamos, a principios de los 80, el escándalo del "Aceite de Colza" que introdujo a los ciudadanos españoles, la idea de que son consumidores con unos derechos. El impacto mediático de ese problema incidió, independientemente de la solución a la que se llegaría posteriormente, en la creación de ese sentimiento social. El concepto consumidor comenzaba a tener entidad.

Fue el primer paso.

2.- Ese sentimiento social reclamaba una cobertura jurídica. En 1984 la **Ley para la Defensa de los Consumidores y Usuarios**, Ley 26/1984, de 19-julio proporcionó la herramienta jurídica para la constitución de asociaciones al tiempo que estableció el marco de actuación para el ejercicio de acciones.

Esa ley, desde nuestro punto de vista, tuvo un gran impacto social por dos razones:

- clarificó el concepto de consumidor dándole la posibilidad de organizarse en asociaciones que, en la defensa de sus intereses, comenzarían a reclamar sus derechos
- ello trajo, como consecuencia lógica, el desarrollo paulatino de una jurisprudencia que consolidó el principio de protección al consumidor; parte débil ante un compañía.
Poco a poco se iba objetivando la responsabilidad.

El mercado asegurador, marcado por una inercia histórica, tardó mucho en reaccionar. De hecho, todos ustedes recordarán sus pólizas de RC general en las que se amparaba la RC productos sin prestarle apenas atención.

Pero el mundo seguía.

3.- Esta tendencia cristalizó en la **Ley de Responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos**, Ley 22/94 de 6 de julio, que amplió y especificó el sistema de acciones y responsabilidades siguiendo la Directiva Europea que intentaba unificar en la Unión Europea todo el sistema.

Había un riesgo y había un mercado.

Fruto de esas nuevas necesidades del mercado, muchas Aseguradoras desarrollaron las coberturas de RC productos; se amparaba la responsabilidad en la que podía incurrir un fabricante cuando causara daños o perjuicios a terceros por los errores de sus productos. Esta vez ya se formulaban preguntas específicas para tarificar correctamente el riesgo y los condicionados ya contaban con cláusulas adecuadas al mismo.



ZURICH

Es cierto que a finales de los 90 hemos asistido a un auge espectacular de este tipo de reclamaciones al tiempo que la opinión pública se ha ido haciendo, cada vez más, eco de los múltiples siniestros de RC productos; todos conocemos el asunto de las "vacas locas", el denominado "caso de los pollos belgas", los botellines de Coca-cola, etc.

Llegamos al año 2000.

Como todos sabemos, la nueva **Ley 1/2000, de 7 enero 2000 de Enjuiciamiento Civil**, profundiza más en esta tendencia de defensa del consumidor de productos o servicios:

art. 6.7 capacidad de ser parte: Los grupos de consumidores o usuarios afectados por un hecho dañoso cuando los individuos que lo compongan estén determinados o sean fácilmente determinables. Para demandar en juicio será necesario que el grupo se constituya con la mayoría de los afectados.

art. 11.2 Legitimación para la defensa de derechos e intereses de consumidores y usuarios: Cuando los perjudicados por un hecho dañoso sean un grupo de consumidores o usuarios cuyos componentes estén perfectamente determinados o sean fácilmente determinables, **la legitimación para pretender la tutela de esos intereses colectivos corresponde a las asociaciones de consumidores y usuarios, a las entidades legalmente constituidas que tengan por objeto la defensa o protección de éstos, así como a los propios grupos de afectados.**

art. 13.1 Intervención de sujetos originariamente no demandantes ni demandados. Mientras se encuentre pendiente un proceso, podrá ser admitido como demandante o demandado, quien acredite tener interés directo y legítimo en el resultado del pleito. En particular, cualquier consumidor o usuario podrá intervenir en los procesos instados por las entidades legalmente reconocidas para la defensa de los intereses de aquéllos.

Por si no había quedado claro.

El art 15.1 Publicidad e intervención en procesos para la protección de derechos e intereses colectivos y difusos de consumidores y usuarios En los procesos promovidos por asociaciones o entidades constituidas para la protección de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, o por los grupos de afectados, se llamará al proceso a quienes tengan la condición de perjudicados por haber sido consumidores del producto o usuarios del servicio que dio origen al proceso, para que hagan valer su derecho o interés individual. Este llamamiento se hará publicando la admisión de la demanda en medios de comunicación con difusión en el ámbito territorial en el que se haya manifestado la lesión de aquellos derechos o intereses.

En definitiva, la puerta procesal (acción reivindicativa de derechos) está abierta y se puede dar el caso de que un posible perjudicado, viéndo que otro ha interpuesto una demanda, se adhiera a la misma de manera que hasta que no dispongamos de sentencia firme no sabremos a qué nos atenemos, cual será el coste del siniestro. Si a esto le unimos la facilidad con la que los Jueces se saltan nuestros límites económicos en las pólizas nos encontramos ante un riesgo verdaderamente grave.

¿Qué hacemos?

Esta claro que hay una necesidad y también está claro que nuestros clientes reclamarán a sus aseguradoras una solución a ese problema.

Nosotros entendemos que antes o después tendremos que ser capaces de satisfacer esa necesidad, de cubrir ese déficit, ahora a nuestros clientes, mañana, posiblemente, al resto del mercado.

Es por ello que hemos desarrollado un producto específico que no sabemos si es mejor o peor que los de los demás, es el nuestro y apostamos por él:

PÓLIZA DE SABOTAJE Y RETIRADA DE PRODUCTOS

Se basa en una póliza que combina dos tipos de coberturas y que se yuxtapone a la de RC productos:

Nuestra póliza está articulada en 2 secciones:

SECCIÓN 1 RETIRADA DE PRODUCTOS:

Definición de siniestro: El uso de Productos del Asegurado de los cuales haya podido resultar o pueda resultar una lesión corporal o daño material que requiera la retirada de los mismos de cualquier distribuidor, vendedor o usuario, siempre que dicha retirada sea debida a una de las siguientes causas:

- a) la introducción no intencional de una sustancia nociva durante el proceso de fabricación, o
- b) error no intencional en la fabricación, composición, diseño, empaquetamiento, etiquetado (incluyéndose instrucciones), almacenamiento o transporte del Producto
- c) una ley de CCAA, Estado o Institución Supraestatal que requiera la retirada de los productos en virtud de lo referido en a) o b).

SECCIÓN 2. SABOTAJE A PRODUCTOS.

Definición de siniestro: Es la contaminación (entendiéndose como alteración o adulteración de Productos Asegurados de una manera intencionada, maliciosa e ilegal) de un producto.

Objeto de cobertura para ambas secciones:

1.- Gastos de retirada de productos: Costes razonables y necesarios en:

- i) radiodifusión, televisión, anuncios impresos o publicidad,
- ii) costes de transporte y almacenamiento del Producto Asegurado,
- iii) contratación de personal adicional imprescindible
- iv) el análisis del Producto Asegurado para determinar la necesidad de su sustitución o rectificación,
- v) el desmantelamiento del Producto para extraer la pieza defectuosa o la parte sospechosa y la instalación de la parte que la reemplaza.
- vi) los costes de devolución de la pieza reparada o reemplazada del Producto Asegurado incluyéndose el empaquetamiento,

2.- *Gastos de Gestión de la Crisis*: Las minutas razonables y necesarias así como los costes de los asesores del Asegurado para efectuar la retirada ante cualquier Siniestro.

3.- *Pérdida de Beneficio Neto*: única y exclusivamente como resultado de una reducción de ventas mensuales comprobable y/o ingresos.

4.- *Costes de rehabilitación*: Aquellos costes en que necesaria y razonablemente se incurran para rehabilitar o reestablecer la imagen comercial y la cuota de mercado de la Línea de Producto afectada por el Siniestro al nivel anterior al siniestro.

Ámbito territorial: Todo el mundo excepto NAFTA

Riesgos excluidos:

- a) la retirada de productos debida a su entrega o envío erróneo;
- b) la expiración de la vida normal de estantería, perecebilidad normal
- c) los daños de productos cuyo estado defectuoso fuera previamente conocido
- d) el Producto lanzado, distribuido o vendido, con sustancias prohibidas
- e) Productos que no fueron lo suficientemente comprobados según los estándares aceptados de tecnología
- f) Cualquier responsabilidad civil frente a terceros;

Junto con el mercado, nosotros también hemos ido adquiriendo conciencia del riesgo; no solo como aseguradores sino como proveedores de productos y servicios. Por ello hemos procurado diseñar la póliza que nosotros necesitamos como cliente. Esa es la póliza que hemos resumido aquí y ahora.

¿La tendencia?

Sabemos, al menos a tenor de lo que vemos en otros países de la Unión Europea, que la conciencia del ciudadano se irá desarrollando fruto de este fenómeno de redefinición del "Estado del Binestar" que cede en el ciudadano el ejercicio de sus derechos previa reclamación por lo que se puede adivinar una tendencia alcista en las reclamaciones; el Estado promueve las herramientas para que la sociedad civil pugne por sus derechos.

Estamos en un momento de cambio; el concepto tradicional del seguro debe ser capaz de adaptarse al mismo buscando otros sistemas (ART) de cálculo del riesgo o desarrollando soluciones financieras integrales capaces de ayudar al asegurado en el equilibrio de su balance evitando los siniestros reales o financieros.

Esta es nuestra propuesta y, como todas, veremos la bondad de la misma en el futuro. Por ello no nos aventuramos a calificar las demás propuestas del mercado que pueden ser mejores o peores; el tiempo y el mercado lo dirán.

Muchas gracias.