Según el estudio 'Lenguaje Claro' impulsado por DKV Seguros y la Unión de Consumidores

EL 42% DE LOS ANDALUCES SEÑALA LA LETRA PEQUEÑA COMO EL MOTIVO MÁS COMPLICADO A LA HORA DE CONTRATAR UN SEGURO

- **El 19% afirma no leer las cláusulas del seguro antes de firmar, aunque el 30% reconoce que el lenguaje asegurador ha mejorado en claridad en los últimos años.**
- **DKV Seguros, los mediadores de seguros y la Unión de Consumidores impulsan la segunda edición del Estudio "Lenguaje Claro" para mejorar la transparencia del sector asegurador y la comunicación con los clientes.**

La letra pequeña y el lenguaje demasiado técnico siguen siendo los aspectos que más dificultan a los consumidores la contratación de un seguro. Ésta es una de las conclusiones que se desprende del estudio que ha realizado DKV Seguros y la Unión de Consumidores dentro de su programa "Lenguaje Claro" entre más de 3.000 consumidores de toda España. Una iniciativa que se emprendió por primera vez hace casi 10 años y que ahora ha vuelto a analizar la percepción de la población hacia el sector asegurador. Y aunque se ha mejorado respecto al anterior estudio, los resultados obtenidos en esta segunda edición reflejan que aún queda trabajo por hacer.

El 42% de los andaluces encuestados señala la letra pequeña como el motivo más complicado a la hora de contratar un seguro seguido del lenguaje complejo (30%). Así, la complejidad que supone para muchas personas este proceso hace que un 69,9 % dice necesitar consultar con alguien antes de firmar un seguro, mientras por otro lado existe un 19% que reconoce no leerse las cláusulas.

Un 80% de andaluces aseguran tener un seguro contratado. Entre ellos los más frecuentes son los de automóvil, vida y hogar. A la hora de contratar un seguro los factores que aseguran han sido más decisivos para ellos son el precio, seguido de la cobertura.

Según el estudio, los consumidores están percibiendo cambios en el sector asegurador para facilitar su comprensión, tal y como reconocen el 30% de los andaluces, quiénes afirman haber notado una evolución en el lenguaje hacia una expresión más comprensible en los últimos

años.

POR UN LENGUAJE MÁS CLARO Y TRANSPARENTE

Los resultados del Estudio Lenguaje Claro se han empleado para poner en marcha diversas iniciativas que impulsa DKV Seguros con la colaboración del Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros y la Unión de Consumidores para que los usuarios conozcan mejor el lenguaje y la terminología empleada en el sector asegurador y, así, facilitarles la tarea a la hora de contratar un seguro. Además se han editado diversas materiales con el objetivo de ayudarles y guiarles en el proceso de contratación de una póliza, para que pueda conocer sus derechos y obligaciones.

A partir de las conclusiones de este último estudio realizado en 2010, la compañía también ha elaborado un decálogo sobre el lenguaje claro escrito por el periodista Baltasar Magro y se ha redactado un documento de recomendaciones para los mediadores de seguros revisado por el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros. Siguiendo todas las sugerencias recogidas, DKV Seguros ha revisado todas sus pólizas para que cumplan con los principios de transparencia y claridad.

En línea con este compromiso, todas las personas que contraten un seguro médico con DKV Seguros recibirán una nota informativa previa informándoles que el contrato cumple con las normas de la Guía de Transparencia y Claridad en el Seguro de Salud de UNESPA, a la cual está adherida la compañía aseguradora.

Estas normas serán remitidas a todas las aseguradoras que forman parte del Centro de Negocios del Seguro del Consejo General para que valoren su adhesión al proyecto y su aplicación. Este documento es el primero de una serie de Guías que constituirán la base del Pacto Ético del Seguro, que impulsan el Consejo General y 14 aseguradoras. Esta primera Guía, elaborada por iniciativa de DKV, pretende abrir el camino a otras iniciativas que mejoren las relaciones entre todos los actores del mercado asegurador.

En el año 2002 DKV Seguros y la Unión de Consumidores ya impulsaron el programa Lenguaje Claro. Ahora, casi diez años después se ha iniciado una segunda fase de esta iniciativa para comprobar qué cambios se han producido en el sector y que aspectos se han de mejorar aún.

Como consecuencia de aquel estudio, en los últimos años DKV Seguros ha establecido diferentes medidas para hacer el lenguaje de los contratos más claro y comprensible. Las pólizas tienen un nuevo formato que contribuye a un mejor entendimiento, el tamaño de letra es mayor, se han sustituido aquellas expresiones demasiado técnicas por otras más claras, en todos los condicionados se ha incluido un resumen de garantías y de coberturas, que incluye también un listado de las preguntas más frecuentes. Además, todos los contratos están revisados por la Unión de Consumidores.