

LOS SEGUROS COLECTIVOS EN EL MARCO DE LA COMERCIALIZACIÓN MASIVA DE SEGUROS
EN COLOMBIA

ANDRÉS FELIPE AYORA GÓMEZ

Asesora: Carolina Montoya Londoño

FACULTAD DE DERECHO

UNIVERSIDAD CES

Medellín, Antioquia

Abril de 2018

LOS SEGUROS COLECTIVOS EN EL MARCO DE LA COMERCIALIZACIÓN MASIVA DE SEGUROS EN COLOMBIA*

Andrés Felipe Ayora Gómez**

RESUMEN

Con el trabajo se pretende conocer si los seguros colectivos son o no, un canal de comercialización de seguros, al encontrar la forma jurídica en que deben funcionar es posible describir si en la actualidad se hace necesario cambiar aspectos regulatorios o de mercado para garantizar el acceso a todos los niveles de mercado.

Considerando la transición normativa en materia de seguros en Colombia, las aseguradoras, buscando la inclusión financiera y claro está, el beneficio propio del aprovechamiento de grandes grupos de personas, agrupados por una sola persona jurídica, comienzan a comercializar pólizas colectivas, que toman estas personas jurídicas, sin realmente ser un canal regulado, por lo que se amerita llevar a cabo este artículo, para saber si esta debe o no debe ser la vía utilizada por aseguradores y consumidores, para acceder a los seguros.

Se espera generar aportes para germinar nuevos conocimientos en materia de seguros ya que es un tema poco explorado, bastante importante dentro del desafío que se tiene en el país para llevar la inclusión financiera a otro nivel, se espera conocer cuál es la mejor manera de comercializar seguros masivos en Colombia, y si los seguros colectivos son una modalidad o un canal de comercialización, por lo que los resultados esperan tener un alto impacto a nivel social, ya que describiría cual es la manera adecuada de comercializar este

* Artículo de reflexión derivado de investigación.

** Estudiante de la Facultad de Derecho de la Universidad CES. Analista en Seguros Generales Suramericana S.A. Correo electrónico: S.A. af_4444@hotmail.com

tipo de seguros en Colombia, ya que no se ha resuelto la problemática de fondo por parte de la legislación actual ni los entes de control.

ABSTRACT

The work is intended to know if collective insurance is or not, an insurance marketing channel, by finding the legal form in which they should work, it is possible to describe if at present it is necessary to change regulatory or market aspects to guarantee access at all market levels.

Considering the regulatory transition in insurance in Colombia, insurers, seeking financial inclusion and of course, the benefit of the use of large groups of people, grouped by a single legal entity, begin to market collective policies, which take these people legal, without really being a regulated channel, so it is worth carrying out this article, to know if this should or should not be the way used by insurers and consumers, to access insurance.

It is expected to generate contributions to germinate new knowledge in insurance as it is a little explored topic, quite important in the challenge that is in the country to take financial inclusion to another level, it is expected to know what is the best way to market massive insurance in Colombia, and if group insurance is a modality or marketing channel, so the results expect to have a high impact at the social level, since it would describe what is the appropriate way to market this type of insurance in Colombia, since the substantive issues on the part of the current legislation and the control entities have not been resolved.

PALABRAS CLAVES: Seguro Colectivo, Corresponsales de Seguros, Usos de Red, Riesgos asociados a la comercialización masiva, Modalidades de comercialización

KEY WORDS: Collective Insurance, Insurance Correspondents, Uses of Network, Risks associated with mass marketing, Marketing modalities

TABLA DE CONTENIDO

Introducción

1. Naturaleza de los seguros colectivos
2. Riesgos asociados a los seguros colectivos en el marco de la comercialización de seguros masivos en Colombia
 - A. Riesgo Regulatorio
 - B. Riesgo de extralimitación del objeto social de las entidades tomadoras
 - C. Riesgo de incumplimiento de las normas sobre protección a los consumidores financieros
 - D. Riesgo de fuga de cartera
 - E. Riesgo de incumplimiento de las normas sobre capacitación o idoneidad de quienes comercializan seguros
3. Ventajas de los seguros colectivos
4. Reflexiones finales
5. Conclusiones
6. Referencias bibliográficas

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los seguros colectivos, donde fungen como tomadores los llamados *Sponsors*, son abiertamente un canal de comercialización masiva, probablemente uno de los más fuertes al momento de revisar las cuentas de las aseguradoras, son los seguros a los que las personas se adhieren día tras día, incluso sin muchas veces percatarse de esto, son ejemplo de ellos; los comercializados en las grandes superficies, empresas de servicios públicos con cargo a la factura, concesionarios etc. Esto nos lleva a preguntarnos ¿es realmente un canal de comercialización de seguros, de acuerdo a la regulación?, o ¿es una simple modalidad de seguro?, el contexto social en el que se da este artículo es relevante, ya que, a estos seguros en muchas ocasiones, es a los únicos que tiene acceso las clases sociales de menor categoría, por la deficiente inclusión financiera que existe en el país. Por lo tanto, se revisará el contexto jurídico colombiano, y se buscará la pertinencia de clarificar la figura y la regulación de las pólizas colectivas en Colombia, por el interés general que de esto se genera.

Es importante el desarrollo de este artículo, ya que es un debate álgido en la actualidad el cómo deben funcionar este tipo de pólizas y si lo deben hacer. Su escasa regulación, permite una utilización de parte de las compañías de seguros, sin una supervisión clara, permitiendo una autorregulación, que eventualmente puede resultar perjudicial para los consumidores, que como anteriormente mencionábamos por el pequeño monto de los seguros resultan ser el sector menos favorecido de la población.

El impacto que conlleva esta investigación, es dar a conocer las formas de comercialización masiva y si los seguros colectivos son o no un canal de comercialización según las normas colombianas, de acuerdo a esto definir cuál es el papel de los seguros colectivos en el

marco de la comercialización de seguros masivos en Colombia, delimitar los riesgos derivados de la manera en que han venido operando en la práctica las aseguradoras a través de los seguros colectivos, así como otros riesgos asociados directamente a dicha modalidad de seguro, también esbozar las ventajas que se enmarcan en la colocación de seguros colectivos y la necesidad específica de su regulación.

Es un debate actual la pertinencia de los seguros colectivos utilizados como canal de comercialización por parte de las aseguradoras, personas jurídicas con objeto social como concesionarios, grandes superficies, empresas de servicios públicos, toman seguros por cuenta de sus clientes, como forma de fidelizar a los mismos, ampliar su portafolio de servicios, entre otras cosas.

El tomador, no solo funciona como parte en el contrato de seguro, sino que también es el agrupador del llamado grupo asegurable, necesario para la comercialización, y a su vez funge como intermediario ya que se encarga de comercializar estos certificados individuales y cobra una comisión por esta labor, ya que al recaudar se queda con una parte de la prima, lo que conlleva una actividad de intermediación, para la que en teoría no se encuentra habilitado.

Desde el Código de Comercio en sus artículos 1039 y 1064, se permiten las figuras del seguro por cuenta y los seguros colectivos respectivamente, desde el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero decreto 663 de 1993 se viene implementando la comercialización masiva de seguros, en ese momento para los establecimientos de crédito, más tarde con la ley 389 de 1997, se oficializa la función del uso de red, como canal de comercialización masiva, a su vez el decreto 2555 de 2010 y la Circular Básica Jurídica 029 de 2014 recopilaron y reglamentaron este tipo de comercialización, siguiendo estos parámetros, el decreto 034 de 2015 reglamentó el uso de los corresponsales de seguros en Colombia, teniendo así la esperada regulación para los seguros masivos en Colombia.

Es claro que la Superintendencia Financiera tiene conocimiento de esto, pero la realidad ha superado la norma como casi siempre lo hace, y en este trabajo se intentará evidenciar que las pólizas colectivas con todos sus problemas y deficiencias, tanto técnicas como jurídicas, han llegado a ser un verdadero impulsor de la inclusión financiera que tanto el gobierno colombiano pregona, generando cobertura para personas que bajo otras circunstancias, no podrían acceder a estos, verbigracia, las adhesiones voluntarias a pólizas colectivas en almacenes de cadena, por medio de las facturas de servicios públicos, a precios irrisorios comparados con los canales tradicionales de comercialización, por lo que deben analizarse con cuidado y entender su utilidad de una manera en la que no simplemente se ataquen, sino que se comprendan para entender de forma clara cuál es su problemática.

DESARROLLO TEMÁTICO

1. Naturaleza de los seguros colectivos:

Sería imposible identificar el papel de los seguros colectivos en la comercialización de seguros masivos sin tratar de delimitarlos primero desde su ámbito positivo y negativo, es decir, de definir qué son y qué no son los seguros colectivos.

Muchas veces se hace referencia a los seguros colectivos en los artículos sobre comercialización masiva de seguros, dándoles incluso la connotación de canal (García, 2012). No obstante, teniendo en cuenta que los canales de comercialización de seguros se encuentran taxativamente señalados en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, la Ley 389 de 1997 y el Decreto 2555 de 2010¹, los seguros colectivos, en primera medida se debe decir que no son un canal de comercialización, al no ser identificados como tal en las normas que rigen la materia.

Incluso, el Decreto 2555 de 2010 en el artículo 2.31.2.2.1., tal y como fue modificado por el Decreto 034 de 2015, en su párrafo, indica los canales por los cuales se puede efectuar la comercialización masiva de seguros en Colombia, sin incluir los seguros colectivos, así:

Parágrafo. La comercialización masiva de seguros podrá llevarse a cabo siempre y cuando la vinculación se realice directamente por la compañía aseguradora, a través de los intermediarios de seguros autorizados por la Superintendencia Financiera de Colombia, mediante el Uso de Red de establecimientos de crédito para los ramos estipulados en el artículo 2.31.2.2.2 del presente decreto, o de corresponsales para los ramos estipulados en el artículo 2.36.9.1.18 del presente decreto. Así mismo, dicha

¹ En primer lugar, el Decreto 2555 de 2010 en su artículo 2.30.1.1.2 (Artículo 2º del Decreto 2605 de 1993), dispone que *“La actividad de intermediación de seguros y reaseguros está reservada a las sociedades corredoras de seguros, a las sociedades corredoras de reaseguros, a las agencias colocadoras de seguros y a los agentes colocadores de pólizas de seguro, de acuerdo con su especialidad. La actividad de los intermediarios de seguros y reaseguros no inhabilita a las entidades aseguradoras para aceptar y ceder riesgos directamente, sin intervención de los intermediarios.”* En ese sentido, se ha entendido que únicamente pueden comercializar seguros las aseguradoras directamente y los agentes, agencias y corredores de seguros en calidad de intermediarios. Estos canales se conocen usualmente como canal tradicional, en contraposición a otros canales que se han ido regulando con la finalidad de lograr comercialización masiva de seguros, es decir, el uso de la red de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, consagrado en los artículos 2.31.2.2.1 y siguientes del Decreto 2555 de 2010 y en el artículo 5 de la Ley 389 de 1997, y los corresponsales de seguros, establecidos como canal de comercialización de seguros por medio del Decreto 034 de 2015, incorporado en el Decreto 2555 de 2010, artículos 2.36.9.1.1 y siguientes.

Superintendencia establecerá los estándares o condiciones generales que deberán cumplir las pólizas de seguros que se comercialicen masivamente. (Negrillas propias)

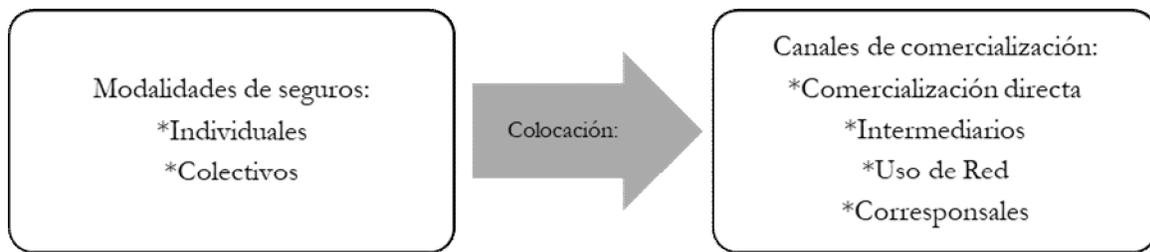
Hecha la anterior aclaración, es necesario acudir a las normas que rigen los seguros colectivos para identificar su naturaleza. En primer lugar, se pone de presente que los seguros colectivos encuentran sustento en el artículo 1039 del Código de Comercio, que establece que los seguros pueden ser tomados a nombre propio o por cuenta de un tercero determinado o determinable. Adicionalmente, el artículo 1064 del mismo Código, al hablar sobre los efectos de la reticencia, permite interpretar que el seguro colectivo es el que versa sobre un conjunto de personas o intereses debidamente identificados, de tal forma que se consideran como varios riesgos².

Así pues, los seguros colectivos corresponden a una modalidad de seguro, que se contrapone a los seguros individuales por el hecho de que los primeros versan sobre una sola persona o interés asegurable, o sobre varias personas o intereses que componen un mismo riesgo, mientras que los seguros colectivos recaen sobre un número plural de personas o intereses debidamente identificados, de tal forma que se consideran como varios riesgos. Por ejemplo, los seguros individuales son los que contrata una sola persona sin respecto de nadie más, por medio de los canales de los que se ha hablado, cuando una persona se acerca a una agencia de seguros cualquiera y contrata un seguro de automóviles, está haciendo una contratación de un seguro individual, por el contrario los seguros colectivos, son los que dependen de un tomador que agrupa muchos asegurados, como por ejemplo los seguros que contrata un empleador para sus trabajadores, o a los que se hace referencia en este artículo, donde una persona jurídica contrata un seguro al cual sus clientes pueden adherirse, generalmente ofrecidos en establecimientos de comercio, como grandes superficies, concesionarios, o empresas de servicios públicos.

La relación existente entre las modalidades de seguro, entre las cuales se incluyen los seguros colectivos, y los canales de comercialización de los seguros se puede describir por medio de la siguiente gráfica³:

² STIGLITZ, RUBEN *Seguro Colectivo de Vida*, (Revista Ibero-Latinoamericana de Seguros No. 20) (2003), define el seguro colectivo como *un contrato celebrado en favor de un tercero donde, el tomador (í), quien actúa en nombre propio, no estipula en su interés sino en el de cada uno de los asegurados. Se trata de un seguro por cuenta de los integrantes del grupo. (í) Cada uno de los integrantes del grupo deben hallarse unidos con el tomador por una relación contractual (sustancial) de la misma naturaleza. De allí que se afirme que el elemento común a las definiciones conocidas, es la existencia de una homogeneidad en los componentes del grupo.*

³ Gráfico de elaboración propia.



Así pues, los seguros individuales y colectivos pueden ser comercializados, en principio, por cualquiera de los canales por los cuales las aseguradoras están facultadas para colocar sus productos, salvo que existan restricciones en algunos canales para comercializar cierto tipo de seguros⁴. Es necesario entonces atar el seguro colectivo a un canal por medio del cual se pueda comercializar.

Hechas las anteriores aclaraciones, es necesario acudir a la normatividad que rige los seguros colectivos para identificar sus características como modalidad de seguro.

Al respecto es importante mencionar que el Código de Comercio en varios artículos hace referencia a los seguros colectivos. Así, tal y como se mencionó anteriormente, en el artículo 1064 establece los efectos de la retención en los seguros colectivos, del cual se desprende la definición de esta modalidad de seguro.⁵ Adicionalmente, el artículo 1137 de dicho Código establece el requisito de obtener el consentimiento escrito del asegurado en los seguros individuales sobre la vida de un tercero, permitiendo la interpretación según la cual dicho requisito no es necesario en los seguros colectivos sobre la vida de terceros. Más allá de las normas anteriores, no existe ningún artículo que defina claramente el seguro colectivo o establezca sus características. Incluso, en las Actas del Subcomité de Seguros del Comité Asesor para la revisión del Código de Comercio, respecto del artículo 1137 del Código de Comercio, se expuso que algunos temas se discutirían en el capítulo aparte especial para la reglamentación de los seguros colectivos⁶, el cual nunca fue redactado.

Adicionalmente, se pone de presente que en el Decreto 2555 de 2010 se mencionan los seguros colectivos o de grupo, particularmente los asociados a créditos con garantía hipotecaria o leasing habitacional, a los seguros previsionales de invalidez y sobrevivencia, y

⁴ Por ejemplo, dentro de los ramos que pueden ser comercializados por medio de corresponsales, no se encuentran los seguros de vida grupo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2.36.9.1.18 del Decreto 2555 de 2010 adicionado por el Decreto 034 de 2015 y en el artículo 1.2.1.7.1. de la Parte 1, Título II, Capítulo I de la Circular Básica Jurídica expedida por la Superintendencia Financiera de Colombia.

⁵ Ya lo hemos definido como aquel que versa sobre un conjunto de personas o intereses debidamente identificados, de tal forma que se consideran como varios riesgos.

⁶ La información referida está contenida en las actas del Subcomité de Seguros del Comité Asesor para la revisión del Código de Comercio, Antecedentes del Título V del Libro Cuarto del Código de Comercio Sobre el Contrato de Seguro. Asociación Colombiana de Derecho de Seguros ACOLDESE.

se establece que los seguros de vida grupo y colectivos de vida son ramos de seguros que pueden comercializar las aseguradoras, sin entrar a definir o caracterizar dicha modalidad de seguro.

Por su parte, la Circular Básica Jurídica, en el artículo 3.6.3 Parte 2, título IV, Capítulo II, hace referencia única y exclusivamente al seguro de vida grupo, clasificando las pólizas colectivas en contributivas, no contributivas y de deudores, incluyendo el concepto de grupo asegurable, la manera de evitar la selección adversa de los riesgos al asegurador y el contenido que deben tener las solicitudes de seguro, así como los certificados individuales que debe expedir la aseguradora. La Circular se enfoca en el tratamiento de las pólizas colectivas de deudores.

De conformidad con el recuento normativo realizado, resulta evidente que los seguros colectivos, y en particular los diferentes al seguro de vida, seguro de vida deudores y seguro previsional de invalidez y sobrevivencia, cuentan con escasa regulación, por lo que su caracterización resulta compleja.

En un ámbito doctrinal, la Superintendencia Financiera de Colombia, en Concepto 2003021900-1 de 2003 definió los seguros colectivos, así: *El seguro colectivo comprende diversos intereses asegurados cubiertos bajo una misma póliza, cuyas condiciones generales y particulares rigen para todos los titulares de dichos intereses, con la caracterización de que las calidades de tomador y asegurado no confluyen en una misma persona.*

Adicionalmente, la misma entidad ha hecho referencia a los seguros colectivos en algunos conceptos, pronunciándose principalmente frente a los seguros colectivos relacionados con bienes muebles pignorados a entidades vigiladas y particularmente a los seguros de automóviles⁷. Así, en Concepto 1999055751 2 de 1999, la Superintendencia al resolver una duda frente al sujeto facultado para revocar el contrato de seguro en los seguros colectivos manifestó que:

Es así que el seguro colectivo de automóviles corresponde al supuesto enunciado en último término, al referirse a un conjunto de intereses debidamente individualizados que originan tantas relaciones cuantos sean los vehículos objeto del contrato, agrupadas todas bajo un misma póliza, la cual como cualquier otro seguro, supone la existencia de un tomador, como parte interviniente, respecto del cual es igualmente

⁷ En Concepto 2001019795-2 de 2001, la Superintendencia Financiera estableció que la póliza de automóviles puede ser colectiva cuando se refiere a un núcleo de objetos; En los conceptos 2002007356-2 de 2002 y 2007012751-001 de 2007 la Superintendencia Financiera también hace referencia a los seguros colectivos de automóviles tomados por la entidad crediticia por cuenta de sus deudores y estableciendo a la entidad como beneficiaria a título oneroso.

aplicable lo mencionado en punto de la revocación, de manera que comunicada al asegurador, ésta produce los efectos señalados en la ley. (Negrillas fuera del texto original)

Así las cosas, si bien resulta evidente que pueden existir seguros colectivos diferentes a los regulados explícitamente, la Superintendencia Financiera tampoco se encarga de establecer las características de esta modalidad de seguros.

En este marco de escasez regulatoria es importante tener en cuenta el concepto de grupo asegurable definido en la Parte 2, Título IV, Capítulo II de la Circular Básica Jurídica, el cual establece una de las características esenciales del seguro colectivo, así:

3.6.3.2. Grupo Asegurable. Es el conformado por personas naturales, vinculadas bajo una misma personería jurídica, en virtud de una situación legal o reglamentaria, o que tienen con una tercera persona (tomador) relaciones estables de la misma naturaleza, cuyo vínculo no tiene relación con el propósito de contratar el seguro de vida. En todo caso, el tomador es responsable por el pago de las primas.

Si bien bajo las normas colombianas, este requisito únicamente se encuentra contemplado para los seguros de vida grupo, debe entenderse común a todos los seguros colectivos y aplicarse a todos ellos, pues es precisamente esa relación la que permite una selección técnica de riesgos. Desde un punto de vista técnico, las relaciones estables de la misma naturaleza entre tomador y asegurados sustentan un cierto nivel de uniformidad, lo cual resulta suficiente para justificar la estandarización de esos riesgos con procesos de selección simplificados y tarifas más favorables.

En consecuencia, con lo enunciado, es posible identificar las siguientes características de los seguros colectivos:

- El seguro colectivo no es un canal de comercialización de seguros, sino que corresponde a una modalidad de seguro que se contrapone al seguro individual, en la medida en que el primero versa sobre un número plural de personas o intereses debidamente identificados, de tal forma que se consideran como varios riesgos.
- Si bien únicamente está regulado el seguro de vida y el seguro previsional de invalidez y sobrevivencia, pueden existir seguros colectivos para amparar cualquier tipo de riesgos e intereses.
- El seguro colectivo requiere de la existencia de un grupo asegurable conformado por personas naturales que tienen una relación estable y de la misma naturaleza con un tomador, diferente a la voluntad de contratar el seguro.

- El seguro colectivo puede comercializarse o colocarse por los canales que autoricen la comercialización de esta modalidad de seguros; los asegurados se adhieren voluntariamente a una póliza que ya ha sido colocada y en ese sentido no se requiere un canal para adherir asegurados a la póliza.⁸

2. Riesgos asociados a los seguros colectivos en el marco de la comercialización de seguros masivos en Colombia:

Nadie discute la existencia de los seguros colectivos y la posibilidad de que las aseguradoras expidan pólizas colectivas cuando exista un grupo asegurable definido. Tal es el caso de los empleadores que contratan seguros para sus trabajadores, las instituciones educativas que contratan seguros para sus alumnos, las administradoras de fondos de pensiones que contratan seguros para sus afiliados, o las entidades crediticias que contratan seguros para sus deudores.

No obstante, en el marco de la comercialización de seguros masivos y en búsqueda de conseguir nuevos clientes, las aseguradoras han incorporado esquemas en los que es dudosa la existencia de un grupo asegurable y discutible que no exista una verdadera comercialización de seguros. Este escenario expone a las aseguradoras y a los consumidores a riesgos de no poca magnitud que deben ser considerados al momento de tomar la decisión de expedir seguros colectivos cuando no es evidente la existencia de un grupo asegurable, a los cuales se hace referencia a continuación:

A. Riesgo Regulatorio:

⁸Al respecto Manuel Guillermo Rueda en "Los Bancaseguros en Colombia" de Revista La Fundación (Fundación Mapfre), Julio ó Septiembre (1998), señala, haciendo referencia a los seguros colectivos, lo siguiente: "Vale la pena indicar que esta modalidad de Bancaseguros fue objeto de análisis por parte de la Superintendencia Bancaria con ocasión de la sentencia del Consejo de Estado del 28 de agosto de 1995, mediante la cual se declaró la nulidad del artículo 5o. del decreto 2423 de 1993, norma que autorizaba a los establecimientos de crédito a colocar directamente seguros en sus redes de oficinas, con fundamento en que el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero prohíbe que las actividades tendientes a que se celebren o renueven contratos de seguro sean desarrolladas directamente por dichos establecimientos de crédito. Al respecto, **la entidad de control encontró que este esquema de Bancaseguros no contradice lo dispuesto por el Consejo de Estado dado que el seguro ya está colocado y la labor del establecimiento de crédito no consiste en promover la celebración de un contrato de seguros, toda vez que éste ya existe, sino la de conceder un beneficio adicional para sus clientes. En otras palabras, el cliente del establecimiento de crédito nunca será el tomador del seguro.** Adicionalmente, la Circular Básica Jurídica permite que el establecimiento de crédito efectúe operaciones complementarias como el recaudo de primas, el pago de siniestros y la canalización de reclamaciones e información entre la aseguradora y el asegurado, entre otras actividades."

Tal vez el riesgo principal al que se exponen las compañías aseguradoras al expedir pólizas colectivas es el derivado de la escasa regulación de esta modalidad de seguro, que genera un gran ámbito de incertidumbre respecto de lo que está permitido y lo que no es posible realizar por medio de los seguros colectivos tomados por un *sponsor*⁹ con adhesión voluntaria de asegurados.

En ese ámbito de escasez de regulación del que se ha venido haciendo referencia, la Unidad de Regulación Financiera del Ministerio de Hacienda (URF) publicó un estudio de diagnóstico del esquema de comercialización de seguros en Colombia e identificó que en el caso de los seguros colectivos tomados por un *sponsor* con adhesión voluntaria de asegurados, se realiza una comercialización que no corresponde a los actores y canales que están establecidos por la normatividad vigente, razón por la que sugiere *evaluar si la regulación actual debe delimitar el vínculo generador de la colectividad en los seguros colectivos para garantizar que se conserve la naturaleza de este tipo de seguros, sin que se invadan las competencias de un comercializador*.

Este estudio, si bien no es vinculante desde el punto de vista jurídico, evidencia una tendencia que puede implicar que vía regulatoria se delimite el ámbito de los seguros colectivos como modalidad de seguro, impidiendo que los mismos sirvan para comercializar seguros masivos, o que se establezca esta modalidad como un canal de comercialización, imponiéndosele requisitos similares o idénticos a los establecidos para los corresponsales o para el uso de la red de establecimientos financieros. Esta segunda opción, se plantea, por ejemplo, en el artículo denominado Consideraciones Jurídicas de la Comercialización Masiva de Seguros a Través de Canales de *Affinity*¹⁰

B. Riesgo de extralimitación del objeto social de las entidades tomadoras:

⁹ El término es utilizado para denominar así a la empresa tomadora de la póliza, quien agrupa al colectivo de asegurados

¹⁰ Este término es utilizado para denominar la forma de comercialización por medio de las pólizas colectivas, se han venido entendiendo como grupos asegurables porque por afinidad se agrupan para contratar un seguro colectivo, por lo que en el mercado asegurador se han conocido como canales o pólizas *Affinity*. En el artículo referido en el párrafo donde va indicada esta referencia, se establece que «En este sentido, consideramos que una alternativa para atender los problemas identificados puede ser extendiendo los efectos del Decreto 034 de 2015 a la comercialización de seguros a través de canales de affinity, o expidiendo una regulación adicional que implemente medidas similares a las contenidas en el mencionado Decreto para la comercialización a través de affinity. (í)»

¹⁰ Corresponde a los subnumerales 4.2 y 4.3 del numeral 4°, Capítulo Primero, Título Segundo de la Circular Básica Jurídica (Circular Externa 007 de 1996) proferida por esta Entidad, hoy derogado, pero que, como doctrina en materia del objeto social principal y conexo de las vigiladas resulta ilustrativo para el caso consultado.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 99 del Código de Comercio, *la capacidad de la sociedad se circunscribe al desarrollo de la empresa o actividad prevista en su objeto. Se entenderán incluidos en el objeto social los actos directamente relacionados con el mismo y los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones, legal o convencionalmente derivados de la existencia y actividad de la sociedad.*

Existen algunas entidades que tienen un objeto social claramente definido, mientras que otras tienen objeto social indeterminado, pudiendo realizar cualquier tipo de actividades. Como es sabido, las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia tienen un objeto social exclusivo, por lo que únicamente tienen capacidad para realizar las actividades para las que están expresamente facultadas, y *los actos conexos que guarden estrecha relación con la capacidad legal particular. Cuando se trate de actos conexos, su armonía con el objeto social debe expresarse siempre por medio de una relación de medio a fin, cuyos extremos serán, en su orden, el acto considerado y la empresa o actividad prevista en la ley para las instituciones financieras* ¹¹

En ese sentido, las entidades financieras están limitadas para fungir como tomadoras de seguros colectivos, tal y como lo ha manifestado la Superintendencia Financiera de Colombia en Concepto 2017052169 001 del 5 de junio de 2017, que por su relevancia se reproduce totalmente:

Sobre el particular, debemos precisar que los establecimientos bancarios no se encuentran autorizados para ser tomadores de pólizas colectivas por cuenta de sus clientes no deudores, pues solo resulta viable en la medida en que corresponda a una operación conexas a las propias de su objeto social, teniendo en cuenta el especial carácter de las actividades que éstos desarrollan.

De acuerdo con lo anterior, los establecimientos de crédito no se encuentran autorizados por la ley para la adquisición de pólizas colectivas por cuenta de sus clientes de modo general. Únicamente tienen capacidad jurídica para ello cuando hay interés asegurable en el riesgo objeto de cobertura o si la actividad desarrollada es conexas a sus operaciones (por ejemplo, en los seguros de vida grupo deudores).

Así las cosas, la contratación que no se efectúe dentro de los anteriores presupuestos se traduce en el ofrecimiento o comercialización de seguros, que debe realizarse a través de los canales establecidos por la ley (los intermediarios de seguros o utilizando los canales de

¹¹ Las normas referidas corresponden a los subnumerales 4.2 y 4.3 del numeral 4º, Capítulo Primero, Título Segundo de la Circular Básica Jurídica (Circular Externa 007 de 1996) proferida por la Superintendencia Financiera de Colombia, hoy derogado, pero que, como doctrina en materia del objeto social principal y conexas de las vigiladas resulta ilustrativo para el caso consultado.

comercialización legalmente establecidos, tales como los contratos de uso de red previstos en el artículo 93 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y el artículo 5° de la Ley 389 de 1997, en concordancia con las instrucciones contenidas en la Circular Externa 049 de 2015, o los corresponsales de las entidades aseguradoras de que trata el Decreto 034 de 2015, el cual modifica el Decreto 2555 de 2010).

En concordancia con lo anterior, procede señalar que en aquellos casos en que los clientes tengan contratados productos financieros de los cuales se derive un interés asegurable para la entidad crediticia o cuando quiera que los esquemas utilizados constituyan su promoción mediante incentivos, la contratación del seguro colectivo por cuenta de los mismos resulta viable previo cumplimiento de los requisitos legales.

En este sentido, ya la Superintendencia Financiera ha manifestado que las entidades financieras, particularmente los establecimientos de crédito, no pueden ser tomadores de pólizas colectivas por cuenta de sus clientes no deudores, en la medida en que no exista un interés asegurable por parte de la entidad en el riesgo objeto de cobertura y no se trate de una actividad conexas a las operaciones de la entidad.

C. Riesgo de incumplimiento de las normas sobre protección a los consumidores financieros:

Al no existir regulación expresa y ante el entendimiento de que la emisión de pólizas colectivas tomadas por un *sponsor* con adhesión voluntaria de asegurados, no es un canal de comercialización de seguros masivos, no existe la obligación expresa de aplicar ciertas normas de protección a los consumidores financieros relacionadas con la comercialización masiva de seguros.

El artículo 2.31.2.2.1 del decreto 2555 de 2010 define los requisitos de la comercialización masiva en Colombia, estos corresponden a las características de universalidad, sencillez y estandarización y comercialización masiva de seguros, y aparecen definidos de la siguiente manera:

Universalidad. Es la característica consistente en que las pólizas de los ramos de seguros autorizados en este Capítulo, deben proteger intereses asegurables y riesgos comunes a todas las personas.

Sencillez. Es la característica consistente en que las pólizas de los ramos de seguros autorizados, sean de fácil comprensión y manejo para las personas.

Estandarización. Es la característica consistente en que el texto de las pólizas de los ramos de seguros autorizados, sea igual para todas las personas según la clase de interés que se proteja y, por lo tanto, no exijan condiciones específicas ni tratamientos diferenciales a los asegurados.

Comercialización masiva. Es la distribución de las pólizas de los ramos autorizados a través de la red de los establecimientos de crédito y de corresponsales, siempre que cumpla con las condiciones o requisitos antes señalados.¹²

Adicional a esto se vulneran claramente las obligaciones de información previa, asesoría adecuada, atención de quejas y siniestros, irrevocabilidad y no modificación durante la vigencia, entre otras.

De otra parte, la estructura de las pólizas colectivas permite que se presenten prácticas que atentan contra el consumidor financiero como lo son:

- a) Decisiones a cargo del tomador que pueden afectar gravemente a los asegurados, como el hecho de que sean los tomadores quienes puedan revocar unilateralmente los seguros colectivos y que las aseguradoras puedan informar de la revocatoria de los seguros al tomador, no haciendo lo mismo frente a los asegurados, dejando desprotegidos a los asegurados y vulnerando los derechos de información que tienen los consumidores.
- b) Modificaciones en las condiciones contractuales definidas de común acuerdo por el tomador y la aseguradora, sin tener en cuenta a los asegurados.
- c) Retención de primas por parte del tomador generando desprotección de los asegurados a pesar de haber realizado el pago oportunamente.

El incumplimiento de las normas sobre la protección al consumidor financiero, se puede ver materializado de muchas otras maneras en esta modalidad de seguros colectivos, como se tratará de ejemplificar seguidamente.

Es importante poner de presente que la problemática inicia desde la lectura misma de las normas del Código de Comercio, en donde existe una clara inconsistencia cuando se hace referencia a los términos de tomador y asegurado, ya que permanentemente son confundidos o tratados indistintamente, y en donde no aparece claramente delimitada la manera de aplicar las normas que imponen derechos u obligaciones a los tomadores y asegurados en el marco de los seguros colectivos.

¹² La norma referida se corresponde al artículo 2.31.2.2.1., Decreto 2555 de 2010

Lo anterior implica que existen decisiones a cargo del tomador que pueden afectar gravemente a los asegurados como y se ha señalado, como el hecho de que sean los tomadores quienes puedan revocar unilateralmente los seguros colectivos y que las aseguradoras puedan informar de la revocatoria de los seguros al tomador, no haciendo lo mismo frente a los asegurados, dejando desprotegidos a los asegurados y vulnerando los derechos de información que tienen los consumidores. Pueden presentarse incluso situaciones de fuga de cartera en las cuales el tomador decida cambiar la aseguradora sin que medie la voluntad de los asegurados.

En ese mismo sentido, el tomador y la aseguradora podrían definir de común acuerdo un aumento en la tarifa o un cambio en las condiciones contractuales, sin que en esta decisión mediara la voluntad de los asegurados, y podría presentarse un incumplimiento de las obligaciones especiales de las entidades vigiladas consagradas en el artículo 7 de la ley 1328 de 2009.

Adicionalmente, y relacionado con el riesgo de idoneidad y capacitación que se analiza más adelante, quienes hacen la suscripción de los certificados individuales para que los asegurados se adhieran al seguro colectivo son representantes del tomador, lo que conlleva a que en muchas ocasiones se presente desinformación y mala asesoría al momento de la suscripción vulnerándose los derechos de los asegurados. En ramos particulares como lo son el de vida grupo y el de desempleo, donde el seguro tiende a tener ciertos requisitos de asegurabilidad como edades mínimas y máximas o como la existencia de contratos laborales o relaciones contractuales de alguna naturaleza especial, por el mismo desconocimiento del suscriptor del certificado individual, pueden ingresar riesgos o asegurados a la póliza que, por las condiciones mismas, en ningún momento tendrían cobertura. Incluso, pueden existir demoras injustificadas en el proceso de suscripción y no aviso del rechazo de la solicitud de seguro, como se afirma en el artículo denominado Consideraciones jurídicas de la comercialización masiva de seguros a través de canales de *Affinity* :

Cuando la suscripción la hace el sponsor, normalmente éste toma los datos e información necesaria para que la compañía de seguros realice el estudio de riesgo necesario para emitir la póliza. Por este motivo, la póliza sólo se expide después de que la aseguradora ha realizado el estudio de riesgo, y en caso de no ser aprobado rechazará la solicitud. Se han evidenciado casos en los que una vez entregada la información al sponsor, el consumidor financiero queda con el convencimiento que ha adquirido el seguro sin saber que aún está pendiente el estudio y aprobación del riesgo por parte de la aseguradora.

Asimismo, se han evidenciado casos en los que la aseguradora rechaza la solicitud de seguro, y el sponsor nunca informa al consumidor financiero de esta decisión, por lo que el consumidor financiero queda con el convencimiento de haber contratado el seguro cuando en la realidad el riesgo sigue a su cargo. (Moreno, 2015)

Otro caso, que en innumerables veces se presenta, es el de la terminación automática del contrato de seguro, en virtud del artículo 1068 del código de comercio, que señala:

La mora en el pago de la prima de la póliza o de los certificados o anexos que se expidan con fundamento en ella, producirá la terminación automática del contrato y dará derecho al asegurador para exigir el pago de la prima devengada y de los gastos causados con ocasión de la expedición del contrato.

Lo dispuesto en el inciso anterior deberá consignarse por parte del asegurador en la carátula de la póliza, en caracteres destacados.

Lo dispuesto en este artículo no podrá ser modificado por las partes.

Como usualmente el tomador del seguro es quien se encarga del recaudo de las primas, es posible que se presente una transferencia extemporánea de las primas recaudadas a la aseguradora, lo que la misma puede entender como una mora en el pago de la prima y dar por terminado los certificados individuales adscritos a esa póliza colectiva, siendo radicalmente vulnerados los derechos de los aseguradores, quienes en dado caso pueden ni siquiera haber incumplido su obligación de pago.

Estos casos relatados se ven a diario y son un claro ejemplo de que la falta de regulación frente a la comercialización de este tipo de pólizas deja a los consumidores frente a una desprotección desproporcionada que se ve reducida significativamente al contratar el mismo seguro en una modalidad diferente como lo sería una póliza individual, en la cual normalmente coinciden el tomador y el asegurado, por lo cual no existiría un tercero que pudiera tomar decisiones frente al seguro. El riesgo también se reduce contratando el seguro por un canal autorizado, como los intermediarios, uso de red o corresponsales, toda vez que en dichos canales existe una reglamentación clara respecto de la capacitación o idoneidad que deben tener los comercializadores, la información y documentación que deben entregar al consumidor y las características de las pólizas que pueden comercializarse.

No obstante, teniendo en cuenta que las obligaciones de la aseguradora no se reducen por el hecho de que se haya contratado un seguro colectivo al cual se hayan adherido múltiples asegurados, y en ese sentido, la desprotección de los consumidores acarrea el riesgo para

las aseguradoras de ser sancionadas administrativamente o condenadas judicialmente por las consecuencias de incumplir las normas de protección de los consumidores.

D. Riesgo de fuga de cartera:

Cualquier seguro colectivo acarrea un riesgo de fuga de cartera, al cual no se encuentran expuestos los seguros individuales. Lo anterior, teniendo en cuenta que en el seguro colectivo existe un único tomador que asegura muchas personas o intereses asegurables, por lo que depende de la discrecionalidad de éste la permanencia del grupo asegurado con una aseguradora específica, pues aquel podrá optar por revocar el seguro colectivo y contratar un nuevo seguro con otra aseguradora sin que sea posible limitar dicho derecho pues tal conducta implicaría una práctica abusiva.

Por el contrario, este riesgo es inexistente en los seguros individuales, cualquiera sea el canal por el cual se comercialicen, puesto que la revocación de un contrato de seguro no implica la terminación de las relaciones con varios asegurados.

E. Riesgo de incumplimiento de las normas sobre capacitación o idoneidad de quienes comercializan seguros

Como lo se ha adelantado ya, muchos de los riesgos acá mencionados se derivan de la falta de información o la mala calidad de ésta en el momento de la suscripción de los riesgos en los seguros colectivos.

Entendiendo que en los seguros colectivos solo hay una póliza que se coloca y por lo general lo hace la compañía de seguros directamente con el tomador de la misma, o mediante un intermediario de seguros que consigue el negocio, los riesgos que se agregan a la misma no se suscriben o colocan mediante los canales de comercialización taxativamente autorizados que ya se mencionaron, si no que se hace a través de empleados del tomador, o empresas contratadas para este fin que no cumplen con las características señaladas por la ley para poder comercializar seguros.

Para lograr entender a qué hace referencia el tema de capacitación o idoneidad de quienes comercializan seguros en Colombia, se tiene que revisar la regulación aplicable; en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero en el numeral 3° del artículo 206 se estipula que *La Superintendencia Bancaria podrá en cualquier tiempo examinar los conocimientos de las personas que dirijan sociedades corredoras o agencias colocadoras o de los*

*administradores de sociedades que representen compañías de seguros o de los agentes colocadores, respecto de las pólizas que puedan ofrecer válidamente al público.*¹³ Esto teniendo en cuenta que la Superintendencia Financiera de Colombia es encargada de vigilar a las sociedades corredoras de seguros, y a las entidades de seguros quienes tienen delegada la vigilancia de los agentes y agencias, únicas personas autorizadas para comercializar seguros al momento de expedición de dicha norma jurídica.

El artículo 3° del decreto 2605 de 1993 compilado en el artículo 2.30.1.1.3. del decreto 2555 de 2010, establece por su parte las características de cómo debe cumplirse el requisito de idoneidad para comercializar seguros en Colombia *Son idóneos para actuar en la intermediación en calidad de director o administrador de una sociedad intermediaria de seguros o reaseguros o como agente, las personas que manejan sus negocios de acuerdo con las sanas prácticas comerciales, financieras y de seguros y posean conocimientos suficientes sobre la actividad de intermediación de seguros o reaseguros. Se presume el conocimiento suficiente de la actividad de intermediación por el hecho de haber desempeñado durante un plazo no inferior a dos (2) años funciones de dirección o administración en entidades del sector asegurador, o prestado asesorías durante el mismo término o desempeñado funciones en relación con la actividad propia de tales entidades.*

Asumiendo que hasta antes de la Circular 050 de 2015 de la Superintendencia Financiera no había una clara delimitación de los requisitos que se debían cumplir para tener la idoneidad necesaria para comercializar seguros, aparte claro está de la presunción mencionada en el artículo anterior, eran las entidades aseguradoras quienes a su arbitrio delimitaban el cumplimiento de esta norma, al no existir reglamentación especial en la materia.

No obstante, mediante la Circular Externa 050 de 2015, la Superintendencia Financiera de Colombia modificó la Circular Básica Jurídica, adicionándola en lo que tiene que ver con las instrucciones que se imparten a las aseguradoras en relación con la idoneidad de las personas naturales intermediarios de seguros.

La Circular 050 de 2015, que agregaba o modificaba la Circular Básica Jurídica 029 de 2014, de la Superintendencia Financiera, entró a reglamentar dicho vacío que existía en la norma estableciendo la manera en que las personas naturales vinculadas a las agencias o agentes debían acreditar la idoneidad, diferenciando entre la demostración de la capacidad técnica y de la capacidad profesional, y definiendo claramente los cursos que tendrían que

¹³ La cita referida se encuentra contenida en el numeral 3 del artículo 206, incluido en el Decreto 663 de 1993.

realizarse para demostrar los conocimientos, y los temas sobre los cuales tendrían que versar, así como la manera de evaluar los conocimientos.

En la Circular se define su ámbito de aplicación, así:

De conformidad con el artículo 101 de la Ley 510 de 1999, las entidades aseguradoras deben velar por que las agencias de seguros y los agentes de seguros, cumplan con los requisitos de idoneidad para el ejercicio de sus funciones. Para tal efecto, las personas naturales que ejerzan la intermediación de seguros, ya sea en calidad de empleado, agente, o como persona vinculada a un agente o a una agencia de seguros, están sujetos a las disposiciones contenidas en el presente numeral.

Para los efectos del presente numeral, se entiende como Persona Natural Vinculada cualquier persona natural que reúna los siguientes criterios:

7.1.1. Que tenga cualquier tipo de relación contractual (comercial, laboral, o de cualquier otra naturaleza) con una entidad aseguradora, con una agencia de seguros o con un agente de seguros; y

7.1.2. Que ejerza la colocación de seguros, entendida como el conjunto de actividades de asesoría y acompañamiento en la adquisición de productos de seguros.

Las instrucciones impartidas en el numeral 7 de este capítulo no son aplicables a los intermediarios que comercialicen exclusivamente seguros del ramo de riesgos laborales, quienes deben atenerse a lo establecido en el Decreto 1637 de 2013 o las normas que lo modifiquen. No obstante, lo anterior, cuando un intermediario de seguros de riesgos laborales comercialice cualquier otro ramo, debe cumplir con lo establecido en la presente norma.

Al delimitar claramente quien es una Persona Natural Vinculada, exigiendo los 2 requisitos anteriores A) Que tenga relación contractual con una compañía de seguros o intermediario. Y B) Que ejerza colocación de seguros, la Circular deja a la interpretación que significa la colocación de seguros, por lo que en el medio se ha manejado para los seguros colectivos, que quien coloca o suscribe riesgos a una póliza colectiva no está desarrollando el conjunto de actividades tendientes a la adquisición de un seguro, pues se entiende que el seguro como tal ya está colocado y por esto estas personas no deben cumplir con los requisitos señalados por esta norma jurídica. Una interpretación que a todas luces resulta un poco vaga pues, la modalidad de seguro colectivo contratada por los asegurados, no resulta muy diferente a lo que sería la contratación de un seguro individual donde también estos

fungieran como tomadores, y por lo tanto, estos deberían tener asegurada una explicación clara, veraz y de calidad, como cualquier contratante de un seguro individual.

Muchas de los riesgos de incumplimiento de normas tendientes a la protección del consumidor financiero y a las de idoneidad cambiarían o no serían más un riesgo para la compañía aseguradora y los consumidores financieros, si como oportunidad de mejora o una forma de mitigar este riesgo quien comercializara estos certificados individuales, contara con la idoneidad señalada para los intermediarios de seguros o por lo menos con la de las estipulaciones especiales pactadas por la norma para las personas que comercializaran seguros a través de canales alternativos como los Usos de Red o Corresponsales, donde los requisitos para desempeñar estas funciones no tienen una carga tan pesada

3. Ventajas de los seguros colectivos:

Sin dejar de considerar los riesgos a los que se hizo referencia en el apartado anterior, es necesario poner de presente que la expedición de pólizas colectivas en lugar de pólizas individuales acarrea unas ventajas.

En primer lugar, desde el punto de vista técnico, los seguros colectivos implican tarifas más favorables para los asegurados. Incluso, en algunos seguros como los de vida, elimina la necesidad de constituir la reserva matemática, lo cual genera una eficiencia que se traduce en una mejor tarifa para los asegurados.

Adicionalmente, la operatividad que implica la expedición de pólizas individuales es superior a la que se deriva de la adhesión de asegurados a un seguro colectivo ya colocado, lo que puede traducirse en un menor valor de la prima, por concepto de gastos de expedición.

Incluso, los seguros colectivos carecen de restricciones en los ramos que se pueden comercializar o en las características de los productos, sin que, en principio, se exija cumplir con los presupuestos de universalidad, sencillez y estandarización que se impone para los canales de comercialización de uso de red y corresponsales.

Estas ventajas pueden desprenderse también de la falta de regulación existente frente a la modalidad de seguro y el alcance de lo que es posible hacer mediante las pólizas colectivas, por lo que las ventajas podrían existir apenas de forma temporal, eliminándose una vez se regulen definitivamente los seguros colectivos bien como una modalidad de seguro o como un canal de comercialización.

4. Reflexiones finales:

Como se ha evidenciado, dentro del mercado asegurador al evidenciar la falta de regulación sobre el tema, se han venido utilizando las pólizas colectivas como si fueran un canal de comercialización, sin tener en cuenta que los canales son taxativos y son los siguientes:

A) Directo: Es cuando la entidad utiliza sus propios medios para colocar las pólizas de seguros. Para esto, las entidades aseguradoras utilizan sus propias redes de oficinas, empleados o agentes propios, vinculados laboralmente, con el único objeto de comercializar seguros, canales como lo son el telefónico, virtual, por medio de los cuales brindan asesoría a todos sus asegurados.

B) Intermediarios de seguros (Agentes, Agencias y Sociedades Corredoras): De acuerdo al artículo 40 del Decreto 663 de 1993 y el artículo 1347 del Código de Comercio son corredores de seguros las empresas constituidas o que se constituyan como sociedades comerciales, colectivas o de responsabilidad limitada, cuyo objeto social sea exclusivamente ofrecer seguros, promover su celebración y obtener su renovación a título de intermediarios entre el asegurado y el asegurador. Las agencias son también personas jurídicas, pero al igual que los agentes son vigilados directamente por los aseguradores por designación de la Superintendencia Financiera, solo pueden ser sociedades colectivas, limitadas o en comandita simple y su regulación es netamente financiera. Los agentes dependientes e independientes se diferencian entre sí por el vínculo laboral y exclusividad que tienen los primeros.

C) Usos de Red: De acuerdo a lo establecido por el decreto 663 de 1993 EOSF y la posterior ley 389 de 1997, las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, entre ellas las aseguradoras, tienen la facultad de prestarse la red de oficinas, empleados, y sistemas de información para comercializar sus productos entre estos, claro está los seguros, un ejemplo de esto son los seguros que se comercializan en los bancos, que no necesariamente son de deudores, sino también seguros voluntarios.

D) Corresponsales de seguros: A través de los distintos planes de desarrollo del gobierno, más o menos desde el año 2006, se ha permitido que corresponsales¹⁴ comercialicen pólizas de seguros, bajo los mismos requisitos de comercialización masiva, de los que se

¹⁴ Personas naturales o jurídicas que tengan un establecimiento abierto al público

habló, (universalidad, sencillez, estandarización y comercialización masiva) y restricción de ramos del uso de red.

Claramente las pólizas colectivas no se enmarcan entre ninguno de estos, pero al ser una especie de comercialización masiva podrían, en teoría, utilizarse los canales dispuestos, como lo son los usos de red y los corresponsales de seguros, no obstante, el mercado asegurador se abstiene de utilizar dichas figuras por la limitación en los ramos que existe, las limitaciones en las características que deben tener los productos y las condiciones operativas especiales.

Es claro que la Superintendencia Financiera tiene conocimiento de esto, pero la realidad ha superado la norma como casi siempre lo hace, y en este trabajo hemos evidenciado que las pólizas colectivas con todos sus problemas y deficiencias, tanto técnicas como jurídicas, han llegado a ser un verdadero impulsor de la inclusión financiera que tanto el gobierno colombiano pregona, generando cobertura para personas que bajo otras circunstancias, no podrían acceder a estos, verbigracia, las adhesiones voluntarias a pólizas colectivas en almacenes de cadena, por medio de las facturas de servicios públicos, a precios irrisorios comparados con los canales tradicionales de comercialización.

Si bien es claro, que se espera regulación al respecto, por parte del gobierno nacional a través del Ministerio de Hacienda y de la Superintendencia Financiera, la esperanza del mercado asegurador y de los consumidores financieros con conocimiento de causa, es que no sea restrictiva o que por lo menos habiliten adecuadamente los canales de comercialización masiva, como lo son los usos de red y los corresponsales de seguros para que se pueda seguir penetrando el mercado y las personas con menos recursos puedan acceder a los seguros.

5. Conclusiones:

Los seguros colectivos no son un canal de comercialización sino una modalidad en la cual un único tomador contrata un seguro (por cualquiera de los canales) por cuenta de múltiples asegurados que se adhieren voluntariamente al mismo, y que conforman un grupo asegurable, en la medida en que tienen una relación estable y de la misma naturaleza con el tomador, diferente de la voluntad de agruparse para contratar el seguro. Es importante destacar que al ser el contrato de seguro un contrato de adhesión, ya que no tiene libre discusión por parte de los tomadores o asegurados, esto genera que las cláusulas que sean oscuras o que deban interpretarse de alguna manera, siempre deban interpretarse a favor de la parte que se adhiere, en este caso el consumidor financiero.

Los seguros colectivos tomados por un sponsor con adhesión voluntaria de asegurados corresponden a una figura ampliamente usada en el mercado asegurador colombiano. En la práctica, esta modalidad constituye un instrumento para asegurar a terceras personas cuando no existe un grupo asegurable definido, lo cual se asemeja a una comercialización masiva de seguros, figura jurídica que es plenamente viable desde que se realice siguiendo los lineamientos existentes para los seguros colectivos de acuerdo con la poca normatividad que los rige.

Los corresponsales de seguros fueron reglamentados recientemente para la comercialización de seguros con características restringidas de ramos, productos y con unas condiciones específicas de suscripción, que no eliminaron la existencia de los seguros colectivos como modalidad de seguros, pues la creación de los corresponsales de seguros en Colombia tuvo por objetivo el incremento del acceso a servicios financieros y la inclusión financiera, por lo tanto su aparición no debería restringir el mercado ya existente a la fecha de su creación sino crear mercado no existente.

Adicionalmente, la normatividad de corresponsales no regula íntegramente los eventos que usualmente se amparan bajo pólizas colectivas, ni estableció un término para la migración de otros negocios hacia un esquema de Corresponsales.

Finalmente, todavía existe una zona gris en la definición del alcance de los seguros colectivos, la cual no se eliminó con la expedición del Decreto 034 de 2015 y la Circular Externa 049 de 2016 sobre Corresponsales de Seguros.

La línea entre lo que implica adherir personas a un seguro ya colocado y comercializar seguros, es difusa, existiendo la necesidad de una reglamentación expresa sobre el asunto.

Teniendo en cuenta que la escasa regulación en materia de seguros colectivos genera unos riesgos importantes, lo más recomendable tanto para las aseguradoras como para los consumidores financieros sería privilegiar la utilización de los canales expresamente regulados, así como garantizar la existencia del grupo asegurable en el caso de colocación de pólizas colectivas para adhesión voluntaria de asegurados.

REFERENCIAS

Libros y revistas:

GARCÍA DE BRIGARD, María del Pilar Importancia de la Regulación Especial de los Microseguros en Colombia (Revista de Derecho Privado No. 48, julio-diciembre, (2012), p. 1-35,

MORENO BARBOSA, Fabián Humberto y MARTÍNEZ PINZÓN, María Camila Martínez Pinzón Consideraciones Jurídicas de la Comercialización Masiva de Seguros a Través de Canales de Affinity (Revista Ibero- Latinoamericana de Seguros No. 42, enero-junio de 2015)

STIGLITZ, RUBEN Seguro Colectivo de Vida , (Revista Ibero-Latinoamericana de Seguros No. 20) (2003)

Actas del Subcomité de Seguros del Comité Asesor para la revisión del Código de Comercio, Antecedentes del Título V del Libro Cuarto del Código de Comercio Sobre el Contrato de Seguro. Asociación Colombiana de Derecho de Seguros ACOLDESE.

RUEDA, Manuel Guillermo, Los Bancaseguros en Colombia , Revista La Fundación (Fundación Mapfre), Julio Septiembre (1998)

OSSA G. J.Efren, Teoría del General del Seguro el Contrato Segunda edición Editorial Temis, Bogotá 1991.

Páginas Web:

Superintendencia Financiera de Colombia