

**DETERMINANTES PARA INCENTIVAR LA CULTURA DE SEGUROS DE  
DAÑOS EN COLOMBIA**

**PRESENTADO POR:**

MARIA ALEXANDRA MORENO AMADOR

**PRESENTADO A:**

JACKSON PEREIRA SILVA

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESPECIALIZACION DE ALTA GERENCIA  
BOGOTA, SEPTIEMBRE DE 2016**

## CONTENIDO

LISTA DE TABLAS.....	3
LISTA DE IMÁGENES.....	3
LISTA DE GRÁFICAS .....	3
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
ANTECEDENTES.....	4
JUSTIFICACIÓN .....	7
OBJETIVOS .....	9
OBJETIVO GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
MARCO CONCEPTUAL.....	10
CARACTERIZACIÓN DE LOS SEGUROS DE DAÑOS EN COLOMBIA .....	13
SEGUROS DE DAÑOS .....	13
ASPECTOS ECONÓMICOS DE LOS SEGUROS EN COLOMBIA.....	15
DETERMINAR FACTORES QUE INCIDEN A LA HORA DE ADQUIRIR SEGUROS DE DAÑOS EN COLOMBIA .....	17
CULTURA DE PREVENCIÓN .....	18
CAMPAÑA DE MEJORAMIENTO DE REPUTACIÓN DE LA INDUSTRIA ASEGURADORA.....	19
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	20
COSTOS DE LOS SEGUROS .....	21
CONCLUSIONES .....	23
BIBLIOGRAFÍA.....	25

## **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1: Obligaciones del Tomador- Asegurado y la Aseguradora .....	11
Tabla 2: Clasificación moderna de los seguros .....	14
Tabla 3: Imagen del seguro en Colombia.....	17

## **LISTA DE IMÁGENES**

Imagen 1: Productos de seguros de daños.....	13
Imagen 2: Clasificación moderna de los seguros .....	14

## **LISTA DE GRÁFICAS**

Gráfica 1: Primas seguros de daños.....	16
---	----

## **DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

El seguro es un contrato en el cual una persona natural o jurídica que posee un interés asegurable sobre un bien, transfiere a una compañía aseguradora un riesgo o parte de este, para que en el momento en que se materialice, le sea indemnizada la pérdida sufrida.

Dentro de la clasificación de los seguros, se encuentran los denominados patrimoniales o de daños que se refieren a seguros de incendio, responsabilidad civil, automóviles, agrarios, pérdidas pecuniarias, robo, crédito y caución, transportes, ingeniería y multiriesgos (Fundación Mapfre, 2016). Este tipo de seguros se describe de acuerdo al artículo 1088 del Código de Comercio, como: "contratos de mera indemnización y jamás podrán constituir para él fuente de enriquecimiento. La indemnización podrá comprender a la vez el daño emergente y el lucro cesante, pero éste deberá ser objeto de un acuerdo expreso".

En Colombia a pesar de los múltiples riesgos a los que se está expuesto, no solo por la ubicación geográfica sino por los riesgos naturales, el crecimiento de la cultura de seguro es baja al igual que la credibilidad en las aseguradoras, es por esta razón se plantea la siguiente pregunta ¿Cuáles son los determinantes para incentivar la cultura de seguro de daños en Colombia?

## **ANTECEDENTES**

En Colombia los primeros seguros que se conocieron, se relacionaban directamente con el transporte de mercancía tanto en importación como en exportación, las cuales para cumplir con los reglamentos de transporte aseguraban la mercancía con empresas extranjeras; razón por la cual en 1874 se crea la Compañía Colombiana de Seguros, la cual aunque “fue establecida para toda clase de seguros, inicialmente solo funcionaba contra los riesgos de transporte marítimo, fluvial y terrestre” (Banco de la Republica, 1881).

El comienzo de la actividad aseguradora colombiana se vio fuertemente impactado por los diversos conflictos internos y su afectación en la economía del país, lo que genero un

crecimiento lento de la industria sin tener mayores variaciones en las coberturas ofrecidas. No obstante la presencia de diversas compañías extranjeras que incursionaron en Colombia con novedosos productos no solo en el área de transportes sino en otros campos tales como hogar, empresarial, vida y salud, reactivaron la industria generando mayor oferta y demanda, lo que exigió que la actividad económica creara leyes que regularan la industria.

Treinta y cinco años después de creada la Compañía Colombiana de Seguros, se establece la Compañía General de Seguros, la cual asumió no solo riesgos de transporte sino también de incendio.

En el siglo XX, el sector asegurador tuvo un mayor crecimiento dado que en la década entre 1920 y 1930 se desarrollan los seguros de accidentes, automóviles y colectivos, en 1939 entran a operar los ramos de manejo y cumplimiento. (Bravo Reyes & Fernández Molano, 2011).

Continuando con la evolución en Colombia del mercado asegurador, se destacan las siguientes participaciones de empresas nacionales versus las empresas extranjeras:

A diciembre de 1937 la participación de seguros en vigor de las compañías nacionales alcanzaba el 44%, un año más tarde era del 47%. En 1939 alcanzó el 49% y 50% en 1940. La participación nacional en los riesgos a fines de 1941 había ascendido al 52%. Ya para el año de 1946 los riesgos de las compañías nacionales eran de un poco más del 60% del total de los riesgos, lo que demostraba que se estaba logrando desplazar a las compañías extranjeras con respecto a la competencia que se tenía en los años anteriores. (Roberto Junguito, Ana María Rodríguez, 2010, pág. 31)

Después de estos notables avances dentro del sector asegurador y con el fin de agremiar a todas las compañías aseguradoras para continuar fortaleciendo la industria frente a las entidades gubernamentales del país, se crea Fasecolda – Federación de aseguradores Colombianos - en 1976 (Roberto Junguito, Ana María Rodríguez, 2010). Esta institución logró fortalecerse soportando las crisis económicas que se presentaron después de los años 80, participando en las regulaciones legislativas y preparando al sector para enfrentarse a

cambios como la apertura económica, los tratados de libre comercio y el auge de la internacionalización de las compañías.

Seis años después de creada Fasecolda, Colombia registro un PIB del 0,9%, no obstante el crecimiento del sector asegurador logro un 2%, del cual la participación de los seguros de daños fue del 1,1% casi tres puntos por debajo del seguro de personas; sin embargo cabe resaltar que durante el decenio de los 80 las aseguradoras tuvieron un crecimiento importante dentro de la actividad económica del país (Roberto Junguito, Ana María Rodríguez , 2010).

El 18 de diciembre de 1990, se publica la Ley 45 “por la cual se expiden normas en materia de intermediación financiera, se regula la actividad aseguradora, se conceden unas facultades y se dictan otras disposiciones” (**Congreso de Colombia, 1990**); logrando:

Libertad en la entrada participación de capital extranjero en compañías de seguros que operan en Colombia. Eliminó tanto la uniformidad como la aprobación por parte de la Superintendencia Bancaria, tanto de las pólizas como de las tarifas en todos los ramos de seguros. Se estableció que las pólizas debían estar a disposición del supervisor cuando fueran requeridas... en cuanto a la protección de los consumidores de seguros, se reglamentó que la información de las pólizas debía ser clara y transparente, y que debían aparecer los amparos y las exclusiones. Asimismo las compañías debían guardar concordancia entre las notas técnicas y las pólizas. Estableció un plazo de un mes contado a partir de la presentación de las pruebas del siniestro para que las aseguradoras atendieran el pago de las reclamaciones, so pena de incurrir en el pago de intereses de mora a la tasa más onerosa que permita la ley. (**Roberto Junguito, Ana María Rodríguez , 2010, pág. 28**)

Después de estas regulaciones y con la apertura internacional, entraron a Colombia multinacionales en seguros los que desestabilizó la industria colombiana del sector; sin embargo para los siete primeros años del siglo XXI, estas compañías se recuperaron gracias al ramo de daños y de ahí hasta el día de hoy, los seguros en el país han tenido un comportamiento de crecimiento (Roberto Junguito, Ana María Rodríguez , 2010).

## **JUSTIFICACIÓN**

El hombre dentro del transcurso de la vida, trabaja para generar un patrimonio que le permita estabilizarse y mejorar sus condiciones su vida, bien sea mediante la adquisición de un bien, una propiedad o la creación de una empresa. Sin embargo, existen diversos riesgos a los que se está expuesto por el solo hecho de poseerlo o usarlo, que pueden acabar con parte o todo el capital que ha formado.

Como medida preventiva y con el fin de proteger la economía tanto de las personas como de las naciones, se han creado productos dentro del sector asegurador, para cubrir la materialización de los riesgos a los que comúnmente se está expuesto, lo que permite en la mayoría de ocasiones salvaguardar y tener la opción de recuperar el patrimonio afectado.

El sector asegurador tiene una participación importante dentro de la economía de un país, dado que a mayor inversión mayores riesgos, lo que incentiva la necesidad de asegurar el patrimonio (Salazar & Zuluaga, 1998).

En Colombia, aunque se conoce la evolución de los seguros de daños y se puede evidenciar la importancia que ha tenido este sector dentro del desarrollo económico; la relación que existe entre las primas emitidas en el sector asegurador y la población del país, permite identificar que los colombianos aun con las grandes catástrofes que se han presentado en el mundo, no tienen una cultura de asegurar su patrimonio o en su efecto no lo hacen de una manera correcta.

Para entender la perspectiva nacional es necesario conocer en el contexto mundial la participación que existe por región. Según datos registrados en la revista Sigma de la Swiss Re, América Latina representa únicamente 1.9% del mercado asegurador mundial, la participación de las primas de la región es solamente 1.9%, cifra muy baja si se compara con mercados como Europa, Norte América que representan más de 34%, cada uno de ellos en la participación mundial.

Colombia se ubica en ese 1.9% y solamente representa 4.5% de ese 1.9%, mientras México y Brasil representan cerca de 64% de todas las primas del sector asegurador en América Latina. (Fasecolda & Vergara Calderón, Educar para formentar la cultura del seguro, pág. 1).

Por lo anterior dentro de este texto se busca realizar un análisis que permita identificar factores determinantes para incentivar la cultura de los seguros en Colombia, que permitan que el país esté preparado para cualquier catástrofe que pudiese ocurrir o que una persona natural o jurídica pueda sopesar algún riesgo materializado en relación a su patrimonio.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Analizar factores determinantes para incentivar la cultura de seguros de daños en Colombia.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Caracterizar los seguros de daños en Colombia.
2. Determinar factores que inciden a la hora de adquirir seguros de daños en Colombia.

## MARCO CONCEPTUAL

Para contextualizar la investigación, es necesario establecer que el riesgo es la exposición a situaciones adversas, en las cuales la probabilidad de ocurrencia de un evento, genera una incertidumbre sobre el resultado del mismo (Gupta, 2007). En el aspecto de seguros, el riesgo es “el suceso incierto que no depende exclusivamente del tomador, del asegurado o del beneficiario, y cuya realización da origen a la obligación del asegurador.” (López Blanco, 1999)

Como se mencionó antes, el seguro es un contrato realizado por una persona natural o jurídica con una aseguradora; la cual mediante el cobro de una prima, busca indemnizar dentro de los límites y condiciones pactadas, al asegurado cuando sea materializado algún riesgo pactado en dicho documento (Alegre, 2015).

La prima es “el valor que debe pagar la persona interesada en tomar un seguro, dicho costo es establecido por la aseguradora” (La equidad seguros, 2016)

Para que el contrato de seguro se pueda suscribir, debe cumplirse la teoría económica del área, por lo tanto deben existir los siguientes elementos de acuerdo a (Alegre, 2015):

- La existencia de un riesgo, derivado del acaecimiento de un evento.
- La transferencia del riesgo, al asegurador.
- Que dicha transferencia del riesgo suponga una distribución del riesgo entre una colectividad de personas (restantes asegurado). La entidad aseguradora calcular, aproximadamente, la probabilidad de riesgo que es afrontada por las aportaciones de las personas aseguradas.

Que la transferencia del riesgo sea una operación autónoma y no proceda de otro tipo de negocio.

De acuerdo al Código de Comercio, en los artículos 1036 y 1037, se establece que en un seguro participan: El asegurador (compañía autorizada) que asume los riesgos y el tomador

que es la persona se encargada de realizar el pago de la prima; adicionalmente que el contrato debe ser de acuerdo a (Universidad Javeriana):

- Consensual: Es decir, se perfecciona mediante el consentimiento de las partes.
- Bilateral: Participan dos partes, la cuales asumen responsabilidades frente al contrato.
- Oneroso: Genera una ganancia a ambas partes.
- Aleatorio: Dado que un contrato de seguro no es igual a otro.
- De ejecución sucesiva: Desde que se cumplan con las obligaciones el mismo puede permanecer a través del tiempo.

Por otro lado y teniendo como referencia la participación de las dos partes antes establecidas, a continuación se establecen las obligaciones a las que se acogen estos:

**Tabla 1: Obligaciones del Tomador- Asegurado y la Aseguradora**

<b>Tomador - Asegurado</b>	<b>Aseguradora</b>
Declarar sinceramente el estado del riesgo	Expedir y entregar la póliza
Mantener el estado del riesgo y notificar los cambios	Expedición de duplicados
Evitar la expansión y propagación del siniestro	Deposito condicionado ante la SFC
Dar aviso de la ocurrencia del siniestro	Informar los alcances de la póliza
Cumplir con las garantías pactadas	Devolver primas No devengadas
Pagar la prima	Pago de la indemnización
Proveer el salvamento de las cosas aseguradas	Estudio del riesgo Subjetivo
Declarar seguros coexistentes	Cumplir con las normas de protección al consumidor

Fuente: Elaboración propia a partir de (Fasecolda, Aspectos básicos del contrato (abc) de seguros, 2016)

Adicional a lo anterior, legalmente en el mundo se ha realizado una clasificación del mismo, para connotar y regular los aspectos involucrados con el contrato de seguro, dentro de los cuales encontramos los sociales e individuales, los cuales se pueden describir de acuerdo a lo especificado por la (Universidad Javeriana):

Seguros Sociales... consiste en el mecanismo técnico, económico y jurídico, que mediante aportes obligatorios distribuidos entre Estado, patrono y trabajador, procuran al trabajador una vida normal, una vez cumplida su capacidad laboral. De igual forma busca la reducción de cargas, a través de prestaciones en dinero, cuando se ha perdido de manera total o parcial la posibilidad de proveerse una existencia digna por medio del trabajo. El Seguro social busca, entonces, la protección del trabajador, al propender por la satisfacción de sus necesidades...

Seguros Individuales a diferencia del anterior, procura atender las necesidades particulares de las personas, bien sean éstas naturales, jurídicas, de naturaleza pública o privada. De lo anterior podemos concluir que los llamados seguros colectivos, entendiéndose por tales aquellos que pese a tener un solo tomador abarcan la protección de intereses de diferentes personas, sea por razones comerciales o de cualquier otra índole, pueden sin ningún problema ubicarse dentro de esta categoría. (Universidad Javeriana, pág. 18).

A su vez, los seguros individuales se dividen entre: Seguros de daños y seguros de personas; los primeros buscan por medio de la protección de un riesgo evitar el detrimento patrimonial (Universidad Javeriana) sufrido por toda persona quien tenga interés asegurable, es decir “cuyo patrimonio pueda resultar afectado, directa o indirectamente, por la realización de un riesgo” (Secretaría del senado, 2016).

Contextualizados en la base del seguro, es de vital importancia que dentro de las naciones de desarrollo una cultura, con el fin que los posibles clientes “conozcan, entiendan y sepan aplicar adecuadamente los productos que oferta el sector asegurador, con la finalidad de sustentar la decisión que se tome al contratar un seguro y, fomentar, con ello, el desarrollo económico, social y financiero del país” (Cultura del contrato de seguros, 2016).

## CARACTERIZACIÓN DE LOS SEGUROS DE DAÑOS EN COLOMBIA

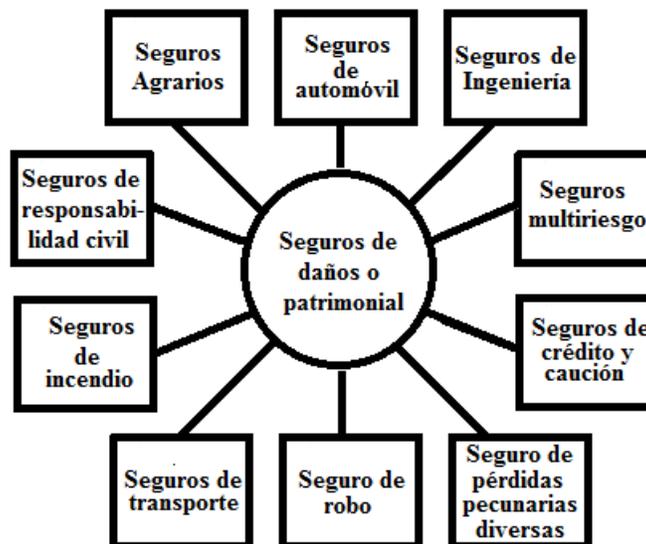
Para realizar un análisis de los determinantes que permiten incentivar la cultura de los seguros es necesario conocer y comprender como se comporta el sector asegurador en el país, razón por la cual a continuación se presentaran aspectos básicos para caracterizar los seguros de daños en Colombia.

### SEGUROS DE DAÑOS

Como se indicó anteriormente, los seguros de daños se constituyen con el fin de proteger al asegurado de las pérdidas patrimoniales que puede sufrir en la materialización de un riesgo, teniendo en cuenta que se “puede producir una destrucción o un deterioro de un bien concreto... o también afectar a la unidad patrimonial del sujeto” (Derecho en Red, 2015).

Dentro de los productos ofrecidos bajo esta rama de los seguros, encontramos los siguientes:

**Imagen 1: Productos de seguros de daños.**



Fuente: (Fundación Mapfre, 2016)

Teniendo en cuenta que las afectaciones para este tipo de seguros, puede darse de manera directa o indirecta, la Universidad Javeriana (2016) presenta la siguiente división:

- Seguros Reales, amparan bienes tangibles como muebles o inmuebles, que pueden afectarse total o parcialmente en la materialización de un riesgo, el cual genera una tasación al conocer el valor real de la pérdida o el bien asegurado.
- Seguros Patrimoniales: protegen el detrimento del patrimonio o los gastos que se pueden generar por una actividad realizada por el asegurado; su tasación es incierta solo se conoce al momento del evento.

Con el fin de ejemplificar las divisiones anteriores y tener claridad sobre la clase de coberturas que se pueden otorgar mediante el seguro de Daños, Fasecolda presenta la siguiente tabla donde se encuentran ejemplos de estos:

**Tabla 2: Clasificación moderna de los seguros**

Daños	Reales	Incendio y líneas aliadas	Hogar
		Terrorismo	Copropiedades
		Terremoto	Sustracción
		Equipo Electrónico	Todo riesgo Contratistas
		Vehículos	Transporte multimodal
		Vidrios	Agrícola
		Minas y petróleos	Mascotas y Semovientes
		Montaje y rotura de maquinaria	Mercancía
		Casco	Flete
		Guerra	Otros
	Patrimoniales	Responsabilidad civil	Lucro cesante
		Misceláneos	Crédito comercial
		Manejo	Crédito a la explotación
		Cumplimiento	

Fuente: (Fasecolda, Aspectos básicos del contrato (abc) de seguros, 2016)

## ASPECTOS ECONÓMICOS DE LOS SEGUROS EN COLOMBIA

La demanda de seguros en un país se ve influenciada por los ingresos del individuo, la tarifa de los seguros y el riesgo a asegurar; en Colombia la industria aseguradora, aun es pequeña al compararla con países desarrollados, sin embargo en los últimos años, el crecimiento del sector ha aumentado debido a la mayor participación de compañías en el sector, las innovaciones, los productos, los servicios, la accesibilidad a los mismos y los canales de distribución (Salazar & Zuluaga, 1998).

Adicional a lo anterior, existen otros aspectos económicos que pueden influenciar la demanda de los seguros tales como lo establece (Fasecolda & Vergara Calderón, Educar para formentar la cultura del seguro):

- Mercado financiero: Como canal de distribución de los seguros, que otorga mayor confiabilidad y accesibilidad.
- La inflación: Dado que afecta el poder adquisitivo de la nación, por lo que se convierte en un componente negativo para el crecimiento del sector asegurador.
- Nivel de educación: como un indicador social que permite que a mayor conocimiento de los riesgos, mayor es la inversión en seguros.
- Institucionales: de acuerdo al Banco Mundial influye en el crecimiento del sector la calidad de la regulación, el imperio de la ley y el control de la corrupción.

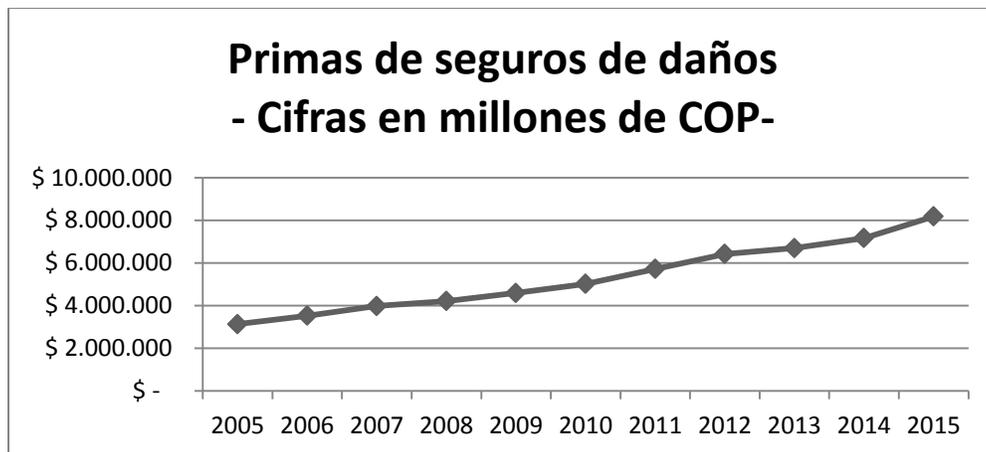
Una vez establecidos los factores que pueden ser determinantes en la demanda de seguros en un país, a continuación se presentan las formas de evaluar el desarrollo del sector asegurador o índice de penetración, en el mundo, el cual se determina de acuerdo con lo especificado por (Fasecolda & Vergara Calderón, Educar para formentar la cultura del seguro):

- Primas emitidas de los sectores de cada país como porcentaje del PIB.  
El crecimiento de la industria aseguradora puede ser evaluado con el PIB de un país, para conocer la evolución, en Colombia por ejemplo:

La tasa media anual de crecimiento de la industria aseguradora en el período 2006-2015 fue del 13% y del PBI total de la economía llegó a un 4,6%. Por otro lado, la tasa de crecimiento real de la industria aseguradora para 2015 fue del 5,8%, superior al crecimiento del PBI (3,1 %). En tanto, el monto total de las primas emitidas por la industria aseguradora ascendió el año pasado a 21,5 billones de pesos colombianos. A 2015, las primas representaban el 2,7 % del PBI. (Fasecolda & Botero, Sala de prensa: Un año con múltiples desafíos, 2016).

Así las cosas, se puede determinar que durante la última década el crecimiento del sector ha sido bueno, hecho que de igual manera se puede evaluar por medio de las primas emitidas: “costo del amparo otorgado por la aseguradora por cada póliza expedida (Fasecolda, Definición de los indicadores del Sector, 2016). para la investigación que nos ocupa, a continuación se presenta una gráfica donde se evidencia el valor en millones de pesos, de la emisión de primas correspondientes a seguros de daños en de la última década:

**Gráfica 1: Primas seguros de daños**



Fuente: Elaboración propia a partir de (Fasecolda, Estadísticas del sector, 2016)

- Gasto anual promedio que hace una persona en seguros:

En Colombia el gasto es solamente de 69 dólares, que es un poco más de la mitad de la densidad que tiene América Latina, lo que se explica básicamente debido a que el ingreso per cápita de Colombia es la mitad que tiene la región alrededor, equivalente a 2.900

dólares. (Fasecolda & Vergara Calderón, Educar para formentar la cultura del seguro, pág. 2).

Por lo anterior, a pesar que en Colombia existe un crecimiento en el sector importante, es necesario seguir incentivándolo a fin de asegurar el patrimonio nacional y privado.

### **DETERMINAR FACTORES QUE INCIDEN A LA HORA DE ADQUIRIR SEGUROS DE DAÑOS EN COLOMBIA**

Para implementar en una nación una buena cultura de seguros, el sector debe entender que la importancia de “concientizar a las personas del riesgo, entender las expectativas de los tomadores, detectar las prioridades de la población y explorar nuevos mercados” (Fasecolda & Vergara Calderón, Educar para formentar la cultura del seguro).

Estudios realizados por diferentes empresas en Latinoamérica, demuestran la imagen que tienen las personas sobre el sector asegurador, para nuestro caso, a continuación se muestra una tabla de la percepción en Colombia:

**Tabla 3: Imagen del seguro en Colombia.**

<b>Aspecto</b>	<b>Respuesta</b>
¿El seguro es necesario, proporciona seguridad y tranquilidad?	Sí
Es confiable	Sí
Características de una compañía: solvencia, responsabilidad, prestigio, cumplimiento y trayectoria	Sí
Evaluación del servicio	Tramitología e incumplimiento
¿Los seguros son costosos?	Sí
¿Hay falta de información / ventajas y desventajas?	Sí
Actitud hacia la letra menuda	Negativa, Inhibe la compra.
¿Ágil para vender, lento para pagar?	Sí
Evaden el pago	Sí

¿Falta publicidad para cambiar la actitud del consumidor y generar confianza?	Sí
---	----

Fuente: (Vergara , 2013)

La anterior tabla, ayuda a determinar posibles aspectos en los que la industria aseguradora puede trabajar para que la cultura aseguradora, la penetración del mercado y el desarrollo de los diferentes aspectos financieros del país aumenten, sin depender directamente de la economía de la nación; Razón por la cual a continuación se denotan algunos elementos más importantes e influyentes, para incentivar el sector en Colombia.

### **CULTURA DE PREVENCIÓN**

“Cuando se habla de la cultura de la prevención, no se trata de crear una nueva cultura. Es educar para crear una nueva cultura. Es educar para crear conciencia, adoptar nuevas conductas y una actitud responsable y de respeto por la protección.” (Sura, 2016)

“En Colombia las personas saben que los riesgos existen, pero no son conscientes de las implicaciones económicas y morales que los siniestros generan” (Fasecolda & Vergara Calderón, Educar para formentar la cultura del seguro); esté es uno de los mecanismos en los que la industria aseguradora colombiana debe trabajar a fin de incentivar la adquisición de pólizas que cubran los diferentes riesgos que se portan al tener un bien o ejercer una actividad, creando una cultura de prevención que genere una la aversión al riesgo la cual consiste en evitar la incertidumbre de los daños o pérdidas que se puedan generar a raíz de la materialización de un evento;

De acuerdo a la tabla No. 3 donde los colombianos consideran que falta publicidad por parte del sector asegurador, para cambiar de actitud y generar confianza para penetrar en el mercado de los seguros, es importante que la industria busque herramientas que le permitan concientizar a los ciudadanos la importancia de asegurarse y proteger sus intereses, evitando que en la materialización de un riesgo llegue a generarle grandes pérdidas; lo cual se puede realizar por medio de publicidad con programas de educación financiera, que se mantengan

y trasciendan en el tiempo, permitiendo conocer los posibles riesgos y daños que se pueden generar, la protección y el respaldo que puede recibir por parte de la industria aseguradora en los momentos que más lo necesita, con un lenguaje claro (Vergara , 2013).

La herramienta de la publicidad es importante, en el 2011 por ejemplo en Colombia se trabajó con una campaña denominada “la lotería de la vida” en la cual su Slogan era “jugar con seguro es más seguro”; al verificar la grafica 1 se puede determinar como para el periodo 2011 -2012 se registró un mayor crecimiento que los años anteriores, el cual se evidencia por las primas emitidas.

### **CAMPAÑA DE MEJORAMIENTO DE REPUTACIÓN DE LA INDUSTRIA ASEGURADORA**

De acuerdo la tabla No. 3 del documento, no solo la falta de conocimiento sobre productos aleja a los consumidores a adquirir póliza de seguros, sino también la reputación sobre el cumplimiento contractual, evaluado bajo los incisos de “tramitología e incumplimiento” y “ágil para vender, lento para pagar” (Vergara , 2013). Al respecto, es importante que no solo se concientice a las personas de la importancia de contar con seguros sino también explicar cómo se desencadena el proceso de reclamación en una compañía de seguros, teniendo en cuenta que este es el momento en el que se conocen los beneficios contratados.

La reclamación es la demanda hecha por el asegurado al asegurador con motivo de la ocurrencia de un siniestro, a través de la cual se exige el pago de una indemnización, de acuerdo con los términos y condiciones definidas en el contrato de seguro.

El asegurado deberá demostrar la ocurrencia del siniestro, así como la cuantía de la pérdida, si fuere el caso. Por ello debe obtener, por su cuenta, y entregar o poner de manifiesto todos los detalles, libros, recibos, facturas, documentos justificativos, actas y cualquier información que la aseguradora esté en derecho de exigirle con referencia a la reclamación, origen, causa y circunstancias bajo las cuales se produjeron las pérdidas. De esta manera se podrá establecer la responsabilidad de la aseguradora o el importe de la indemnización. (Correcol, 2016)

Lo anterior se encuentra sustentado en el Código de comercio, el cual hace parte de la regulación colombiana sobre los contratos de seguros, entre otros, donde establece:

“ART. 1074 Ocurrido el siniestro, el asegurado estará obligado a evitar su extensión y propagación, y a proveer al salvamento de las cosas aseguradas....

ART. 1075. El asegurado o el beneficiario estarán obligados a dar noticia al asegurador de la ocurrencia del siniestro, dentro de los tres días siguientes a la fecha en que lo hayan conocido o debido conocer. Este término podrá ampliarse, mas no reducirse por las partes...

ART. 1077. Corresponderá al asegurado demostrar la ocurrencia del siniestro, así como la cuantía de la pérdida, si fuere el caso...” (Secretaria del senado, 2016)

## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Los canales de distribución son los medios por los cuales una persona puede acceder a una póliza de seguro, “la misión de un canal de distribución es llevar productos: – Al lugar adecuado – En cantidad suficiente – Con el surtido requerido – En el momento apropiado – Y con los servicios necesarios” (INFODESE, 2014).

En el proceso de comercialización de seguros, los canales de distribución son una característica esencial dado que le permite tener una ventaja competitiva, frente a las demás compañías, (Sala Farré, 2009) indica:

La posibilidad de utilizar distintos canales tiene una doble ventaja: Por un lado permite adecuar estos a las preferencias de los clientes. Por el otro permite incrementar los puntos de contacto con estos y diversificar así el riesgo de estancamiento de determinados canales.

Teniendo en cuenta que en Colombia la cultura de prevención no es muy clara, utilizar diferentes canales de distribución donde se entregue información real tanto del seguro, las coberturas y los precios, hacen que el mercado sea accesible a todo tipo de personas; por lo tanto potencializar todos los canales, tanto los tradicionales: corredores, agentes de seguros

y sucursales propias, como los contemporáneos Internet, la Venta telefónica, Banca-Seguros y distribución mediante empresas de servicios públicos y de comercio, se convierte en una herramienta importante para incrementar la cultura de seguro en el país (Sala Farré, 2009).

## **COSTOS DE LOS SEGUROS**

La prima es el costo del seguro que establece una compañía de seguros calculada sobre la base de cálculos actuariales y estadísticos teniendo en cuenta la frecuencia y severidad en la ocurrencia de eventos similares, la historia misma de eventos ocurridos al cliente, y excluyendo los gastos internos o externos que tenga dicha aseguradora (Correcol, 2016).

Teniendo en cuenta que las primas hacen parte del dinero recaudado por una compañía de seguros para poder cumplir con la parte contractual que está asumiendo y además debe generar una rentabilidad para el negocio, las aseguradoras deben tarificar cada póliza, guiado por los siguientes principios fundamentales estipulados por (Fasecolda & Lancheros, Tarificación: Elemento central de la actividad aseguradora, 2011):

1. Las tarifas deben ser suficientes para cubrir los costos de las reclamaciones más los gastos y proveer un margen de utilidad.
2. Las tarifas deben estar directamente relacionadas con el riesgo, esto es a mayor riesgo mayor tarifa.
3. Las tarifas deben ser el producto de la utilización de información estadística que cumpla exigencias de homogeneidad y representatividad.
4. En los riesgos en los cuales no se cuente con la información suficiente, las tarifas deben ser producto del respaldo de reaseguradores de reconocida solvencia técnica y financiera. (Artículo 184 Estatuto Orgánico del Sistema Financiero).

Para poder cumplir los anteriores principios, las compañías aseguradoras hacen un análisis donde incluyen aspectos de frecuencia, severidad, tasas, utilidad, costos y gastos, con el fin de determinar el valor de la prima de seguro; cabe indicar que algunos de los anteriores

aspectos están determinados netamente por el movimiento que tiene el sector durante un periodo de tiempo y por lo tanto no son posibles modificarlos.

Como se verifico en la tabla No. 3, el costo de los seguros es un aspecto que incide también a la hora de adquirir una póliza, razón por la cual otro determinante en el cual las compañías aseguradoras deben trabajar para aportar al crecimiento del sector, corresponde al análisis de esos gastos que no están directamente determinados por el mercado sino que hacen parte de la operación de la compañía y sobre los cuales pueden encontrarse reducciones como por ejemplo:

Gastos de Suscripción: Los gastos de suscripción son gastos en que debe incurrir la compañía para la emisión y mantenimiento de las pólizas... Gastos de Adquisición: Gastos en que incurre la compañía para la emisión de las pólizas. El principal rubro dentro de los gastos de adquisición son las comisiones a intermediarios. (Fasecolda & Lancheros, Tarificación: Elemento central de la actividad aseguradora, 2011)

Dentro de este tipo de gastos, la compañía puede encontrar mecanismos de disminución de los costos mediante alianzas con los intermediarios, emisión de la póliza, distribución mediante canales alternos y demás alternativas que permitan que ese ahorro se vea reflejado en el coste total del seguro.

## CONCLUSIONES

- Los contratos de seguros, suponen la transferencia de un riesgo entre una persona natural o jurídica y una compañía aseguradora, la cual indemnizara hasta el valor pactado la materialización de un evento cubierto.
- Los seguros individuales buscan proteger los intereses de una persona natural o jurídica, los cuales adquieren de manera personal las coberturas ofrecidas por las compañías aseguradoras.
- Los seguros de daños, se dividen en dos tipos los reales, que amparan bienes muebles o inmuebles y los patrimoniales que suponen el detrimento patrimonial del asegurado, a causa de la materialización de un riesgo.
- Para conocer el crecimiento de los seguros en un país existen dos mecanismos: las primas emitidas como porcentaje del PIB y el gasto anual de las personas en seguros. En Colombia el sector asegurador de daños, ha crecido en promedio durante la última década un 13%, evaluado mediante el incremento de las primas emitidas durante el 2005 y 2015.
- De acuerdo a diferentes estudios realizados, Colombia tiene una cultura de seguros pequeña de acuerdo a otros países de la región latinoamericana dado que representa únicamente el 4,5% de mercado en general, por lo cual es necesario implementar diferentes estrategias que permitan a las personas asegurarse.
- Desde los aspectos de prevención, la idea es implementar diferentes estrategias que permitan a los colombianos, conocer la importancia de asegurar el patrimonio, herramienta de éxito de acuerdo a la evaluación del comportamiento de los seguros de daños, durante los años 2011 y 2012 respecto a la campaña “la lotería de la vida”.
- La reputación de las compañías aseguradoras no es buena respecto a la evaluación realizada por Ingrid Vergara y Fasecolda, en la cual se pueden identificar aspectos en los que las compañías de seguros deben trabajar, con el fin que en el momento de verdad el asegurado conozca cuales son los aspectos que debe tener en cuenta para realizar una reclamación.

- Los canales de distribución son otras opciones para incentivar la cultura de seguros, dado a que se puede llegar a los diferentes clientes potenciales y dar a conocer a aquellos que no lo son, las cualidades de los seguros para permitirles conocer los beneficios y productos que el mercado les ofrece.
- Trabajar en la disminución de gastos no relacionados directamente con la industria y la siniestralidad, es una meta que puede trabajar cada compañía de seguros para transmitir ese menor gasto al valor de la prima de los seguros ofrecida a los clientes, la cual se puede encontrar mediante la creación de alianzas, emisión de la póliza y distribución mediante canales alternos .

## BIBLIOGRAFÍA

- Alegre, G. (2015). *www.guillermo alegre.es*. Obtenido de <http://www.guillermoalegre.es/tipos-de-seguros/>
- Banco de la Republica. (1881). *Banco de la Republica*. Obtenido de <http://babel.banrepcultural.org/cdm/singleitem/collection/p17054coll10/id/615>
- Bravo Reyes , J., & Fernández Molano, N. (Agosto de 2011). *Una mirada histórica sobre los seguros y sus inicios en Colombia*. Obtenido de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/g/article/viewFile/277/211>
- Congreso de Colombia. (18 de Diciembre de 1990). *Superintendencia Financiera*. Obtenido de <https://www.superfinanciera.gov.co/descargas?com=institucional&name=pubFile13565&downloadname=ley45-90.rtf>.
- Correcol. (2016). *Todo lo que debe saber sobre un seguro*. Obtenido de <http://www.correcol.com/defensor-consumidor-financiero2.html>
- Criado, T., & Najera , A. (s.f.). *Comportamiento Financiero del sector asegurador*. Obtenido de Fasecolda:  
[http://www.fasecolda.com/files/4713/9101/5714/comportamiento\\_financiero\\_del\\_sector\\_asegurador.pdf](http://www.fasecolda.com/files/4713/9101/5714/comportamiento_financiero_del_sector_asegurador.pdf)
- Cultura del contrato de seguros. (2016). *Cultura del contrato de seguros*. Obtenido de [http://culturadelcontratodeseguro.com.mx/admin\\_cont/home1.php?pag=home.php&id\\_tema=679#](http://culturadelcontratodeseguro.com.mx/admin_cont/home1.php?pag=home.php&id_tema=679#)
- Derecho en Red. (15 de Enero de 2015). *Derecho Mercantil*. Obtenido de Los seguros de daños: concepto y clasificación: <http://www.derechomercantil.info/2015/01/seguros-danos-concepto-clasificacion.html>
- Fasecolda. (2016). *Aspectos básicos del contrato (abc) de seguros*. Obtenido de [http://www.fasecolda.com/files/7013/8626/3513/jul-aspectos\\_bsicos\\_del\\_contrato\\_abc\\_de\\_seguros.pdf](http://www.fasecolda.com/files/7013/8626/3513/jul-aspectos_bsicos_del_contrato_abc_de_seguros.pdf)
- Fasecolda. (2016). *Definición de los indicadores del Sector*. Obtenido de <http://www.fasecolda.com/index.php/fasecolda/estadisticas-del-sector/definicion-de-los-indicadores-del-sector/>
- Fasecolda. (2016). *Estadísticas del sector*. Obtenido de [www.fasecolda.com/index.php/fasecolda/estadisticas-del-sector/](http://www.fasecolda.com/index.php/fasecolda/estadisticas-del-sector/)

Fasecolda, & Botero, J. (2016). *Sala de prensa: Un año con múltiples desafíos*. Obtenido de <http://www.fasecolda.com/index.php/sala-de-prensa/noticias/2016/abril/sector-abril-14-2016/>

Fasecolda, & Lancheros, D. (Junio de 2011). *Tarificación: Elemento central de la actividad aseguradora*. Obtenido de [http://www.fasecolda.com/files/7013/9101/5741/tarificacion\\_elemento\\_central\\_de\\_la\\_actividad\\_aseguradora.pdf](http://www.fasecolda.com/files/7013/9101/5741/tarificacion_elemento_central_de_la_actividad_aseguradora.pdf)

Fasecolda, & Vergara Calderón, I. (s.f.). *Educar para formentar la cultura del seguro*. Obtenido de [https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=1060708](https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1060708)

Fundación Mapfre. (2016). *Tipo de Seguros: Seguros de daños o patrimoniales*. Obtenido de Fundación Mapfre: <https://segurosypensioneparatodos.fundacionmapfre.org/syp/es/seguros/tipos-de-seguros/seguros-de-danos-o-patrimoniales/>

Gupta, P. (2007). *Fundamentals of Insurance*. Mumbai (Bombay): imalaya Publishing House.

INFODESE. (2014). *La distribución de seguros. canales y características*. Obtenido de <http://www.infodese.com/wp-content/uploads/2014/09/LA-DISTRIBUCION-CANALES-Y-CARACTERISTICAS.pdf>

La equidad seguros. (2016). *De la A a la Z del seguro*. Obtenido de La equidad Seguros: <http://www.laequidadseguros.coop/contacto/de-la-a-a-la-z-del-seguro>

López Blanco, H. (1999). *Comentarios al contrato de seguro*. Santafe de Bogotá : Dupre.

Roberto Junguito, Ana María Rodríguez . (Enero de 2010). *La empresa y la industria aseguradora colombiana*. Obtenido de Fasecolda: [http://www.fasecolda.com/files/3113/9101/5709/antecedentes\\_la\\_empresa\\_y\\_la\\_industria\\_aseguradora\\_colombiana\\_en\\_el\\_contexto\\_economico\\_de\\_finales\\_del\\_siglo\\_xix\\_y\\_del\\_siglo\\_xx.pdf](http://www.fasecolda.com/files/3113/9101/5709/antecedentes_la_empresa_y_la_industria_aseguradora_colombiana_en_el_contexto_economico_de_finales_del_siglo_xix_y_del_siglo_xx.pdf)

Sala Farré, C. (2009). *Distribución de seguros* . Obtenido de [http://www.servidor-gestisqs.com/ub/intranet/pdf/tesis\\_alumnos/CarlosSala.Distribucion.pdf](http://www.servidor-gestisqs.com/ub/intranet/pdf/tesis_alumnos/CarlosSala.Distribucion.pdf)

Salazar, N., & Zuluaga, S. (1998). *Perspectivas de la industria aseguradora: 1997 - 2010*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Secretaria del senado. (Julio de 2016). *Secretaria del senado*. Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo\\_comercio.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html)

Sura, A. (2016). *¿Qué es cultura de prevención?* Obtenido de <https://www.arlsura.com/index.php/component/content/article?id=1470>

Universidad Javeriana. (s.f.). *El contrato de seguro*. Obtenido de  
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere1/Tesis42.pdf>

Vergara , I. (2013). *Imagen y reputación de la industria aseguradora*. Obtenido de  
[http://www.fasecolda.com/files/4113/9101/2235/parte\\_ii.captulo\\_3\\_imagen\\_y\\_reputacion\\_de\\_la\\_industria\\_aseguradora.pdf](http://www.fasecolda.com/files/4113/9101/2235/parte_ii.captulo_3_imagen_y_reputacion_de_la_industria_aseguradora.pdf)