

**CULTURA ASEGURADORA EN COLOMBIA**

**MAGDA CORRADINE ESTRADA  
MARIA FERNANDA CARRILLO ORTEGA**

**DOCENTE: LUZ MERY GUEVARA**



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN MERCADEO DE SERVICIOS**

**BOGOTÁ D.C.**

**MARZO 2013**

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	1
RESEÑA DEL MERCADO DE LOS SEGUROS COLOMBIA.....	4
¿QUÈ ES EL SEGURO, PARA QUÈ SIRVE, CUAL ES SU IMPORTANCIA?.....	8
CULTURA ASEGURADORA Y RELACIÓN COSTO BENEFICIO.....	10
OFERTA Y DEMANDA DE LOS SEGUROS.....	15
REFERENCIAS.....	21

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Número de pólizas expedidas por tipo de vehículo.....	12
Tabla 2. Comportamiento en millones de pesos corrientes.....	16

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica No. 1 Acumulado enero - diciembre año 2011 vs 2012.....	15
Gráfica No. 2 Primas y siniestralidad, personas años 2012 vs 2013.....	17

## INTRODUCCIÓN

Históricamente, el ser humano, sus costumbres sociales y creencias han avanzado; el desconocimiento del futuro y consecuentemente, de los acontecimientos venideros, ha marcado la visión que tiene el hombre del mundo. Este, desarrolla una serie de actividades que están expuestas al peligro o eventualidades que pueden tener graves consecuencias en el diario vivir, por lo tanto, se deben buscar medios que protejan la integridad y los posibles sucesos que ocurran, permitiendo que la industria aseguradora desempeñe un rol significativo en la prevención y transferencia de los riesgos.

Sin duda alguna se hace notar en gran medida la importancia de los seguros, ya que tendrán gran acción dentro de los eventos desafortunados al suplir las necesidades económicas para atender los diferentes gastos de reparación. La industria aseguradora en Colombia orienta sus esfuerzos a defender y respaldar los intereses legítimos de los consumidores; siendo uno de los sectores más importantes del área de servicios que contribuye al fortalecimiento y desarrollo económico del país, el aumento de la calidad de vida y de los niveles de prosperidad de la población.

Cabe señalar que la industria aseguradora está conformada por diferentes compañías que operan en todo el país, entre las que tenemos: ACE Seguros S.A, BBVA seguros, Grupos Empresarial Bolívar, QBE Central De Seguros S.A, Seguros Colpatría S.A, Aseguradora Colseguros S.A, Mapfre Crediseguro S.A, Equidad Seguros Generales Organismo Cooperativo, Seguros del Estado S.A, Liberty Seguros S.A, Mapfre Seguros Generales de Colombia S.A, La Previsora S.A. Compañía de Seguros, Compañía Suramericana de Seguros, entre otras, sus principales actividades están enfocadas en: Seguros de daños, seguros de vida, y seguridad social.

Los seguros de daños comprenden seguros de automóviles, crédito, cumplimiento, incendio y lucro cesante, ingeniería, manejo, responsabilidad civil, SOAT, terremoto y transporte. Los seguros de vida se enfocan básicamente hacia vida grupo y colectivo, accidentes personales, educativo, exequiales, salud y vida individual. En seguridad social se encarga de las pensiones otorgadas después de la ley 100 de 1993, riesgos profesionales y seguros previsibles.

Por otra parte, la industria aseguradora cuenta con diferentes canales de distribución de sus productos, entre los cuales se destacan los corredores de seguros que manejan grandes volúmenes de comercialización. También, existen los agentes y agencias de seguros, los cuales hacen parte de la fuerza de ventas de las aseguradoras y se dedican a la comercialización de negocios individuales y de líneas personales. Todos ellos son independientes y tienen la función principal de servir de interlocutores entre las partes interesadas y a cambio, éstos reciben como retribución comisiones por parte de las diferentes compañías. (Vargas, 2009).

En los últimos años y en actualidad la mayoría de la población ha tomado conciencia de tener un seguro para la protección y amparo del patrimonio familiar en caso de enfrentar una catástrofe o siniestro. Por lo tanto, se deben buscar medios que protejan la integridad de las personas, así como los bienes de las mismas, de todo suceso catastrófico que ocurra, esto permite que los seguros desempeñen un rol significativo en la transferencia de riesgos.

Lo anterior sin duda alguna hace notar la importancia de los seguros dentro de los eventos desafortunados al suplir las necesidades económicas para atender los diferentes gastos de reparación.

La finalidad de este ensayo es interpretar el comportamiento del consumo del sector asegurador y la relevancia de fomentar el hábito y la necesidad de contar con un seguro. Podemos decir que en años anteriores las primas de seguros en Colombia decrecieron y esta desaceleración en crecimiento de la industria, está explicada fundamentalmente por el comportamiento de los ramos de pensiones, los cuales han venido presentando importantes caídas en su producción, lo que evidencia que en años anteriores a 2011, no hubo avances importantes en términos de penetración en el sector asegurador. (Junguito, 2011-2012)

Es justo decir que la industria aseguradora colombiana durante 2012 registró ingresos de \$16 billones por venta de pólizas, lo que representa un crecimiento anual de las primas emitidas, que es más del doble del crecimiento de la economía nacional. Este resultado ratifica que la actividad económica nacional es el principal determinante de la dinámica aseguradora. (Junguito, 2013)

Por ello nuestra tesis quiere demostrar que el producto ofrecido al usuario tiene una relación costo beneficio favorable, al suplir las necesidades económicas para atender gastos de reparación por los diferentes siniestros o sucesos que puedan ocurrir a los usuarios, protegiendo la integridad de las personas, así como los bienes de las mismas; permitiendo que el seguro desempeñe un rol significativo en la transferencia de riesgos.

Este documento está organizado de tal manera que se obtenga la información suficiente para demostrar el planteamiento anterior. Para esto se construyeron cuatro capítulos conformados así: En el primero, introduce al lector en la reseña histórica del mercado de los seguros en Colombia; el segundo se centra en conocer ¿qué es el seguro, para qué sirve, cual es su importancia?, el tercero, está enfocado a la cultura aseguradora y la relación costo beneficio que tiene el usuario al adquirir uno o varios seguros; finalmente el cuarto capítulo está dirigido a la oferta y demanda, cifras de adquisición de seguros y las ventajas de contar con un seguro para asumir los riesgos.

## RESEÑA DEL MERCADO DE LOS SEGUROS EN COLOMBIA

El seguro en Colombia aparece en el año 1857 cuando se estableció en Bogotá la compañía de seguros El Porvenir de las Familias, filial de la aseguradora chilena con el mismo nombre. Durante los primeros años los seguros operaron a través de sucursales y agencia de compañías extranjeras. En 1874 la primera compañía que se constituyó como sociedad colombiana fue la Compañía Colombiana de Seguros S.A con un capital nacional de un millón de pesos. Ésta inició operaciones, principalmente, con seguros de transporte de mercancías por el Río Magdalena. (Rodríguez, 2011)

Inicialmente se ofrecieron pólizas con coberturas por saqueo, robo y extravío de mercancía. En marzo de 1875 ocurre en el Río Sabanilla el primer siniestro cubierto por la compañía colombiana. Este año fue, especialmente, difícil para la economía nacional dada la inestabilidad política, tanto así que en septiembre se suspendió la venta de pólizas, debido a las frecuentes pérdidas causadas por la guerra. Este receso duró hasta 1877, cuando se reiniciaron labores una vez se contrató un reaseguro con compañías francesas.

En 1877 fue publicado el primer Código de Comercio Terrestre, vigente hasta casi un siglo después, momento en el que fue derogado por el Código de Comercio de 1971. Hacia finales del siglo XIX el mercado se había ampliado hacia el aseguramiento de carga por otros transportes fluviales y por los principales ferrocarriles.

En 1902 se creó la Sociedad Nacional de Seguros de Vida, la cual gestionaría los seguros en esta área durante los primeros años del siglo XX. Por otra parte en 1923 se formó la Superintendencia Bancaria mediante la Ley 45 de 1923 y la Ley 68 de 1924 (reglamentada sólo hasta 1925 con el decreto 655), estas disponen que dicha entidad estará a cargo de la supervisión de las compañías aseguradoras. Para 1926 los ramos de vida habían tomado fuerza, en ese año nuevamente la compañía Colombiana de Seguros separa los ramos de vida hacia una nueva Compañía Colombiana de Seguros de Vida.

En 1927 se publicó la Ley 105 de 1927, que rigió a las aseguradoras durante las siguientes tres décadas. Esta norma reglamenta la forma de constitución de las aseguradoras, obliga a las compañías a reportar balances consolidados anuales, otorga poder sancionatorio e incluso de liquidación a la Superintendencia Bancaria, entre otras cosas, con el fin de regular que las compañías no ejerzan otras actividades que no estén relacionadas con la actividad aseguradora como la compra y venta de mercancía. (Rodríguez, 2011)

Posteriormente en los años cuarenta se creó Suramericana de Seguros, una de las líderes del mercado asegurador actualmente y fue constituida en 1944. Ya para los años sesenta existían en Colombia 74 compañías entre nacionales y extranjeras.

En 1954 se había establecido un seguro de vida colectivo obligatorio para los trabajadores de empresas con nómina mensual de por lo menos mil pesos, para 1972 los ramos de vida individual y colectiva representaban 30% de las primas emitidas, y 50 de las 68 compañías aseguradoras eran nacionales y representaban 90% de las primas. (Rodríguez, 2011)

En los años 70 existía una fuerte presencia de compañías de origen público, entre ellas la Previsora, el Instituto de Crédito Territorial, el Fondo de Promoción de Exportaciones, la Caja de Crédito Agrario, Industrial y Minero, la Caja Nacional de Previsión. Así mismo se habían determinado algunos seguros obligatorios como el de responsabilidad civil de transportadores (Decreto 1393 de 1970), seguro de vida colectivo (Ley 7 de 1945), manejo y cumplimiento (Ley 10 de 1938), y la obligatoriedad de que los seguros de instituciones estatales sólo pudieran ser contratados por las compañías del Estado (Decreto 2222 de 1962). (Rodríguez, 2011)

Durante las décadas del 70 y el 80 la industria aseguradora tuvo un gran crecimiento y a la vez fue una época de muy poca rentabilidad donde apenas tuvo un crecimiento del 1 o 2% en los primeros años de esa década. A partir de 1989 comenzó a gestarse el proceso de apertura de la economía colombiana. Estas políticas contemplaban la negociación de una serie de acuerdos de libre comercio, entre ellos el Pacto Andino, que involucró fuertemente al sector asegurado que fue uno de los primeros a los que se le aplicaron normativas en la vía de la libre

competencia, tanto en productos como en tarifas al eliminar el monopolio estatal de la compañía Previsora S.A sobre los seguros que contrataba el Estado.

A principios de la década de los noventa, junto con la apertura, el Estado reformó el sector financiero con el fin de prevenir situaciones como las vividas en los ochenta y preparar al país para competir de una forma más adecuada frente al mundo. El inicio de los noventa estuvo enmarcado por diversos hechos representativos para la industria aseguradora, los cuales desencadenaron un cambio estructural importante para su desarrollo, tales como: la desregulación del sector a través de la reforma financiera de 1990, que introdujo la libre competencia de productos (pólizas y tarifas). (Rodríguez, 2011)

Durante esta década, se fortaleció la actividad aseguradora mediante el establecimiento de capitales mínimos y niveles adecuados de solvencia que lo vincularon al nuevo esquema de competitividad, la modificación del régimen de inversiones y la introducción del sistema de valoración de las mismas, el cual modificó sustancialmente la composición de los portafolios de las aseguradoras.

Por otra parte la Ley 100 de 1993 amplió y dinamizó el sector financiero, mediante la creación de los Fondos de Pensiones y Cesantías al asegurador, mediante la introducción de nuevos productos: riesgos profesionales, seguros previsionales, rentas vitalicias y enfermedades de alto costo.

Aunque a mediados de los noventa los ramos de daños estaban atravesando por una importante desaceleración, debido a la fuerte competencia de tarifas por la apertura, los ramos tradicionales de vida y seguridad social jalónaron el crecimiento de la industria en el total.

La crisis financiera de finales de los noventa afectó nuevamente en forma directa a la industria aseguradora, en 1998 creció únicamente al 3%, sin embargo la disminución en el crecimiento fue inferior al de la economía, que para ese año creció únicamente 0.6%. En plena agudización de la crisis para el año 1999 la industria creció 2.8%, mientras que el producto nacional decreció 4.2%. (Rodríguez, 2011)

Posteriormente la Ley 789 de 2003 fue un consenso de las lecciones aprendidas con la aparatosa crisis de 2003, la cual demostró que los instrumentos

de intervención de entidades, a pesar de sus bondades y de la importancia de los mismos, que en su mayoría se crearon con la crisis de 1982 antes reseñada, podían resultar cortos e insuficientes para la rapidez de una crisis en un nuevo sector financiero plenamente interconectado.

Así entonces, la Ley 789 profundizó en varios planteamientos macro de la Ley 510, creando el comité de seguimiento del sistema financiero, conformado por el Ministerio de Hacienda, las Superintendencias Bancaria y de Valores, el Fogafin y el Banco de la República. De igual forma permitió la afiliación del supervisor de seguros a los organismos multilaterales que han creado en América y en el mundo para agremiar a estas entidades.

Con la globalización de los seguros, de acuerdo a la Ley 1328 de 2009, en los años venideros a la Ley 964 fueron de relativa estabilidad normativa para el sector asegurador, empezando a negociarse con los Estados Unidos el Tratado de Libre Comercio, en el que se pretendía por parte de este país una apertura total del sector asegurador, donde los gremios financieros jugaron un papel preponderante en la negociación y como resultado se acordó con Estados Unidos que, en el momento de entrar en vigencia el tratado se permitiría a los colombianos adquirir algunos seguros en el exterior.

Durante el año 2010, se actualizaron los regímenes de inversiones y de patrimonio adecuado de las entidades aseguradoras, y se compilo toda la normatividad de la materia en el Decreto 2555, lo que resulta acorde con los tiempos modernos y facilita, como sucedió con el Estatuto Orgánico de 1993.

Ya en el año 2011, podemos destacar la recién expedida Ley 1450 de 2011, Plan Nacional de Desarrollo, que permitió el aseguramiento agrícola con entidades del exterior, quienes podrán, en los términos que la Superintendencia establezca, ofrecer este producto en el país, así como permitió al gobierno celebrar contratos de seguro con entidades del exterior para los riesgos catastróficos.

## **¿QUÈ ES EL SEGURO, PARA QUÈ SIRVE, CUAL ES SU IMPORTANCIA?**

El seguro es un contrato mercantil y un acuerdo entre dos o más partes, algunos teóricos entre ellos Delgado, definen el seguro como una “actividad económica y financiera que presta el servicio de transformación de los riesgos de diversa naturaleza a que están sometidos los patrimonios, en un gasto periódico presupuestable que puede ser soportado fácilmente, por cada unidad patrimonial”. (2012)

En nuestra opinión y con base en lo anterior, podemos decir que el seguro es un servicio que prestan las compañías aseguradoras, con el fin de tener una cobertura, para cubrir futuras pérdidas económicas o humanas; al tomarlo tenemos tanto obligaciones como derechos entre las partes contratantes, siendo proporcional a las necesidades de las personas, familias o empresas que lo adquieren, brindando mecanismos de protección, ante cualquier evento imprevisto que surja y que garantiza las mejores condiciones de cobertura.

Así pues, el Código del Comercio reglamentado por el decreto 410 de 1971 y publicado por el Diario Oficial el 16 de junio de 1971, define como partes a las personas que intervienen en el contrato de seguro y básicamente son: tomador, asegurado y beneficiario, en donde el tomador es el que compra el seguro a la entidad aseguradora y este a su vez, paga la prima acordada; el asegurado es la persona que está expuesta al riesgo y el beneficiario, es la persona designada para recibir la indemnización del seguro.

Por otra parte, al pactar un contrato de seguros estamos previendo un riesgo futuro que según el caso, no podríamos cubrir ante una contingencia o daño, teniendo en cuenta que la persona o el objeto asegurado está expuesto al riesgo constante, en el caso de las personas el riesgo puede verse representado en lesiones, desmembramiento o muerte y en los objetos se puede prever la pérdida total o parcial, daño, hurto, incendio, inundación, entre otros.

Al amparar los bienes, las personas evitan su propio riesgo o amenaza por lo que deben ser identificados y evaluados para determinar la necesidad de transferencia a una aseguradora, aprovechando las facilidades existentes, según

la necesidad y disponibilidad económica sin tener que arriesgar su patrimonio, gastar sus ahorros, acudir a costosos préstamos o sufrir serias decepciones.

En este sentido, los seguros brindan un servicio diferente a los demás tipos de mercados, puesto que se comercializan servicios como soluciones de amparo del riesgo que son necesarias para los clientes, pero ellos a su vez, no son conscientes de la real necesidad y la importancia que tiene al cubrir un riesgo o simplemente prefieren ignorar la situación. Por tanto la labor de las aseguradoras es ejercer una sensibilización frente al cliente que lo lleve a tomar conciencia de los riesgos a los que está expuesto.

Una de las características del mercado de los seguros, es que el producto que se comercializa es un bien intangible; en la mayoría de los casos éste no es buscado por el cliente, ya que prefiere pensar en otro tipo de productos o servicios que le brinden confort, comodidad, relajación y que lo lleven a situaciones agradables que le proporcionen bienestar inmediato. Muchas veces las personas prefieren protegerse de manera inadecuada y no mediante la adquisición de un seguro, ya sea por desconocimiento del tema, falta de oportunidades de trabajo, o por los altos costos no ven la necesidad, por ende no les interesa el servicio, quizás por falta de información o porque nunca se los han ofrecido.

Al mirar la realidad podemos decir que existen muchos beneficios al tomar un seguro, no sólo porque nos brinda prevención, que a su vez se evidencia en bienestar y equilibrio económico, porque se recupera el valor del bien dañado o perdido, brindando tranquilidad psicológica y si en algún momento ocurre un evento grave no se impedirá continuar con la actividad comercial o profesional que la persona esté ejerciendo.

Ahora vemos cómo la población percibe el seguro, considerándolo como un servicio básico de protección, pero en gran medida inalcanzable; sin embargo, en los estratos altos los seguros son percibidos como un lujo y la solicitud por seguros cada día es menor, porque ellos ya cuentan con las medidas de protección que necesitan o las pueden resolver con sus propios recursos. Mientras en los demás sectores para la mayoría de la población, el ingreso resulta una

barrera que limita el acceso al seguro, dando prioridad a la satisfacción de sus necesidades básicas. (Calderón, 2007)

## **CULTURA ASEGURADORA Y RELACIÓN COSTO BENEFICIO**

Millán dice que: “El concepto de cultura según la antropología es el sustantivo común que indica una forma particular de vida de la gente, de un período, o de un grupo humano; está ligado a la apreciación y análisis de elementos tales como valores, costumbres, normas, estilos de vida, formas o implementos materiales, entre otros”. (2000)

A nuestro modo de ver, la cultura es parte del arraigo de un determinado grupo poblacional o étnico; hace referencia a lo que la gente lleva intrínseco en su comportamiento, forma de vestir, alimentación, educación y comunicación. Los elementos de la cultura, provienen de las tradiciones del pasado, mitos, leyendas y costumbres a los que seres humanos se sometían.

De esta manera el concepto de cultura nos permite apreciar formas de comportamiento de las personas según la región, compartiendo el mismo interés, necesitando intercambio de cultura que fomente bienestar, desarrollo personal y patrimonial, siendo importante resaltar la promoción de una cultura de prevención de riesgos, con el fin de estar preparados a eventos catastróficos, a los que se exponen diariamente los seres humanos.

Como es natural y según el diccionario de la Real Academia Española (2010), el concepto de prevención, hace referencia a la preparación y disposición que se hace anticipadamente para evitar un riesgo o ejecutar algo. Basándonos en la anterior definición entendemos que es la forma de anticiparnos a prever un daño o una dificultad ante una situación riesgosa que surja de actividades diarias.

Podemos decir que el artículo 1054, el Código de Comercio que nos rige desde 1971, define riesgo: como al suceso incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del tomador, del asegurado o del

beneficiario y cuya realización da origen a la obligación del asegurador. Los hechos ciertos, salvo la muerte y los físicamente imposibles, no constituyen riesgos y son, por lo tanto, extraños al contrato de seguro. Tampoco constituye riesgo la incertidumbre subjetiva respecto de determinado hecho que haya tenido o no cumplimiento.

Al analizar la definición anterior concluimos que el riesgo es la probabilidad asociada con que se produzca una pérdida económica, viéndose afectada la integridad física y/o psicológica de las personas, así como los bienes involucrados en el evento.

Del mismo modo el sector asegurador cumple con la misión de promover la cultura del servicio del seguro, enfocándose principalmente en la orientación hacia la prevención del riesgo, de manera que pueda guiar a los individuos y las comunidades hacia la protección; sin embargo, las personas aún no tienen hábito de compra de los seguros, para su amparo ante los múltiples riesgos que se presentan en la vida cotidiana.

Es así como las compañías de seguros se han unido en una estrategia para fomentar la cultura del seguro y cumplir con la meta de incrementar el promedio de demanda para los próximos años. La estrategia busca por primera vez concientizar al ciudadano a asumir con responsabilidad los riesgos a los que se ve expuesto y a considerar los seguros como la mejor opción para resarcir el impacto económico de emergencias, en el menor tiempo posible. (Vergara & Plaza, 2008)

A pesar de que existe la conciencia del riesgo, en Colombia la población tiene una concepción del seguro como un gasto suntuoso, la mayoría de las personas que acceden a un seguro lo hacen por cumplir un requisito para obtener un servicio determinado, como por ejemplo, los créditos en general, seguro obligatorio SOAT, servicios médicos, entre otros.

Sin duda alguna, la demanda de vehículos 0 kilómetros tiene gran impacto sobre la dinámica en las ventas de seguros, puesto que se estima que por lo menos el 60% de estos vehículos son financiados y con la necesidad de un seguro

todo riesgo de autos requerido por la financiera. Este ha sido uno de los factores que ha incidido en el crecimiento del seguro de autos en los últimos años.

Para ejemplificar lo anterior, conviene decir que, los accidentes de tránsito se han convertido en un problema público. Anualmente se reportan cerca de 1.200.000 víctimas fatales y alrededor de 50 millones de heridos por percances en las vías. Colombia no es ajena a esta problemática y por esta razón fue creado el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito, mediante la Ley 33 de 1986, con el fin de garantizar los recursos que faciliten la atención integral para las víctimas de accidentes de tránsito, de acuerdo con las coberturas definidas. De este modo toda la sociedad colombiana, tanto conductores, pasajeros o peatones se ven beneficiados con este seguro. (Cámara Técnica SOAT, 2011)

Es bueno señalar la importancia que tiene el seguro SOAT al amparar daños corporales a las personas afectadas en un accidente de tránsito, por eso acudimos a este ejemplo para mostrar las cifras expedidas en pólizas por tipo de vehículo, estas se obtuvieron de información anual de las aseguradoras desde el año 1993 hasta el año 2011, expresadas en miles de pesos colombianos.

Tabla No. 1 Número de pólizas expedidas por tipo de vehículo desde el año 1993 hasta 2011.

FECHA	TIPOS DE VEHICULOS									
	MOTOS	CAMPERO-CAMIONETA	CARGA O MIXTO	OFICIAL ESPECIAL	AUTO FAMILIAR	6 O MAS PASAJEROS	AUTOS DE NEGOCIOS	BUS-BUSETA	INTERMUNICIPAL	TOTAL
31-dic-93	27.540	84.658	46.550	3.568	229.971	2.771	17.858	3.890	3.407	420.213
31-dic-94	98.365	142.658	87.637	1.738	299.938	7.303	29.779	17.008	4.632	689.058
31-dic-95	173.514	160.078	84.895	3.259	337.244	6.458	32.424	16.667	2.495	817.034
31-dic-96	167.464	152.876	77.527	2.146	320.120	2.635	27.534	15.419	2.100	767.821
31-dic-97	221.383	139.760	69.603	2.326	306.968	3.180	24.501	12.915	1.999	782.635
31-dic-98	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.
31-dic-99	362.871	289.349	189.185	16.007	694.754	15.327	150.228	39.544	11.456	1.768.721
31-dic-00	388.287	338.543	225.151	17.117	834.863	15.161	179.785	44.834	17.981	2.061.723
31-dic-01	376.657	344.516	238.572	14.973	891.208	19.546	190.767	47.124	19.502	2.142.865
31-dic-02	465.608	358.325	254.784	12.346	955.761	15.923	204.594	47.085	25.461	2.339.888
31-dic-03	563.022	388.148	281.066	13.536	1.048.579	15.477	208.600	47.262	33.606	2.599.296
31-dic-04	749.868	386.588	290.181	17.272	1.069.173	14.430	205.069	45.028	37.328	2.814.937
31-dic-05	968.290	421.889	295.190	10.081	1.143.740	16.269	197.774	56.067	41.974	3.151.274
31-dic-06	1.317.192	481.374	296.830	11.233	1.244.798	17.138	198.165	61.308	47.406	3.675.444
31-dic-07	1.610.394	530.976	314.999	11.854	1.344.117	16.973	203.105	60.661	52.502	4.145.580
31-dic-08	1.794.347	557.766	324.794	10.589	1.424.329	21.378	205.710	60.785	56.080	4.455.780
31-dic-09	1.886.890	568.739	325.649	10.859	1.508.914	35.046	205.879	59.502	63.177	4.664.655
31-dic-10	2.065.513	588.173	338.818	10.882	1.622.457	61.322	207.801	57.885	74.615	5.027.466
31-dic-11	2.313.816	624.218	371.081	10.159	1.773.329	82.622	209.293	55.622	87.774	5.527.913

Fuente: Fasecolda 2011

Con respecto a los datos estadísticos de la tabla No. 1 se observa un crecimiento notorio en la adquisición de pólizas, lo que sugiere que día a día y año tras año, los colombianos gozan de más tranquilidad al contar con seguros de accidentes en todos los vehículos de transporte, permitiendo así que existan amparos para todos los pasajeros, conductores o peatones, en el caso de presentarse cualquier siniestro en las carreteras del país.

Cabe destacar que ha sido la legislación y las políticas estatales que han fomentado la prevención a través de la adquisición de pólizas de seguros para accidentes y así crear no sólo conciencia en el consumo de intangibles como el seguro, sino también una forma de ser solidarios con las personas que se ven afectadas por estos accidentes, ya que anteriormente quien asumía la carga de estos accidentes era el propio Estado y en algunos casos, las personas tenían inconvenientes porque no se determinaba quién debía pagar sus gastos médicos luego de un accidente; teniendo que en principio asumirlo personalmente para luego a través de diferentes gestiones cobrar estos gastos al Estado, representado en ese entonces por el Instituto de Seguros Sociales ISS.

Citando a Plazas, dada la situación *“Los colombianos no hemos sido educados para pensar en el futuro. Sólo pensamos en el presente, en el ahora. Decimos: mañana ya será otro día... por ahora me preocupo sólo por hoy”*, (2008)

Como comprendemos la sociedad no se preocupa por el mañana y todo lo que puede llegar a trascurrir con el tiempo; como muestra de ello tenemos, acontecimientos provocados por el hombre, desastres naturales, accidentes entre otros; si las personas se visualizaran a futuro, actuarían de manera preventiva ante factores externos a los que están expuestos con un gran porcentaje de riesgo. Con base en acontecimientos que han ocurrido en otros países como; Tsumatra, Japón, Chile, Haití y en Colombia específicamente en el eje cafetero, esto ha llevado a que las personas tomen acciones para disminuir el riesgo ante una determinada situación.

De estas circunstancias nace el hecho de que estar asegurado constituye una gran diferencia para la familia o una empresa ante cualquier eventualidad, si bien

es cierto que no se pueden evitar accidentes, enfermedades o fenómenos naturales y la pérdida que estos causan al patrimonio. Por eso la importancia de estar protegido ante este tipo de amenazas o sucesos inesperados, con el fin de minimizar el impacto ante el riesgo, sin verse afectado en sus actividades cotidianas, recuperando así su estabilidad económica de acuerdo a la retribución convenida en el contrato de seguro.

Con relación a los retos futuros y para una mayor penetración en el mercado de los seguros se debe disponer de un ambiente jurídico predecible, de regulación, disponibilidad amplia de información, transparencia, atención de demanda de clientes y profesionalismo. Además de estas características es fundamental adelantar una gran labor educativa entre los consumidores para enseñarles la clasificación, los beneficios, las ventajas y el modo de funcionamiento de los seguros (Junguito, 2007).

De acuerdo a la legislación Colombiana, la normatividad de los seguros se encuentra incluida en el capítulo V del Código de Comercio, que establece todos los parámetros sobre los cuales se debe realizar el contrato, la póliza y todas las condiciones del seguro, además de lo normado en el Código Civil y Código de Procedimiento Civil en cuanto a contratos, ya que en dichos Códigos está contenida toda la legislación que soporta las bases jurídicas de los seguros, por ende al momento de hacer la reclamación de un siniestro tanto el tomador, el asegurado y el asegurador, deben regirse por estos principios.

De acuerdo al Código Civil, Código Procesal Civil y Código del Comercio que son las bases legislativas que actualmente rige toda la parte de seguros, así como lo tendiente a la parte contractual en nuestro país, los aspectos a tener en cuenta en el momento de realizar un contrato de seguro son:

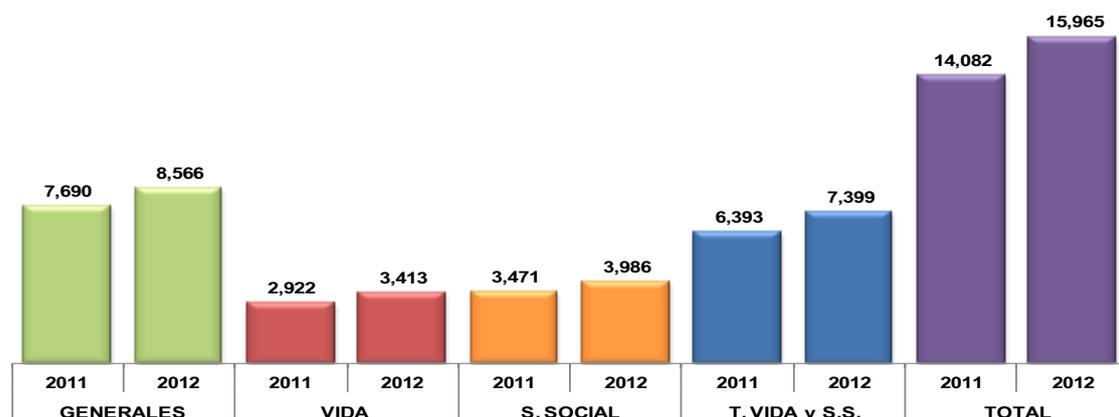
- a. **Consensual:** porque se perfecciona por el acuerdo entre las partes.
- b. **Bilateral:** porque genera obligación para ambas partes.
- c. **Oneroso:** porque hay utilidad para ambas partes.
- d. **Aleatorio:** porque puede haber ganancia para una parte y pérdida para la otra.

- e. **De ejecución sucesiva:** porque el contrato tiene vigencia por un periodo determinado y las obligaciones se ejecutan durante el mismo periodo.
- f. **Principal:** porque no depende de la existencia de otro contrato jurídico.
- g. **Personal:** porque depende de las condiciones de la contra parte.
- h. **Indivisible:** porque es un solo contrato independientemente que se renueve con otras condiciones y otro tipo de riesgos diferentes a los ya pactados.
- i. **De buena fe:** porque se pacta bajo la veracidad de la información y de los hechos.
- J. **De adquisición:** porque el tomador se adhiere a las condiciones previamente establecidas con el asegurador.

### OFERTA Y DEMANDA DE LOS SEGUROS

La oferta es la cantidad de pólizas que las aseguradoras colocan a disposición del público durante un periodo determinado, mientras que la demanda es la cantidad de pólizas que el público adquiere durante este mismo lapso de tiempo. De acuerdo a lo anterior mostramos un ejemplo en la gráfica No. 1, de oferta y demanda del sector asegurador durante los años 2011 vs 2012, donde vemos las cifras de las primas emitidas y su comportamiento.

Gráfica No. 1 Acumulado enero - diciembre año 2011 vs 2012



Fuente: Fasecolda 2012

Observamos en la gráfica No.1 que los tipos de pólizas menos tomadas en el año 2011 vs 2012 fueron referentes a seguros de vida y seguridad social, lo que hace claramente real la afirmación de Plazas (2008) en el sentido que los Colombianos no visionamos el futuro, sino que estamos atentos única y exclusivamente en el ya y ahora, siendo el sector asegurador uno de los ramos donde más se evidencia este tipo de pensamiento y por ello las bajas demandas en los productos referenciados.

Ahora veamos los porcentajes de crecimiento de los diferentes ramos de la industria aseguradora.

Tabla No. 2 Comportamiento en millones de pesos corrientes.

RAMOS	Primas Emitidas					
	mar-11	mar-12	Δ	Part.	Part.	Contr.
DAÑOS	1.542.238	1.795.466	↑ 16%	47,66%	48,41%	7,8%
PERSONAS	865.976	994.468	↑ 15%	26,76%	26,81%	4,0%
SEGURIDAD SOCIAL	827.834	918.920	↑ 11%	25,58%	24,78%	2,8%
<b>TOTAL DAÑOS</b>	<b>3.236.048</b>	<b>3.708.854</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>15%</b>

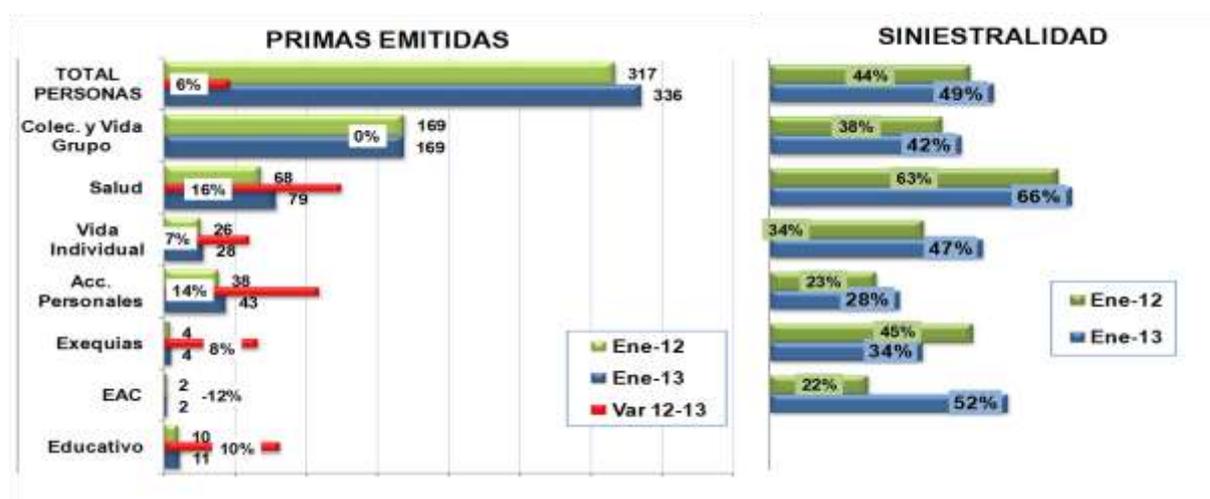
Fuente: Fasecolda 2012

De acuerdo al postulado de Plazas en el año 2008 y las diferentes cifras de Fasecolda para los años 2011 vs 2012, es claro ver cómo las pólizas de seguros de daños están en un porcentaje mucho más alto respecto de la seguridad social y los seguros personales, afirmando así, que para el colombiano promedio es más importante el asumir responsabilidades frente al deterioro o daño de objetos que incluso su misma seguridad personal o la de las demás personas, incluyendo sus familias, lo cual se ve reflejado en la tabla anterior.

Lo que muestra las cifras de la tabla No. 2, es que aún hay gran potencial de crecimiento en el mercado de seguros en todos los ramos especialmente en el ramo de automóviles, pues en el país hay circulando alrededor de 6.3 millones de

vehículos, de los cuales un poco más de la mitad son vehículos de interés para el sector asegurador, inclusive muchos de ellos no se aseguran por capacidad adquisitiva. La vía de crecimiento no es sólo ganar participación entre las compañías aseguradoras, conquistando sus clientes, sino buscando llegar a quienes aún no son clientes del sector.

Gráfica No.2 Primas y siniestralidad, personas años 2012 vs 2013



Fuente: Fasecolda 2013

Observamos en la gráfica No.2 las primas emitidas en el boletín de Fasecolda 2013, muestra una cultura individual de seguro, es decir que la adquisición de una póliza se asocia con una responsabilidad netamente unipersonal, donde se refleja un crecimiento del 6% en comparación al mismo periodo del año inmediatamente anterior; esto quiere decir que la variable más alta de todos los ramos está encaminada a las pólizas individuales, sin embargo las pólizas de seguros colectivos mantienen un punto de equilibrio, simple y sencillamente porque la cultura colombiana es tendiente al trabajo individual; es decir que realizar trabajos grupales y aunar esfuerzos cuesta un poco más en el pensamiento colectivo nacional.

Igualmente la gráfica muestra que las primas de seguros con índices más bajos en su consumo son los educativos y exequiales, corroborando así una vez más la teoría de Plazas, (2008) en el sentido que la población colombiana no se

proyecta a largo plazo para este tipo de ahorros, esto comparado con la generalidad de la población mundial, ya que otras culturas como la japonesa o la alemana son reconocidas por la forma de pensar en su educación y visión futurista, adquiriendo para sus hijos becas universitarias o acciones industriales incluso desde el día de su nacimiento o mucho antes, con el fin de asegurar el futuro de sus familias.

Consideramos que de acuerdo a los diferentes autores consultados y los estudios realizados por Fasecolda en los años 2011, 2012 y lo corrido del 2013 acerca del mercado asegurador, nuestra tesis se confirma en la medida en que las estadísticas muestran un crecimiento porcentual año a año y en algunos momentos con índices superiores al crecimiento del producto interno bruto, lo que quiere decir que la industria aseguradora es uno de los sectores más sólidos en este momento y con tendencia al crecimiento.

Teniendo como base la historia y considerando que el sector asegurador es relativamente nuevo en nuestro país, vale la pena resaltar que se ha mantenido firme y en constante crecimiento a pesar de las diferentes crisis económicas y los cambios en las políticas administrativas y comerciales. Además de ver el crecimiento de la industria, podemos pensar claramente que esta solides hace que cada cliente satisfecho tome la opción de renovar su póliza y posiblemente atraer nuevos clientes, por las diferentes ventajas que tiene el mercado.

Cabe señalar que las ventajas de tener un seguro son: brindar al asegurado amparo patrimonial ante cualquier circunstancia, de acuerdo a las coberturas elegidas; de igual manera respalda contra daños a terceros en el momento de tener un accidente ya que de acuerdo al tipo de póliza y cobertura protege a las personas que resulten afectadas dentro del evento.

Con respecto a los seguros de vida, les transfiere beneficios financieros a los familiares del asegurado, ayudándoles a reemplazar el ingreso que provee luego de su fallecimiento; también brinda la facilidad de tracto sucesivo, es decir que se pueden pagar en cómodas cuotas de acuerdo al tipo de seguro y póliza elegida; de igual modo pueden ser cancelados con tarjeta de crédito, cheque u otros medios

de financiación, finalmente estos ofrecen coberturas amplias prestando protección tanto a las personas y a los bienes.

Teniendo como base el artículo 42 de la Constitución Política de 1991, así como los diferentes pronunciamientos en línea jurisprudencial de las Altas Cortes y el Honorable Concejo de Estado, es claro que el sector asegurador a contribuido al mejoramiento del entorno familiar, de los hijos y la pareja, promoviendo la mejora de la calidad de vida y la confianza por medio de un seguro como respaldo en los momentos de adversidades.

Como conclusión importante podemos decir que además de las diferentes ventajas y las comodidades que ofrecen todas las compañías de seguros, podemos afirmar que este negocio es beneficioso tanto para el asegurado como para el asegurador, porque al primero le permite tener la confianza necesaria para realizar sus labores y continuar con su vida y sus proyectos en caso de presentarse algún inconveniente, ya sea personal o patrimonial y al asegurador, le brinda la comodidad de promover un servicio y contar con el respaldo de sus asegurados quienes depositan sus ilusiones y la tranquilidad de saber que tanto sus bienes o sus vidas estarán protegidas en el caso que ocurra algo inesperado.

Ahora bien, para cerrar como vimos en el análisis, se dice que el negocio de los seguros es relativamente nuevo con base en su historia, de esta manera concluimos que las personas se han concientizado en la adquisición de un seguro para la protección personal y patrimonial, lo se evidencia en las estadísticas de las primas emitidas en seguros con un crecimiento mayor al de los años anteriores.

## REFERENCIAS

- Calderòn, I. V. (2007). *educar para fomentar la cultura del seguro*. Fasecolda, pàg.20.
- Cámara Técnica SOAT. (2011). *Fasecolda* .
- Constitución Política De Colombia 1991. Artículo 42*
- Delgado, H. M. (2012). *seguros y finanzas para la familia*. Bogota: ECOE ediciones.
- Decreto 410 del Código de Comercio 1971. Marzo 27. Artículo 1054*
- Decreto 1393 de 1970. Diario Oficial No. 33.131, del 25 de agosto de 1970*
- Diccionario de la Real Academia Española (2010).*
- Fasecolda. (2013). *Resultado de la industria aseguradora 2012*. Bogotá D.C.
- Junguito, R. (01 de febrero de 2013). *La industria aseguradora colombiana: Retos y perspectivas*. *La Republica*, pàg 1.
- Junguito, R. (2007). *La penetración y cultura del seguro en Colombia*. Fasecolda , pàg 3.
- Junguito, R. (2011-2012). *perspectiva del sector asegurador*. Fasecolda, pàg 3-6.
- Ley 100 de 1993 (Diciembre 23)*
- Millán, T. R. (2000). *UNAP Educación y Desarrollo*. Chile.
- Rodriguez, A. M. (2011). *Los seguros a través de la historia*. *Revista Fasecolda*, pàg 53.
- Rodriguez, A. M. (2011). *Los seguros a través de la historia*. *revista Fasecolda*, pàg 56.
- Rodriguez, A. M. (2011). *Los seguros a través de la historia*. Fasecolda, pàg 54.

- Rodríguez, A. M. (2011). *Los seguros a través de la historia*. Revista *Fasecolda*, pàg 55.
- Rodríguez, A. M. (2011). *Los seguros a Travès de la historia*. Revista *Fasecolda*, pàg 53.
- Rodríguez, A. M. (2014). *Los seguros a través de la historia*. Revista *Fasecolda*, pàg 54
- Vargas, M. J. (2009). *Comisiones a intermediarios en Colombia*. *Fasecolda*, pàg 11-14.
- Vergara, I., & Plaza, M. X. (2008). *La cultura del seguro: fomento y penetración*. *Fasecolda*, pàg 2.
- Vergara, I., & Plaza, M. X. (2008). *La cultura del seguro: fomento y penetración*. *Fasecolda*, pàg 1.