

RECTOR: DOCTOR JUAN CARLOS HENAO PÉREZ

SECRETARIA GENERAL: DOCTORA MARTA HINESTROSA REY

DIRECTOR DEL DPTO.: DOCTOR SAÚL SOTOMONTE S.

DIRECTOR DE LA TESIS: DR. RAFAEL ALBERTO ARIZA VESGA

PESIDENTE DE TESIS: DOCTOR SAÚL SOTOMONTE S.

EXAMINADORES:
DRA. TATIANA GAONA CORREDOR
DR. EDUARDO HOFFMAN

**LA COMERCIALIZACIÓN DE MICROSEGUROS A TRAVÉS DEL CANAL DE
CORRESPONSALÍA: RETOS REGULATORIOS EN SU IMPLEMENTACIÓN**

Lina María Madera Gutiérrez

**Tesis presentada para optar por el título de
Magíster en Derecho Comercial**

Dirigido por: Dr. Rafael Ariza

**UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
MAESTRÍA EN DERECHO COMERCIAL
BOGOTÁ D.C.**

2019

Tabla de contenido

Resumen.....	6
Justificación.....	7
Definiciones	9
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
1 Capítulo 1.....	12
1.1 Antecedentes históricos.....	12
1.1.1 Iniciativa internacional para la creación de políticas de inclusión financiera	12
1.2 Desarrollos normativos para la implementación de productos y servicios que permitan la inclusión financiera en Colombia	14
1.3 Esbozo de los canales de comercialización de seguros en Colombia	19
1.3.1. Canales tradicionales en la comercialización de seguros en Colombia	20
1.3.2. Canales no tradicionales en la comercialización de seguros en Colombia	24
1.3.2.1. Comercialización de seguros a través de uso de red de otras entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera.....	24
1.3.2.2. Comercialización de seguros a través de Corresponsales de Seguros	27
1.4 Similitudes entre los canales de comercialización no tradicionales: uso de red y corresponsalía	29
1.5 Diferencias sustanciales entre el uso de red y los corresponsales.....	30

2 Capítulo 2.....	32
2.1 El Microseguro.....	32
2.1.1 Definición del microseguro.....	32
2.2 Consumidor potencial de los microseguros	35
2.3 Características del microseguro.	39
2.4 Diferencias entre el seguro convencional y el microseguro.....	42
2.5. El microseguro como seguro inclusivo.....	44
3 Capítulo 3.....	49
3.1. Retos para la implementación y comercialización de microseguros a través de corresponsales	49
3.1.1. Alcance del canal de corresponsalía frente a la comercialización masiva de seguros.	50
3.1.2. Desafíos regulatorios para la aprobación de contratos de corresponsalía.....	55
3.1.3. Retos en cuando la idoneidad y responsabilidad del corresponsal y de la entidad aseguradora.	57
3.1.4. La población objetivo del microseguro.....	62
4 Capítulo 4.....	73
4.1 Conclusiones	73
5 Bibliografía	75

Lista de tablas

<i>Figura 1.</i> Esquema de intermediarios de seguros	23
<i>Figura 2.</i> Esquema de prestación de servicios de uso de red y corresponsalía.....	31
<i>Figura 3.</i> Radiografía de la pobreza	36
<i>Figura 4.</i> Actualización del criterio de conformación de los grupos de hogares: nivel de ingreso por enfoque absoluto.....	37
<i>Figura 5.</i> Clases sociales en Colombia 2008 - 2019: Cifras en porcentaje	37
<i>Figura 6.</i> Seguros inclusivos.....	44
<i>Figura 7.</i> Microseguros y seguros inclusivos	47

Resumen

Desde los programas de inclusión financiera que tienen origen en la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas del año 2000, muchos países miembros han analizado cómo pueden producir beneficios y oportunidades para minimizar los niveles de pobreza a nivel mundial.

Por ello, el Gobierno de Colombia, a partir del CONPES NO. 3424 del 16 de mayo de 2006 dentro del Plan Nacional de Desarrollo (PND) vigente desde 2006 hasta 2009, decidió instaurar programas de inclusión financiera a través de políticas nacionales que promovieran el acceso de estos servicios para la población de bajos ingresos con el fin reducir la pobreza, fomentar la igualdad social y estimular el desarrollo económico en Colombia.

Estos programas han tenido continuidad a través de los siguientes PND, escenario en el cual se expide el Decreto 034 de 2015, que crea la figura de “*Corresponsales de Seguros*”, como un nuevo canal de comercialización, adicional a los tradicionales y los no tradicionales como el “Uso de Red”. De allí, la necesidad de analizar este nuevo canal de distribución de seguros en Colombia, para los denominados “microseguros” y de investigar los principales retos identificados en correlación entre estos dos conceptos.

Justificación

Desde la consecución del Plan Nacional de Desarrollo 2006-2009, Colombia se enfocó en promover la expedición de disposiciones que dieran piso legal a la implementación de políticas de inclusión financiera, con la finalidad de establecer mayores canales de acceso para la población marginada y con altos índices de pobreza en el país, en pro de mitigar esta última. De esta manera, se dio paso a los denominados “microcréditos” y el primer canal de comercialización especializado para su distribución denominado “Corresponsales Bancarios” (CB), estrategias que han tenido un efecto significativo en la población colombiana.

Sin embargo, con la expedición del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 y 2015-2018 se generó mayor desarrollo normativo en temas de microfinanzas. En efecto, se expidieron los Decretos 2555 del 2010 y 2672 de 2012, cuyo propósito fue regular los canales de distribución de microcréditos en el país a través de Corresponsales Bancarios (CB) y Corresponsales No Bancarios (CNB), con significativos frutos en el país en materia de inclusión financiera.

Consecuente con los resultados positivos en la comercialización de microcréditos y con el fin de avanzar en dichas políticas no solo en materia bancaria, sino también en el ámbito del sector asegurador, el Gobierno nacional expidió el Decreto 034 de 2015 con el cual se creó un nuevo canal de distribución en dicho mercado, denominado como Corresponsales de Seguros (CS).

No obstante, pese a que dicha iniciativa puede significar a primera vista una medida acertada por parte del Estado colombiano, se considera necesario realizar un estudio acucioso de la normatividad actual que desarrolla la figura de Corresponsales de seguros (CS) en Colombia (Decreto 034 de 2015), norma que representa un gran reto para el sector asegurador principalmente en los siguientes puntos: i) Su implementación frente a la confusión que existe sobre el alcance que tiene este canal en la comercialización de seguros masivos; ii) En los

desafíos que deben enfrentar las entidades aseguradoras para la aprobación de los contratos de corresponsalía; iii) La idoneidad y responsabilidad del corresponsal, así como la responsabilidad de la entidad aseguradora; y iv) La comercialización del microseguro a una población sensible, caracterizada por su bajos niveles de educación financiera que merece una especial protección en materia de información y conocimiento de los productos.

Por ende, es trascendental analizar cada uno de los retos expuestos con la intención de proponer las medidas operacionales y normativas necesarias para superarlos, dado que brindar una educación financiera adecuada a la población objetivo del microseguro juega un papel fundamental.

Definiciones

Inclusión financiera: política nacional encaminada a reducir los índices de pobreza en las poblaciones marginadas del país, a través de normatividad que abra canales de acceso financiero para la obtención de microcréditos y seguros capaces de brindar facilidades monetarias a una población azotada por la escasez de recursos económicos.

Corresponsales Bancarios (CB):

Los Corresponsales Bancarios son un canal de comercialización que le permite a los establecimientos de crédito prestar algunos servicios financieros, bajo su plena responsabilidad y a través de terceros, con el fin de llegar a aquellas regiones donde la presencia de los bancos es poca o muy limitada (Castillo & Hernández, 2015, p. 13).

Decreto 034 de 2015: normatividad nacional que crea y regula de manera general la figura de corresponsalía en seguros, y que delimita sus facultades de comercialización masiva a determinados ramos de seguros.

Corresponsales de Seguros (CS): cualquier persona natural o jurídica que atienda al público, siempre y cuando su régimen legal u objeto social se lo permita; cuya finalidad es ofrecer a las poblaciones marginadas del país acceso a determinados ramos de seguros, bajo las directrices que se enuncian en el Decreto 034 de 2015 o las normas que lo modifiquen o sustituyan. Es un canal más de comercialización de seguros.

Banca de Oportunidades

Es un programa de inversión administrado por el Banco de Comercio Exterior (Bancoldex). Tiene como objetivo promover el acceso a servicios financieros a familias en condición de pobreza, hogares no bancarizados, microempresarios y pequeña empresa.

Se enmarca dentro de la política de largo plazo del Gobierno nacional, dirigida a lograr el

acceso a servicios financieros para la población de bajos ingresos con el fin de reducir la pobreza, promover la igualdad social y estimular el desarrollo económico en Colombia.

(Infolocal, s.f., párr. 1)

“La conforman los bancos, compañías de financiamiento comercial, las cooperativas, las ONG, y las cajas de compensación familiar, quienes son las encargadas de extender su cobertura y llevar los servicios financieros a la población desatendida” (Infolocal, s.f., párr. 2).

Superintendencia Financiera de Colombia (SFC)

Organismo técnico adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, encargada de ejercer la inspección, vigilancia y control sobre las personas que realicen actividades financieras, bursátil, aseguradora y cualquier otra relacionada con el manejo, aprovechamiento o inversión de recursos captados del público. (Superfinanciera, s.f., párr. 2)

Seguros masivos: son aquellos productos diseñados para ser comercializados a través de canales no tradicionales o canales alternativos con el fin de atender necesidades en escala a poblaciones que convencionalmente no se encuentran aseguradas. (Camargo J. L., 2018)

Microseguro: especie de seguro masivo, diseñado para atender las necesidades de aseguramiento de la población de bajos recursos, destinados a mitigar los riesgos que los puedan llevar a la miseria. (Camargo J. L., 2018)

Seguro de bajo costo: especie de seguro masivo, diseñados bajo las características de accesibilidad y asequibilidad para atender a las poblaciones que tradicionalmente no han sido objeto de aseguramiento, estos difieren del microseguro al no ser un producto pensado para satisfacer las necesidades y riesgos que sufre la población vulnerable y pobre del país, para evitar o mitigar la miseria.

Objetivos

Objetivo general

Determinar qué retos regulatorios o normativos enfrenta el sector asegurador para llevar a cabo la comercialización de microseguros a través de la figura de la corresponsalía en Colombia desde la entrada en vigencia del Decreto 034 de 2015.

Objetivos específicos

- Establecer el origen y la evolución de las políticas y regulaciones normativas que ha tenido el canal de corresponsales en microseguros en Colombia.
- Determinar el alcance conceptual del microseguro y sus diferencias con el seguro convencional.
- Identificar los retos del sector asegurador en la comercialización de microseguros a través de corresponsales, que han generan desafíos en la implementación del uso de este canal.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes históricos

1.1.1 Iniciativa internacional para la creación de políticas de inclusión financiera

A partir de la Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas, celebrada en septiembre del 2000 en la ciudad de Nueva York, los representantes de los 189 estados miembros de las Naciones Unidas acordaron establecer ocho objetivos que permitieran afrontar los grandes problemas sociales de la humanidad; este programa se llama “Objetivos de Desarrollo del Milenio” (ODM). Para el cumplimiento de estos, se estableció un plazo de alcance inicial hasta el 2015 (Dipublico, 2000). Sin embargo, estas metas se han extendido hasta el año 2030 como “Objetivos de Desarrollo Sostenible” (ODS), programa que da alcance a los ocho propósitos iniciales del ODM y que los amplió hasta tener 17 objetivos y 169 metas planteadas como continuación de los primeros (Naciones Unidas, s.f.).

En cuanto a su contenido, los ODM iniciales estaban enfocados en los siguientes puntos: i) erradicar la pobreza extrema y el hambre; ii) Lograr la enseñanza primaria universal; iii) Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer; iv) Reducir la mortalidad de los niños menores de cinco años; v) Mejorar la salud materna; vi) Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades; vii) Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente; y viii) Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

En resumen, estos estaban encaminados a disminuir la pobreza, el hambre, el analfabetismo, vencer la discriminación hacia la mujer, combatir las enfermedades y proteger el medio ambiente.

A partir de los resultados cruciales que se alcanzaron hasta el 2015, los miembros de las Naciones Unidas tomaron la decisión de darle continuidad al programa y, para ello, adicionaron nuevos objetivos que abordaban tópicos vinculados con el desarrollo sostenible, la inclusión social y la protección del medio ambiente, con lo cual se ampliaría su campo de acción puesto que los ODM se ceñían a la población pobre, pero estos deben extenderse a toda la población sin distinción, es decir, tanto a ricos como a pobres (Naciones Unidas, s.f.).

De esta manera, dentro de este marco de la agenda internacional, los países miembros empiezan a desarrollar programas de implementación en procura de su concreción y, en consecuencia, surge y se ejecuta la “inclusión financiera” como modelo estratégico, en torno a los planes para cumplir uno de los objetivos como lo es la erradicación de la pobreza.

Esta inclusión financiera en términos del Banco Mundial (2018) significa que las personas y empresas tengan acceso a productos y servicios financieros útiles y asequibles, puesto que en condiciones normales del negocio no contarían con la posibilidad de obtener servicios financieros como créditos o seguros.

Ahora bien, estos ODS buscan atender las necesidades financieras de la población en la base de la pirámide de la economía, a partir de productos de ahorro, manejo y transferencia de riesgos que contribuyan a la creación y sostenibilidad de sus negocios en procura del mejoramiento de sus niveles de bienestar.

Desde la perspectiva de este esquema financiero, se crean tres productos bandera: el microcrédito, el microahorro y los microseguros, para así poder alcanzar el propósito de disminuir la pobreza o los riesgos a los que la población del pilar de la economía se puede ver expuesta, tales como el desempleo, la atención de eventos inesperados como las enfermedades o

accidentes, inundaciones o el tener que acudir a terceros en procura de préstamos para asumir sus obligaciones a causa de los escasos niveles de ingresos.

Según los datos obtenidos de investigaciones realizadas por el Grupo Banco Mundial (2018):

Los países que han logrado más avances con miras a la inclusión financiera son los que han creado un entorno normativo y reglamentario propicio, y han fomentado la competencia permitiendo a las instituciones bancarias y no bancarias innovar y ampliar el acceso a servicios financieros. (párr. 8)

Por consiguiente, es primordial establecer instrumentos jurídicos que den soporte y que permitan la implementación de estos nuevos productos, pues son elementos que inciden no solo en los usuarios, sino también en el cumplimiento de normas que se relacionan con el sistema de prevención y control de lavado de activos y financiación al terrorismo, así como en los sistemas de administración de riesgo operativo.

1.2 Desarrollos normativos para la implementación de productos y servicios que permitan la inclusión financiera en Colombia

Colombia ha mostrado un gran interés en la política de inclusión financiera, lo cual se observa en su fructífera reglamentación, cuya evolución ha sido paulatina en los diversos planes de desarrollo promulgados desde el 2006.

El Plan Nacional de Desarrollo para los años 2006 a 2010, expedido a través de la Ley 1511 de 2007, proclamó como programa a largo plazo la creación de condiciones para promover el acceso y uso de productos financieros, periodo en el cual se presentó el siguiente desarrollo normativo:

- Decreto 2233 de 2006 se reglamenta los servicios financieros prestados por establecimientos de crédito a través de corresponsales, es decir, de terceros contratados por dicho establecimiento con el fin de facilitar a sus clientes la realización de transacciones y pagos más cerca de su localidad o ubicación (Superintendencia Financiera, s.f.).
- El Decreto 3078 de 2006 determina la creación de la Banca de Oportunidades con el fin de fomentar las condiciones necesarias para apoyar el acceso a los servicios financieros para las poblaciones de menores ingresos y emprendedores.

A partir de entonces, los proyectos de inclusión financiera se desarrollan con el apoyo de la red de Banca de Oportunidades, integrada por el sector bancario, cooperativas con actividad financiera, compañías de financiamiento, ONG y compañías de seguros (Banca De Las Oportunidades, 2019). Allí se emprenden estrategias que permiten la ampliación de la cobertura geográfica regional y patrocinan la creación de productos de ahorro y créditos, estos últimos, ideados para suplir las necesidades propias de la población pobre y así, alcanzar una equidad social, para lo cual, se reducen las barreras de costos de transacción para su adquisición y se generaran incentivos públicos dirigidos tanto a la industria como al sector privado.

- El Decreto 1121 de 2009 autoriza a los Corresponsales Bancarios (CB) desplegar las acciones necesarias para que los bancos procedan con la apertura de las cuentas de ahorro, y le permitan al corresponsal realizar entrevistas y cualquier mecanismo que adopte el banco dentro de sus políticas para cumplir esta tarea, todo con el objetivo de que exista un canal financiero más integral. La Subdirección de Desarrollo de Mercados de la Unidad de Regulación Financiera de Colombia (URF) expresó que

esta regulación permite al corresponsal ofrecer servicios de recaudos, pagos y transferencias de fondo, envío o recepción de giros y remesas, depósitos y retiros en efectivo, desembolsos de créditos y activación de productos preaprobados de crédito, consultas de saldos, expedición de extractos y documentos e información de los productos (Martínez et al., 2019).

A partir del Plan Nacional de Desarrollo del periodo 2010-2014, la Ley 1540 de 2011 se define una meta concreta de cara a la inclusión de productos financieros, según la cual era necesario garantizar la oferta en regiones lejanas, incentivar la creación de productos idóneos para los segmentos de la población objetivo e impulsar la educación financiera de los consumidores.

En este periodo se pudo observar un interés por fundamentar bases normativas que permitieron sentar más adelante las bases jurídicas del microcrédito para este primer ciclo y el futuro, así como los cimientos para la distribución del microseguro. En este grupo de normas se destacan:

- El Decreto 2555 de 2010 que reglamenta y autoriza a los establecimientos de crédito y demás entidades financieras a prestar sus servicios por medio de corresponsales, quienes pueden ser personas naturales o jurídicas que atiendan público, estas deben cumplir con requisitos de idoneidad moral y contar con la infraestructura física, técnica y de recursos humanos, con el propósito de prestar servicios financieros a través de estos y de ampliar su cobertura.
- La Circular Externa 026 de 2011 de la SFC aclara los requisitos de administración de riesgo operativo que deben cumplir los Corresponsales Bancarios (CB), entre ellos, que el corresponsal disponga de terminales electrónicos para estar conectados en línea

con las plataformas de la entidad, garantizar las operaciones en tiempo real y con los medios que permitan la confirmación del trámite al cliente. Así mismo, fijar condiciones de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo.

- La Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor, se erige como ley general de protección al consumidor, capaz de suplir vacíos ante la ausencia de alguna particularidad en las normas especiales para cada sector de la economía en lo que atañe a los derechos, deberes y cláusulas abusivas.
- El Decreto 2672 de 2012, por el cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con los servicios financieros prestados a través de los corresponsales de los establecimientos de crédito, las Sociedades Administradoras de Inversión, las sociedades comisionistas de bolsa de valores, las Sociedades Administradoras de Fondo de Pensiones, las sociedades fiduciarias y los Intermediarios del Mercado Cambiario (IMC). Este decreto, igualmente, consagra las modalidades de servicios que podrán prestar los corresponsales con sus respectivas condiciones, así como la información que, al respecto, debe entregarse a los clientes y usuarios.

Con ocasión del Plan Nacional de Desarrollo de 2014 hasta 2018, la Ley 1753 de 2015 incluyó varias metas más con el objeto de incorporar un esquema de seguimiento a los avances en la inclusión financiera. En vigencia de este plan de desarrollo, se expidieron varias normas que dieron estructura al canal de corresponsalía, como son:

- La Circular Externa 034 de 2015 de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), la cual simplifica el régimen de control del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y de la Financiación del Terrorismo (SARLAFT) para los seguros de bajo costo.

- La Circular Externa 050 de 2015, mediante la cual la SFC regula los estándares de idoneidad aplicables a las personas que ejercen la intermediación de seguros, los requisitos de información destinada a dichos consumidores, la publicidad y transparencia de las personas autorizadas por las entidades aseguradoras y los corredores de seguros para ejercer la intermediación de seguros, así como las medidas de gobierno corporativo asociadas a estas materias.
- El Decreto 034 de 2015, por medio del cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo asociado con la prestación de servicios financieros a través de corresponsales. En esta disposición se extiende a las aseguradoras la facultad de comercializar productos por medio del canal de corresponsalía, limitada a unos ramos de seguro específicos que cumplan con las condiciones de universalidad, sencillez, estandarización y comercialización masiva.
- Con el Decreto 1491 de 2015, el Gobierno nacional amplió las facultades de los corresponsales para permitir la apertura de depósitos electrónicos por medio de dicho canal.
- La Circular Externa 049 de 2016 de la SFC le permite al sector asegurador ofertar seguros a través de la figura de Corresponsales Bancarios (CB) y sentar reglas para la distribución de seguros masivos en el canal de uso de red; esta es la base normativa para la comercialización de seguros que tengan como característica la sencillez, universalidad y estandarización.
- El Decreto 2242 del 2015, encargado de reglamentar la factura electrónica, como una herramienta que ayuda a fortalecer la distribución de microseguros por medio del canal de corresponsalía. El Decreto 2123 de 2018, que extiende de 7 a 10 ramos a

comercializar por medio del canal de corresponsalía, modifica el numeral 1 del párrafo 2 del artículo 2.36.9.1.11 al instaurar que, para la prestación de servicios de corresponsales no se requiere operar en línea, al ser responsabilidad de la entidad aseguradora el fundamentar mecanismos para respaldar la oportunidad en la transmisión de la información; y modifica el numeral 3 del artículo 2.36.9.1.17 del Decreto 2555 de 2010, en el que especifica que el corresponsal puede entregar y recibir la solicitudes de seguros y sus anexos, pólizas y anexos, condiciones generales, particulares y extractos, certificaciones y documentos necesarios para la reclamación del siniestro, de cualquier ramo, entre otras disposiciones.

Cabe destacar que, el Plan Nacional de Desarrollo vigente de 2018 hasta 2022, llamado “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”, continúa en la línea de fortalecer la inclusión financiera para generar equidad en todas las regiones del país.

Es por eso, que el Gobierno a través de la Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera (URF), se encuentra en el estudio de herramientas normativas que permitan impulsar la infraestructura de la inclusión financiera, con el propósito de eliminar barreras en las normas que restrinjan su consolidación a nivel nacional, lo cual ha sido socializado con el sector bancario y financiero a través del denominado “documento técnico”.

1.3 Esbozo de los canales de comercialización de seguros en Colombia

El país ha tenido un desarrollo normativo bastante importante en torno a los diversos canales de distribución de seguros. En la última década ha incursionado en nuevos escenarios con el objeto de generar espacios para la inclusión financiera y brindar mayores garantías de acceso a productos que atiendan cada vez más a las necesidades de su población, al tener en cuenta sus diferencias geográficas, económicas y culturales.

En el caso de la actividad aseguradora en Colombia, en cuanto a su comercialización, es posible hablar de canales tradicionales y no tradicionales, los cuales a su vez están integrados por diversos actores.

1.3.1. Canales tradicionales en la comercialización de seguros en Colombia

Tradicionalmente, la distribución de seguros en el mercado colombiano se ha desarrollado a través del canal de comercialización conocido como “intermediarios de seguros”. Este canal implica la participación de terceros profesionales e idóneos como actores encargados del ofrecimiento, promoción y renovación de contratos de seguros, quienes se encuentran legamente autorizados para dicha labor y colocan en contacto a las partes interesadas en la celebración del respectivo contrato de seguro.

El autor Bermúdez (2013) manifestó lo siguiente a propósito de los intermediarios de seguros:

En la práctica, el intermediario también participa de otras actividades asociadas al seguro, diferentes a su distribución, como lo son el proceso de reclamación y pago de la indemnización, el pago de primas, servicios actuariales, evaluación de calidad y servicio, investigación y desarrollo de nuevos productos, entre otros. (p. 600)

En Colombia se cuenta con tres tipos de intermediarios de seguros¹, a saber:

- a) Las sociedades corredoras de seguros o *brokers*, quienes a la luz del artículo 40 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (EOSF) son empresas cuya meta social se limita de manera exclusiva a ofrecer, impulsar y renovar seguros. Estas se constituyen como

¹ “[...] A pesar de que en la doctrina universal sobre esta materia existe una corriente que prefiere reservar la designación de “intermediario” de seguros a los profesionales independientes, normalmente los corredores de seguros, que actúan sin vinculación contractual previa con ninguna de las partes, la ley colombiana, en su artículo 5° numeral 2° del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, confiere esta denominación tanto a los corredores de seguros como a las agencias y a los agentes independientes o no”. (Ordóñez, 2012, p. 253)

sociedades anónimas, las cuales están sometidas de manera directa al control y vigilancia de la SFC.

El Código de Comercio colombiano les confiere a los corredores un conocimiento especializado de los mercados, cuya función es actuar como agentes intermediarios de seguros entre dos o más personas con las que no tienen vínculos o relaciones de “colaboración, dependencia, mandato o representación”; estas sociedades tampoco cuentan con facultades para financiar primas ni participar en la elaboración de pliegos de condiciones para seleccionar corredores.

- b) Las agencias de seguros, definidas, según el artículo 41 del EOSF, como aquellas sociedades colectivas, en comandita simple o de responsabilidad limitada, que promueven la celebración de contratos de seguros y renovación de estos en representación de una o varias compañías de seguros en determinados territorios, con facultades mínimas de recaudo de dineros, inspección de riesgos y promoción de seguros. Además, se encuentran sometidas a una supervisión por parte de las entidades aseguradoras con quienes contraten (Ley 510 de 1999, Art.101).
- c) Los agentes de seguros son personas naturales que, así como las agencias, promueven la celebración de contratos de seguros y renovación de estos en vinculación con una o varias compañías de seguros, a su vez, cuentan con las mismas facultades que una agencia de seguros. Estos agentes pueden actuar como colocadores de seguros de manera dependiente o independiente de la entidad aseguradora.

Los agentes dependientes surgen cuando la relación entre el agente y la aseguradora deviene de un contrato laboral con cláusula de exclusividad, mientras que los agentes

independientes son aquellos cuya relación con la aseguradora surge de un contrato mercantil sin cláusula de exclusividad.

Tanto las agencias como los agentes cuentan con unas facultades mínimas consagradas en el artículo 42 del EOSF, estas son: i) El recaudo de primas; ii) Inspección de riesgos; iii) Intervenir en salvamentos; y iv) Patrocinar la celebración de contratos de seguros por sí misma o por medio de los agentes colocadores que la compañía mandante ponga bajo su dependencia, de acuerdo con su sistema propio de promoción de negocios.

Cabe destacar que, el artículo 101 de la Ley 510 de 1999 señala que las aseguradoras son quienes deben velar porque las agencias y agentes que las representan cumplan con los requisitos de idoneidad, y se dé cumplimiento al régimen de inhabilidades e incompatibilidades al que se encuentran sujetos, puesto que responden de manera solidaria por la actividad que estos realicen de conformidad con la delegación que la ley y el contrato les haya conferido (Sentencia C-354/09).

Según menciona Bermúdez (2013), las distinciones que se destacan entre estas tipologías de intermediarios por el gremio asegurador son:

- 1) los corredores de seguros se caracterizan por actuar para el cliente, manejar grandes volúmenes de primas y contar con un amplio portafolio de productos de diferentes compañías. Su asesoría a los clientes se basa en ajustar los productos que ofrecen las compañías aseguradoras a sus necesidades.
- 2) Los agentes y agencias están, por lo general, autorizados por la compañía aseguradora para representar sus intereses y celebrar negocios en su nombre.
- 3) En cuanto a la responsabilidad que compete al intermediario, las normas le han reconocido al corredor de seguros un régimen de responsabilidad institucional, civil y administrativa, mientras que, respecto de agentes

y agencias, se ha dispuesto un régimen de responsabilidad directa de la compañía aseguradora, con la que haya promovido el contrato, en virtud del carácter de representación. (p. 615)

Por su parte, el Decreto 2555 de 2010 fija que la remuneración de los intermediarios, comisiones y formas de pago, se hace de conformidad a la liberalidad contractual entre estos y las entidades aseguradoras. De este modo, el Decreto es consecuente con lo dispuesto en el artículo 1341 del Código de Comercio, que reza: “[...] salvo estipulación en contrario, la remuneración del corredor será pagada por las partes, por partes iguales, y la del corredor de seguros por el asegurador”.

A partir del análisis de estas tres modalidades de intermediario, es posible ver la estructura general de los mismos con la siguiente figura realizada por la URF:



Fuente: EOSF. Elaboración URF.

Figura 1. Esquema de intermediarios de seguros

Fuente: (Galindo et al., 2017)

1.3.2. Canales no tradicionales en la comercialización de seguros en Colombia

En las políticas públicas encaminadas a la profundización financiera se han visto los seguros como una herramienta adecuada de reducción de circunstancias adversas que afectan la economía de su población; estos factores de riesgo también han despertado el interés del sector asegurador, dada la gran necesidad que presenta el mercado.

Por ello, Moreno y Martínez (2015) señalan que en la actualidad una de las formas más importantes en las que se comercializan gran parte de los seguros y de mayor crecimiento es la forma masiva, cuya finalidad es responder a las necesidades de la población a niveles de escala, al brindar una especial protección al consumidor y ofrecer productos que cumplan con las condiciones de universalidad, sencillez y estandarización.

Entre los canales no tradicionales legalmente establecidos en nuestra legislación, se encuentran aquellos que se plantean a continuación:

1.3.2.1. Comercialización de seguros a través de uso de red de otras entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera

Uno de los primeros canales no tradicionales en establecerse en Colombia fue el conocido inicialmente como “bancaseguros” hoy llamado uso de red.

Este canal fue regulado por primera vez en la legislación nacional a través del artículo 5° de la Ley 2423 de 1993, el cual brindó la posibilidad de que los establecimientos de crédito y las aseguradoras celebraran contratos entre sí, para que los primeros llevaran al mercado contratos de seguros voluntarios idóneos para su comercialización masiva. Vale destacar que, si bien, el artículo introdujo el concepto de “masivo”, no lo definió, ni alcanza a delimitar su reglamentación, dado que fue demandada su nulidad por la Federación Nacional de Productores

de Seguros (FENALPROSE) ante el Consejo de Estado, quien aducía que la actividad de intermediación es aquella que es ejercida por los corredores, agencias y agentes, y que el Gobierno nacional carecía de facultades regulatorias para decretar una nueva forma de comercialización de seguros, máxime cuando la actividad de intermediación tiene una naturaleza especializada (Mejía, 2017).

A estos argumentos se opusieron entidades como el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, la Unión de Aseguradores Colombianos (FASECOLDA), la Superintendencia Bancaria (hoy Superintendencia Financiera de Colombia), la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (ASOBANCARIA), como de la TECSEFIN S.A., quienes sostenían que el Gobierno nacional sí contaba con dichas facultades, que la actividad de intermediación no es de carácter especializado y que la labor atribuida a las entidades crediticias no era de intermediación, pero la Sección Primera de la Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado, mediante sentencia con ponencia del consejero Libardo Rodríguez Rodríguez, expediente 3110 de 1995, declaró la nulidad de la mencionada norma y determinó:

[...] la colocación de seguros es el resultado final que pretenden los intermediarios a través de su actividad de promoción y ofrecimiento, actividad reservada a estos, mal pueden los establecimientos de créditos ejercerla, cuando corresponde a los intermediarios de seguros como entidades especializadas que son.

Por esta razón, con posterioridad a esta declaración de nulidad, se expidió la Ley 389 de 1997 y su Decreto Reglamentario 1367 de 1998, los cuales implementaron el modelo de bancaseguros y ampliaron el modelo que se tenía hasta ese momento dado por el artículo 93 del EOSF²; este

² “Artículo 93. Los establecimientos de crédito podrán permitir, mediante contrato remunerado, el uso de su red de oficinas por parte de sociedades de servicios financieros, entidades aseguradoras, sociedades comisionistas de bolsa, sociedades de capitalización, e intermediarios de seguros para la promoción y gestión de las operaciones autorizadas

último excluía el uso de los empleados del establecimiento de crédito para la operación de colocación de seguros masivos, por lo que las nuevas disposiciones permitieron a la entidad aseguradora no solo el uso de oficinas de establecimientos de crédito, sino también de sus empleados y sus sistemas de información con la finalidad de comercializar los productos permitidos.

Al mismo tiempo, esta normatividad designó unas condiciones que deben caracterizar a los productos que se comercialicen a través de este canal, entre ellas, como ya se ha mencionado, la universalidad, la sencillez y la estandarización. De esta forma, se concluye que estos productos se consideran susceptibles de comercialización masiva por cumplir con estas particularidades, es decir, por no exigir condiciones específicas en relación con las personas o intereses asegurables.

Por otro lado, el Decreto 2673 de 2012, en su artículo 3° consagró que estos productos pueden ser comercializados mediante la red de las sociedades de servicios financieros, las sociedades comisionistas de bolsa de valores, las comisionistas independientes de valores, las Sociedades Administradoras de Inversión y las sociedades administradoras de depósitos centralizados de valores.

Ahora bien, a raíz de la expedición del Decreto 034 del 2015, se amplió el número de ramos que habían sido autorizados para distribuir por este medio, así como se otorgó la posibilidad de que se otorgaran para beneficio de personas naturales y jurídicas, de manera indistinta, y se incluyó la autorización para su distribución por medio de las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos (SEDES) (Decreto 2555, 2010, Art. 2.31.2.2.1).

a la entidad usuaria de la red y bajo la responsabilidad de esta última. Para el efecto, la entidad usuaria de la red deberá adoptar las medidas necesarias para que el público la identifique claramente como una persona jurídica distinta y autónoma del establecimiento de crédito cuya red utiliza, y cumplir las demás condiciones que señale la Superintendencia Bancaria con el fin de asegurar el cumplimiento de esta obligación. Además, deberá emplear su propio personal en las labores de promoción o gestión de sus operaciones, función en la cual no podrán participar funcionarios del establecimiento de crédito, salvo lo previsto para los fondos comunes ordinarios.
Parágrafo. La remuneración pactada deberá ser correspondiente con el servicio que se presta” (Artículo 93 EOSF)

Los ramos que se pueden comercializar hoy en día por medio del esquema de “uso de red” son (Decreto 034, 2015, Art. 2): Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT), seguro de automóviles, seguro de exequias, accidentes personales, seguro de desempleo, seguro educativo, vida individual, seguro de pensiones voluntarias, seguro de salud, seguro de responsabilidad civil, seguro de incendio, seguro de terremoto, seguro de sustracción, seguro agrícola, seguro del hogar, seguro colectivo de vida y seguro vida grupo.

1.3.2.2. Comercialización de seguros a través de Corresponsales de Seguros

Con la expedición del Decreto 034 de 2015, no solo se ampliaron las facultades para el canal de comercialización de seguros bajo “uso de red”, sino que se confirió jurídicamente la potestad a las aseguradoras de poder contar con corresponsales o con un nuevo canal de distribución que se pueda ejercer a través de cualquier persona natural o jurídica que atienda al público y cuyo régimen legal u objeto social se lo permita, aunque su actividad principal no sea propiamente comercializar seguros, siempre y cuando los productos que ofrezcan y promocionen bajo este canal cumplan con las características de universalidad, sencillez, estandarización y sean susceptibles de Comercialización masiva:

Concepto que se amplió para los corresponsales, al definirlo, como 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. (Decreto 034, 2015, Art. 1).

En cuanto a la comercialización de seguros, inicialmente dichos corresponsales solo podían distribuir productos en los ramos de SOAT, exequias, desempleo, vida individual, accidentes personales y agrícola; sin embargo, dado que la norma autoriza a la SFC a incorporar nuevos

ramos, con la Circular Externa 049 del 07 de diciembre de 2016, se le permitió la colocación de productos de los siguientes ramos adicionales: hogar, incendio y sustracción.

Pese a que, con la expedición del Decreto 2123 del 15 de noviembre de 2018 nuevamente se reguló los ramos que pueden ser comercializados por un corresponsal de seguros, al eliminar los ramos de incendio y sustracción que habían sido incluidos por la SFC mediante la CE 049 de 2016 y se agregó unos nuevos como el seguro de responsabilidad, seguro colectivo de vida y seguro vida grupo para un total de 10 ramos para comercializar; aún existe gran disparidad en la comercialización de ramos entre los corresponsales y el canal de uso de red.

En contraste, el Decreto 034 facultó a los Corresponsales de Seguros (CS) para recaudar primas, pagar siniestros y entregar y recibir todo tipo de información para el ofrecimiento de estos contratos de seguros. Adicionalmente, estableció el régimen de excepciones que deben tener estos productos, las cuales deben ser proporcionales de manera sustancial con la prima, y con la condición de que se presenten los siguientes dos escenarios: i) Cuando no sea posible limitar la cobertura mediante la redacción del amparo; y ii) Cuando el evento a excluir no pueda identificarse mediante los mecanismos de comprobación de asegurabilidad.

Sin embargo, es menester subrayar el artículo 2.30.1.1.2 del Decreto 2555 de 2010, el cual dispone que la actividad de los intermediarios de seguros y de reaseguros no inhabilita a las entidades aseguradoras para aceptar y ceder riesgos directamente, sin intervención de estos. De la misma manera, cabe declarar que, sin motivo alguno, la exposición de motivos de la Ley 1700 de 2013 prohibió la comercialización de cualquier producto que sea el objeto principal de cualquier compañía vigilada por la SFC por medio de compañías de multinivel, de modo que, se encuentra proscrita cualquier alianza con dichas empresas (Mora & Zarruk, s.f.).

1.4 Similitudes entre los canales de comercialización no tradicionales: uso de red y corresponsalía

Con ocasión al Decreto 034 de 2015 y la Circular Externa 049 de 2016 que recientemente fueron reguladas, y a lo dispuesto en el Decreto 2555 de 2010, se puede destacar las siguientes semejanzas entre el canal de “uso de red” y el de corresponsalía en seguros:

Primero, en cuanto, a los requisitos, los canales en comento contemplan estos, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 2.31.2.2.1. del Decreto 2555 de 2010: i) Universalidad, el cual consiste en que las pólizas de los ramos de seguros autorizados para su distribución deban proteger intereses asegurables y riesgos comunes a todas las personas; ii) Sencillez, en el sentido de que los productos a ofrecer en el mercado sean de fácil comprensión y manejo para las personas; y iii) Estandarización, pues el texto de las pólizas de los ramos de seguros deben autorizar la igualdad para todas las personas según la clase de interés que se proteja y sin exigencias de condiciones específicas ni tratamientos diferenciales a los asegurados.

Segundo, para su ejecución o ejercicio, tanto del canal de uso de red como del canal de corresponsalía, se deben suscribir contratos entre las aseguradoras y los terceros que prestan estos servicios, estos contratos deben ser aprobados de manera previa por la SFC.

Tercero, existe independencia de la actividad de corresponsal o la prestación del uso de red, respecto a la actividad principal o régimen de quienes actúan como corresponsal o prestador de la red. Durante la utilización de estos canales, la aseguradora tiene la obligación de mantener informada a la SFC de la actualización de sus canales, modelos de contratos, pólizas y clausulados que se comercializan por medio de estos. Finalmente, en cuanto a la responsabilidad de los riesgos que lleguen a generarse durante el ejercicio de ambos canales, estos recaen de manera exclusiva sobre la aseguradora, quien debe asumirlos frente al cliente.

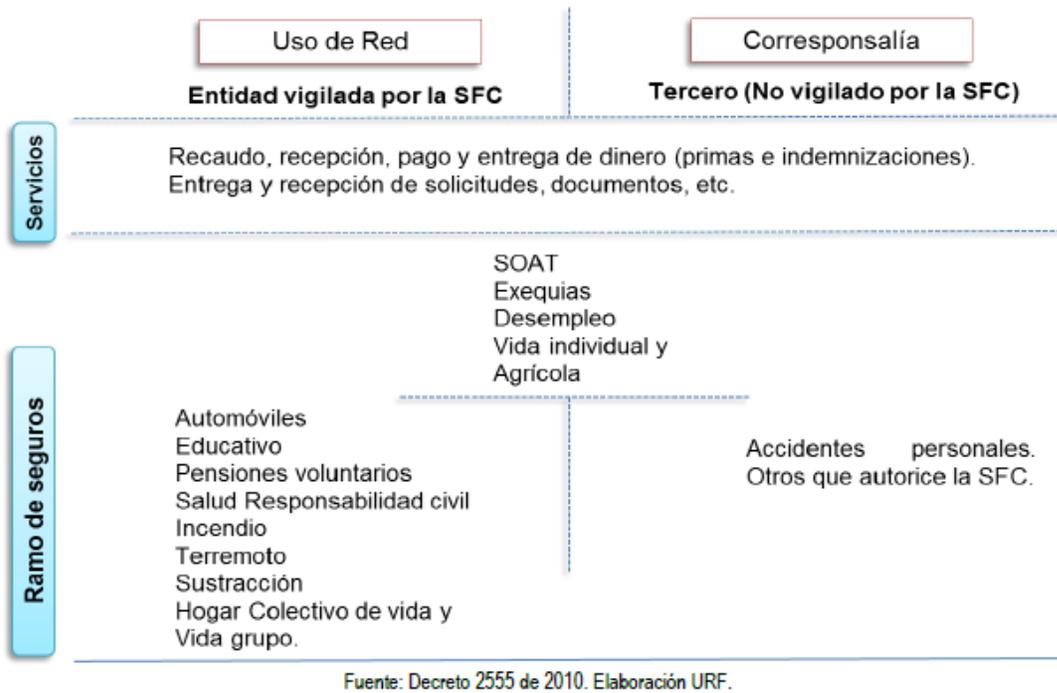
1.5 Diferencias sustanciales entre el uso de red y los corresponsales

Como principales diferencias podemos resaltar las siguientes:

Primeramente, en los ramos a comercializar, el Decreto 034 de 2015 los amplió para ponerlos por medio de los prestadores de red, los cuales ascienden a 17 (SOAT, seguro de automóviles, de exequias, accidentes personales, desempleo, educativo, vida individual, pensiones voluntarios, salud, responsabilidad civil, incendio, terremoto, sustracción, agrícola, de hogar, colectivo de vida y vida grupo) frente a los 10 ramos autorizados para los corresponsales (SOAT, exequias, desempleo, vida individual, accidentes personales, agrícola, seguro de responsabilidad civil, hogar, colectivo vida y seguro vida grupo) (Decreto 2123, 2018).

Adicionalmente, en cuanto al nivel de supervisión, para los corresponsales es indirecto, puesto que actúan por cuenta y bajo responsabilidad de la entidad aseguradora, y es esta última la que supervisa la SFC; en cambio, para el uso de red, la supervisión de la SFC es directa, en la medida en que las prestadoras de este servicio son entidades financieras objeto de su vigilancia dada su naturaleza jurídica.

En suma, se podría revisar el esquema de la prestación de servicios mediante de uso de red y corresponsalía en la siguiente figura:



Fuente: Decreto 2555 de 2010. Elaboración URF.

Figura 2. Esquema de prestación de servicios de uso de red y corresponsalía

Fuente: (Galindo et al., 2017)

Capítulo 2

2.1 El Microseguro

2.1.1 Definición del microseguro

Pese a que ha transcurrido más de una década desde que las Naciones Unidas introdujeron el término de “inclusión financiera”, con el propósito de abordar algunos de los ODS, como la erradicación de la pobreza a través de herramientas económicas adecuadas a las necesidades de la población base de la economía (población pobre), tales como el microcrédito y el microseguro, la definición global de este último término no ha sido fácil.

A raíz de ello, de acuerdo con los criterios adoptados en el documento “Microseguros: análisis de experiencias destacables en Latinoamérica y el Caribe” (Camargo & Montoya, 2014), existen tres tendencias marcadas para conceptualizar el microseguro:

- Las que lo definen en razón del monto de las coberturas o primas (definiciones prácticas), postura que fue adoptada en la India, pues si bien, su legislación no la define, si determinó un monto de cobertura como criterio para calificar un producto como microseguro.
- Debido a la población a la cual el seguro está destinado.
- Desde una perspectiva mixta, dado que lo definen en función de la población a la cual está dirigido, pero instauran a su vez, topes de cobertura o primas, como ocurre en la Legislación mexicana y de Filipinas. (Camargo & Montoya, 2014)

Con base en esas posturas, se recalca las definiciones desarrolladas por aquellos que acogen la posición de apreciar el microseguro a partir de la población objetivo, entre las cuales tienen gran relevancia la de la SFC y de FASECOLDA a nivel nacional:

- La Asociación Internacional de Supervisores de Seguros o International Association of Insurance Supervisors (IAIS) precisó el microseguro como la “protección de personas de bajos ingresos contra peligros específicos a cambio de pagos de primas regulares proporcionales a la probabilidad y costos del riesgo involucrado” (Fasecolda, 2014, párr. 1), en otras palabras, acoge literalmente la definición realizada por Churchill (2006): “Protegiendo a los pobres: un compendio sobre microseguros.”
- El tratadista Carlos Ruano Espí, en su tesis “Microseguro: una oportunidad para todos” lo puntualizó así, “es un mecanismo asegurador destinado a proteger a las personas de bajos ingresos contra riesgos graves que pueden llevarlos a la pobreza absoluta” (Ruano, 2008, p. 66).
- Para la SFC, los microseguros están diseñados para atender las necesidades de aseguramiento de la población de menores recursos y hacen parte de los seguros masivos, los cuales están diseñados para comercializarse a través de canales alternativos de distribución (Hernández, 2019).
- Según FASECOLDA, en el documento “Microseguros en Colombia”, estos se configuran de la siguiente forma:

[...] productos diseñados y ofrecidos por compañías de seguros para cubrir a la población de menores ingresos, con coberturas limitadas y primas de bajo costo, cuyo propósito es prevenir que ante choques económicos inesperados estos hogares caigan más en la pobreza al tener que desviar sus ingresos a la atención de los mismos, reducir su consumo básico, disminuir su patrimonio y aumentar su endeudamiento. (Fasecolda, s.f., p. 9)

Desde ese ámbito, ante las diversas tendencias para enmarcar el concepto de microseguros, actualmente no existe en el ordenamiento jurídico colombiano una definición normativa como tal, pese a las posturas expuestas por FASECOLDA y la SFC, que acoge la segunda tendencia demarcada por Camargo y Montoya (2014), la cual se centra en la “población de bajos ingresos”, en la medida en que los elementos cuantitativos del seguro, como el monto de la prima y el valor asegurado, no permiten diferenciarlo de un seguro convencional.

Además, como lo aduce Mariana Pinzón (2011), el uso del prefijo “micro” denota la referencia a estar enfocados hacia una población de bajos ingreso, quien destaca la definición de Cohen, McCord y Sebstad (2005) al determinar los microseguros como un tipo de aseguramiento formal que protege a los individuos de bajos ingresos contra choques específicos, al sugerir así un análisis de los eventos sufridos particularmente por la población de bajos ingreso.

Por ello, se puede decir que la “naturaleza jurídica” de este término se configura no solo del prefijo “micro”, sino también por los motivos que impulsaron la concepción del microseguro, el cual fue concebido como una herramienta para combatir la pobreza a nivel mundial por parte de las organizaciones internacionales, los Estados, las organizaciones no gubernamentales (ONG), y todos los demás entes interesados en la lucha contra la pobreza.

Así pues, el microseguro fue considerado como el medio más idóneo para gestionar los riesgos de una población específica: la población de bajos ingresos, la cual es especialmente vulnerable a los riesgos, carece de los medios eficaces para su gestión, y como consecuencia de la ocurrencia de un siniestro, se ve expuesta a caer bajo la línea de pobreza o, si ya lo está, le es más difícil superar los sucesos que agravan su situación y que pueden conducirla a la indigencia (Camargo & Montoya, 2014)

De allí que, tanto la SFC, como ente regulador de esta materia en el país y FASECOLDA, como Federación de Aseguradores Colombianos, conciban el microseguro en base a la población a la cual el seguro esta destinado, al calificarlo como un producto destinado a la población de menores recursos.

Aunque, como se verá en el capítulo siguiente del presente estudio, esta definición también contempla retos en su implementación.

2.2 Consumidor potencial de los microseguros

El establecimiento de la naturaleza jurídica del microseguro como el seguro destinado a la población de bajos recursos, obliga a determinar este tipo de población en Colombia, con la finalidad de comprender bien sus límites. Empero, hay que tener en cuenta lo expuesto por la IAIS al señalar lo siguiente:

La pobreza y la falta de acceso al seguro no están determinadas únicamente por los bajos ingresos, sino por otro tipo de dimensiones de la pobreza que son de igual relevancia para la determinación de la población objetivo [...] siendo posible que se considere como población objetivo de los microseguros, a segmentos de la población que no se encuentran necesariamente debajo de la línea de pobreza nacional. (Camargo & Montoya, 2014, p. 18)

La facilidad de cuantificar una población objeto en cada país depende de que este cuente con los criterios de medición que permitan identificar las clases vulnerables. En Colombia, se cuenta con diversas herramientas que pueden servir para la identificación de la denominada “población de bajos recursos”, algunos de ellos son:

- **La segmentación de la población objetivo con base en el concepto de pobreza nacional**

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en su informe de

medición de la pobreza monetaria de Colombia del año 2018, equivalente a la medición de la pobreza indirecta según la clasificación del Sistema Estadístico Nacional (SEN), es decir, es aquella que evalúa la capacidad de adquisición de bienes y servicios que tienen los hogares; para ese año la línea de pobreza monetaria nacional representa al 27%, que equivale a 13.073.000 colombianos y la línea de pobreza extrema o de indigencia al 7,2 %, correspondiente a 3.5 millones de la población colombiana (DANE, Pobreza monetaria en Colombia, 2018).

En efecto, el mapa de la pobreza en Colombia puede detallarse así:



Figura 3. Radiografía de la pobreza

Fuente: (Becerra, 2019)

- **Clases sociales:** a partir de la segmentación de la población que lleva a cabo la “Gran Encuesta Integrada de Hogares” (GEIH) realizada por el DANE, en la cual se solicita información sobre condiciones de empleo de las personas (si trabajan, en qué trabajan, cuánto ganan, si tienen seguridad social en salud o si están buscando empleo) como fuente de información para medir las clases sociales en el país, y que a su vez, hace uso de la metodología internacional López-Calva y Ortiz-Juárez (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019) para definir a las clases vulnerables, media y alta, medidas según el ingreso per cápita.

Nivel de ingresos (criterio absoluto)	Ingreso per cápita (dólares PPA)	Ponderación de la agrupación de hogares en el nuevo IPC %
Pobres	Hasta 4	2,79
Vulnerables	De 4 a menos de 10	14,63
Clase media	De 10 a 50	57,50
Ingresos altos	Más de 50	25,08
TOTAL		100,00

En promedio, de cada **\$100 pesos** gastados por los hogares residentes en las 38 ciudades incluidas en el IPC, **\$2,79 fueron gastados por hogares pobres**, en tanto que \$14,63 fueron gastados por hogares vulnerables

Figura 4. Actualización del criterio de conformación de los grupos de hogares: nivel de ingreso por enfoque absoluto.

Fuente: (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019, p. 15)

A partir de esta información se concluye, que la población en el territorio nacional puede dividirse en cuatro clases sociales (cifras a 2018): la alta con un porcentaje del 2,4 %; la clase social media con el 30,8 %; la clase social vulnerable con un 39,8 %; y la clase social pobre con un 27 %. Así aparecen, los porcentajes a lo largo de los últimos diez años:

Clase	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alta	1,9	2,1	2,4	2,4	2,4	2,6	2,8	2,4	2,4	2,3	2,4
Media	21,7	23,2	24,8	26,5	28,1	29,6	30,5	30,5	30,6	30,9	30,8
Vulnerable	34,3	34,5	35,6	37,0	36,8	37,3	38,2	39,3	39,0	39,9	39,8
Pobre	42,0	40,3	37,2	34,1	32,7	30,6	28,5	27,8	28,0	26,9	27,0

Figura 5. Clases sociales en Colombia 2008 a 2018 - cifras en porcentaje

Fuente: (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019)

Lo anterior, permite demarcar de manera precisa, para el propósito de este estudio, que según dichas mediciones, para Colombia la población objeto de microseguros es en mayor medida la clase social demarcada como “vulnerable”, compuesta por el 39,8 % de ciudadanos, y la clase social “pobre” conformada por el 27 % de la población, por constituir las poblaciones más vulnerables e impactadas ante riesgos de desempleo, enfermedad, discapacidad, muerte, hurto, entre otros factores que de sufrirlos los puede conducir a la agravación de su situación económica o a la miseria.

Por ello, el microseguro debe contar con características particulares, *sui generis*, si se quiere decir, respecto al seguro convencional con la intención de llegar a la población vulnerable y pobre, en el que se encuentren una verdadera utilidad al momento de verse inmersos en los riesgos que le son propios como los accidentes personales, enfermedades, desempleo y muerte de un familiar, según la conclusión del estudio realizado por la firma YANHAAS para FUNDASEG y FASECOLDA en el 2008, mencionado en el artículo publicado por esta última en el 2014, titulado “Microseguros en Colombia” (Fasecolda, 2014, pp. 20-21)

Este estudio fue el resultado de 550 hogares encuestados en las ciudades de Bogotá D.C., Medellín, Cali y Barranquilla, en el que se indagó sobre las estrategias realizadas por las poblaciones de estrato 1, 2 y 3, que componen la población pobre y vulnerable del país, para sobrellevar estas eventualidades, el cual arrojó como resultado que: i) En el estrato uno, el 10 % de la población es el más propenso a empeñar o vender activos; el 8,6 % a solicitar crédito de un prestamista; el 7,3 % estaba dispuesto a reducir gastos de recreación, el 2,5 % a reducir en gastos de comida, y el 2,6 % consideró la opción de acudir a préstamos familiares o liquidar sus ahorros en cadenas o natilleras; ii) En el estrato dos, el 33 % acudió a préstamos con familiares, y iii) En el estrato tres, el 17,9 % se valió a sus ahorros y el 17,4 % a un préstamos bancarios.

Al final, se puede concluir que el sector asegurador debe realizar una labor acuciosa en elaborar productos que sean diseñados para brindar una solución a los riesgos que le son propios a este tipo de poblaciones, las cuales tiene características totalmente diferentes a los productos que presentan al resto de la población por medio de los seguros convencionales, si con ello se quiere realmente lograr el fin propio del microseguro, el ser una herramienta para evitar o mitigar los riesgos en los que se ve envuelta la población pobre y vulnerable del país, pues la meta es erradicar o disminuir los riesgos que pueda agravar las condiciones de vida de estos y salvarlas de la mendicidad.

2.3 Características del microseguro.

Al tener en cuenta las particularidades propias del consumidor del microseguro, y de la noción de microseguro que se ha considerado para este estudio, a saber, la noción de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (International Association of Insurance Supervisors, IAIS), se da paso a la presentación de las características de este, las cuales han sido expuestas por Camargo y Montoya (Camargo & Montoya, 2014, pp. 22-24) de la siguiente manera:

- El microseguro es incluyente o inclusivo en la medida en que tiene como finalidad facilitar el acceso de la población con bajos ingresos, es decir, la población pobre o vulnerable en el país, demografía que de otro modo no puede acceder a un seguro para cubrir sus riesgos.
- Es congruente con las necesidades del consumidor potencial, pues el microseguro debe ser creado o diseñado de tal modo que sea afín con los riesgos que representan una verdadera necesidad para esta población, además, no deben limitarse a seguros de vida.
- Son sencillos, característica que cumple con los requisitos exigidos por el Decreto 034 de 2015 para la comercialización masiva de seguros, lo cual implica que para el consumidor debe ser fácil la comprensión del producto y el alcance de lo que adquiere. Por ello, el

enunciado de la póliza, las condiciones de suscripción, así como los modos de pago de las primas y los requisitos o trámites de reclamación, deben ser muy explícitos.

- Son accesibles dado que el potencial consumidor del microseguro es la población vulnerable y pobre. Por lo tanto, los microseguros ofrecidos deben ser de bajo costo, sin que ello implique menor calidad y utilidad.
- También son innovadores, cuyo propósito es que el producto esté al alcance del consumidor objetivo. Para su ofrecimiento se requiere que los costos operativos y administrativos sean menor que la puesta en el mercado de un seguro convencional, lo cual necesita de estrategias comerciales fuertes y seguras, y una implementación tecnológica que, a su vez, esté al alcance de la población, y realmente garantice menores gastos de operación y mayor alcance geográfico.
- Educación financiera adecuada que, como lo ha entendido la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), “es el proceso por el cual los consumidores financieros mejoran su entendimiento de los productos y conceptos financieros, a través de información instrucción y/o consejo objetivo, desarrollo de habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos financieros y oportunidades, para tomar selecciones informadas, para saber a dónde acudir en caso de ayuda y para tomar otras acciones efectivas para mejorar su bienestar financiero”. (Camargo & Montoya, 2014, p. 24)

Es decir, para el caso de los microseguros el Estado debe impulsar, promover y gestionar programas eficientes que brinden mayor entendimiento a la población objetivo, para que esta adquiera una educación financiera significativa y afín a los riesgos propios, los cuales afronta de una manera particular y diferente al resto de la población.

No obstante, sobre las características doctrinales descritas previamente, la ley colombiana ha establecido unos requisitos indispensables para la comercialización de seguros a través del canal de corresponsalía en Colombia, contenidas en el artículo 1 del Decreto 034 de 2015, que modificó el artículo 2.31.2.2.1 del Decreto 2555 de 2010, así:

“Artículo 1°. *Modificación del artículo 2.31.2.2.1. del Decreto 2555 de 2010.* Modificase el artículo 2.31.2.2.1. del <decreto 2555 de 2010, el cual quedará así:

Artículo 2.31.2.2.1. Requisitos. Para los efectos previstos en el artículo 6° de la Ley 389 de 1997, en la comercialización de seguros a través del uso de red, se tendrá en cuenta los siguientes requisitos:

1. 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
2. Sencillez. 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.
3. 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.
4. Comercialización masiva. Es la distribución de las pólizas de los ramos autorizados a través de la red de los establecimientos de créditos y corresponsales, siempre que cumpla con las condiciones o requisitos antes señalados”.

2.4 Diferencias entre el seguro convencional y el microseguro

Es importante destacar, como lo señaló la profesora María José Pérez-Fructuoso en su artículo “Microseguro: acceso a la cobertura del riesgo para los sectores de población con rentas más bajas en los países de desarrollo” (Pérez, 2014), que los microseguros y el seguro convencional exigen los mismos requisitos de análisis para su colocación en el mercado, como la existencia de la aleatoriedad del riesgo cubierto en la póliza, del interés asegurable, la necesidad de determinación y la medición de pérdidas.

Ahora bien, es importante precisar que dentro del seguro convencional subsiste una categoría a la cual se le puede denominar seguros de bajo costo. Estos contemplan unas primas bajas económicamente y tienen valores asegurados más reducidos, pero ello no implica *per se* un microseguro, pues su objetivo no es ofrecer productos que han sido desarrollados para mitigar los riesgos propios y de mayor relevancia para la población pobre o vulnerable del país, y disminuir los agravantes de su situación económica o la posibilidad de llegar a la miseria, lo cual corresponde a la naturaleza propia del microseguro. De allí, que se puedan establecer unas diferencias esenciales entre el seguro convencional y el microseguro como las que se presentan a continuación:

- El microseguro tiene un consumidor o potencial consumidor calificado, es decir, se circunscribe al potencial consumidor financiero, a saber, la población pobre o vulnerable dada la definición social más aceptada; mientras que los consumidores de los seguros convencionales disponen de ingresos medios a altos.
- El consumidor del microseguro se caracteriza por su asentamiento en zonas geográficas rurales o en las periferias de las zonas urbanas, donde la población no cuenta con las mismas coberturas de seguridad, ni con servicios públicos de calidad o

incluso de suficiencia; a diferencia del cliente de los seguros convencionales, quienes se asientan en zonas con mejores estructuras de seguridad y calidad en los servicios públicos.

- Los productos o pólizas ofertadas en el seguro convencional se estructuran bajo documentos más complejos, puesto que, tienen un número significativo de exclusiones y condiciones, y una alta suma económica asegurada frente al riesgo amparado. Por el contrario, las pólizas de los microseguros tienen un lenguaje sencillo y claro, y pocas exclusiones dada la escasa disponibilidad de datos actuariales para la medición del riesgo, por lo cual se otorgan pequeñas sumas aseguradas; además, estos cuentan con la aprobación *ex ante* por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia de las pólizas, su condicionado y las modalidades de reclamación expés o ligero de cargas que puedan resultar excesivas probatoriamente.
- Respecto a los canales de comercialización, el seguro convencional se distribuye de manera directa por las aseguradoras o a través de los canales tradicionales como corredores, agencias y agentes; mientras que el microseguro –de acuerdo con la legislación actual del país– solo pueden ser comercializados a través de la figura de los corresponsales.
- Los cálculos de tarificación actuarial del seguro convencional parten del análisis estadístico de una serie de datos históricos, completos y fiables que permiten establecer cálculos de primas individuales; sin embargo, los datos estadísticos para los microseguros son reducidos, lo cual impide el cálculo individual de primas.
- El trámite para la obtención de una indemnización en los seguros convencionales es complejo dada la cantidad de documentación adicional y probatoria que se debe

aportar ante el asegurador, con el fin de que este reconozca una indemnización; contrario a ello, el trámite para la afectación de una póliza de microseguro es más expedito, debido a que la liquidación de los siniestros no exige una recolección y entrega excesiva de documentación.

2.5. El microseguro como seguro inclusivo.

En diversos encuentros regionales en el país (Hernández, 2019) y seminarios internacionales (Lagos, 2018), la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) presenta otra clasificación de seguros diferentes a los conocidos tradicionalmente. Ello aporta una mayor comprensión de la percepción que tiene este ente regulador frente a la ubicación esquemática del microseguro en la macroestructura de los seguros en Colombia.

De acuerdo con la SFC, los seguros inclusivos están diseñados para atender las necesidades de la población que tradicionalmente no es objeto de aseguramiento. Dentro de estos se encuentran los seguros masivos como un género, y, así mismo, los microseguros que hacen parte de estos como una especie.



Figura 6. Los seguros inclusivos

Fuente: (Hernández, 2019)

Ese nuevo esquema de seguros permite entender ampliamente la interpretación de este ente regulador y su comprensión de la disposición consagrada en el artículo 1 del Decreto 034 de 2015 que modifica el artículo 2.31.2.2.1. del Decreto 2555 de 2010, al designar que la comercialización masiva puede llevarse a cabo a través del canal de corresponsalía o de “uso de red” de establecimientos de créditos. Puesto que, si la SFC entiende que el microseguro es una especie de seguro masivo, y tanto el “uso de red” como de la corresponsalía se funden bajo el postulado de la comercialización masiva, es posible deducir que la distribución de seguros además de darse por los canales tradicionales, también puede llevarse a cabo a través de los dos canales no tradicionales de distribución, como cualquier otra especie de seguro masivo que cumpla con los requisitos de universalidad, sencillez y estandarización.

Esta deducción se corrobora con base en lo establecido en el Decreto 034 de 2015, puesto que, ambos canales quedaron enmarcados bajo los principios consagrados en el considerando de dicho decreto, los cuales consisten en aumentar el acceso de la población a los servicios financieros formales con el propósito de reducir los niveles de desigualdad y pobreza conforme al PND 2010-2014 “Prosperidad para todos”; y enlazados bajo los mismos requisitos para su circulación (universalidad, sencillez, estandarización y comercialización masiva – Artículo 2.31.2.2.1.)

No obstante, si bien mediante ambos canales se pueden comercializar los microseguros como una especie de seguro masivo, existen diferencias fundamentales con la cuales opera cada canal, dado que el “uso de red” cuenta un amplio portafolio de los ramos a distribuir (Decreto 034, 2015, Art. 2)³ frente a los del canal de corresponsalía. El primero tiene mayores libertades en las

³ “Artículo 2 del Decreto 034 de 2015 que modifica el Artículo 2.31.2.2.2 del Decreto 2010. Se consideran idóneos para ser comercializados mediante la red de los establecimientos de crédito los siguientes ramos, siempre y cuando las pólizas cumplan con los requisitos establecidos en el artículo 2.31.2.2.1 del presente decreto. 1. Seguro

negociaciones, pues el “uso de red” solo exige la remisión del texto de los contratos que se celebren entre las entidades usuarias de la red y los establecimientos de crédito –con 30 días hábiles de antelación a la celebración de estos–, sin requerir una autorización previa por parte de la SFC (Decreto 034, 2015, Art. 10)⁴, así como también sin delimitarle las cláusulas o el contenido del contrato (Decreto 034, 2015, Art. 6), y sin consagrar una responsabilidad exclusiva para la entidad aseguradora en la distribución del producto. En el numeral 1.7 del capítulo I del presente estudio se señalan otras diferencias, las cuales se justifican por el control directo que ejerce la SFC en las entidades financiera sobre las cuales se constituye el “uso de red”.

Es importante destacar que según el estudio de diagnóstico del microseguro en Colombia obtenido por de Camargo, Tatin y Furst (2014), dentro de los seguros masivos también podemos hablar de ‘seguros masivos de bajo costos’ que difieren de ‘los seguros convenciones de bajo costo’ mencionados en el aparte anterior del presente estudio, por contener los requisitos de universalidad, sencillez y estandarización, quienes lo definen de la siguiente forma:

(...) productos de seguro asequibles que cumplen con las características de (i) universalidad; (ii) sencillez; (iii) y estandarización y que se distribuyen por canales de comercialización masiva. (...) sin embargo, estos productos no necesariamente

Obligatorio de Accidentes de Tránsito. 2. Seguro de automóviles. 3. Seguro de exequias. 4. Accidentes personales. 5. Seguro de desempleo. 6. Seguro educativo. 7. Vida individual. 8. Seguro de pensiones voluntarios. 9. Seguro de salud. 10. Seguro de responsabilidad civil. 11. Seguro de incendio. 12. Seguro de terremoto. 13. Seguro de sustracción. 14. Seguro agrícola. 15. Seguro del hogar. 16. Seguro colectivo de vida. 17. Seguro vida grupo. 18. Los demás ramos que la Superintendencia Financiera de Colombia establezca, de acuerdo con la evaluación de riesgos y condiciones que resulten aplicables para garantizar el cumplimiento de lo establecido en el 2.31.2.2.1 del presente decreto. (...)” (Decreto 034 de 2015, artículo 2)

⁴ Artículo 10 del Decreto 034 de 2015 que modifica el artículo 9.1.15 del Decreto 2555 de 2010, el cual quedará así: “Autorización. establecimiento de crédito, administradora de inversión, sociedad comisionista bolsa de valores, sociedad administradora fondos de pensiones, sociedad fiduciaria, IMC o la entidad aseguradora deberá enviar a la Superintendencia Financiera Colombia para su aprobación, de forma previa a su celebración, los modelos contratos que pretendan suscribirse con los respectivos corresponsales, así como cualquier modificación. En todo caso, dichas entidades deberán mantener a disposición de Superintendencia Financiera de Colombia la información completa y actualizada de los corresponsales y de los contratos celebrados con en su domicilio principal.” (Decreto 034 de 2015, artículo 10)

confrontan las necesidades, particularidades y privaciones de la población de bajos recursos, de manera que no están adaptados a tal población objetivo. (pp. 23-24)

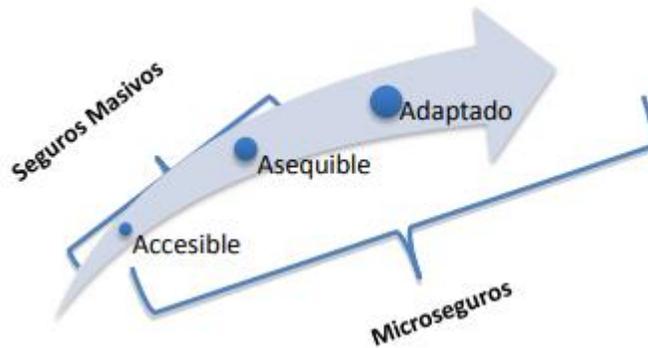


Figura 7. Microseguros y seguros masivos

Fuente: (Camargo et al., 2014, p. 24)

El estudio concluyó que para el año 2014 –previo a la expedición del Decreto 034 de 2019– en diversos sectores de Colombia se asemejaban de manera indistinta el seguro de masivo de bajos costos y el microseguro. Con el diagnóstico se evidenció que en el país, aunque 'los seguros bajo costo' benefician indirectamente a la población de bajos recursos al ser accesibles y asequibles, estos no están propiamente diseñados para cumplir el propósito con el cual se concibe el microseguro para la AIA (Asociación Internacional de Supervisores de Seguros), quien acoge la tendencia de que este se debe definir en razón a la población objetivo (de bajos recursos), visión que es compartida por el ente de control (SFC) como por Fasecolda. Esta última se puede considerar como la más acertada, además, envuelve la esencia que se le quiso dar desde su génesis, a partir de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), en el año 2000, hoy Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), a los cuales se aludió en el primer capítulo de este trabajo.

Adicional a ello, pese a que (Camargo et al., 2014) le atribuyen de manera generalizada las características de universalidad, sencillez y estandarización, lo cierto es que en el mercado de los

seguros de bajo costo no necesariamente todos estos cumplen con el requisito de sencillez, que impliquen una fácil comprensión del producto y manejo para las personas.

De ese modo, aunque el Decreto 034 de 2015 se refiere a la comercialización de seguros masivos, y entiende que de estos se desprenden las diferentes especies como el microseguro y el seguro masivo de bajo costo, la presente investigación se delimita al análisis de los retos que a partir del decreto reseñado se generan para el canal de corresponsalía en la comercialización del microseguro, y no de los seguros de bajo costo como especie de la clasificación del seguro masivo.

Capítulo 3

3.1. Retos para la implementación y comercialización de microseguros a través de corresponsales

Como se ha señalado en otros apartes, el Decreto 034 de 2015 constituye un avance significativo en procura de la generación de un crecimiento sustancial en cuanto a políticas de inclusión financiera. Ello, con el propósito de reducir la desigualdad y mitigar los factores de riesgos a los cuales se ve expuesta la población vulnerable y pobre del país; de ese modo, para su cumplimiento faculta al sector asegurador en el empleo del canal corresponsalía para la colocación de productos que cumplan con los requisitos de universalidad, sencillez, estandarización, a fin de que puedan ser comercializados masivamente.

Dicho mecanismo de distribución financiera fue operado de manera exclusiva por establecimientos de crédito desde el Decreto 2233 de 2006, pero con el paso de los años se extendió de manera sucesiva a otras entidades financieras como las sociedades comisionistas de bolsa de valores, las Sociedades Administradoras de Inversión, las Sociedades Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), las sociedades fiduciarias y los Intermediarios del Mercado Cambiario (IMC). Estas facultades fueron agrupadas y reglamentadas en el Decreto 2555 de 2010.

Si bien, en el primer capítulo de esta investigación se abordaron las generalidades del canal de corresponsalía para el sector asegurador, y se establecieron las similitudes y diferencias de este con el canal de uso de red. Más adelante, en el segundo capítulo se procedió a analizar el concepto de microseguro, donde se acogió la tendencia de percibir este término bajo el calificativo de la población objetivo (población de bajos recursos), la cual se delimita para el territorio de Colombia como población pobre y vulnerable –según el Informe de Actualización

Metodológica del IPC del mes de enero de 2019 del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019)–, demografía cuyos ingresos per cápita oscilan entre los 4 y menos de los 10 dólares; luego, el apartado se concluye con la presentación del esquema o estructura donde se ubica el microseguro, el cual es un seguro especie dentro del género de los seguros masivos, y se encuentra al lado de otras especies como los seguros de bajo costo que cumplen con los requisitos de universalidad, sencillez y estandarización.

En este acápite se procederá a describir algunas particularidades que señala el Decreto 034 de 2015 para los Corresponsales de Seguros (CS), con el fin de abordar los principales retos en su implementación y ejecución en el mercado colombiano.

3.1.1. Alcance del canal de corresponsalía frente a la comercialización masiva de seguros.

El artículo 1 del Decreto 034 de 2015 que modificó el artículo 2.31.2.2.1 del Decreto 2555 de 2010, consagra como campo de acción del Corresponsal de Seguros (CS) “la comercialización de seguros masivos” –entendidos como la distribución de aquellos ramos dispuestos en el artículo 2.36.9.1.18 que cumplan con los requisitos de universalidad, sencillez y estandarización– al disponer lo siguiente:

“Artículo 1°. *Modificación del artículo 2.31.2.2.1. del Decreto 2555 de 2010.* Modificase el artículo 2.31.2.2.1. del Decreto 2555 de 2010, el cual quedará así:

Artículo 2.31.2.2.1. Requisitos. Para los efectos previstos en el artículo 6° de la Ley 389 de 1997, en la comercialización de seguros a través del uso de red, se tendrá en cuenta los siguientes requisitos:

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

2. Sencillez, es la característica consistente en que las pólizas de los ramos de seguros autorizados sean de fácil comprensión y manejo para las personas.
3. Estandarización. Es la característica consistente en que el texto de las pólizas de los ramos de seguros autorizados, se 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.
4. 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.
5. 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” (Decreto 034, 2015, Artículo 1)

Cabe aclarar que, si bien el texto de la norma en mención hace referencia al “uso de red”, esta también se aplica al canal de corresponsalía por remisión directa del numeral 1 del artículo 2.36.9.1.17 del Decreto 2555 de 2010.

A partir de una lectura ligera de la norma se puede llegar a pensar que toda comercialización de seguros masivos, que con la entrada en vigencia del canal de corresponsalía –Decreto 034 de 2015– se estuviera realizando en el mercado colombiano, debe llevarse a cabo a través del canal de corresponsalía o del uso red, lo cual desconoce que los seguros comercializados masivamente

rebasan los ramos establecidos para estos dos canales. Además, pese a que algunos de estos productos pueden estar en el escenario de seguros masivos de “microseguro”, no todos lo son propiamente, y son mucho más complejos dada la necesidad de la población para la cual están diseñados, por ejemplo: los seguros de hurto o pérdida de equipaje que son ofrecidos de manera masiva para los usuarios de aerolíneas, o los que se adquieren al comprar un celular en un almacén de grandes superficies, son pólizas que no encajan en la figura del corresponsal porque el ramo no está autorizado por la ley, lo cual deja como único camino normativo para comercializar este tipo de productos las pólizas colectivas que encuentran un sustento en los artículos 1039, 1069 y 1137⁵ (Decreto 410, 1971, Art. 1039, 1064, 1137), con los riesgos que estos pueden generar al consumidor financiero.

Los riesgos se producen debido a que estas permiten que aquel que adquiere las pólizas por cuenta de un tercero tome decisiones como revocar unilateralmente los seguros o modificar las condiciones contractuales definidas de común acuerdo con la aseguradora. Esto sin tener en cuenta a los asegurados, y con el riesgo de que por algún error operativo se genere una retención

⁵ “Artículo 1039 Código de Comercio. *Seguro por cuenta de un tercero y obligaciones de las partes*. El seguro puede ser contratado por cuenta de un tercero determinado o determinable. En tal caso, al tomador incumben las obligaciones y al tercero corresponde el derecho a la prestación asegurada. No obstante, al asegurado corresponden aquellas obligaciones que no puedan ser cumplidas más que por él mismo” (Código de Comercio, artículo 1039)

“Artículo 1064 Código de Comercio. *Seguro Colectivo*. Si, por ser colectivo, el seguro versa sobre un conjunto de personas o intereses debidamente identificados, el contrato subsiste, con todos sus defectos, respectos de las personas o intereses extraños a la infracción. Pero si entre las personas o intereses sobre que versa el seguro existe una comunicad tal que permita considerarlos como un solo riesgo a la luz de la técnica aseguradora, las sanciones de que tratan los artículos 1058 y 1060 inciden sobre todo el contrato” (Código de Comercio, artículo 1064)

“Artículo 1137 Código de Comercio. *Interés asegurable*. Toda persona tiene interés asegurable: 1) En su propia vida; 2) En la de las personas a quienes legalmente pueda reclamar alimentos, y 3) En la de aquellas cuya muerte o incapacidad pueden aparejarle un perjuicio económico, aunque éste no sea susceptible de una evaluación cierta. En los seguros individuales sobre la vida de un tercero, se requiere el consentimiento escrito del asegurado, con indicación del valor del seguro y del nombre del beneficiario. Los menores adultos darán su consentimiento personalmente y no por conducto de sus representantes legales. En defecto del interés o del consentimiento requerido al tenor de los incisos que anteceden, o en caso de suscripción sobre la vida de un incapaz absoluto, el contrato no producirá efecto alguno y el asegurador estará obligado a restituir las primas percibidas. Sólo podrá retener el importe de sus gastos, si ha actuado de buena fe” (Código de Comercio, artículo 1137)

de primas que deje desprotegido al consumidor pese al pago oportuno, vulnerando a la vez sus derechos de información por una mala asesoría al momento de la suscripción, todo ello relacionado con el riesgo de idoneidad y capacitación del tomador.

De allí que muchos seguros que se realizan masivamente y de forma colectiva no encuentren cabida a una regulación normativa en la corresponsalía, lo cual puede que se deba a que no se comercializa un microseguro en estricto sentido, hallándose este tipo de seguros masivos huérfanos en la legislación colombiana. Pues, pese a que en el sector asegurador muchos –de manera errada– han querido dar a entender que este canal resuelve el problema de estos tipos de seguros comercializados colectivamente, lo cierto es ello es muy disímil a la realidad, dado que, si bien se ha generado un gran avance para regular los seguros masivos, la SFC (como ente regulador y encargado para desarrollar esta figura) y el mismo Estado (en sus facultades de reglamentación) aún tienen trabajo por hacer, con el fin de ampliar el campo de acción del canal y así lograr regular esos seguros colectivos que aún continúan sin una regulación efectiva frente al consumidor; o en su defecto establecer una regulación propia para las pólizas colectivas que no tienen connotación obligatoria, como el seguro provisional de invalidez y sobreviviente (artículo 108 de la Ley 100 de 1993), los asociados con créditos de garantía hipotecaria o *leasing* habitacional (artículo 2.36.2.2.2).

Al respecto, cabe anotar la posición de Ayora Gómez (Ayora, 2018), frente a los seguros colectivos no obligatorios, quien señaló:

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*” con adhesión voluntaria de asegurados. (Ayora, 2018, p. 11)

En ese sentido, en su publicación “Estudio de diagnóstico. Esquema de comercialización de seguros en Colombia” (Galindo et al., 2017), la URF concluye con relación al seguro colectivo lo siguiente:

(...) la problemática no radica en la forma de funcionamiento del seguro colectivo, de hecho este tipo de seguro goza de amplio reconocimiento por su uso en algunos ramos y para ciertas colectividades; los inconvenientes se generan cuando el rol que asume el tomador se acerca al de un comercializador. (Galindo et al., 2017, p. 43)

Además, agregó que “...las estadísticas y cifras disponibles no permiten identificar claramente o separar los casos en los que entidades como empresas de servicios públicos, grandes superficies, etc., actúan como corresponsales o lo hacen como tomadores de seguros colectivos” (Galindo et al., 2017, p. 43).

De ese modo se puede concluir que en Colombia existen unos seguros colectivos que se distribuyen de manera masiva, que no convergen con la corresponsalía. Además, pese a que muchos han querido dar entender que todos los seguros masivos han encontrado en este nuevo canal la solución a todas las pólizas que se distribuyen masivamente, lo cierto es que a la fecha este medio no cuenta con todo el asidero jurídico para abarcar los seguros que se distribuyen en masa de otros ramos no autorizados para el canal, y que en algunos casos no son microseguros bajo la noción que se ha presentado, ni seguros masivos de bajo costo; asimismo, es importante señalar que no siempre se rige por los requisitos exigidos para el canal de corresponsalía como el de la sencillez, dada la población objeto para la cual se ofrece el producto y al monto de este.

Por lo cual, se tiene que tanto la SFC como el Gobierno Nacional, en sus facultades para regular los temas financieros, tienen un arduo trabajo para lograr establecer normatividades que regulen la comercialización masiva de seguros en el país, en defensa de los consumidores financieros.

3.1.2. Desafíos regulatorios para la aprobación de contratos de corresponsalía.

El Decreto 034 de 2015, que en su artículo 6 modificó el artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010, contempla en su parte general 15 numerales que establecen un marco de la estructura de aquello que deben contener los contratos suscritos entre la entidad aseguradora y el corresponsal. Asimismo, contiene dos párrafos, el primero se refiere a una estipulación especial donde la entidad asegurada puede convenir ciertas medidas para la custodia de las primas recibidas en dinero por parte del corresponsal; y el segundo está relacionado con las prohibiciones del corresponsal, las cuales deben quedar consignadas de manera expresa en el contrato.

Con relación al marco del contenido requerido para los contratos que se suscriben entre la aseguradora y el corresponsal, se establece una estructura, la cual debe comprender lo siguiente:

- i) Indicación expresa de la plena responsabilidad del establecimiento de la entidad aseguradora por los servicios prestados por medio del corresponsal, ii) descripción de las obligaciones de ambas partes, iii) identificación de los riesgos que serán asumidos por el corresponsal, la forma en que responderá frente a la aseguradora, incluyendo los riesgos relacionados al manejo del efectivo, iv) las medidas para mitigar o cubrir los riesgos asociados a los servicios prestados incluyendo los relacionados con la prevención y control del lavado de activos y tipo de transacción, v) la obligación del corresponsal y/o entidad aseguradora de entregar a los clientes y usuarios el soporte de la transacción

realizada, el cual deberá ser expedido en forma física o electrónica, vi) la remuneración y forma de pago del corresponsal, vii) los horarios de atención al público libremente acordados por las partes, viii) la asignación del respectivo corresponsal a una aseguradora, así como los canales y procedimientos que podrá emplear el corresponsal para comunicarse con aquella, con la prohibición de que la aseguradora pueda asignar en este sentido el corresponsal a una agencia, ix) la obligación de reserva a cargo del corresponsal respecto de la información de los clientes y usuarios de la entidad aseguradora, x) la obligación de la aseguradora de brindar acceso a los corresponsales a los manuales operativos que sean necesarios para la adecuada prestación de los servicios, xi) la constancia expresa de que la aseguradora ha brindado la debida capacitación al corresponsal y la obligación de proporcionar dicha capacitación durante la ejecución del contrato cuando se produzca algún cambio en el mismo o en los manuales operativos, xii) la obligación del corresponsal de mantener durante la ejecución del contrato la idoneidad, la infraestructura física y de recursos humanos para la prestación de los servicios, xiii) la descripción técnica de los medios tecnológicos y/o terminales electrónicos para la prestación del servicio, xiv) los debidos mecanismos para asegurar la diferenciación de los servicios prestados como corresponsal de diferentes aseguradoras, y xv) la indicación de si el corresponsal se encontrará autorizado para emplear el efectivo recibo de los clientes y usuarios de la entidad aseguradora, para transacciones relacionadas con su propio negocio y en tal caso, los términos para emplearse, sin perjuicio de la responsabilidad frente a los clientes y usuarios. (Decreto 2233, 2006, Art. 1)

Este esquema cumple el propósito de protección respecto al consumidor financiero, y de control indirecto frente a las responsabilidades que asume la entidad aseguradora de la operación

del corresponsal. No obstante, en este punto se considera importante señalar lo expuesto por la URF en su documento técnico “Canales y productos financieros digitales e inclusivos” del mes de mayo de 2019 (Martínez et al., 2019), quien refiere que la autorización previa (Art. 2.36.9.1.15 Decreto 2555 de 2010) de estos contratos y sus modificaciones por parte de la SFC restan dinamismo al esquema, dado que cualquier innovación o novedad en la operación requiere de una nueva aprobación del supervisor. Es así como en esta investigación se concuerda con la posición de la URF acerca de que, con el objeto de flexibilizar la operación a través de los corresponsales, estos contratos entre entidades vigiladas y corresponsales no deben requerir una autorización previa, pero con la condición de que las entidades deben mantener a disposición de la SFC toda la información que atañe a los contratos, modelos de la póliza, certificados, clausulados y demás información que reviste la labor del corresponsal.

Máxime, cuando la labor de revisión previa de los contratos de corresponsalía en la práctica no ha sido ágil. Incluso tampoco ha sido claro por parte del ente supervisor, pese a toda la estructura contractual esquematizada en el artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010 esbozado. Este proceso que puede tomar varios meses para su aprobación con todo el desgaste administrativo, jurídico y operacional que ello implica.

3.1.3. Retos en cuando la idoneidad y responsabilidad del corresponsal y de la entidad aseguradora.

El artículo 2.36.9.1.1. del Decreto 2555 de 2010, modificado por el artículo 4 del Decreto 034 de 2015, ha dispuesto que las entidades aseguradoras pueden prestar sus servicios a través de terceros corresponsales bajo su plena responsabilidad, quienes actuarán por cuenta de la entidad que contrata con el corresponsal, tal y como ocurre frente a las agencias y a los agentes. Al

respecto el Decreto 034 de 2014 señala lo siguiente en el artículo 4 que modifica el artículo 2.36.9.1.1. del Decreto 2555 de 2010:

“Artículo 4°. *Modificación del artículo 2.36.9.1.1. del Decreto 2555 de 2010.* Modificase el artículo 2.36.9.1.1. del Decreto 2555 de 2010, el cual quedará así:

Los establecimientos de crédito, las Sociedades Administradoras de Inversión, las sociedades comisionistas de bolsa de valores, las Sociedades Administradoras de Fondos de Pensiones, las sociedades fiduciarias, los Intermediarios del Mercado Cambiario –IMC– y las entidades aseguradoras, podrán prestar los servicios a que se refieren los artículos 2.36.9.1.4 a 2.36.9.1.9 y el 2.36.9.1.17 del presente decreto, bajo su plena responsabilidad, a través de terceros corresponsales conectados a través de sistemas de transmisión de datos, quienes actuarán en todo caso por cuenta de la entidad que contrata con el corresponsal.” (Decreto 034, 2015, Art. 4)

Lo anterior quiere decir que las responsabilidades de la comercialización masiva de seguros corresponden plenamente a la aseguradora. Esto, frente a todo tipo de riesgos generados durante la operación del corresponsal, cuya responsabilidad se limita a prestar sus servicios como lo acordó en el contrato con la entidad asegurada, siempre que su régimen legal u objeto social se lo permita, con calidad que dispone el artículo 5 del Decreto 034 de 2015 que modificó el artículo 2.36.9.1.2. del Decreto 2555 de 2010, esto es, con la debida idoneidad moral y la infraestructura física, técnica y de recursos humanos adecuada para la prestación de los servicios financieros acordados con la entidad para la que prestan tales servicios (Decreto 2555, 2010, Art. 2.36.9.1.2).

Adicionalmente, el corresponsal debe tener en cuenta las prohibiciones previstas en el parágrafo 2 del artículo 2.36.9.1.11 modificado por el artículo 6 del Decreto 034 de 2015, a saber:

“Artículo 6°. *Modificación del artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010.* Modifícase el artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010, el cual quedará así:

2.36.9.1.11. *Contenido de los contratos.*

(...)

Parágrafo 2. Se deberán incluir además, las siguientes prohibiciones para el corresponsal:

1. Operar cuando se presenta una falla de comunicación que impida que las transacciones se puedan realizar en línea con el establecimiento de crédito, Sociedad Administradora de Inversión, sociedad comisionista de bolsa de valores, Sociedad Administradora de Fondo de Pensiones, sociedad fiduciaria, IMC o entidad aseguradora correspondiente, en los casos en que la transacción deba realizarse en línea.
2. Ceder el contrato total o parcialmente, sin la expresa aceptación del establecimiento de crédito, Sociedad Administradora de Inversión, sociedad comisionista de bolsa de valores, Sociedad Administradora de Fondo de Pensiones, sociedad fiduciaria, IMC o la entidad aseguradora.
3. Subcontratar total o parcialmente, sin la expresa aceptación del establecimiento de crédito, Sociedad Administradora de Inversión, sociedad comisionista de bolsa de valores, Sociedad Administradora de Fondo de Pensiones, sociedad fiduciaria, IMC o de la entidad aseguradora.
4. Cobrar para sí mismo a los clientes o usuarios cualquier tarifa relacionada con la prestación de los servicios previstos en el contrato.

5. Ofrecer o prestar cualquier tipo de garantía a favor de los clientes o usuarios respecto de los servicios prestados.
6. Prestar servicios financieros por cuenta propia. Se deberá incluir la advertencia que la realización de tales actividades acarreará las consecuencias previstas en el artículo 108 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, y en las demás normas pertinentes.” (Decreto 034, 2015, Art. 6)

Ahora bien, como se mencionó, previamente, de conformidad con el artículo 2.36.9.1.2 referente a la calidad de los corresponsales, se tiene que estos deben contar con una “debida idoneidad moral”, la cual difiere de la idoneidad profesional y técnica exigida para las agencias o agentes que ejerzan la intermediación. Así lo consagra la Circular Externa 050 de 2015 de la Superintendencia Financiera de Colombia –que adicionó el numeral 7 del capítulo II, título IV, parte II de la Circular Básica Jurídica– la cual dispuso:

“CAPÍTULO II: Disposiciones especiales aplicables a las entidades aseguradoras y reaseguradoras.

7. Instrucciones relativas a la idoneidad de personas naturales que ejercen la intermediación de seguros.

7.1. Ámbito de aplicación

De conformidad con el artículo 101 de la Ley 510 de 1999, las entidades aseguradoras deben velar por que las agencias de seguros y 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 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” (CE 050, 2015, P2, Tít. IV – Cap. II, Art. 7).

Por lo anterior, se puede concluir que la responsabilidad del corresponsal en cuanto a la idoneidad para el ejercicio de sus funciones se limita a la moral, cuyo término la reviste de un carácter subjetivo y poco sustancial en la realidad. Pues, así quedó calificada en la normatividad reseñada en el Decreto 2555 de 2010, la cual dista de la idoneidad profesional y técnica de carácter objetivo requerida a las agencias y agentes que ejercen la intermediación de seguros, con ocasión a la existencia de una relación contractual con la compañía de seguros con el propósito de ejercer la colocación de seguros.

A su vez, esta idoneidad moral implica una participación activa de la aseguradora, al obligarla a ofrecer una correcta educación financiera a este aliado y a concretar un clausulado contractual muy claro que blinde la operación del corresponsal.

Por otro lado, en lo que respecta a la responsabilidad plena de la entidad aseguradora, es importante resaltar que esta obligación implica –acorde con lo preceptuado en el Decreto 034 de 2015– unas obligaciones *ex antes*, en la medida en que al ente asegurador le corresponde

capacitar debidamente al corresponsal, para que este ejerza la comercialización en cumplimiento de todos los requisitos de la ley, y con el propósito de mitigar cualquier tipo de riesgo operativo. Asimismo, se evidencia una responsabilidad *ex post*, propia de cualquier error del corresponsal en la colocación del seguro o en la atención del reclamo presentado por el consumidor financiero, y ante las contingencias que se generan en la operación (bien sea por un manejo indebido de prima o de información al momento de la suscripción del seguro).

Cada una de las responsabilidades de las partes del contrato de corresponsalía –aseguradora y corresponsal– presentan retos en la medida en que surgen contingencias propias de la operación. Estas, solo a través de una sólida, clara y eficiente capacitación de la compañía aseguradora al corresponsal, y con el ejercicio de una atención oportuna a las contingencias presentadas y una constante vigilancia, pueden ayudar a que el canal se consolide y tenga la debida aceptación del consumidor financiero, al generarle la seguridad de la transacción que realiza con la obtención de un seguro.

De allí el reto que tiene la entidad aseguradora por establecer buenas alianzas con una sólida y clara estipulación de las obligaciones y deberes del corresponsal, así como también una actuación activa durante la operación del corresponsal, que propenda a generar escenarios de contingencias cero.

3.1.4. La población objetivo del microseguro.

Frente a la comercialización de microseguros a través del canal de corresponsalía, se pueden destacar dos temas importantes en razón a la población objeto, a saber: i) la escasa información y educación financiera, y ii) las asimetrías contractuales en los contratos de consumo o adhesión.

3.1.4.1. Escasa información y educación financiera.

Dada la sensibilidad de la población a tratar por medio del microseguro, cobra relevancia tanto el principio de recibir una información transparente, cierta, suficiente y oportuna, como el principio de educación para el consumidor financiero (literales c y f del artículo 3 de la Ley 1328 de 2009, y el numeral 2 y 3 de la Ley 1480 de 2011), el cual se enmarca como un derecho del consumidor (literales b y d de la Ley 1328 de 2009 y numerales 1.3 y 1.11 de la Ley 1480 de 2011).

La protección de los consumidores en Colombia tiene un carácter especial: cuenta con dos ordenamientos que regulan la relación de consumo, uno destinado al consumidor financiero a través de la Ley 1328 de 2009 Estatuto del Consumidor Financiero; y otro para el consumidor en general que se erige con la Ley 1480 de 2011 como el Estatuto General del Consumidor (complemento del primero que se refiere). En ese sentido, el Gobierno Nacional, al expedir el Decreto 034 de 2015, reforzó la protección del consumidor financiero de los canales de uso de red y corresponsalía, puesto que, sujetó la comercialización masiva al cumplimiento de tres requisitos, a saber: universalidad, sencillez y estandarización, donde cobra importancia el de sencillez dado que está ligado al principio de recibir información transparente, cierta, suficiente y oportuna; y, asimismo, al principio de educación, el cual es elevado al rango de derecho del consumidor en ambos estatutos de protección al consumidor.

El requisito de sencillez constituye un blindaje para los consumidores de seguros masivos, pues genera una obligación para las entidades aseguradoras. Estas deben diseñar productos y emplear mecanismos de información que ayuden a comprender: el tipo de pólizas que se adquieren, así como sus coberturas, pagos de primas, trámites que deben adelantarse ante la aseguradora para obtener el pago del seguro de acuerdo con la clase de producto, los plazos y la

forma para acreditar la ocurrencia del siniestro y cuantía de la pérdida, y los derechos que surgen cuando la aseguradora no paga la indemnización dentro del mes siguiente a su acreditación.

El principio de “transparencia e información cierta, suficiente y oportuna” del literal c del artículo 3 de la Ley 1328 de 2009, hace referencia a que las entidades vigiladas deben suministrar a los consumidores financieros información que sea veraz, suficiente, clara y oportuna, sobre todo para que los consumidores financieros conozcan sus derechos, obligaciones y costos en las relaciones que establecen con las entidades vigiladas. Este es desarrollado en el artículo 9 del mismo estatuto donde estipula la información mínima que las entidades vigiladas deben brindar a los consumidores, y en el artículo 97 de la Circular Básica Jurídica 029 de 2014, en la cual se establecen como reglas que deben observar las entidades financieras en el suministro de la información, que esta sea brindada antes de la celebración del contrato, durante su ejecución y después de terminado.

Sin embargo, a pesar de esta amplia normativa para lograr dicho objetivo en la comercialización de los microseguros, la entidad financiera debe desplegar una gran carga operativa con el fin de que el corresponsal cumpla la obligación de mantener bien informado al consumidor. Pues, no es suficiente el diseño de pólizas con amparos y condicionado sencillo, dado que para su consecución se requiere de verdaderos esfuerzos de creatividad y estrategia comercial para transmitir la información del contenido de las pólizas, donde la tecnología puede ser una aliada en ciertos eventos, pero no la única opción, máxime si se tiene en cuenta que la población pobre y vulnerable del país se concentra en las áreas rurales y geográficamente más alejadas de este, lo cual implica un esfuerzo mayor para las compañías de seguros.

Ahora bien, las aseguradoras pueden encontrar en las empresas de servicios públicos o en las grandes superficies un aliado en el ejercicio de este derecho, puesto que cuentan con personal

profesional. Pero no se puede esperar este mismo nivel frente a una sociedad rural que no es tan cercana en este tipo de negocios.

Por otra parte, es pertinente precisar que el principio y el derecho a recibir una educación financiera es primordial en la consolidación del microseguro. De lo anterior dependerá que la población tome conciencia de lo útil e indispensable que este servicio puede ser para ellos, y, asimismo, de que las primas pueden llegar a ser parte de su canasta familiar. Aunque, cabe anotar que este dogma no constituye una obligación exclusiva de la entidad financiera, dado que el Gobierno Nacional también desempeña un rol importante para su éxito, lo cual es uno de los ODS de la ONU, organización de la cual Colombia es miembro.

3.1.4.2. Las asimetrías contractuales en los contratos de consumo o adhesión.

Frente a las asimetrías que pueden presentarse en los contratos de consumo de los cuales hace parte el microseguro, que exigen un tráfico masivo de intercambio de bienes y servicios de una manera más ágil –donde las estructuras tradicionales de negociación no logran adecuarse al ritmo que conlleva la contratación en masa estándar (o como también se le conoce contratos predispuestos)–, surgen figuras como los contratos de adhesión y las condiciones generales de contratación.

Estas figuras han tenido un desarrollo diferencial dentro de la doctrina, donde el uso de cada una depende sobre aquello en lo cual se quiere enfatizar. Es así que el doctor Carlos R. Morales Quintanilla, en su tesis doctoral “Las condiciones generales de los contratos y el control del contenido frente a las cláusulas abusivas” (2014), expuso que si se desea enfatizar en la imposición del contenido contractual al adherente se dirá que se trata de un contrato de adhesión, el cual resalta que ante dicha situación el adherente solo tendrá dos opciones: aceptar o adherirse al conjunto de cláusulas que se le presentan sin posibilidad de negociarlas; o no contratar. De allí

que los contratos de adhesión se caractericen porque “una de las partes intervinientes en el mismo no hace más que prestar su asentamiento a una normativa de la relación contractual rígidamente predisposta de antemano sin intervención alguna por su parte” (García, 1969, p. 12).

Estos son denominados como tal por el francés Saleilles, en su obra de la “Déclaration de Volunté”, a principios del siglo XX, quién señaló:

Indudablemente hay contratos de contratos. Existen unos pretendidos contratos que no tienen tales más que el nombre, y cuya construcción jurídica aún está por hacer, [...], se les podría llamar, a falta de otra denominación más adecuada, contratos de adhesión, en los cuales se da un predominio exclusivo de la voluntad de una de las partes, no ya solo a un individuo sino a una colectividad determinada, y que se vincula por anticipado, unilateralmente, salvo la adhesión de quienes deseen aceptar su *lex contractus* y entrar a formar parte de este acuerdo ya creado por sí mismo. (Alroca123, s.f. p. 2)

Aunado a ello, el autor agregó que cuando se enfatiza en un instante anterior a la imposición, esto es, la predisposición, se subraya es el momento donde se redactan previamente las cláusulas que conformarán eventualmente el contenido de los contratos que celebre el predisponente, lo cual se refiere de las condiciones generales (Morales, s.f.). Esta es definida por (Castro & Bravo, 1985) como “conjuntos de reglas que un particular (empresario, grupo o rama de industriales o comerciantes) ha establecido para fijar el contenido (derechos y obligaciones) de los contratos que sobre un determinado tipo de prestaciones se propone celebrar” (p. 80).

García Amigo también definió este concepto, precedentemente, con mayor detalle al indicar que con las condiciones generales de los contratos se designa la serie de cláusulas formuladas de manera preventiva, general y abstracta. Ello, en vista de que se celebrará una serie indefinida de

contratos que una vez aceptada por las partes se da paso a la regulación de la relación contractual que estas deseen crear, quienes establecen su contenido normativo, y por efecto reflejo también el contenido obligacional subjetivo, sin que coincidan con normas legales o consuetudinarias.

Así, bajo estas nociones doctrinales, se puede concluir que, si bien el contrato de adhesión y las condiciones generales se refieren a un mismo fenómeno, a saber, la concentración en masa, estas deben verse desde dos perspectivas diferentes. Por una parte, el contrato de adhesión se refiere a una unidad, mientras que las condiciones generales a una parte o fragmento de aquel.

Por consiguiente, se puede decir que no son figuras idénticas o sinónimas, pues, aunque todo contrato que incorpore condiciones generales será un contrato de adhesión, no todo contrato de adhesión está integrado por condiciones generales dada la existencia de contratos de adhesión particulares, en los que las cláusulas de estos han sido predispuestas para un solo contrato, por lo cual carece de una de las características de las condiciones generales: haber sido predispuestas con la intención de ser utilizadas para una pluralidad de contratos, donde su fundamento radica en la necesidad racionalizadora y organizativa de las empresas.

En relación con el contrato de seguros, es importante destacar que este ha sido caracterizado por la jurisprudencia colombiana como un contrato de adhesión (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, 8 de mayo, 1974), lo cual se debe a las operaciones en masa de las compañías aseguradoras en un mercado donde el tránsito de las negociaciones se da en serie. Dicho contrato halla en esta figura de contratación predispuesta la herramienta para responder a menores costos de operación, con mayor eficacia y estándares que garanticen igualdad de condiciones en las relaciones jurídicas frente a sus consumidores.

En cuanto a la naturaleza jurídica de las condiciones generales se han esbozado dos teorías, estas son:

- i) La tesis normativa: la cual manifiesta que las condiciones generales forman parte del ordenamiento legal, con un carácter similar al de la ley por ser obligatorias para las partes, consideradas como normas vinculantes y obligatorias para quien las predispone y para los que se vinculan con él. Pero, si bien estas son equiparables a normas positivas, no tienen un carácter contractual, por ello también se le conoce como la teoría anticontractualista. Sus principales precursores son los alemanes Grossmann Doerth, Kohler y Hildebrant.
- ii) La tesis contractualista: bajo esta teoría las cláusulas generales forman parte del contrato y constituyen una expresión de la autonomía privada, por esa razón solo adquieren fuerza obligatoria como estricto contenido contractual cuando son incorporadas a un contrato particular. Es la tesis más acogida por la doctrina y entre sus principales representantes se encuentran Koch, Kost, Laufke, García-Amigo, de Castro Bravo, Alterine, de la Puente, Arias-Sreiber, entre otros.

La autora de la presente investigación considera la posición mayoritaria de la doctrina, la cual sostiene que las condiciones generales creadas por un contrato de adhesión son de origen contractual, por lo tanto, le son aplicables las reglas de la teoría general del derecho (Romero & Velandia, 2013).

De manera que adherirse a contratos predispuestos no significa la renuncia a la protección legal que el ordenamiento jurídico le confiere a la manifestación de la voluntad. Esta queda permeada por las normas de interpretación señaladas en el Código Civil Colombiano y los Estatutos del Consumidor (Ley 1480 de 2011), y el Estatuto del Consumidor Financiero (Ley 1328 de 2009), así como también por las demás regulaciones y controles señalados en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero para entidades integradoras del gremio financiero y asegurador.

En lo que se refiere a los contratos de seguros, considerados como un contrato de adhesión, es pertinente mencionar que estos están conformados estructuralmente por unas condiciones particulares y unas generales. En primer lugar, las condiciones particulares de los contratos de seguros –que, de acuerdo con Eren Ossa, son aquellas que individualizan el seguro y sobre las cuales se cruzan las voluntades que dan origen– son denominadas por el Código de Comercio en su artículo 1047, luego de enunciar la información que debe contener una póliza, como “(...) las demás condiciones particulares que acuerden los contratantes”. Estas reflejan la voluntad de las partes, de modo que su aplicación prevalece sobre las generales en caso de incongruencia (Ossa, 1984).

Por otra parte, las condiciones generales de los contratos de seguros, de acuerdo con Gómez Duque, se caracterizan por ser comunes a todos los contratos del mismo tipo, otorgados por el mismo asegurador y aún por los aseguradores del mismo lugar. Son redactadas unilateralmente por el asegurador, pero deben contar con la aprobación de la SFC y ser de conocimiento del tomador de la póliza. Además, delimitan la extensión del riesgo asumido por el asegurador de modo que guarde la debida equivalencia con la tarifa aplicable al respectivo seguro y también regule las relaciones entre partes vinculadas al contrato; asimismo, están destinadas a definir la oportunidad y el modo de ejercicio de los derechos, a hacer observancias de las obligaciones, y establecer las cargas y exclusiones que regirán para las partes. Las condiciones generales son cláusulas a las cuales el tomador simplemente se adhiere, en síntesis, como señaló Efrén Ossa, son:

Un reglamento que, con la aprobación previa del Estado, cada asegurador tiene concebido, en cada uno de los ramos, para disciplinar o regular la operación jurídica de cada uno de sus contratos y a cuyas cláusulas habitualmente adhiere ‘el tomador’

consiente o no de su fundamento, legalidad o alcance y cuya interpretación, en fin, con todo y la previsible flexibilidad de los jueces, ha de sujetarse a las normas que rigen la de todos los contratos. (Ossa, 1984, p. 231)

Al respecto, es menester aclarar que pese a que el contrato de seguro constituye una modalidad de contrato de adhesión, donde existen unas condiciones generales predispuestas por el asegurador sin participación del adherente, ello no pugna con su consensualidad, toda vez que el cruce de voluntad por parte del tomador consiste en su decisión de celebrar o no el contrato.

Es así como el contrato de seguros hace parte de los denominados contratos de adhesión donde confluyen otras figuras predispuestas como las condiciones generales. Donde resalta la posición dominante de las compañías aseguradoras, reaseguradoras y los canales tradicionales de comercialización en todas sus modalidades en la relación de consumo, dada la profesionalidad de la actividad comercial que ejerce en el contrato y en su administración frente a un consumidor comúnmente no versado o pleno conocedor muchas veces de los servicios que adquiere.

De ahí que el derecho de consumo, en lo concerniente al contrato de seguro, tenga el propósito de proteger al consumidor de seguros con normas que sean un abrigo protector y generen mayor confianza al tomador, asegurado o beneficiario según sea el caso (Palacio, 2016).

Para cumplir dicho propósito, dentro del sistema normativo colombiano se han diseñado disposiciones legales que buscan equilibrar las relaciones de consumo, al generar mayor asimetría en las obligaciones y deberes de las partes, y con el fin de evitar la posición dominante –operatorio dominante– que se traduce en los contratos predispuestos. Este sistema de normas integrado principalmente por el Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) y el Estatuto del Consumidor Financiero (Ley 1328 de 2009), propio de las relaciones originadas de un contrato de seguro, contempla un listado no taxativo de las cláusulas, prácticas abusivas y obligaciones

especiales de las entidades vigiladas que buscan enervar los desequilibrios contractuales de una posición dominante, y, asimismo, dar cumplimiento a las disposiciones constitucionales establecidas en los artículos 78 y 333 de la Carta Constitucional, como disposiciones comerciales dispuestas tanto en el Código Civil (en cuanto a la responsabilidad contractual y principios de interpretación) como en el Código de Comercio.

Cabe destacar, dentro del tráfico de los contratos predispuestos, la regulación que hace el título VII del Estatuto de Consumidor sobre la protección contractual en su capítulo II. En este se destacan los requisitos mínimos que deben contener las condiciones negociales generales y los contratos de adhesión, así como las cláusulas prohibidas, abusivas y aquellas que se considerarán ineficaces de pleno derecho.

Entre otras normatividades se encuentran: el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (Decreto 663 de 1993); la Circular 029 de 2014 de la Superintendencia Financiera, que señala las denominadas “listas negras”; la Circular 015 de 2010, donde se destaca el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC); y la Circular 050 de 2015, a través de la cual se emiten instrucciones sobre los requisitos de idoneidad para la intermediación de los seguros, el deber de información frente a los consumidores de seguros y el Sistema Unificado de Intermediarios de Seguros.

La protección que se refuerza en el canal de corresponsalía –gracias a lo consagrado en el artículo 10 del Decreto 034 de 2015 que modifica el artículo 2.36.9.1.15– consiste en la exigencia, hecha a las entidades aseguradoras, de enviar a la SFC los modelos de las pólizas de seguros que se comercializarán a través de cada uno de sus corresponsales, es decir, no se limita a que la aseguradora tenga aprobado el ramo a comercializar sino que se extiende a analizar y aprobar cada caratula de la póliza con sus correspondientes condiciones generales.

Asimismo, en el párrafo 1 del artículo 11 del Decreto 034 del 2015 que adicionó el artículo 2.36.9.1.17 del Decreto 2555 de 2010, se establece la facultad de la SFC para determinar las exclusiones aplicables a los seguros comercializados por terceros corresponsales⁶.

Sin embargo, aunque existen prácticas y cláusulas abusivas dentro de los contratos de adhesión y en los condicionados generales en la contratación en masa, las normatividades precedentes han logrado –en determinada medida– un equilibrio en las asimetrías que se generan en este tipo de contrataciones predispuestas. Con ello, no se niega que aún existe un largo camino largo por recorrer para que las instituciones legislativas y reglamentarias respondan cada vez más a las realidades de la contratación moderna, como lo advierte Weill, quien señaló que “el deber del jurista es estudiar el derecho, pero no como fin en sí sino como medio de adaptación a las exigencias de la vida”.

⁶ **Parágrafo 1.** “Para efectos de los seguros que podrán ser comercializados a través de terceros corresponsales, la Superintendencia Financiera de Colombia determinará las exclusiones aplicables; adicional a lo anterior, estos seguros deberán contar con un procedimiento simplificado de radicación y resolución de la reclamación”.

Capítulo 4

4.1 Conclusiones

Frente a lo esbozado en la presente sección se puede colegir lo siguiente:

- Si bien no existe una definición concertada del microseguro, existen tres tendencias a destacar para definir este término, según las cuales se puede determinar: i) en razón al monto de coberturas o primas, ii) en ocasión a la población a la cual el seguro está destinado, y iii) bajo una perspectiva mixta de las anteriores.
- En Colombia, pese a que no se cuenta con una definición normativa del microseguro, se considera acertada la tendencia asumida por la Superintendencia Financiera de Colombia (ente regulador en materia de seguros) y FASECOLDA (Federación de Aseguradores Colombianos). Estas conciben el microseguro como productos destinados a proteger a la población de bajos recursos o con menores ingresos, la cual, de acuerdo con las cifras de pobreza en el país, estaría conformada por la población calificada como vulnerable y pobre, cuyos ingresos per cápita oscilan entre los 4 y menos de los 10 dólares, según el Informe de Actualización metodológica del IPC del mes de enero de 2019 del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2019).
- La doctrina contempla la existencia de seguros convencionales de bajo costo y seguros masivos de bajo costo, que difieren entre sí y a su vez con el microseguro.
- El campo de acción del canal de corresponsalía no engloba todos los seguros que se pueden distribuir masivamente en el país, como los seguros colectivos que se distribuyen de manera masiva y de ‘bajo costo’, cuyos ramos no se encuentran autorizados para el canal de corresponsalía (artículo 2.36.9.1.18 del Decreto 2555 de 2010, modificado por el

artículo 6 del Decreto 2123 de 2018), constituyendo un reto para la SFC y el Gobierno Nacional el extender el alcance de operación de este canal o en su defecto, establecer una reglamentación propia para los demás seguros comercializados masivamente.

- Otro reto en la operación del canal de corresponsalía, obedece a la necesidad de la revisión y autorización previa de los contratos de corresponsalía por parte de la SFC, restando flexibilidad a dicha operación. Dicha revisión previa debe sujetarse al análisis de los modelos de las pólizas y sus correspondientes clausulado con el fin de brindar una protección especial al consumidor financiero del microseguro.
- La responsabilidad del corresponsal se limita a tener una '*idoneidad moral*', mientras que la obligación de la aseguradora es plena, bajo el esquema de una responsabilidad profesional, reto que conlleva a que la aseguradora se vea avocada a afrontar de manera directa cualquier error o defecto en la operación por parte del corresponsal.
- La población objetivo del microseguro implica dos grandes retos en la operación de comercialización de este tipo de seguros a través del canal de corresponsalía: i) el brindar una mayor educación financiera e información transparente, cierta, suficiente y oportuna, que permita que el consumidor conozca a cabalidad el producto que está adquiriendo y la forma en que puede hacerlo efectivo, ii) Una vigilancia por parte de la SFC, antes y durante la vigencia del contrato de seguro, de las condiciones generales del mismo contenidas en los correspondientes clausulados de las pólizas que se comercializan por medio del corresponsal con el fin de superar las asimetrías que se generan en los contratos de adhesión o consumo como ocurre en el microseguro.

Bibliografía

- Decreto 3032 del 9 de agosto 2007. Diario oficial. N. 46715 (por el cual se reglamentan los servicios financieros prestados por las sociedades comisionistas de bolsa de valores a través de corresponsales). (2007). Bogotá, Colombia.
- Alroca123. (s.f.). *Contratos de adhesión*. Obtenido de Monografias: <https://www.monografias.com/trabajos65/contratos-adhesion/contratos-adhesion2.shtml>
- Ansaldi, V. (2009). La intermediación en el contrato de seguros de seguros. *RIS*, 30(18), 55-88.
- Arrubla, J. (2015). *Contratos mercantiles. Contratos atípicos*. Bogotá, Colombia: Legis y Universidad Pontificia Javeriana.
- Ayora, A. (2018). *Los seguros colectivos en el marco de la comercialización masiva de seguros en Colombia*. Medellín: Universidad Ces.
- Banca De Las Oportunidades. (2019). *Home*. Obtenido de <http://bancadelasoportunidades.gov.co/index.php/es/quienes-somos>
- Banca de las Oportunidades. (s.f.). *Home*. Obtenido de <http://www.bancadelasoportunidades.com/contenido/contenido.aspx?catID=298&conID=673>
- Banco Mundial. (2018). *La inclusión financiera es un factor clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>
- Becerra, L. (2019). *Así es el mapa de la pobreza en Colombia que debe sortear Iván Duque*. Obtenido de La República: <https://www.larepublica.co/economia/asi-es-el-mapa-de-la-pobreza-en-colombia-que-debe-sortear-ivan-duque-2884637>

- Bermúdez, D. (2013). *El rol del intermediario de seguros*. Obtenido de Fasecolda: http://www.fasecolda.com/files/9413/9101/0546/parte_i.captulo_16_el_rol_del_intermediario_de_seguros.pdf
- Camargo, A., Tattin, C., Furst, G., & Leticia, G. (2014). *Colombia hacia un sector de seguros inclusivos y universal*. Bogotá.
- Camargo, J. L. (17 de Abril de 2018). *www.superfinanciera.gov.co*. Obtenido de <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/10097306/dPrint/1/c/00>
- Camargo, L., & Montoya, L. (2014). *Microseguros: analisis de experiencias destacables en latinoamerica y el caribe*. Banco interamericano de desarrollo.
- Castillo, A., & Hernández, Y. (2015). *Influencia de los corresponsales bancarios en el proceso de bancarización en Colombia*. Obtenido de Universidad Autónoma de Occidente : <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/8332/1/T06285.pdf>
- Castro, & Bravo, F. (1985). *Las condiciones generales de los contratos y la eficacia de las leyes*. Madrid: Civitas.
- Churchill, C. (2006). *¿Que es el seguro para los pobres?* Madrid: Organizacion internacional del trabajo.
- Cohen, M., Mccord, M., & Sebstad, J. (2005). Reducing vulnerability: demand for and supply of microinsurance in east africa. *Journal of international development*. 17, 319-325.
- Colombia, C. d. (1998). Decreto 1367 del 21 de julio de 1998. Diario oficial N. 43345 (por el cual se autorizan los ramos de seguros que se pueden comercializar mediante el uso de la red de establecimientos de crédito prevista en el artículo 5° de la Ley 389 de 1997). Bogotá, Colombia.

Colombia, C. d. (2007). Ley 1151 del 24 de julio de 2007. Bogotá, Colombia.

Comisión Intersectorial para la Inclusión Financiera. (2016). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en Colombia*. Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/descargas/institucional/pubFile1030467/estrategia_nacional_inclusion_financiera.pdf

Congreso de la Republica de Colombia. (1971). Decreto 410 del 16 de junio de 1971. Diario Oficial No. 33.339. (Por el cual se expide el Código de Comercio). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (1993). Ley 100 del 23 de diciembre de 1993. Diario Oficial No. 41.148 (Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (1996). Decreto 2423 del 31 de diciembre de 1996. Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (1997). Ley 389 del 18 de julio de 1997 (Por la cual se modifican los artículos 1036 y 1046 del Código de Comercio). Bogotá, Colombia.

Congreso de la República de Colombia. (1999). Ley 510 de 3 de agosto de 1999. Diario Oficial No 43.654 . Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2006). Decreto 2233 del 7 de julio 2006. Diario oficial. N. 46322. (por el cual se reglamentan los servicios financieros prestados por los establecimientos de crédito a través de corresponsales). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2006). Decreto 3078 del 8 de septiembre 2006. (por el cual se crea el Programa de Inversión Banca de las Oportunidades). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2007). Decreto 2558 del 6 de julio 2007. Diario oficial N. 46681 (por el cual se expide el régimen de las oficinas de representación de

instituciones financieras, reaseguradoras y del mercado de valores del exterior y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2009). Decreto 1121 del 31 de marzo de 2009. Diario oficial n. 47308. (por el cual se modifica el Decreto 2233 de 2006). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2009). Ley 1328 del 15 de julio 2009. Diario Oficial No. 47.411 (Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2010). Decreto 2555 del 15 de julio de 2010. (Por el cual se recogen y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2010). Decreto 2672 del 21 de diciembre 2012. (Por el cual se modifica el Decreto número 2555 de 2010 en lo relacionado con los servicios financieros prestados a través de corresponsales). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2011). Ley 1450 del 16 de junio de 2011. Diario Oficial No. 48.102 (Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014). Bogotá, Colombia.

Congreso de la República de Colombia. (2011). Ley 1480 de 12 de octubre de 2011. Diario Oficial No. 48.220 . Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2011). Ley 1480 del 12 de octubre de 2011 Diario Oficial No. 48.220. (Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2012). Decreto 2673 del 21 de diciembre de 2012 (Por el cual se modifica el Título I del Libro 34 de la Parte 2 del Decreto número 2555 de

2010 en lo relacionado con el uso de red y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2015). Decreto 034 del 14 de enero de 2015. (Por el cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con la prestación de servicios financieros a través de corresponsales y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2015). Decreto 1491 del 13 de julio de 2015. (Por el cual se modifica el Decreto número 2555 de 2010 en lo relacionado con la reglamentación aplicable a las Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos, (SEDPE) y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2015). Decreto 2242 del 24 de noviembre 2015. (por el cual se reglamentan las condiciones de expedición e interoperabilidad de la factura electrónica con fines de masificación y control fiscal). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2015). Ley 1753 del 9 de junio de 2015. Diario Oficial No. 49.538 (Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país). Bogotá, Colombia.

Congreso de la Republica de Colombia. (2018). Decreto 2123 del 15 de noviembre. (Por el cual se modifica el Decreto 2555 de 2010 en lo relacionado con el desarrollo de operaciones de comercialización de seguros, y se dictan otras disposiciones). Bogotá, Colombia.

Consejo de Estado. (1995). Radicación 3110 de 27 de febrero de 1995. Bogotá, Colombia.

Corte Suprema de Justicia de Colombia. (1974). Sentencia del 8 de mayo . *Sala de casacion civil* .M.P.: *Ernesto Escallón Vargas*. Bogotá, Colombia.

Credibanco. (s.f.). *Home*. Obtenido de <https://www.credibanco.com/productos-y-servicios-para-entidades-financieras/corresponsales-bancarios>

- DANE. (2018). *Pobreza monetaria en Colombia*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2018/bt_pobrez_a_monetaria_18.pdf
- DANE. (2019). *Pobreza monetaria y multidimensional*. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2018/pres_pobreza_2018.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2019). *Ipc actualización metodológica*. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE].
- Dipublico. (2000). *Cumbre Milenio 2000*. Obtenido de <https://www.dipublico.org/conferencias-diplomaticas-naciones-unidas/cumbre-milenio-2000/>
- DNPN. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022. Pacto por Colombia, pacto por la equidad*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>
- Fasecolda. (2014). *Microseguros en Colombia*. Obtenido de <https://fasecolda.com/files/7613/8869/6829/microseguros.pdf>
- Fasecolda. (2016). *Panel Conclusiones - Protección al consumidor*. Obtenido de You Tube: https://www.youtube.com/watch?v=3Vir0gHgHDQ&index=14&list=PLq1XjTam45CxR5dcerxj5_vx0ivRT0Gp-
- Fasecolda. (2016a). *José Orlando Montealegre*. Obtenido de You Tube: https://www.youtube.com/watch?v=YhDLUfHujWE&list=PLq1XjTam45CxR5dcerxj5_vx0ivRT0Gp-&index=11
- Galindo, M., Torres, N., Ruíz, L., & López, D. (2017). *Estudio de diagnóstico Esquema de comercialización de seguros en Colombia*. Obtenido de URF:

http://www.fasecolda.com/files/3914/9392/9476/Se_publica_estudio_diagnostico_sobre_el_esquema_de_comercializacion_de_seguros_en_Colombia.pdf

García, M. (1969). Condiciones generales de los contratos. *Revista de derecho privado*. (476), 135.

Hernández, G. (2019). *Inclusión financiera y tendencias del mercado de seguros*. Medellín: Encuentro regional sobre mejores prácticas en la implementación de normas contables y regulación de seguros en pro de la inclusión financiera de pymes en América Latina y el Caribe.

Infolocal. (s.f.). *Banca de las Oportunidades*. Obtenido de <https://infolocal.comfenalcoantioquia.com/index.php/banca-de-las-oportunidades>

International Year of Microcredit. (2005). *Home*. Obtenido de <http://www.yearofmicrocredit.org/pages/multilingual/spanish.asp>

Jaramillo, C. (2010). *Derecho de Seguros. Tomo I, II*. Bogotá, Colombia: Universidad Pontificia Javeriana y Editorial Temis.

Lagos, J. (2018). *La inclusión financiera a través de los seguros: visión del supervisor*. Obtenido de Superfinanciera gov: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/10097306/dPrint/1/c/00>

Martínez, E., Mesa, D., Torres, J., Prieto, A., & Prieto, A. (2019). *Canales y productos financieros digitales e inclusivos*. Obtenido de URF: https://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/Mercados/boletines?com.tibco.ps.pag_esvc.action=updateRenderState&rp.currentDocumentID=1b3228f_16afa5a50d9_-

76aac0a84ca9&rp.attachmentPropertyName=Attachment&com.tibco.ps.pagesvc.targetPage=1f9a1c33_132040fa0

Mejía, S. (2017). La desintermediación en el contrato de seguro. de la bancaseguros al uso de red. *Rev.Ibero-Latinoam.Seguros*, 26(46), 109-148.

Mora, C., & Zarruk, A. (s.f.). *Bancaseguros en la distribución de productos de vida*. Obtenido de Revista Fasecolda: https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/imagen_id.cmd?idImagen=1065433

Morales, C. (s.f.). *Las condiciones generales de los contratos y el control del contenido frente a las cláusulas abusivas*. Salamanca: Universidad de salamanca.

Moreno, F., & Martínez, M. (2015). Consideraciones jurídicas de la comercialización masiva de seguros a través de canales de affinity. *RIS*, 42(24), 165-192.

Naciones Unidas. (2005). *La microfinanciación y los objetivos de desarrollo del Milenio*. Obtenido de https://www.un.org/es/events/pastevents/microcredit/pdf/MDGS_SP_Layout1.pdf

Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Ordóñez, E. (2012). *Estudios de seguros*. Bogotá: U. Externado de Colombia.

Ossa, J. (1984). *Teoría General del Seguro: El Contrato*. Bogotá, Colombia: Editorial Temis.

Palacio, F. (2016). *Seguros temas esenciales. 4 edición*. Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones Ltda.

- Pérez, M. (2014). Microseguro: acceso a la cobertura del riesgo para los sectores de población con rentas más bajas en los países de desarrollo. *Revista ibero-latinoamericana de seguros*. 23(41), 204-206.
- Pinzón, M. (2011). *Historia y evolución en Colombia. otros seguros*. Bogotá: Fasecolda.
- Presidencia de la República de Colombia. (1993). Decreto 663 de 2 de abril de 1993. Diario Oficial No. 40.820. Bogotá, Colombia.
- Presidencia de la República de Colombia. (2012). Decreto 2672 de 21 de diciembre de 2012. Bogotá, Colombia.
- Presidencia de la República de Colombia. (2015). Decreto 034 de 14 de enero de 2015. Bogotá, Colombia.
- Público, M. d. (s.f.). *Comercialización de seguros a través de corresponsales*. Obtenido de <https://www.minhacienda.gov.co/HomeMinhacienda/ShowProperty?nodeId=%2FOCS%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased>
- Romero, J., & Velandia, D. (2013). *Cláusulas abusivas en el contrato de seguro*. Bogotá, Colombia: Universidad Pontificia Javeriana.
- Ruano, C. (2008). *Microseguro: una oportunidad para todos*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Silva, G. (2011). *El derecho del consumo en la actividad aseguradora*. Bogotá, Colombia: s/e.
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2015). *Circular externa 50 del 28 de diciembre 2015*. Bogotá: Superintendencia Financiera de Colombia.
- Superfinanciera. (s.f.). *Propósito Superior de la Superintendencia Financiera de Colombia*. Obtenido de superfinanciera.gov.co/inicio/60607

Superintendencia Financiera. (2008). *Concepto 2007075702-001 del 20 de febrero de 2008*.

Bogotá: Superintendencia Financiera.

Superintendencia Financiera de Colombia. (2016). *Circular externa 049 de 2016*. Bogotá:

Superintendencia Financiera de Colombia.

Superintendencia Financiera. (s.f.). *Corresponsales no bancarios*. Obtenido de

<https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/loader.jsf?lServicio=Publicaciones&lTipo=publicaciones&lFuncion=loadContenidoPublicacion&id=11265>

The Economist Intelligence Unit. (2016). *Microscopio Global 2016, Analisis del Entorno para la*

Inclusión Financiera. Obtenido de

<https://publications.iadb.org/en/publication/17195/global-microscope-2016-enabling-environment-financial-inclusion>

Vargas, A. (2009). *Evaluación de la Propuesta de la Política de Banca de Oportunidades, como gestora de créditos para el fortalecimiento y consolidación de empresas en Colombia*.

Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana:

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/9143>

Velandia, M. (s.f.). Los intermediarios de seguros. *Revista de Derecho Privado*, 3, 1998.