

# El futuro de Defensa Jurídica está en los seguros ESPECÍFICOS O 'AD HOC'

Julio Fernández, responsable del canal Corredurías y Grandes Cuentas de [Divina Pastora Seguros](#)

Al cierre del segundo trimestre de 2015, el ramo de Defensa Jurídica creció un 5,68% en términos interanuales, según ICEA. Una tendencia que Julio Fernández, responsable del canal de Corredurías y Grandes Cuentas de Divina Pastora, dice que “la fijarán las compañías en relación a su capacidad productiva de seguros específicos o *ad hoc*”. De hecho, Fernández señala que “el colectivo de autónomos, pymes y comercios tiene un gran recorrido en su contratación. Por eso, pretendemos trabajar activamente junto con los mediadores con el fin de diseñar productos que satisfagan las necesidades de cada uno de ellos e intensificar la comunicación o presentación de los mismos”.



**El ramo de Defensa Jurídica lleva unos años de expansión. Parece que cada vez es más conocido...**

En el presente ejercicio el ramo de Defensa Jurídica sigue con su tendencia de crecimiento, porque en el mercado hay un mayor conocimiento de él. Se es consciente de que su precio es minúsculo, en comparación con todas las coberturas que ofrece. Al mismo tiempo, no cabe duda de que en los momentos de crisis por los que hemos atravesado, cobra mayor énfasis la reclamación judicial para el ejercicio de nuestros derechos y evitar que estos nos sean conculcados. Por lo tanto, se valora de manera significativa el acceso a un abogado.

Es preciso puntualizar que, tanto las personas físicas como las jurídicas, en numerosas ocasiones tienen problemas administrativos, judiciales o simplemente una reclamación. El seguro de Defensa Jurídica está diseñado para proteger al asegurado ante posibles juicios, querellas, pleitos, reclamaciones y otro tipo de problemas que puedan surgir.

**“Se ha notado un cambio importante en la demanda por parte del consumidor, incrementándose de manera considerable la contratación de pólizas individuales o específicas”**

**¿Qué potencial de crecimiento tiene en un futuro próximo?**

Los datos señalan que Defensa Jurídica es un ramo que todavía tiene importantes posibilidades de crecimiento en la sociedad española. Según datos publicados por ICEA, su facturación al cierre del segundo trimestre de 2015, creció un 5,68% en términos interanuales. La tendencia de crecimiento del ramo la fijarán las compañías en relación a su capacidad productiva de seguros específicos o *ad hoc*.

**Aunque los seguros de Defensa Jurídica comenzaron a conocerse, sobre todo, por la cobertura en el ámbito familiar, desde hace unos años se está produciendo un importante repunte en el colectivo de las pymes, comercios y autónomos. ¿Qué**

## Divina Pastora espera que su posicionamiento a través del canal de corredores aumente significativamente en los próximos dos años

“Los corredores son auténticos especialistas en la venta de seguros” afirma Julio Fernández, responsable del canal Corredurías y Grandes Cuentas de Divina Pastora Seguros. Por eso, “contar con el atractivo que les pueda suponer un producto o cobertura es un primer paso hacia el éxito del mismo. Esperamos, que nuestro posicionamiento a través del canal de corredores aumente de forma significativa en

los próximos dos años. Sin duda, contaremos con su aportación en relación a la demanda de coberturas por parte del mercado”, indica Fernández.

Divina Pastora Seguros pide a los corredores que distribuyan este seguro, que lo conozcan y valoren porque precisa de un asesoramiento integral para comprender el producto y seleccionar el que mejor se adapta a las necesidades del cliente. La distribución del

seguro se centra en tres pilares básicos: conocimiento, involucración y resultados.

Por eso, desde la entidad se insiste en aportar un pleno conocimiento del producto con el fin de que tenga absoluta seguridad a la hora de comercializar “uno de los mejores seguros del mercado, no solo en relación calidad/precio, sino en el servicio que ofrecemos a nuestros clientes”, sentencia Julio Fernández.

### capacidad de crecimiento tiene este ramo en las empresas?

Hoy en día, la modalidad de Protección Jurídica Familiar sigue siendo la base del ramo de Defensa Jurídica. No obstante, se ha percibido cierto florecimiento en las modalidades dirigidas a dar protección a colectivos como los autónomos, comercios y pymes, ya que los mismos demandan cada vez más protección y defensa ante cualquier eventualidad que les pueda surgir en el desarrollo de su actividad profesional. A esto hay que añadir el crecimiento que ha experimentado el comercio digital o E-Commerce en estos colectivos, por lo que demanda cierto nivel de protección jurídica ante cualquier circunstancia que pueda provocarse a raíz de las transacciones electrónicas. Precisamente, dado que entendemos el potencial crecimiento de estos colectivos, desde

**“La esencia del seguro es la protección ante la posible ocurrencia del siniestro, y no la obtención de rentabilidad a la prima satisfecha”**

Divina Pastora, hemos lanzado en el presente ejercicio el canal de Distribución de Corredurías y Grandes Cuentas, con el fin de prestar asesoramiento, servicio y coberturas adaptadas a cubrir las necesidades de cada uno de estos colectivos.

### Se habla del desconocimiento de las microempresas de los servicios que ofrece este tipo de seguros. ¿En qué medida es un producto necesario para ellas?

Cada vez las exigencias legales son mayores y más variadas, así como la problemática que pueden surgir en la actividad diaria, y esto es especialmente importante en el ámbito de la microempresa, al no alcanzar la defensa de sus intereses de manera eficiente. Con la cobertura de un seguro de Defensa Jurídica tienen la tran-

quilidad de un asesoramiento y defensa jurídica efectiva, evitando desde un primer momento la generación de problemas ajenos a su actividad real de negocio.

### **¿Cómo valora el hecho de que Defensa Jurídica se venda junto con otros seguros? ¿En qué le beneficia y en qué perjudica?**

Es lógica la venta conjunta si el seguro pretende dar una amplia cobertura al particular. Además, al tratarse de una inclusión o garantía complementaria dentro de otros ramos, ni la prima ni la siniestralidad son las mismas que en una suscripción individual o voluntaria, siendo de gran trascendencia, ya que corremos el riesgo de que se convierta en una contratación para la utilización inmediata de los servicios. El perjuicio de estas ventas conjuntas son el reverso de lo expuesto, pues no se tiene muchas veces la conciencia plena de las coberturas incluidas, y el asegurado está pagando una sobre prima en el seguro, sin conocerlo, o, en otros casos tiene contratada la cobertura por duplicado.

Ahora bien, se ha notado un cambio importante en la demanda por parte del consumidor, incrementándose de manera considerable la contratación de pólizas individuales o específicas. En los colectivos a los que anteriormente hacíamos referencia, hay que tener en cuenta que este tipo de pólizas ofrecen ciertos servicios o coberturas de índoles legal, fiscal, etc. que podrían externalizar y reducir considerablemente el gasto de gestión interna.

### **¿Qué modalidad de Defensa Jurídica está teniendo un mejor desarrollo?**

Continúa siendo la vinculada al ámbito familiar, pero en una línea diferente a la tradicional. La defensa del cliente frente a la

**“El crecimiento que ha experimentado el comercio digital demanda cierto nivel de protección jurídica ante cualquier circunstancia que pueda provocarse a raíz de las transacciones electrónicas”**

problema tiene un gran recorrido con grandes necesidades en este aspecto. Por eso, pretendemos trabajar activamente junto con los mediadores con el fin de diseñar productos que satisfagan las necesidades de cada uno de ellos e intensificar la comunicación o presentación de los mismos.

### **Hay aseguradores que están comercializando microseguros en este ramo para cubrir una necesidad puntual...**

Entiendo que ha sido necesario para el desarrollo del ramo. En el fondo, lo que se ha producido es una tendencia a la simplificación del producto con un doble objetivo: Por una parte, generar una palanca de venta al cliente, demostrándole la necesidad de su adquisición; y por otra, facilitar la gestión del producto y control de su rentabilidad.

### **¿Cómo va a influir la supresión de las tasas judiciales a las pymes en la contratación de este seguro porque hasta ahora la prima era más o menos lo que costaban las tasas judiciales y era un buen argumento de venta?**

problemática de ciberacoso, abuso de las suministradoras o problemática referente al consumo, así como la desprotección frente a las prácticas bancarias consideradas como abusivas son la línea preferencial. Al final, se trata de dotar a la parte más débil de la posibilidad de defensa frente a las grandes entidades.

No obstante, en Divina Pastora pensamos que el colectivo de autónomos, pymes y comercios





“Este año hemos lanzado el canal de Distribución de Corredurías y Grandes Cuentas, con el fin de prestar asesoramiento, servicio y coberturas adaptadas a las necesidades de cada uno de los colectivos”

Va a obligar a volver a la esencia del contenido de este seguro para buscar argumentos de venta. Personalmente, considero un error basar la venta de un seguro en la obtención de rentabilidad por el cliente, y al final es lo que sucede si compensamos la prima con el importe hipotético de unas tasas judiciales. La esencia del seguro es la protección ante la posible ocurrencia del siniestro, y no la obtención de rentabilidad a la prima satisfecha.

**¿Qué importancia tiene el negocio de Defensa Jurídica para**

**Divina Pastora?**

Supone completar el catálogo de oferta para los clientes, con el fin de dar cobertura integral, con un seguro situado entre los mejores del mercado en cuanto a coberturas y con un precio altamente competitivo. En el seguro de Hogar se incluye una cobertura

de defensa jurídica importantísima, aunque, claro está, no al nivel del seguro específico.

**¿Divina Pastora Seguros tiene previsto sacar algún nuevo producto de Defensa Jurídica próximamente?**

El planteamiento de Divina Pastora Seguros en este ramo es que la Defensa Jurídica complemente el resto de productos.

**¿Cuál es el papel de los corredores en la venta de seguros de Defensa Jurídica?**

Hoy por hoy, ateniéndonos a los datos oficiales de ventas en el sector, este canal apenas alcanza el 10% en número de pólizas, y sobre el 15% en primas en el ramo. Son seguros difíciles de resumir y, por tanto, exigen una especialización y utilización de un tiempo para su venta del que frecuentemente no se dispone. Por otro lado, no es un ramo de régimen obligatorio ni el más demandado a la hora de dar cobertura a los riesgos principales.

**Algunos corredores reclaman más inversión en Marketing y que las aseguradoras proporcionen documentación donde haya ejemplos de casos concretos, para que el cliente final lo entienda, que se vaya más allá del condicionado general...**

Se trata de facilitar la explicación y comprensión del seguro. La explicación de garantías y exclusiones de coberturas es muy trabajosa, y los casos concretos proporcionan “palancas” de venta a los corredores que facilitan la generación de necesidad del producto al cliente. En general, los corredores conoce bien el producto, aunque es preciso puntualizar que para obtener la máxima eficacia en la comercialización, debemos tener seguridad a la hora de ofrecerlo y para ello es necesario conocimiento pleno del producto.

CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA