

Más transparencia en la contratación de seguros

España ha sufrido la mayor crisis financiera en su historia conocida. El desencadenante, o más propiamente la primera manifestación reconocida de esta crisis, se produjo en septiembre de 2008 con la quiebra del banco de inversión Lehman Brothers. La implantación en España de esta entidad financiera, ni mucho menos tan generalizada como la tradicional banca comercial, provocó sin embargo que miles de afectados perdieran sus ahorros y se vieran invitados a participar en un poco esperanzador procedimiento concursal que se tramitaría en Holanda.

Tras la representativa caída de Lehman Brothers ya nadie tuvo reparos en hablar abiertamente de crisis, y más concretamente de **crisis financiera**. Pero mientras las instituciones públicas españolas llamaban a la tranquilidad apelando a la solvencia de los bancos españoles, el tiempo puso de manifiesto que **una excesiva confianza en el sector inmobiliario no sostenía la fiabilidad** que tanto se predicaba: en efecto, se utilizaron más de 40.000 millones de euros de rescate financiero para evitar la caída de determinados bancos españoles y, con éstos, de los depósitos de los ciudadanos y clientes y, tras éstos, el Fondo de Garantía de Depósitos español, que como sabemos cubre hasta 100.000 euros por depositante y entidad.

Sin embargo, lo cierto es que si la crisis financiera azotó singularmente al sector bancario, también lo es que **el sector asegurador prácticamente no ha visto alterada su rutina**. Quizá la posible merma de ingresos causada por la recesión económica (menor facturación en concepto de primas de seguro) se vio compensada por una **mayor cautela** propia de la situación de crisis, que implicó a su vez una caída de los gastos por menor siniestralidad. Sin embargo, la Unión Europea no ha perdido la oportunidad para aprovechar e incrementar también la **transparencia en la comercialización de seguros**, para evitar que este sector pueda también verse afectado. Y es que, aunque no se haya producido la quiebra de ninguna gran aseguradora, existe mucho que mejorar: desde los seguros innecesarios (por ejemplo, los que se ofrecen para atender averías cuando existe una garantía legal mínima irrenunciable)

hasta los que son imposiciones al consumidor (más que habituales en la contratación bancaria, cuando se obliga al consumidor a acompañar el préstamo hipotecario de un seguro de hogar, otro de vida, uno de desempleo, etc.). Una de las herramientas para incrementar la transparencia en la comercialización de los contratos de seguros es la Directiva (UE) 2016/97 del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de enero de 2016 sobre la distribución de seguros, que debió ser incorporada en nuestro ordenamiento a más tardar el 23 de febrero de 2018; y como suele ser habitual, la política española es incapaz de seguirle el ritmo a las normas de protección de los consumidores: no es sólo que la ley nacional aún no haya sido votada, es que entró en el Congreso en mayo de 2018, tres meses después de cuando debió ser aprobada. **Cuando tengamos esta ley los consumidores, al buscar o contratar nuestros seguros, nos tendremos que familiarizar con nueva documentación informativa**, y el protagonista será el Documento de Información sobre Productos de Seguro (regulado en el Reglamento de Ejecución 2017/1469 de 11 de agosto de 2017 por el que se establece un formato de presentación normalizado para el documento de información sobre productos de seguro), que aunque aún no sea obligatorio algunas compañías aseguradoras ya se están anticipando y utilizando este formato para facilitar la información a su clientela.

Por ello y en lo sucesivo, **antes de contratar un préstamo fíjese y exija ese Documento de Información de Seguro**, debe expresarse en un lenguaje sencillo, que facilite al cliente la comprensión de su contenido, y se centrará en la información esencial que el cliente necesita para tomar una decisión con conocimiento de causa. En palabras del Reglamento, «evitará la jerga especializada». Sin embargo ya ha empezado mal: no solo por el retraso que acumulamos sino por llamarlo «Producto de Seguro»; los seguros no son productos, son servicios, y el cliente no debe verlos como algo tangible. Esperemos, en fin, que exista una supervisión efectiva de los organismos de inspección se consiga un incremento de la protección del consumidor.