

# Los gastos de adquisición del **MEDIADOR**



**José Luis Maestro**  
*Inspector de Seguros del Estado (excedente) y Socio-Director de la consultora IDEAS, S.A.*

Entre las modificaciones previstas en el Proyecto de Ley de Economía Sostenible en relación con la Ley de Mediación, además de las relativas a la actividad de los auxiliares externos de los mediadores de seguros, o al nuevo régimen jurídico de las agencias de suscripción, había una de gran calado, como era la referente a la obligación del mediador de informar al tomador, antes de la conclusión de un contrato de seguro, sobre los costes de adquisición inherentes al mismo. Bien es verdad que este deber de información sólo era exigible a petición del cliente; pero, como, en todo caso, sería necesario advertirle de su derecho a solicitar esa información, lo previsible era que, en multitud de ocasiones, el mediador se viera obligado a proporcionársela.

La oportunidad de esta exigencia resultaba discutible, por cuanto, por un lado, suponría una discriminación respecto de lo que ocurre en numerosos sectores de la economía, y, por otro, obliga a preguntarse hasta qué punto la información en cuestión resulta útil para el potencial tomador. Puede que en determinadas modalidades de Seguro de Vida el tomador se halle interesado en conocer ese dato, a efectos de calcular la rentabilidad del producto que se le ofrece; pero es dudoso que ocurra lo mismo en los seguros distintos del de Vida. Además, lo más probable es que al tomador lo que de verdad le interese sea el importe total de la prima que tiene que pagar, y no la descomposición de esa prima en sus distintos componentes.

Pero es que, además, el cumplimiento de ese deber por parte del mediador tropieza con importantes inconvenientes desde el punto de vista técnico; al menos, tal como estaba redactado el proyecto de norma legal, ya que la información que el mediador se hallaba obligado a facilitar se refiere a la parte de prima correspondiente a los costes de adquisición. En efecto, a falta de una definición de qué se entiende por costes de adquisición, el concepto más aproximado es el gastos de adquisición, y el componente de la prima correspondiente a tales gastos es uno de los recargos que integran la prima comercial o de tarifa, y se detalla en las bases técnicas de la entidad aseguradora: es el que el artículo 76 del Reglamento de Seguros denomina recargo para gastos de adquisición, que, por tratarse de un concepto interno a la prima, es, en principio, desconocido para el mediador, por lo que difícilmente podrá dárselo a conocer al cliente potencial, a no ser con la colaboración de la entidad aseguradora; y, en todo caso, esa información sería a nivel de producto, pero nunca póliza a póliza.

Por otra parte, el concepto de gastos de adquisición es un concepto de índole contable, que surge de la reclasificación de gastos por destino que establece el Plan de Contabilidad de las Entidades Aseguradoras. Inicialmente, como el propio Plan dispone, los gastos de la entidad aseguradora se clasifican por naturaleza (sueldos, comisiones, publicidad, etc.), y luego es la aseguradora quien los reclasifica en razón del destino a que se hallen adscritos; de modo que si la función para la que, en úl-

timo término, se incurre en tales gastos es la de adquisición de pólizas, se reclasificarán como gastos de adquisición. Así, un sueldo de un comercial puede ser reclasificado como gasto de adquisición, y esta circunstancia se tendrá en cuenta por la entidad al elaborar sus bases técnicas y calcular el correspondiente recargo que, junto a la prima de riesgo y al recargo para gastos de administración, conforma la prima de tarifa. De manera que bien puede suceder que dos entidades diferentes tengan el mismo o similar porcentaje de gastos de adquisición sobre primas comerciales, y en una de ellas dicho porcentaje corresponda, fundamentalmente, a comisiones, mientras que en la otra se deba a otro tipo de gastos, también clasificables como de adquisición. Pero, lógicamente, esto no lo sabe el mediador, y no parece que sea algo que importe demasiado al cliente: al menos, no como para dar lugar al nacimiento de una obligación legal a cargo del mediador.

Finalmente parece que se ha impuesto el buen sentido, y el Anteproyecto ha sido modificado, en el sentido de suprimir esa obligación, que ni respondía a una demanda de los consumidores ni era de fácil cumplimiento para los mediadores. Bienvenida sea la rectificación a una iniciativa que nunca debiera haberse planteado.