

1 9 9 2

N.42615
R.41191



I ENCUENTRO MUNDIAL DE SEGUROS
WORLD INSURANCE ENCOUNTER I

XXIII CONFERENCIA HEMISFERICA DE SEGUROS

IMAGEN DEL SEGURO EN EL MUNDO

**RAICES HISTORICAS DE LA IMAGEN DEL SEGURO,
Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS PARA MEJORARLA**

Patrocinado por:
EUROSEGUROS

Organizado por:
CENTRO INFORMATIVO DEL SEGURO

POR BRANDO BATTISTIG

Presidente de "PIA" y Editor Jefe de "Assicurazioni"

Y

POR MANUEL MAESTRO

Vicepresidente de "PIA" y Director de "Actualidad Aseguradora"



RAICES HISTORICAS DE LA
IMAGEN DEL SEGURO,
Y ACTIVIDADES DESARROLLADAS
PARA MEJORARLA

**Ponencia presentada al "I Encuentro Mundial de Seguros" por
"Presse Internationale des Assurances" - PIA**

AUTORES: BRANDO BATTISTIG
Presidente de "PIA" y Editor Jefe de "Assicurazioni"
Y
MANUEL MAESTRO
Vicepresidente de "PIA" y Director de
"Actualidad Aseguradora"

INDICE

I.-	Una aportación de "PIA" al "I Encuentro Mundial de Seguros"	3
II.-	Una compleja actividad	4
III.-	Raíces históricas del problema. Desarrollo de la legislación y bases científicas del Seguro	6
	- La germinación del seguro	6
	- El nacimiento del seguro	6
	- El establecimiento de las empresas de seguro	9
	- La aparición del seguro técnico	9
IV.-	Labor de comunicación de los aseguradores para mejorar la imagen .	13
	- La prensa profesional de seguros	13
	- Las organizaciones americanas de relaciones públicas de seguros	14
	- Las relaciones públicas del seguro europeo	15
V.-	Acciones del seguro hacia los consumidores	19
	- Las relaciones con los consumidores en los países miembros del CEA	19
VI.-	Conclusiones	22
VII.-	Bibliografía	24

I.- UNA APORTACION DE "PIA" AL "I ENCUENTRO MUNDIAL DE SEGUROS"

Es para "Presse Internationale des Assurances" PIA un honor el poder contribuir al programa científico del "I Encuentro Mundial de Seguros", con el trabajo conjunto realizado por su Presidente Brando Battistig, y su Vicepresidente Manuel Maestro, sobre el tema "Raíces Históricas de la Imagen del Seguro y Actividades desarrolladas para mejorarla", dentro del seminario conjunto realizado por CEA, FIDES, PIA Y AIPRES y organizado por el "CENTRO INFORMATIVO DEL SEGURO" para abordar el estudio de "La Imagen del Seguro en el Mundo".

Si algún tema tiene especial interés con carácter general, y común dentro de este "Encuentro" es precisamente el de la imagen que transmite la Institución Aseguradora al público, de la que todos los que componemos el mundo asegurador somos responsables. .

La prensa especializada, inició su labor de divulgación hace ya más de cien años y es por tanto pionera en estas tareas, razón por la cual "PIA", que agrupa a las publicaciones técnicas de seguros más antiguas enraizadas en el Sector, tiene una especial sensibilidad sobre el tema y agradece a los organizadores de este "gran evento" la oportunidad que se le brinda; a la vez que desea aprovecharla para saludar a cuantos colegas trabajan desde distintas responsabilidades en el mundo de la comunicación aseguradora, brindándoles como siempre su colaboración en este y otros temas que contribuyan a perfeccionar y fortalecer el seguro privado en todo el mundo.

II.- UNA COMPLEJA ACTIVIDAD

La imagen del Seguro está directamente conectada con la compleja relación entre asegurados y aseguradores, en la que desde tiempos remotos los primeros recelan de la veracidad de los contratos por la difícil estructura jurídica de los mismos, así como de la posibilidad de cobrar la correspondiente indemnización en el momento del siniestro, ya que no tienen certeza absoluta de la solvencia del asegurador.

A su vez, los aseguradores han tenido que ir perfeccionando y complicando sus contratos y bases financieras para defenderse secularmente del fraude, así como para poder dar coberturas acordes con las primas cobradas y las provisiones efectuadas.

Por su parte el Estado ha intervenido para regular el control de la actividad y evitar estos problemas ancestrales, perfeccionándose con el paso del tiempo las bases económicas y jurídicas en las que se asienta la Institución Aseguradora.

Más recientemente las organizaciones profesionales de aseguradores se han ocupado de todos los detalles tendentes a mejorar, la imagen del seguro. Los movimientos de los consumidores han trabajado para que estas relaciones complejas sean mejor comprendidas por el usuario medio.

Por sus peculiares características, el Seguro es un sector fundamentalmente cauto en su política empresarial por toda esta serie de condicionantes históricos, amén de ser lógica también su actitud por la intrínseca filosofía de la Institución que tiene que dar imagen de seguridad y discreción en quien en ella confía.

Pero el Seguro, ha ido adaptándose al progreso de los tiempos, impulsado por la demanda de las situaciones y hechos económicos y sociales, al estar integrados en su mundo los más variados profesionales de las diversas ciencias.

La ausencia de técnicos en comunicación en las entidades de seguros, durante mucho tiempo, ha marcado sin duda la falta de mentalización sobre este fenómeno creciente para la moderna empresa, que es la necesidad de comunicar con sus distintos públicos.

Las empresas de seguros han dejado de ser grandes familias al crecer. Es más, este fenómeno se está agudizando con las fusiones y absorciones de empresas, y en Europa, sobre todo, con la aparición del Mercado Único.

Se plantean problemas graves de comunicación en el presente y de futuro. Las profesiones tienen necesidad de la simpatía y de la confianza del público

y especialmente de su clientela. Entre los aseguradores, esa confianza es indispensable.

El aparato jurídico sobre el que se asientan las entidades asusta al público. Los medios de comunicación están más atentos a un litigio que enfrenta a una compañía con su asegurado, que a los miles de siniestros liquidados sin dificultad.

Se les critica, por su afán de lucro, la redacción de los contratos, la captación de clientes mediante la exageración de las virtudes del seguro, la impotencia del asegurado en caso de discusión con la compañía, etc.

III.- RAICES HISTORICAS DEL PROBLEMA. DESARROLLO DE LA LEGISLACIÓN Y BASES CIENTIFICAS DEL SEGURO

Vamos a hacer una ligera mirada retrospectiva histórica sobre la relación entre asegurados y aseguradores para conocer sus orígenes en el tiempo y sus causas.

La Germinación del Seguro

Aunque es verdad que los primeros contratos de seguro fueron firmados a primeros del siglo XIV, también es cierto que los embriones de los dos elementos que constituyen tales contratos - reciprocidad y transferencia del riesgo- se encuentran en épocas muchos más tempranas.

La distribución del riesgo entre varios individuos y las asociaciones de asistencia mutua son, sin duda, tipos rudimentarios del seguro y sus huellas se remontan a Palestina, a Egipto, en el Código Hammurabi y a Grecia. No obstante, es en Roma sobre todo donde tales fenómenos adquieren su mayor importancia. Pensad, por ejemplo en los collegia teniorum, asociaciones de trabajadores que, al margen de sus objetivos estrictamente profesionales, tenían el objetivo complementario de ayudar a los miembros y sus familias en caso de enfermedad o muerte; pensad también en los collegia funeraticia, cuyo objetivo era el de aportar medios para soportar los costes de enterramiento.

Otras asociaciones cuyos objetivos eran la protección y bienestar de sus miembros fueron formadas más tarde en Europa durante la primera parte de la Edad Media. Entre las más antiguas dignas de mención figuran la Cofradía Anglosajana para ganado enfermo, la Hermandad Inglesa de Enterramientos del siglo XI y la Cofradía Danesa del siglo XIII destinada a compensar el naufragio de barcos. Otras asociaciones con fines parecidos son los Genossenschaften de Alemania y los Hrepps de Islandia.

Durante la misma época existieron también en Italia sociedades mutuas de pescadores en Sorrento, Viareggio, Camogli, etc. formadas también para sufragar el coste de un naufragio entre sus socios.

En España existían las Hermandades y Cofradías de muchos gremios que agrupaban profesionales de distintos oficios.

El Nacimiento del Seguro

Hasta un cierto tiempo el objetivo de las muchas asociaciones mutuas que operaban en todas partes era la mera distribución del riesgo entre los asociados.

En realidad, la transferencia del riesgo de una parte a otra en consideración del pago de una prima, una característica fundamental de la actividad aseguradora, ocurrió más tarde, durante la primera mitad del siglo XIV.

El contrato de seguro más antiguo del cual tenemos conocimiento lleva la fecha de 23 de octubre de 1347 (se guarda actualmente en los Archivos Estatales de Génova) y se refiere al transporte de mercancías entre Génova y Mallorca, es decir, entre Italia y España, los dos países que más que cualquier otro han contribuido al éxito del seguro en todo el mundo.

Por lo tanto el contrato del seguro nació en Italia y vio la luz por primera vez en el campo del seguro marítimo.

El riesgo del transporte por mar estaba asumido por comerciantes o banqueros, con el solo propósito de realizar un negocio especulativo. Ya que en aquel tiempo no existía el conocimiento técnico y racional necesario para efectuar una evaluación ajustada del riesgo y así determinar la prima adecuada, la operación podría significar grandes beneficios para el asegurador pero también podría dar lugar a enormes pérdidas.

En todo caso, el seguro marítimo se extendió muy rápidamente por otras ciudades de carácter comercial como Florencia, Pisa y Prato. También conviene señalar que las primeras leyes sobre seguro son de Italia, y fueron decretadas para establecer ciertas prohibiciones; la legislación de seguros más antigua parece ser la ordenada en el año 1369 por el Doge de Génova, Gabriele Adorno.

Gracias a los comerciantes italianos el seguro de riesgos marítimos se difundió rápidamente entre los demás países mediterráneos y más tarde al norte de Europa.

Así el seguro nació para cubrir riesgos marítimos pero muy pronto empezó a cubrir otros riesgos, transporte terrestre, crédito y el reaseguro cuya primera operación se remonta al año 1370. No obstante, se trataba de meros pasos muy tentativos que tuvieron un éxito mas bien pobre en su momento. El sector fue acaparado principalmente por el seguro marítimo y su presencia dominante continuó vigente hasta finales del siglo XVII.

La hegemonía de Italia en el campo de seguros no obstante llegó a su final con el establecimiento de la supremacía de España en comercio internacional. A la vez que los españoles trabajaban sobre la difusión de las distintas modalidades de seguro, los legisladores del país ocupaban la vanguardia en lo que se refiere a leyes sobre el contrato de seguro. De hecho el primer reglamento sobre el contrato de seguro, denominado las Cinco Ordenanzas de Barcelona, fue decretado entre 1435 y 1484. Estas Ordenanzas, incluidas en el famoso Consulado del Mar fueron seguidas posteriormente por reglamentos parecidos de Burgos, Sevilla, Bilbao y San Sebastián.

En las "Ordenanzas de Barcelona", se pone de manifiesto que en el siglo XV eran normales este tipo de operaciones, que básicamente se realizaban sobre las tres cuartas partes del valor del navío y su cargamento. Así aparece la franquicia, -que tantos ríos de tinta hará correr en las dificultades de relación entre ambas partes contratantes.

En cuanto a los requisitos de fondo para contratar el seguro, resaltaba ya la buena fé. La práctica hace conocer a los cónsules de Barcelona los fraudes que, amparados en la semántica, pueden urdirse para burlar el espíritu del contrato.

La enseñanza del seguro, influye directamente en el perfeccionamiento de la imagen del seguro, al formar mejor a los profesionales, tarea que se inicia de la mano de un portugués, que en 1552, publica el primer tratado de seguros "Tractatus de Assecurationibus et sponsionibus", Pedro Santerna Lusitano.

Más tempranamente de lo que suponemos, aparece el Control del Estado, sobre la actividad en los Países Bajos. Las Ordenanzas de Felipe II de 1570, establecen la intervención estatal, al nombrar un Comisario de Seguros en la persona de Diego González de Gante, para velar por el buen fin de los contratos y obligar al registro de los mismos por su autoridad.

Estas Ordenanzas fueron decretadas en el siglo XVI cuando Flandes todavía formaba parte del Imperio Español, y hacia finales del mismo siglo la obra clásica francesa el Guidon de la Mer apareció. Un siglo más tarde en 1681 para ser preciso, la famosa Ordonnance de la Marine fue publicada y toda la legislación posterior sobre el seguro marítimo estaba destinada a inspirarse en este documento.

El descubrimiento de América trae consigo un gran desarrollo del Seguro y su historia abarca las más turbias páginas de la contratación mercantil.

Según refiere Carande, "Contra muchos de los peligros suscitados por los males que quisieron prevenirse corporaciones y aseguradores, y la sorprendente uniformidad de sus cortapisas contemplaban procedimientos generalizados con idénticas modalidades en todos ellos. Corren al encuentro de los progresos del seguro a prima fija la avaricia de los mercaderes, la parsimonia de los aseguradores y la previsión del poder público, deseoso de compensarlas. Mas siempre fue vano empeño concordar al que cotizaba el riesgo con quien, a expensas del seguro, no buscaba la reposición, sino el enriquecimiento".

Habitual era también que un mismo cargamento se asegurase varias veces, y no existieran embarcaciones sin cargar en poder del mercader.

Cuando en fechas posteriores la supremacía sobre los mares cambió de

España a Inglaterra, éste lógicamente empezó a ejercer primacía en el campo de seguros marítimo. LLOYDS' de Londres, establecido en 1686, se convirtió en el centro del mercado inglés de seguro marítimo y en los siglos siguientes asumió dimensiones gigantescas en la industria mundial del seguro.

Al margen del florecimiento de seguros marítimos, fue también en Inglaterra en el siglo XVII que el seguro no-marítimo nació, es decir, seguros terrestres, y sobre estas mismas fechas también aparecieron las primeras compañías de seguros en el sentido moderno, organizadas o como sociedades mutuas o como sociedades de responsabilidad limitada.

El Establecimiento de las Empresas de Seguro

El desastroso incendio de Londres de 1666 sugirió al Dr. Barbon la idea de establecer una compañía de seguros destinada a suscribir el riesgo de incendio. La entidad, establecida en el mismo año 1667, se convirtió en "The Fire Office" (la Oficina de Incendios) en 1680. Desde aquel tiempo el establecimiento de parecidas compañías de seguros se extendió lentamente por otros países europeos.

Finalmente, el seguro de vida en Inglaterra volvió a florecer después de un período durante el cual se había degenerado en una apuesta sobre las posibilidades que tenía una vida determinada (por ejemplo el Papa, el Emperador, el Rey, un político determinado, etc.) de sobrevivir hasta una fecha específica. Por eso el seguro de vida había sido inhibido y posteriormente prohibido en muchos países.

En 1774 la Ley del Juego fue decretada en Inglaterra y con su aparición el seguro de vida llegó a un punto determinante y su renovada marcha se inició. Esencialmente la Ley del Juego marcó una clara distinción entre una apuesta y el seguro de vida y reconoció que a parte de ser obviamente legal el asegurar su propia vida (aunque se practicaba poco) era también legal el asegurar la vida de otras personas siempre que existiera un interés directo de naturaleza económica o familiar entre el tomador del seguro y la vida asegurada.

El ejemplo mostrado por Inglaterra fue seguido por legisladores en otros países con el resultado de que el seguro de vida se desarrolló de acuerdo con los fines para los cuales había sido originalmente concebido.

Consecuentemente fueron los siglos XVII y XVIII los que marcaron el despliegue del seguro. De hecho fue durante aquellos años en Londres que, como hemos visto, el seguro marítimo floreció a través del establecimiento de LLOYDS', los primeros seguros sobre propiedades en tierra nacieron y el seguro de vida evolucionó.

La Aparición del Seguro Técnico

Fue también durante estos siglos -sobre todo en el XVII- que las bases técnicas y científicas del seguro moderno fueron establecidas. Fue en el siglo XVII que Pascal desarrolló su Teoría de las Probabilidades, que Bernoulli descubrió la Ley de los Grandes Números, y que Halley construyó la primera Tabla de Mortalidad.

Al final del siglo XVIII se inicia una nueva etapa en la historia del sector, la del seguro científico. La primera compañía de seguros sobre la vida, basada en la moderna ciencia actuarial, fue fundada en 1762, "The Equitable Life Assurance Society". A partir de entonces, las primas fueron graduadas según las edades de los suscriptores en términos parecidos a los actuales.

No obstante, aparecen entidades en todos los países europeos, y muchas de ellas tienen vida muy efímera. Con anterioridad, muchos habían sido los fracasos de sistemas de previsión como las tontinas, llamadas así porque su creador fué Lorenzo Tonti, que fundó en Francia la primera "Caja de Seguros Mutuos sobre la Vida", que tuvo consecuencias dispares para el desarrollo del seguro de vida. De una parte ayudó a su progreso, pero de otra perjudicó su imagen por los catastróficos resultados de las entidades que lo practicaron, lo que movió a su prohibición.

Las técnicas de seguros por lo tanto recibieron un gran impulso de las ciencias matemáticas y estadísticas y ayudaron a las primeras compañías de seguros en operar sobre bases racionales que garantizaran la seguridad tanto de la compañía como de los asegurados.

Los desarrollos tecnológicos operados en el siglo XIX, la existencia de nuevas bases científicas en que apoyarse y la promulgación de una serie de leyes en que sustentar el entramado jurídico de la Institución Aseguradora, fueron componentes idóneos para que ésta se desarrollase y aparecieran gran número de entidades. No obstante, también la vida de ellas fué efímera, fruto de la inexperiencia frente a las leyes del mercado y al empirismo aún reinante.

Ante el gran auge de actividades aseguradoras distintas de las marítimas, la aparición de los grandes riesgos y, consecuentemente, grandes siniestros, el fraude, una inadecuada prevención, la competencia comercial entre entidades, que en muchos casos las separaba de las bases técnicas y científicas, hubieron de proliferar regulaciones de la ordenación de la actividad en los países más avanzados. En el mundo entero comienza la codificación de los seguros terrestres y marítimos, aunque estos últimos ya tenían legislaciones desde hacía cuatrocientos años.

Alemania tiene la primacía en este terreno, ya que se había adelantado un siglo. En 1704 el Código de Prusia reglamentó el seguro terrestre por primera vez en el mundo.

En España, el Código de Comercio de 1829 regula el seguro.

En Holanda en 1838 se promulga una primera legislación sobre el control de la actividad aseguradora.

En Inglaterra, en 1870, se fijaron las condiciones del funcionamiento de las aseguradoras de vida.

En Italia, el Código de Comercio regula el seguro al promulgarse en 1882.

En Estados Unidos, en 1895, se establece en Massachusets el control por parte del Estado de las compañías de seguros.

En Argentina, el Código de Comercio de 1858, regula el contrato de seguro.

Hasta fines del siglo XIX y principios del XX, la regulación jurídica es el único instrumento para mejorar las relaciones entre asegurados y aseguradores, y consecuentemente, la imagen de éstos.

Finalmente en el siglo XX, nuestro siglo, el seguro se extiende para cubrir todo y cada uno de los riesgos posibles que amenazan al hombre y sus propiedades y el Estado interviene en el control sobre la actividad aseguradora.

En el transcurso de esta mirada rápida sobre los orígenes y el desarrollo del futuro, como estaba en tiempos pasados y como está hoy en día quisiéramos hacer hincapié en que el contrato de seguro, como hemos visto, nació en Italia, en Génova, y se extendió rápidamente a otras partes del país como Florencia y Pisa, mientras la primera legislación sobre las relaciones de seguros aparecieron en España, concretamente en Barcelona. Así, una vez más, el Mediterráneo es la cuna de un nuevo ramo de Derecho.

En este punto debemos un paso más hacia adelante a Inglaterra, el país que testificó el desarrollo de las nuevas modalidades de seguro que forman las cimentaciones de la industria moderna de seguros en sus actuales operaciones mundiales.

Mientras tanto, no obstante, siguiendo el descubrimiento de América las tendencias del comercio habían empezado a girar masivamente hacia el Nuevo Mundo, dando lugar a una expansión continuada en la divulgación del seguro como un elemento primordial del comercio internacional.

Por nuestra parte para contribuir quisiéramos señalar que las raíces del seguro son comunes a todas las latitudes sobre todos los continentes. Basta pensar como ejemplo que los actuales seguros marítimos en uso en Japón siguen el condicionado S.G. de Lloyds' que, a su vez, está modelado en las pólizas florentinas del siglo XIV. Así, el contrato nacido en Florencia ha dominado el mundo del seguro marítimo desde siempre y la regulación de la industria por las autoridades que apareció por primera vez en España y los principios contenidos en las Ordenanzas de Barcelona forman las

cimentaciones del patrón ininterrumpido de control que ha sido una característica de nuestra industria durante toda su historia.

IV.- LABOR DE COMUNICACION DE LOS ASEGURADORES PARA MEJORAR SU IMAGEN.

A finales del siglo XIX, y principios del XX, el Seguro Mundial comienza a consolidarse y, además de los problemas técnicos y jurídicos, se empieza a dar importancia a la gestión empresarial, que surge como ciencia, fundamentalmente en los aspectos comerciales. Se inicia la prehistoria del actual "marketing".

La desaparición de muchas aseguradoras que se dedicaban primordialmente al seguro marítimo, dificultaron la labor de las grandes compañías que surgen en esta época.

Hubieron de llevar a cabo una importante labor de divulgación, para contrarrestar la incredulidad, la desconfianza y el miedo del público, que estaban justificados por experiencias fallidas, producidas por métodos primitivos y poco fiables.

La tarea desarrollada en este campo fue importante. Sin embargo, la divulgación de las ideas positivistas y que la publicidad sirvieron para que los seguros comenzaran a difundirse como un instrumento de gran valor económico. En un principio, la labor se centró en libritos divulgativos sobre las distintas ramas de seguros, destinados a enseñar el funcionamiento de los mismos, fundamentalmente los de incendios y vida.

La Prensa Profesional de Seguros

En los mercados de seguros, dado que las entidades no tienen una mercancía tangible que vender, y que al ser empresas netamente de servicios, dependen del éxito de su gestión de la calidad del trato que dan al cliente: éste se relaciona directamente a su vez, del factor humano y de la formación y calidad de empleados y agentes. Así surgió en la segunda mitad del siglo XIX, para responder a estas necesidades, la prensa especializada de seguros.

Publicaciones como "The Review", "L'Argus", "L'Assicurazione" y "Actualidad Aseguradora" han llegado a nuestros días, después de haber cumplido su primer siglo de existencia al servicio informativo de los aseguradores.

La prensa de seguros, por su triple misión: informativa, formativa y de creación de opinión, ejerce una gran influencia sobre quienes tratan con el público, y a su vez "crean imagen"; empleados y agentes.

En la post-guerra mundial se funda PIA "Presse Internationale des

Assurances", que agrupa a las principales publicaciones europeas de seguros, y a principios de los 70, **AIPRESS**, que aglutina a las revistas de habla hispana y portuguesa de ambos continentes.

Las Organizaciones americanas de Relaciones Públicas de Seguros

A principios del siglo XX, el contacto entre las compañías de seguros y los asegurados era el agente de seguros. La tarea y desarrollo de las relaciones públicas del Sector estaba literalmente en sus manos, y la imagen pública de las entidades estaban influenciadas por los contactos que mantenían los productores.

El sector Seguros, paralelamente al avance tecnológico, creció vertiginosamente en la primera mitad del siglo XX y, a la vez, crecieron sus problemas. Esto llevó a la formación de asociaciones y oficinas, para hacer colectivamente lo que no se podía hacer a nivel individual: programas de comunicación y relaciones públicas.

Los aseguradores de Vida de los Estados Unidos, fueron los primeros que crearon una organización nacional de Relaciones Públicas del Seguro. El "Instituto de Seguros de Vida" - ILI, que se fundó en 1939. En 1956, se formó el "Instituto de Seguros de Salud", como complemento del ILI.

Entre los años 50 y 60, las compañías de Daños formaron varias organizaciones estatales y regionales de Relaciones Públicas.

Cuando el "Instituto de Seguros de Vida" (ILI), inició sus actividades, existían muchos conceptos para las relaciones públicas, pero no había un programa específico que las regiese.

En la primera reunión anual del I.L.I., Henry C. Flower Jr., dijo: "Desde el punto de vista de las relaciones públicas, pueden ustedes imaginar al público americano como a un jurado gigante. Un jurado sin ideas ni opinión, excepto aquellas cuyo alimento se les proporciona desde una fuente externa. El público no forma opiniones; más bien las absorbe. Las ideas se implantan en su mente por el influjo del medio ambiente: palabras, películas, televisión, radio, periódicos y revistas. En un todo este jurado tiene abierta la mente. Casi nunca condena a sabiendas al inocente o perdona al culpable. Es diferente en un aspecto al Jurado en los Tribunales de Justicia, donde la carga de la prueba está a cargo de la acusación. El demandado sólo necesita negar o presentar pruebas en contrario. Pero ante el Jurado de la opinión pública, para cualquier producto o institución de servicios, la declaración de inocencia no satisface al público. Este demandará pruebas positivas, pruebas de indudable valor, presentadas de forma inteligible.

La "Federación Interamericana de Empresas de Seguros" - FIDES, fundada en 1947, como "Conferencia Hemisférica" pronto sintió la necesidad de ocuparse de estos temas y creó en su seno la "Comisión de Divulgación e

Imagen", habiendo llevado a cabo numerosos trabajos en este sentido a nivel continental.

Las Relaciones Públicas del Seguro Europeo

Las relaciones públicas del Seguro dentro de Europa han sido, en general, bastante satisfactorias. Cada país las ha desarrollado de forma distinta, a nivel asociativo.

En Alemania, en 1949, se creó un departamento denominado Asociación General de Seguros y Servicio de Prensa, encontrándose este último inserto en la citada Asociación, cuya misión primordial era la difusión de información concerniente a aquellos temas comunes a varios ramos de seguro, tratando de un modo particular los relativos a la Asociación de Seguros de Cosas y Transportes, por cuanto ésta no disponía de un servicio de prensa propio.

En Austria, comenzó a funcionar en 1965 la denominada Sección de Relaciones Públicas, dependiente de la División de la Unión de Seguros de Austria, teniendo a su cargo todos los sectores del seguro austríaco.

En Bélgica, el 1 de enero de 1966, se creó por la Unión Profesional de las Empresas Aseguradoras, el Centro de Información del Seguro. Este Centro era completamente autónomo y disponía de un Consejo de Administración propio. Las actividades que realizaba iban destinadas a ayudar a todos los sectores del seguro belga en materia de relaciones públicas. En principio el C.I.A. llevaba todo el trabajo, pero al comenzar otras actividades, tales como realizar seminarios o jornadas de estudio, participar en emisoras de radio y televisión, recibir a los periodistas para facilitarles información, etc., se vió obligado a pedir ayuda a las organizaciones y compañías afiliadas a fin de disponer de mayores medios técnicos y de más personal.

En Dinamarca, con la denominación de Servicio de Información del Seguro (Forssikringsoplysnings), se creó en 1931 este organismo inserto en una de las ramas de la Asociación Danesa de Seguros. Las sociedades de seguros danesas tenían actividades colectivas de relaciones públicas, y llevaban todas las acciones en común, con el fin de reforzar y coordinar sus esfuerzos en el aspecto de la información interna y externa, y crearon este Servicio de Información dirigido, al principio y sobre todo, a la prensa y a la radio; en 1950, se extendieron sus actividades al campo de la enseñanza, y ya en 1960, se prolonga a todos los sectores del seguro y al público en general, así como al extranjero. En 1969, se funda la Oficina de Reclamaciones, cuyo principal objetivo es el de ayudar al asegurado a resolver los problemas relacionados con las pólizas de seguros y todas aquellas cuestiones que presenten alguna dificultad en relación con éste.

En 1972, la Oficina de Reclamaciones quedó integrada en el Servicio de

Información del Seguro, quien, asimismo, se hizo cargo de la revista profesional "Forsikring" la que, no obstante, siguió conservando su total independencia.

El seguro danés, no se olvidó de los consumidores y creó un Tribunal Especial en materia de seguros compuesto por personal de las compañías y los propios consumidores, por partes iguales, a fin de que cada uno pudiera defender sus derechos.

En Finlandia, el 6 de mayo de 1948 se creó el Centro de Información del Seguro Finandés, cuyas actividades iban dirigidas a todos los sectores del seguro existentes en el país con presupuesto propio y personal especializado para la misión encomendada, aunque, en algunos concretos, utilizando agencias de publicidad.

Ania, en Italia, creó su oficina de prensa en 1955 y la comisión de relaciones externas en 1979, y apoyó a INA en 1934 para la fundación de "Assicurazioni" para garantizar un mejor entendimiento en tema de seguros.

El CDIA (Centro de Documentación e Información del Seguro), creado en 1957, se ocupa en Francia de las relaciones públicas a nivel institucional, y aunque apoyado por la Federación Francesa de Entidades de Seguros, es una institución independiente. Se encarga de las cuestiones de información para todos los sectores que abarcan los seguros; tiene presupuesto propio, que está en función de los ingresos de las sociedades adheridas a la F.F.S.A.

Donde, quizá, hayan tenido más desarrollo las relaciones públicas del sector asegurador en Europa ha sido en Gran Bretaña, con la creación, en 1950, por la BIA (Asociación Británica de Entidades de Seguros) del "Public Relation Unit", que contaba con una red de oficinas extendidas por todo el país y por medio de las cuales mantenía relaciones con la prensa, radio y televisión.

El Servicio de Información estaba controlado por la Secretaría General de la BIA. Las decisiones de importancia se tomaban por el Comité de relaciones públicas, compuesto por los directores de las distintas sociedades de seguros. El Servicio contaba con un presupuesto propio, adaptado anualmente según las acciones a realizar.

El "Bureau Voolichting Levensversekering" (Oficina de Relaciones Públicas de Seguros de Vida) se fundó en 1949, por la Asociación Holandesa de Aseguradores de Vida, con el objetivo principal de transmitir una buena imagen de esta clase de sociedades a todos los grupos de la comunidad con presupuesto propio y, en casos particulares, encargaron al exterior la realización de algunas campañas, como la publicidad, siempre bajo la supervisión del Departamento de Relaciones Públicas.

La Asociación Noruega de Sociedades de Seguros, creó, en 1947, un

organismo denominado "Opplysrdningskontoret for Forsikring", destinado a ocuparse de todas las acciones de Relaciones Públicas, en la totalidad de los sectores relacionados con el seguro. Con presupuesto propio concedido por la Asamblea General de la Asociación de Sociedades de Seguros. Sus actividades principales consistían en la información general y de los mass-media, los contactos con las autoridades, los medios educativos, los conferenciantes, etc. También se ocupaba de confeccionar audiovisuales, películas, filmas y otros medios de difusión.

En 1929, se creó en Suecia el Servicio de Información de las Sociedades de Seguros y desde 1937, este Servicio pasó a ser un departamento especial de la Asociación Nacional de las Sociedades de Seguros. Su misión consistía en ocuparse de todas las relaciones públicas inherentes al seguro sueco. Con un presupuesto propio, dividido entre los diversos sectores que forman el Servicio de Información, de acuerdo siempre con los proyectos elaborados.

En 1962, con sede en Berna, se creó el organismo denominado Versicherungs Information, y en 1973, para la Suiza de lengua francesa e italiana, se estableció el denominado INFAS, con sede en Lausana. La función de ambos estaba dirigida a dar información al público sobre las sociedades de seguros privadas. Existían, además, dos oficinas de prensa: una, para los seguros de vida, y otra, para los accidentes.

En España, los aseguradores comprendieron hace tiempo, en la línea de sus colegas europeos, la necesidad de contar con un organismo especializado que se ocupase de la comunicación y las relaciones públicas del Seguro.

En Julio de 1967, se constituyó, en el seno del entonces Sindicato Nacional del Seguro, el "Centro Informativo del Seguro Español", abreviadamente "CISE".

Las funciones explícitas del CISE se establecieron así:

- a) Conseguir que la opinión pública esté debidamente informada sobre la Institución aseguradora, y su importancia en la vida de la colectividad.
- b) Informar a los aseguradores de las actitudes, deseos, ambientes y reacciones de la opinión pública ante el Seguro.

En su estructura se procuró desligar al CISE de toda clase de representación de intereses profesionales o de inquietudes publicitarias, para acentuar su objetividad: su misión se concretó, indiscutiblemente, en la de informar.

La labor desarrollada por el CISE se realizó, esencialmente en tres aspectos: relaciones con la prensa; colaboración con la Dirección General de Enseñanza Primaria y la colaboración con la Jefatura de Tráfico, en tareas de prevención de accidentes y formación de la prevención.

Con la desaparición del Sindicato nacional del Seguro, lo hizo también el CISE. En la actualidad y desde 1977 el Gabinete de Prensa de UNESPA se ocupa de la relación con los medios informativos, y la Agrupación de Seguros del Automóvil de las relaciones con las autoridades de tráfico.

Independientemente de la asociación de aseguradores, en 1986 se fundó el CIS "Centro Informativo del Seguro", que con idénticos objetivos de su antecesor, se diferencia fundamentalmente en su financiación, que al no recibir subvención alguna, se basa en acciones de tipo comercial. CIS es coorganizador del "I Encuentro Mundial de Seguros" con UNESPA, existiendo entre ambas instituciones una estrecha colaboración.

V.- ACCIONES DEL SEGURO HACIA LOS CONSUMIDORES

La expresión "política del consumo", engloba todas las medidas organizadas que han sido definidas para reforzar la posición de los asegurados frente a las compañías de seguros. Este punto de vista constituye, quizá, una innovación en el campo del seguro. En las relaciones contractuales, el consumidor (es decir, el titular de la póliza y/o el asegurado) es, en la mayoría de los casos, la parte más débil, frente a una compañía que es rica y que se encuentra bien organizada. Por añadidura, esta es la razón por la que las actividades de las compañías de seguros han sido reguladas por la legislación.

En consecuencia, de acuerdo con la ley, las compañías de seguros de la mayoría de los países son objeto, desde hace mucho tiempo, por parte de las autoridades gubernamentales, de una vigilancia que está destinada, en primer lugar, a lograr que las entidades se encuentren, económicamente, en condiciones de hacer frente a sus compromisos. Por otra parte, se han puesto en vigor disposiciones legales tendentes a reglamentar las relaciones contractuales entre compañías y consumidores de seguros. El conjunto de éstas, tiene por objeto la protección del consumidor y, algunas, se han convertido en obligatorias por medio de tales disposiciones.

En muchos países, la protección de los consumidores engloba, igualmente, por parte de las autoridades de control, de la fijación de primas y de la redacción de las condiciones del seguro.

Dentro de este contexto es como hay que contemplar la demanda de una mayor protección para el consumidor. La legislación, en el aspecto de los consumidores, tiende a asegurar que la comercialización de productos se haga de tal forma, que los consumidores reciban asesoramiento, y no una información que les confunda; tengan posibilidad de presentar reclamaciones si piensan que las compañías han atropellado sus derechos. La meta de un movimiento organizado de consumidores es la de asegurar que el consumidor individual no esté solo, sino que cuenta con el apoyo de una organización, con el fin de hacer que los consumidores sean más conscientes de su situación en cuanto a tales, y para urgir que se les dé una mejor información respecto a los productos y los servicios.

La "ola del consumidor" ha invadido a todos los países occidentales en los últimos años, aún cuando existe una considerable diferencia, como la que existe entre país y país, es posible, sin embargo, discernir un cierto número de pautas de rápido desarrollo.

Las Relaciones de los Consumidores en los Países miembros del CEA

Durante los últimos años, la mayor parte de las asociaciones de compañías de seguros de los países miembros del Comité Europeo de Seguros, y sus servicios de información, se han esforzado por desarrollar y mejorar sus relaciones con los consumidores, tanto en el nivel oficial como en el plano oficioso.

Mientras que en algunos países existe la posibilidad de la influencia de los consumidores, incluso antes de la redacción de las pólizas, en otros se da al consumidor descontento la utilización de un marco jurídico que les permita hacer valer sus derechos.

En Noruega, la Oficina de Seguros de los Consumidores se creó en 1971, en virtud de un acuerdo establecido entre la Asociación de las Compañías de Seguros Noruegas y el Consejo de los Consumidores. La oficina desempeña también el papel de Secretariado del Servicio de Reclamaciones de Seguros, compuesto, a partes iguales, por representantes de los consumidores y del seguro. La mayor parte de las reclamaciones se examinan por la Oficina de Seguros de los Consumidores y, algunas de ellas, se someten a examen del Servicio de Reclamaciones del Seguro.

Finlandia cuenta, desde 1971, con una Oficina y un Servicio. La Oficina examina muchas reclamaciones por año, pero son muy pocas las que se someten al dictamen del Servicio.

En Suecia, las grandes compañías de seguros disponen de su propio servicio de reclamaciones. En este país, existen, además, dos oficinas de reclamaciones propias del sector, en las que los consumidores no están representados. Hay también un servicio de reclamaciones en la administración nacional del consumo, para asuntos relacionados con el seguro. Este servicio está compuesto por representantes de los aseguradores, de los consumidores y un presidente independiente.

A partir de 1969, Dinamarca cuenta con una oficina de reclamaciones en conexión con el Servicio de Información de las compañías de seguros. Los consumidores no están representados. A lo largo de un año, este servicio examina miles de contratos y lleva a cabo un gran número de encuestas. Por la Asociación de Automovilistas y por algunas compañías conjuntamente, se creó un Servicio especial de reclamaciones, que ha examinado, desde el año 1972, todas las reclamaciones formuladas en el campo del seguro de automóviles. En aplicación de una nueva legislación sobre la defensa de los consumidores, se creó un servicio especial de reclamaciones. Los consumidores y las compañías de seguros están representados en este servicio, bajo la presidencia de un juez. Las decisiones del servicio son de obligado cumplimiento para las compañías de seguros.

En Holanda, las compañías de seguros de Vida disponen, a partir de 1971, de un "Ombudsman", investido de poderes amplios para poder estudiar las reclamaciones formuladas por los clientes descontentos. El "Ombudsman"

puede hacer hincapié sobre la necesidad de modificar las condiciones de los contratos de seguros.

En Suiza, las compañías de seguros privadas crearon un "Ombudsman" del seguro. Es misión del "Ombudsman" aportar a las compañías de seguros los datos sobre la experiencia que se haya obtenido en cuanto a las dificultades que tiene el público con el seguro.

En Italia recientemente se ha creado el "Observatorio Social de Seguros" cuyos miembros vienen de 25 organizaciones dedicadas a asuntos relacionados con los servicios de seguro, y está destinado a garantizar un intercambio constante entre sus componentes, para encontrar soluciones satisfactorias.

En Gran Bretaña, las asociaciones de aseguradores reciben reclamaciones de los clientes descontentos.

La mayor parte de los países subrayan la importancia que tiene, para el desarrollo del seguro y para la mejora del servicio, la creación de los servicios de reclamaciones.

VI.- CONCLUSIONES

La imagen del seguro, está directamente conectada con la compleja relación entre asegurados y aseguradores. Por su parte el Estado, ha intervenido para regular el control de la actividad y evitar estos problemas ancestrales, que se han perfeccionado con el paso del tiempo.

El seguro necesita de la simpatía y confianza del público, sin embargo éste por desconocimiento o mala información recela de las aseguradoras. La historia del Seguro está marcada por el perfeccionamiento de las bases legales y financieras tendentes a garantizar a los aseguradores frente al fraude, y a los asegurados de la solvencia de las entidades de seguros, como reglas de juego fundamentales.

La consolidación del seguro se efectúa a finales del siglo XIX y principios del XX, donde comienza a darse importancia a los aspectos comerciales de la gestión empresarial y surge la labor divulgativa de los aseguradores.

La prensa especializada de seguros es pionera en esta materia a partir de la segunda mitad del siglo XIX, cuando nacieron algunas publicaciones que han llegado a nuestros días como "The Review", "L'Argus", "Assicurazione" y "Actualidad Aseguradora", que muy pronto se agruparon en asociaciones continentales como PIA y AIPRESS.

En un principio el único contacto de las aseguradoras con sus clientes era el agente de seguros.

Estados Unidos, fue pionero en la creación de una organización nacional de Relaciones Públicas del Seguro, al fundar en 1939 el "Instituto de Seguros de Vida" - ILL.

FIDES se ha ocupado de este tema como uno de los preferentes desde su fundación.

Las relaciones públicas del Seguro Europeo han sido en general a nivel corporativo bastante eficaces, y pilotadas por las asociaciones integradas en el "Comité Europeo de Seguros".

La "ola del consumidor" ha invadido a todos los países occidentales en los últimos años, en los que la mayor parte de los países europeos, y sus servicios de información, se han esforzado por desarrollar y mejorar su relaciones con los consumidores.

No obstante, el tiempo pasado, y la labor de perfeccionamiento jurídico y económico llevada a cabo a través de los siglos y, más reciente, los

movimientos para mejorar la comunicación por parte de las asociaciones de aseguradores y consumidores, ésta sigue siendo complicada.

Ante movimientos de carácter internacional de desregulación en el campo financiero, la Institución Aseguradora debe reforzar su imagen específica como ente de previsión, independientemente de las características financieras que conlleva su industria.

Es fundamental que, a nivel mundial, se coopere para que estas relaciones sean lo más fluidas posible y la imagen del Seguro ocupe el lugar que en justicia le corresponde.

Esta tarea es responsabilidad de todos cuantos trabajan en el campo del Seguro, aseguradores, reaseguradores, agentes, corredores, peritos, juristas, economistas, actuarios, técnicos, gerentes de riesgo, periodistas especializados, técnicos en prevención, etc.

Las próximas ediciones de estos "Encuentros" serán sin duda pasos importantes en la consecución de este objetivo.

VII.- BIBLIOGRAFIA

- **Il contratto di assicurazione nel medioevo. Enrico Bensa.**
- **Historia Económica. Jean Imbert.**
- **Tractatus de assecurationibus et sponsionibus. Pedro Santerna Lusitano.**
- **El Código de Seguros Marítimos, según las costumbres de Amberes. Charles Verlinden.**
- **Esquema de una historia del seguro. Julio Gratton.**
- **Les assurances en Suisse et dans le monde leur rôle dans l'évolution économique et sociale. Jean Halperin.**
- **Tratado de Seguros. Manes.**
- **Trattato del Diritto delle Assicurazioni Privati. Antigono Donati.**
- **Historia del Seguro Español. 3 volúmenes. Manuel Maestro**
- **La Prensa de Seguros y la divulgación e imagen del Seguro. AIPRES.**
- **Las Relaciones Públicas del Seguro. Rogelio T. Avalis.**
- **El ombudsman. Donald C. Parvat.**
- **El Seguro ante el público. CAPA y CDIA.**
- **El Seguro Privado en nuestro mundo cambiante. CIESI.**
- **El Seguro Privado. Sus actividades y funciones en la vida moderna. Comité Europeo de Seguros.**
- **El seguro mañana. René Dessal.**
- **Las Relaciones Públicas en la actividad aseguradora privada. Amadeo Enrique Dieguez.**
- **Las entidades aseguradoras y la valoración de su imagen. Anne Hélène Douxumi.**
- **Proyectando la imagen de la empresa ante el público. Juan Fernández Layos.**
- **Informes del Grupo de Trabajo de Relaciones Públicas del "Comité Europeo**

de Seguros".

- **Relaciones Públicas de la Industria del Seguro en USA. International Insurance Advisory Council.**
- **Relaciones de la industria aseguradora con las fuerzas sociales. Félix Mansilla.**
- **Subponencia de Seguros. III Plan de Desarrollo Económico y Social.**
- **Comunicación y Seguro. Manuel Maestro.**