

2015

Estado del arte del mercadeo de los seguros

Yudy Esperanza Valdez Arias
Universidad de La Salle, Bogotá

Juan Carlos Mora Sierra
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas



Part of the [Business Administration, Management, and Operations Commons](#)

Citación recomendada

Valdez Arias, Y. E., & Mora Sierra, J. C. (2015). Estado del arte del mercadeo de los seguros. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2046

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

ESTADO DEL ARTE DEL MERCADEO DE LOS SEGUROS



Juan Carlos Mora Sierra

Yudy Esperanza Valdez Arias

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D. C., COLOMBIA

2015

ESTADO DEL ARTE DEL MERCADEO DE LOS SEGUROS

Juan Carlos Mora Sierra

Código.: 11081028

Yudy Esperanza Valdez Arias

Cód.: 11072324

Trabajo presentado para optar por el Título De
Administrador de Empresas

Director:

Juan Hernando Bravo Reyes

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D. C., COLOMBIA

2015

Nota de aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá, D.C., Mayo de 2015

Dedicatoria

Doy gracias a Dios por permitirme dar un paso más en esta etapa de mi vida. A mi esposo Luis Enrique por motivarme desde que inicié este proyecto, por su apoyo incondicional y siempre creer en mí. Por sus sabias palabras en los momentos difíciles y nunca dejarme desfallecer. A mi hija Valentina, porque es mi motivación y mi ejemplo, la razón para ser mejor cada día. A mi Madre Maria Cecilia por ser ejemplo de fortaleza, honestidad, bondad y amor incondicional. Mis compañeros de un viaje que apenas empieza aunque ya llevemos mucho camino andado.

Yudy Esperanza Valdez Arias

El presente trabajo fue realizado bajo la supervisión del Profesor Juan Hernando Bravo a quien agradecemos por su compromiso guiándonos por el camino hacia la meta, a mi padre por su apoyo constante y a mi madre que descansa en los cielos este trabajo les dedico como fruto de su esfuerzo, y hoy a mi esposa y mi hijo que gracias a su apoyo incondicional son inspiración para continuar con nuevas metas en pro de mi familia.

Juan Carlos Mora Sierra

Contenido

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| ANTECEDENTES:..... | 7 |
| 1. Justificación..... | 8 |
| 2. Objetivos | 9 |
| 2.1. Objetivo general | 9 |
| 2.2. Objetivos específicos..... | 9 |
| 3. Marco de Referencia | 10 |
| 3.1. Marco Teórico | 10 |
| 3.2. Marco conceptual | 12 |
| 4. Historia de los seguros | 14 |
| 4.1. Origen De los Contratos de Seguros | 15 |
| 5. La Historia de los Seguros en Colombia..... | 15 |
| 5.1. Características Del Sector Asegurador..... | 17 |
| 5.2. Elementos esenciales del contrato de seguro | 17 |
| 5.3. Comportamiento del Sector Asegurador en Colombia..... | 19 |
| 5.4. Principales ramos de seguros en Colombia..... | 20 |
| 5.5. Clasificación de los seguros en Colombia..... | 21 |
| 5.6. Entidades autorizadas para prestar servicio asegurador | 22 |
| 5.7. Canales de Distribución en Colombia..... | 23 |
| 6. La Actividad aseguradora en Brasil | 24 |
| 6.1. Canales de Distribución en Brasil | 25 |
| 7. El sector asegurador en Paraguay..... | 27 |
| 7.1. Canales de Distribución | 27 |
| 8. La comercialización de los Seguros en Argentina | 29 |
| 8.1. Canales de Ventas de los seguros en Argentina..... | 29 |
| 9. Actividad aseguradora en México..... | 30 |
| 9.1. La crisis de la economía Mexicana, frente al mercado Asegurador 1994-1995..... | 32 |
| 9.2. Tipos de seguros en México..... | 32 |
| 9.3. Canales de distribución de los Seguros en México | 33 |
| 10. La Actividad Aseguradora en Canadá..... | 34 |
| 10.1. Principales compañías de Seguros en Canadá..... | 35 |

| | | |
|-------|----------------------------------------------------------------|----|
| 10.2. | Canales de distribución en Canadá..... | 37 |
| 10.3. | Percepción de riesgo en Canadá..... | 38 |
| 11. | Los seguros en los Estados Unidos de América..... | 39 |
| 11.1. | Principales empresas de seguros en los Estados Unidos | 40 |
| 11.2. | Canales de distribución de los seguros en Estados Unidos | 42 |
| 12. | Los seguros en España | 44 |
| 12.1. | Principales compañías de Seguros en España | 45 |
| 12.2. | Canales de distribución en España | 45 |
| 12.3. | Percepción de riesgo en España | 47 |
| 13. | Conclusiones | 49 |
| 14. | Glosario Términos de seguros..... | 50 |
| 15. | Lista de Figuras | 62 |
| 16. | Siglas | 63 |
| 17. | Referencias | 64 |

INTRODUCCIÓN

Cada país dentro de su organización posee su propia estructura, definiendo los estándares que le permiten regularizar sus actos, buscando cumplir con las normas que reglamentan la sana convivencia entre sus ciudadanos. En algunas oportunidades, dentro de cada sociedad ocurren hechos fortuitos, bien sean causados por fenómenos naturales tales como inundaciones, incendios, terremotos, etc., o como consecuencia de la actuación del hombre, entre los que podemos describir los robos, accidentes, asesinatos, etc., y cada uno de estos hechos afectan bien sea a personas, animales, propiedades o bienes, es por esto que la sociedad tiene la responsabilidad y la necesidad de enfrentarlos, de tal manera que minimice el impacto negativo en la economía de las naciones.

Una de las estrategias que ha permitido hacerle frente a estos casos imprevistos ha sido la posibilidad de transferir el riesgo a un tercero que tenga la capacidad de asumir económicamente la responsabilidad de los daños causados como consecuencia de los hechos descritos anteriormente, donde, previa firma de un contrato la empresa aseguradora ampara y asume el riesgo de tal manera que la afectación sea mínima para el asegurado.

Por otra parte se identifica la necesidad de la creación de un de un documento que permita la recopilación de información relacionada con la comercialización de los seguros tanto en Colombia como en otros países. Dado lo anterior, este documento tiene como objetivo principal la creación de un texto que compile los métodos y mecanismos de comercialización de los seguros, esto permitirá al lector tener acceso a datos e información importante y relevante para futuros estudios.

ANTECEDENTES:

Actualmente se carece de un Estado del Arte que recopila aspectos técnicos, históricos y legales, enfocados directamente a la forma en que se realiza el Mercadeo de los Seguros a nivel mundial. El presente documento busca identificar el desarrollo que diferentes autores han realizado referente a los Seguros, detallando su evolución a través del tiempo.

Por lo anterior se decide realizar un Estado del Arte donde se puede identificar la literatura pertinente al tema, recopilando la información relacionada con los actores que intervienen en el proceso del Mercadeo de los Seguros.

Cabe señalar que en la actualidad la literatura referente al Mercadeo de los Seguros es reducida, así que en busca de dar solución a los requerimientos de seguros se remite a la principal asociación de empresas aseguradoras del país FASECOLDA (Federación de Aseguradores Colombianos) lugar del cual se extraen las principales estadísticas relacionadas con el sector asegurador relacionado con Colombia, así como ACOLDESE (Asociación Colombiana de Derecho de Seguros) que es una entidad Colombiana que se encarga de agrupar la jurisprudencia relacionada con el Derecho de los Seguros y es de carácter exclusivamente científico.

1. Justificación

El presente documento tiene como objetivo recopilar la información existente sobre el Mercadeo de los Seguros, que servirá como recurso para futuras investigaciones y además permitirá identificar los estudios realizados así como la bibliografía existente.

Bernal (2006), en su concepción de los Estados del Arte, son estudios cuyo propósito es mostrar el estado actual del conocimiento en un determinado campo o de un tema específico. En consecuencia, tales estudios muestran el conocimiento relevante y actualizado, las tendencias, los núcleos problemáticos, los vacíos, así como los principales enfoques o escuelas, las coincidencias y las diferencias entre dichas hipótesis y los avances sobre un tema determinado. (pp 2-9).

El Estado del Arte es una forma de investigación, en ésta, la exploración, recopilación y documentación de información en un tema específico, conduce a que el investigador adquiera conocimientos, y que más que hacer un inventario de teorías e investigaciones, da a conocer el estado actual un campo de estudio, intentando descubrir cuál es el problema aún no resuelto al contextualizar las diferentes posturas teóricas. (p.5).

Frente al Mercadeo de los Seguros, es muy limitada la información que se encuentra y es indispensable conocer cuáles son los requerimientos y necesidades del mercado así como las características que este posee y así lograr la recopilación de la mayor cantidad de datos posibles cuya consulta pueda utilizarse para investigaciones posteriores.

El estudio de los seguros se hace indispensable desde cualquier disciplina del conocimiento, esto dado que permite una visión integral sobre todos los aspectos técnicos, financieros, económicos que tienen relevancia desde cualquier ámbito, dado lo anterior, esta información conlleva a un acercamiento entre el mundo académico y la realidad empresarial, es una herramienta indispensable en el desarrollo profesional y que puede ser incorporado al mercado laboral. El estudio de los Seguros actualmente se encuentra excluido de los planes de estudios de la mayoría de las Universidades Colombianas a excepción de instituciones como el Politécnico Gran Colombiano, Universidad Javeriana y Universidad de la Sabana, sin embargo, como se menciona anteriormente, los conocimientos que se adquieren estudiando este ramo permite múltiples aplicabilidades en todos los entornos profesionales.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Realizar una compilación de la información más relevante acerca de los enfoques afines con el Mercadeo de los Seguros, tanto a nivel nacional como internacional, sus perspectivas y evolución.

2.2. Objetivos específicos

- Establecer el desarrollo comercial existente en torno a los Seguros.
- Construir un documento coherente y sencillo que recopile la información más relevante respecto al tema de estudio.

- Identificar la evolución que ha tenido el desarrollo del Mercadeo de los Seguros a través del tiempo.

3. Marco de Referencia

3.1. Marco Teórico

El objeto de estudio del Estado del Arte es clasificar la información existente acerca de un tema específico, en este caso el mercadeo de seguros; en este caso se constituye por categorías acerca de la literatura, formulando hipótesis relevantes al tema. Bojacá (2004). p.8.

De la misma forma un Estado del Arte es una de las primeras etapas dentro de una investigación, ya que hace un rastreo del tema en cuestión, estableciendo la forma en que este ha sido planteado, construido y detallado, es así como haciendo uso de la información se puede determinar en dos fases como son la heurística y la hermenéutica. Por otra parte González (2005), indica que “un artículo del Estado del Arte resume y organiza los resultados de investigación reciente en una forma novedosa que integra y agrega la claridad al trabajo en un campo específico” (p. 4).

De tal forma los anteriores autores coinciden en afirmar que un Estado del Arte es una recopilación de información que se encuentra planteada hasta el momento de su elaboración sobre el tema, como también coinciden en que es el primer paso de toda gran investigación para evitar redundancias investigativas, el sentido común la dicta, ya que sería poco práctico investigar acerca de un tema del cual ya se han realizado investigaciones. Si fuere el caso, la investigación podría basarse en una actualización del tema ya presentado.

Desde este ángulo Hoyos, Consuelo, (2000) propone que un Estado del Arte por sí solo no puede hacer postulados sin tener un fundamento teórico que lo trascienda; en este sentido también cabe expresar que la principal fuente de un Estado del Arte es la

hermenéutica ya que estructura el proceso de edificación del mismo, en resumidas cuentas un Estado del Arte puede llevar al investigador a comprender y convertir la información recopilada en soporte para nuevas teorías. (p. 31)

Al respecto, Molina, (2005) precisa que un estado del Arte es una modalidad de investigación documental que permite recopilar conocimientos tal como lo mencionan los demás autores, en un área específica. Esta metodología se ha utilizado desde los años ochenta como herramienta para sistematizar la información. En sus inicios esta técnica se desarrollaba exclusivamente para el área de las ciencias sociales, sin embargo, dada su aplicabilidad, se posicionó como una modalidad de investigación. (p. 73).

Rojas (2007) En el documento titulado El Estado del Arte como Estrategia de Formación en la Investigación, define el Estado del Arte como la búsqueda de un conocimiento general sobre la materia a investigar, así mismo permite determinar la forma en que cada uno de los temas han sido abordados y se divide en dos fases básicas, la heurística, la cual es la que permite la recopilación de las fuentes de información independientemente de su naturaleza, la segunda fase corresponde a la hermenéutica que corresponde al análisis de cada una de las fuentes que fueron recopiladas en la primera fase. Se busca su interpretación y se clasifica de acuerdo a la importancia que tiene dentro del trabajo de investigación. (p. 8).

Por otra parte Souza (1997) define el estado del arte como el recorrido que se realiza a través de una investigación y ésta es de carácter bibliográfico y cuyo principal objetivo es conocer y sistematizar la producción científica en determinada área del conocimiento. Ésta exploración documental trata de elaborar una lectura de los resultados alcanzados en los procesos sistemáticos de los conocimientos previos a ella. (p. 32).

Sirve para informar sobre el conocimiento que ya se ha producido referente a determinado tema y así mismo permite recuperar nociones, conceptos, teorías, metodologías y perspectivas desde las cuales se interrogará al objetivo de la investigación que se está construyendo.

3.2. Marco conceptual

Según el glosario de FASECOLDA (s.f.), la siguiente es la definición de seguro: “jurídicamente hablando, es un instituto por el cual el Asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima a abonar, dentro de los límites pactados, un capital u otras prestaciones convenidas, en caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura. El seguro brinda protección frente a un daño inevitable e imprevisto, tratando de reparar materialmente, en parte o en su totalidad las consecuencias. El seguro no evita el riesgo, resarce al Asegurado en la medida de lo convenido, de los efectos dañosos que el siniestro provoca”.

Dada la naturaleza de la actividad aseguradora, donde los clientes pagan el valor de la prima adquirida de manera anticipada, las empresas aseguradoras por lo general no tienen problemas de liquidez ya que cuentan con los recursos necesarios en caso de que se requiera hacer efectiva la póliza, dado lo anterior, el sector asegurador hace parte fundamental de las economías en los países. Las entidades aseguradoras son intermediarios financieros no bancarios que canalizan el ahorro hacia el mercado de capitales, adicionalmente este sector participa directamente en la protección frente a los riesgos que pueden afectar a una empresa y/o a las personas, por lo tanto una reducción de las actividades industriales puede conllevar a una crisis en alguno de los ramos de los seguros ya que se disminuye la emisión de pólizas impactando directamente el escenario financiero y económico. Tatum (2009) (p. 4).

El Mercado Asegurador ha presentado una importante evolución entre los años 2003 y 2013, donde la emisión de primas ha tenido un incremento del 358% de acuerdo con la información publicada por González (2014). Este auge se atribuye a los aumentos a nivel de empleo, así como la venta de bienes y automóviles. Por otra parte la cultura del ahorro se ha incrementado lo que influye de manera positiva en la emisión de primas en el ramo de vida. (p. 13).

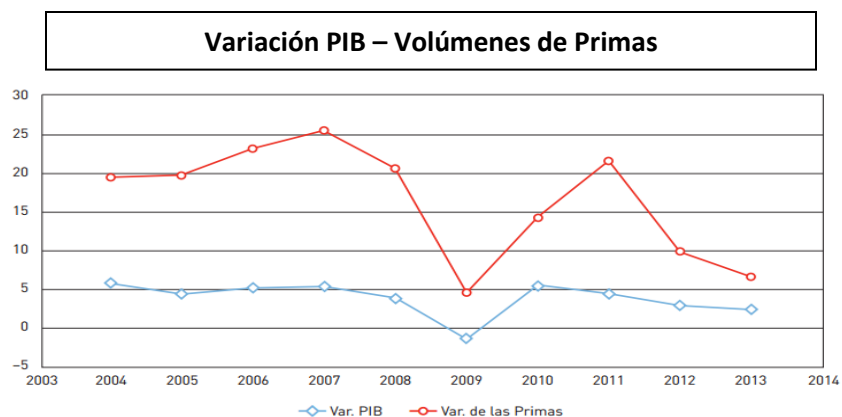
El crecimiento económico mundial es uno de los factores que se debe tener en cuenta cuando nos referimos al mercado asegurador, dado que es una tendencia a nivel mundial en donde una desaceleración económica impacta directamente a este gremio ya que son dos factores los que intervienen directamente y pueden afectar los resultados, las

crisis financieras, dado que el sector asegurador hace parte del sistema financiero sin desconocer que son intermediarios no bancarios y como segundo componente las crisis económicas ya que esta actividad va muy ligada a la evolución de la economía real de los países. (p. 22).

De acuerdo con información publicada por la Oficina Nacional de Investigaciones Económicas (NBER por sus siglas en inglés), desde el año 2007 hasta el año 2009 se presentó lo que se podría denominar como “la Gran Depresión” que hace referencia a una fuerte recesión debido a los cambios económicos que ocurrieron en este periodo de tiempo en los Estados Unidos, estas cifras fueron reportadas teniendo en cuenta el Producto Interno Bruto, el desempleo y los ingresos de sus ciudadanos en este periodo de tiempo. Lo anterior obligó a los países a tomar medidas que permitieran contrarrestar los efectos nocivos para sus economías, esto afectó directamente al mercado asegurador y su objetivo principal fue incentivar la demanda adoptando medidas para incrementar sus ventas.

En la siguiente gráfica se puede evidenciar la variación que ha tenido el PIB de los países en América Latina en función de la emisión de las primas, se demuestra que el crecimiento de las primas ha estado por encima del crecimiento de la economía y adicionalmente tienen un comportamiento similar en cuanto a crecimiento y desaceleración aunque con mayor fuerza. También es fácilmente identificable la caída de la economía y la afectación que esta tendencia tuvo en la emisión de primas en el año 2009 como consecuencia de la gran depresión ocurrida en ese año.

Figura 1. Variación del PIB – Volúmenes de Primas



Fuente: Fundación Mapfre. Evolución del Sector Asegurador Latinoamericano 2003-2013

4. Historia de los seguros

Desde los tiempos de civilización las personas siempre han sentido la necesidad de contar con una forma de seguridad frente a cada una de las acciones que realiza y que tienen algún tipo de riesgo, es por lo anterior que se encuentran registros en donde las culturas griegas y romanas ya empezaron a entregarle a los ancianos una especie de pensión, asimismo garantizaban los entierros con todos los rituales, lo que les daba un parte de tranquilidad a las familias, todo esto con el objetivo principal de minimizar los riesgos de pérdida.

Si bien no estaba estructurada como la conocemos actualmente, sus inicios abarcan el principio de la solidaridad mutua, donde las personas pueden prever la ocurrencia de hechos que pueden afectar su sana convivencia o a sus allegados.

Al inicio, antes de que se constituyeran empresas que se dedicaran al negocio asegurador de manera formal para la prestación de los servicios como aseguradores, este servicio se ofrecía de manera individual, buscando que las personas fueran indemnizadas, sin embargo la póliza no se firmaba a un plazo mayor a un año y así minimizar la exposición al riesgo que significaba para la persona que en este caso hacía el papel de asegurador, como lo conocemos actualmente. Junguito (2013) (pp 16-18).

Los contratos de seguros se empezaron a evidenciar principalmente en el ámbito del transporte marítimo, en donde se indemnizaba en caso de la ocurrencia de un siniestro que afectara de alguna manera la mercancía que se estaba transportando o inclusive la vida de las personas en caso de que ocurra algún siniestro, sin embargo los actos negligentes no estaban cubiertos dentro de las pólizas suscritas.

Posteriormente, la generación de pólizas no solo se basó en la necesidad de transferir el riesgo, ya se empezaron a manejar estadísticas de ocurrencia de siniestros, lo que permitía determinar el valor de la prima. A partir del siglo XI se puede determinar el crecimiento de la actividad mercantil, como consecuencia de esto se amplió el campo de acción y los elementos a asegurar.

Se puede decir que al inicio de la historia de los seguros, estos nacieron como una forma de contratos, donde, con el pasar de los tiempos y el crecimiento de las actividades mercantiles requirió separarlos y configurar su denominación de manera independiente. La primera legislación que describe de manera detallada la actividad aseguradora se encuentra en las ordenanzas de Barcelona en 1435. Bravo & Fernández (2011). (pp 141-154)

4.1. Origen De los Contratos de Seguros

De acuerdo con Gómez (2001) Los inicios de los contratos de Seguros de dieron en Italia, a través de la modalidad marítima, posteriormente se fue extendiendo por el resto de Europa, Se generaba un documento que contenía las principales características sobre la prestación del servicio, y así mismo las particularidades de la mercancía objeto de contrato, tales como destino, fechas y tipo de embarcación. (p 72).

Cada ramo de los seguros tienes una especialidad, por lo tanto en Colombia no es posible tener una definición exclusiva para el contrato de seguro, ya que cada uno tiene un especialidad regulada por bases genéricas y específicas. Por la anterior razón el contrato de seguros se define, desde el concepto de los seguros, como aquel contrato a través del cual el asegurador asume un riesgo sobre un acontecimiento durante un tiempo determinado, obligando a realizar una prestación pecuniaria en caso de realización del riesgo. Todo contrato de seguro está determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad económica ante una eventualidad (Aymerich, *et al*, 1998).

5. La Historia de los Seguros en Colombia

En Colombia el inicio de la actividad aseguradora de remonta al año 1857, cuando llegó a Colombia una filial de una aseguradora Chilena llamada “El provenir de las Familias”. Esta actividad era desarrollada a través de agencias extranjeras exclusivamente, hasta el año 1874, en donde se creó la primera aseguradora de capital 100% colombiano llamada “Compañía Colombiana de Seguros S.A.”, donde su principal campo de acción se

centró en las operaciones realizadas a través del río Magdalena, el cual consistía principalmente en el transporte de mercancías.

Las pólizas ofrecidas inicialmente consistían en el cubrimiento por hurto, pérdida de mercancías o casos de saqueos. El primer siniestro de mercancía asegurada a nombre de la compañía colombiana ocurrió en el río Sabanilla en marzo de 1875, lo que aunado a la situación política del país en esa época, generó una crisis que llevó a la suspensión provisional de la expedición de pólizas, por cuanto eran muchas las pérdidas que se estaban generando como consecuencia de la guerra. Solo hasta el año 1877 se reanudaron las labores una vez fue contratada una empresa reaseguradora francesa. A finales del siglo XIX se ampliaron los canales de transporte a asegurar y estos fueron regulados por el código de comercio. Rodríguez (s.f.). (p p 52-57).

En los años 30, cuando empezó el auge de la construcción de carreteras se empezaron a expedir pólizas de cumplimiento, así mismo, aseguraban los automóviles, esto permitió una mayor consolidación de las empresas aseguradoras. En el año 1944 se creó una de las empresas líderes en Colombia llamada Suramericana de Seguros y al finalizar los años 70 ya existían 74 compañías dedicadas a ofrecer el servicio de seguros.

A partir del año 1989 se dio la apertura económica, en donde se empezaron a firmar una serie de acuerdos de libre comercio, esto permitió el auge de las compañías aseguradoras, al mismo tiempo surgió una serie de reformas al sector financiero y volverse más competitivos a nivel mundial. Se introdujo la libre competencia de los productos, esto permitió ampliar el portafolio de servicios de las compañías. A partir de la implementación de la ley 100 de 1993 se crearon los fondos de pensiones y cesantías.

El negocio asegurador en Colombia solo puede ser ejercida con autorización del estado y esto se regula a través de la Superintendencia Financiera de Colombia, el cual está adscrito al ministerio de Hacienda y Crédito Público en donde el presidente se encarga de ejercer control y vigilancia de tal manera que pueda asegurar que todas las partes involucradas en el sector asegurador cumplan con las normas y reglamentaciones, así mismo preservar la integridad de este mercado. Bravo & Fernández (2011).

5.1. Características Del Sector Asegurador

Las Entidades de Seguros son empresas de servicios asistenciales cuyo objetivo es la actividad de riesgo. El seguro contribuye al desarrollo económico a través de dos rasgos fundamentales, en primer lugar ayudan a mantener la capacidad técnica y productiva de la economía de los países y en segundo lugar contribuye a la financiación de las actividades productivas. FASECOLDA (2010).

El seguro tiene que ver con dos acciones básicas de los agentes económicos: la primera corresponde a la prevención frente a riesgos y la segunda tiene que ver con el ahorro (también como forma de prevención). La presencia de productos de ahorro puro o ahorro-previsión en el portafolio de los hogares es muy bajo en términos generales, caracterizándose más por su posición en productos líquidos. Esta situación tiene una doble vertiente, la primera posiblemente tiene que ver con el nivel de riqueza y la posibilidad de destinar recursos a un ahorro finalista mezclada con tintes de una predisposición a vivir al día y otra con la inexistencia de políticas del impulso del ahorro-previsión (por vía fiscal) que si existían en otros países europeos y que se empezaron a corregir a finales de los ochenta (lanzamiento de planes y fondos de pensiones). Albarran (2008). (p 10).

5.2. Elementos esenciales del contrato de seguro

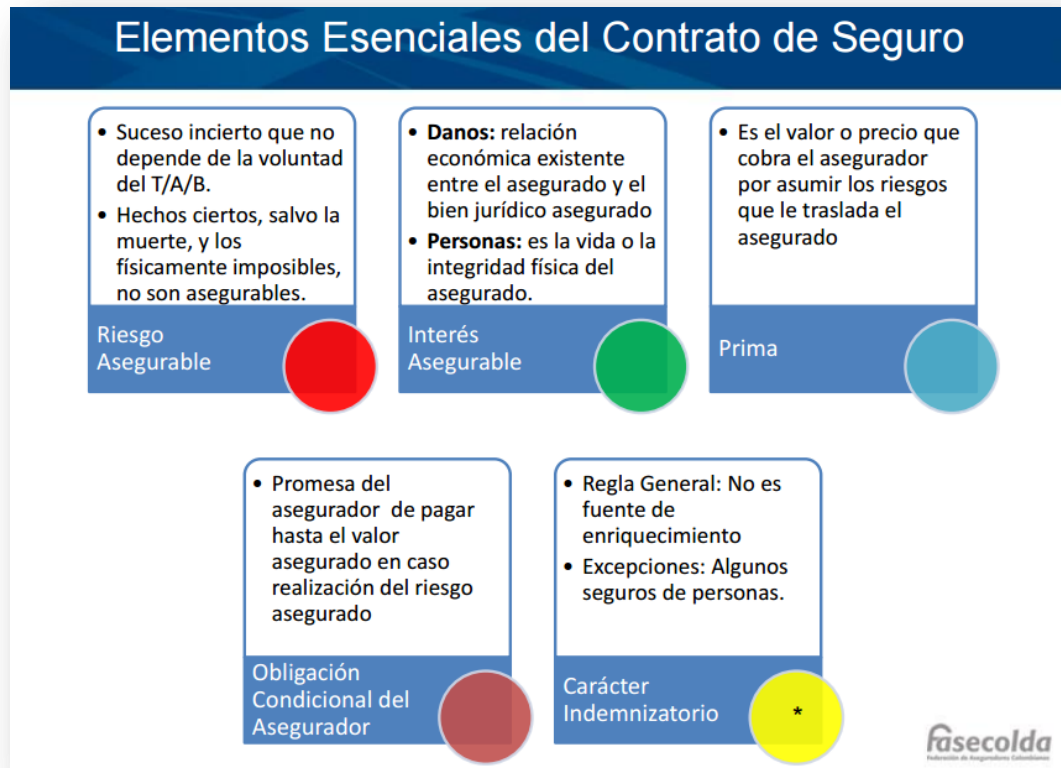
Para que exista un contrato de seguros, de acuerdo con el Código de Comercio Colombiano, en el artículo 1037, deben existir dos partes interesadas, el asegurador y el tomador. El asegurador es aquella persona que, obrando por cuenta propia o ajena, traslada los riesgos. El asegurado es la persona titular del interés asegurable, o sea, aquella cuyo patrimonio pueda resultar afectado directa o indirectamente por la realización del riesgo. El beneficiario que corresponde al grupo de personas que no hacen parte del contrato propiamente dicho, pero tienen relación directa con el seguro, y es aquella cuyo provecho inmediato aparece estipulado en la póliza, ordinariamente el de los seguros de daños, el

beneficiario es el mismo asegurado, mientras que en los seguros de personas, cuando se trate de lesiones o inhabilitaciones, el asegurado vendría a ser el mismo beneficiario, no obstante, cuando la indemnización se trata de la muerte del asegurado, el beneficiario es un tercero. Bernal, Mariano. (s.f.). (p. 50).

Para que el contrato de seguros tenga plena validez frente a la superintendencia Financiera de Colombia es indispensable contar con el **interés asegurable**, que hace referencia al interés que debe concurrir en quien desea la cobertura de determinado riesgo, reflejado en su deseo sincero de que el siniestro no se produzca, ya que a consecuencia de él se originaría un perjuicio para su patrimonio. (Diccionario Mapfre de Seguros). Como segundo componente debe existir el **riesgo asegurable**, que corresponde a un suceso futuro e incierto que no depende exclusivamente de la voluntad del tomador, del asegurado o del beneficiario, es decir que cumple con las características esenciales del riesgo.

La prima o precio del seguro, hace referencia a la contraprestación a cargo del tomador o del asegurado, sujeta a las condiciones generales, particulares y especiales del contrato de seguro suscrito entre las partes, generando la **obligación condicional** del asegurador de asumir el correspondiente riesgo y de indemnizar frente a la ocurrencia de un siniestro, siempre y cuando no medie causal de nulidad del contrato de seguros, dentro del mes siguiente a la fecha en que el asegurado o beneficiario acredite la ocurrencia del siniestro, toda vez que la carga de la prueba recae en el asegurado (Artículo 1077 C. Co). Si no se cumple con alguno de los de los elementos anteriormente mencionados, el contrato no será válido. FASECOLDA (2014).

Figura 2. Elementos Esenciales del Contrato de Seguro



Fuente: FASECOLDA. Aspectos Básicos del contrato de seguros. (2013)

5.3. Comportamiento del Sector Asegurador en Colombia

De acuerdo a las estadísticas publicadas por FASECOLDA en su documento “La Industria Aseguradora en Colombia” (2010), en Colombia el ramo de los seguros vivió su mayor apertura a partir de la década de 1990, esto debido a que en este año las reformas aplicadas permitió el ingreso de nuevas compañías, lo que fomentó la libre competencia y el desarrollo de nuevos productos, adicionalmente, la creación de regímenes en materia de establecimiento de seguros obligatorios, tales como salud, accidentes de tránsito, riesgos profesionales, seguridad social, entre otros permitió el cambio de estructura del mercado asegurador.

A finales de la década de los noventa la economía Colombiana se vio afectada debido a la crisis asiática, la cual se caracterizó por la crisis en su balanza de pagos, lo que generó problemas de liquidez en los bancos y en las empresas. Bustelo, Pablo (1999). Esto ocasionó que las empresas desmejoraran de manera abrupta y la generación de la disminución del valor de las primas emitidas en ese periodo de tiempo.

Entre los años 1990 y 2010 es el periodo de tiempo en donde se evidencia la mayor transformación del mercado asegurador, ya que en este periodo de tiempo se dio inicio a la liberación comercial y financiera de las entidades aseguradoras, y esto facilitó la inversión extranjera, al mismo tiempo se generó el desarrollo acelerado en materia de seguros, reduciendo el número de empresas aseguradoras e incrementando la participación de las grandes aseguradoras extranjeras que actualmente representan el 50% del mercado colombiano. Para el año 2010, en Colombia estaban participando 43 entidades dedicadas a la venta de los seguros de las cuales 19 corresponden a Seguros de Vida y 24 a seguros en general. FASECOLDA (2011).

5.4. Principales ramos de seguros en Colombia

Los seguros se encuentran divididos en tres grandes ramos los cuales a su vez se subdividen en grupos específicos que se listaran a continuación:

- 5.4.1. Seguros de Daños: En este grupo se encuentran relacionados los seguros de automóviles, crédito, cumplimiento, incendio y lucro Cesante, ingeniería, manejo, Responsabilidad Civil, SOAT, Terremoto, transporte y otros. Este es el grupo que abarca el mayor número de seguros a emitir.
- 5.4.2. Seguros de Vida: En esta categoría se relacionan los seguros de vida y colectivos, accidentes personales, educativo, exequias, salud, vida individual y otros.
- 5.4.3. Seguridad Social: Esta categoría abarca todo lo que relaciona con las Pensiones ley 100, Riesgos profesionales y seguros previsionales.

5.5. Clasificación de los seguros en Colombia

La legislación Colombiana realiza la clasificación de los seguros en dos ramas principales, los marítimos y los terrestres, López-Blanco (2005) y se encuentran regulados a través del Código de Comercio Colombiano. Por otra parte, Ossa-Gómez (1991) indica la existencia de una segunda subdivisión en donde se relacionan seguros individuales y sociales esto dependiendo de la naturaleza de los intereses a asegurar.

Por una parte los seguros sociales se describen como aquellos destinados a atender necesidades de los trabajadores los cuales cubren incidentes tales como riesgos de muerte, accidentes, enfermedades, desempleo y maternidad. Los seguros individuales se clasifican como aquellos que son contratados a voluntad de sus Tomadores. Ossa-Gómez (1991).

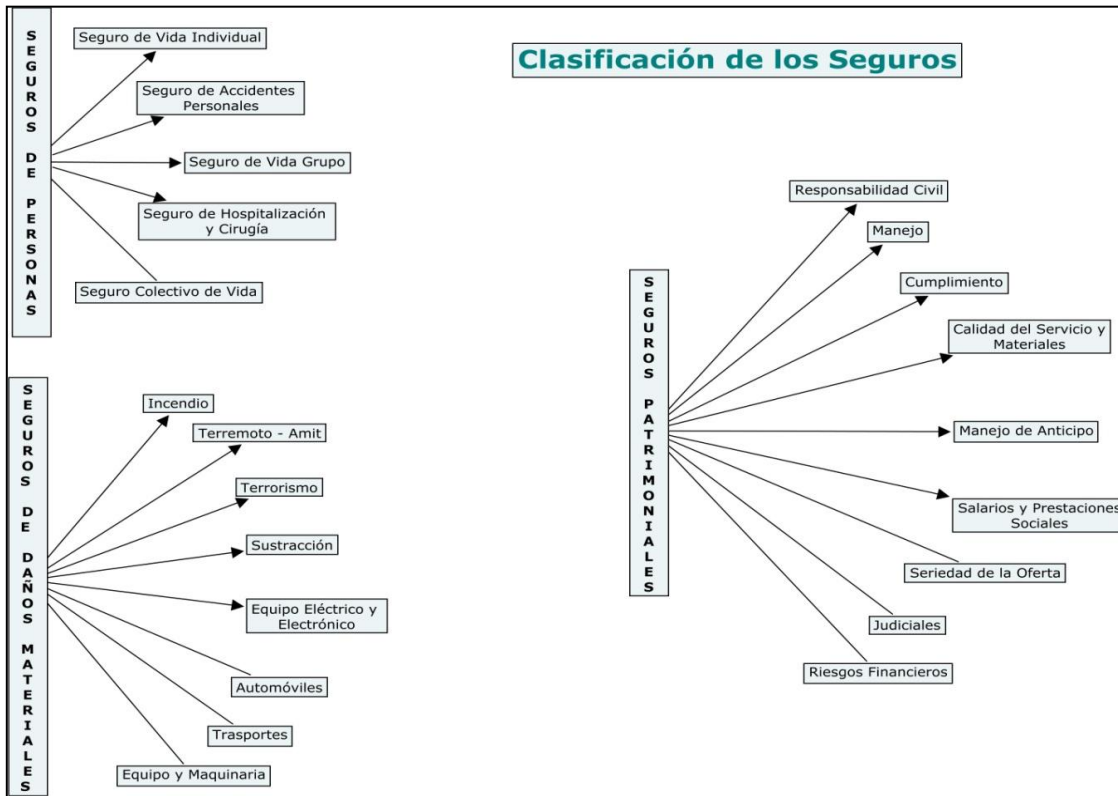
El mismo autor considera los seguros de personas como aquellos que tienen como objetivo principal proteger la vida y la integridad de las personas. Entre las principales modalidades de seguros de personas se encuentran los seguros de vida individual, los seguros de vida grupo, los seguros de accidentes personales, los seguros de salud, y los seguros exequiales.

En el Código de Comercio Colombiano se encuentra la clasificación de los seguros en daños en reales los cuales amparan los bienes físicos y los daños patrimoniales cuyo objetivo principal es respaldar el patrimonio de los asegurados frente a riesgos financieros con relación a terceros por responsabilidad civil, manejo y cumplimiento.

5.5.1. Clasificación De Los Seguros De Acuerdo Con El Código De Comercio

En el siguiente gráfico se puede visualizar la forma en la que el código de comercio clasifica cada uno de los ramos que hacen parte del mercado asegurador, así como la categoría a la cual pertenece determinado servicio.

Figura 3. Clasificación de los Seguros



Fuente: Bravo y Ángel (2012).

5.6. Entidades autorizadas para prestar servicio asegurador

En Colombia se encuentran las siguientes entidades autorizadas para la prestación del servicio asegurador:

- **Entidades Aseguradoras:** Su objeto es la realización de operaciones de seguro, bajo las modalidades y los ramos facultados expresamente. Son entidades aseguradoras: Compañías de Seguros, Compañías de Reaseguros y Cooperativas de Seguros.
- **Intermediarios de Seguros y Reaseguros:** Son intermediarios de seguros: Corredores de Seguros, Agencias de Seguros, Agentes de Seguros y Corredores de Reaseguros.

5.7. Canales de Distribución en Colombia

El mercado actual de seguros en Colombia ha logrado aumentar su cobertura debido, entre otros factores, a la existencia de canales que facilitan la diversificación de la demanda y de la oferta. A partir de la ley 389 de 1997 las entidades aseguradoras, las sociedades de capitalización y los intermediarios de seguros, quedaron legitimados para la utilización de la red de los establecimientos de crédito siempre y cuando cumplan ciertas características como universalidad, estandarización y sencillez. Así mismo, en los últimos años se empezaron a comercializar productos de seguros a través de otro tipo de canales, tales como empresas de servicios públicos o grandes superficies. FASECOLDA (2010).

En Colombia se pueden identificar principalmente los siguientes canales de distribución. Mora, Cristian (s.f.):

- (i) Venta directa: el cual consiste en la venta del seguro sin la utilización de algún intermediario, básicamente las empresas utilizan medios como el internet y el teléfono para contactar a sus clientes.
- (ii) Intermediarios: como ya lo hemos mencionado anteriormente, se basan principalmente en la utilización de agencias especializadas, corredores de seguros o agentes que se dedican a la comercialización de los seguros, es el canal de venta con tradición histórica.
- (iii) Bancaseguros: este es uno de los canales que ha tenido un crecimiento importante en los últimos años, ya que se fundamenta en la utilización de las entidades de crédito, las cuales promocionan y venden los productos y por último encontramos los denominados.
- (iv) Canales masivos: los cuales están enfocados principalmente en el uso de bases de datos tal como su nombre lo indica, de modo masivo, entre los cuales podemos encontrar las facturas de servicios públicos o los supermercados de cadena.

El Ministerio de Hacienda, a través del Documento Técnico (2014) ha indicado que los canales de distribución se han fortalecido en forma significativa en los últimos años particularmente a través de los corresponsales, se ha logrado aumentar la cobertura de los servicios financieros en Colombia, de 1102 municipios que existen en Colombia 1100 ya cuentan con la presencia servicios financieros, lo que representa una cobertura del 99.9% del territorio colombiano. Esto supone la existencia de 9 corresponsales por cada 10.000 adultos y 29 corresponsales por cada 1.000 km². (p 6)

Sin embargo, no todos los agentes vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia pueden comercializar sus servicios a través de este canal, pues los corresponsales solo están facultados en la actualidad para ofrecer servicios de 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 y los Intermediarios del Mercado Cambiario (IMC), siempre que cumplan con unos requisitos mínimos. (p 4).

Por lo tanto, las compañías de seguros no pueden ofrecer sus productos a través de corresponsales, y en consecuencia, poblaciones que solo cuentan con la presencia de corresponsales para el acceso al sistema financiero, no tienen acceso a los productos y servicios del mercado de seguros.

6. La Actividad aseguradora en Brasil

La historia de los seguros de Brasil se remonta al siglo XVI, cuando, como iniciativa de los Jesuitas se gestionó la regulación de la actividad aseguradora, dada la apertura económica como consecuencia de la utilización de los puertos marítimos. La primera empresa aseguradora de país fue la Compañía de Seguros de Buena Fe, cuya sede era en la ciudad de Bahía, por otra parte, en el año 1831 se creó la Procuraduría de Seguros, con el fin de definir los estándares de la industria aseguradora así como regularizar la actividad. En el año 1901 se crea el Ministerio de Finanzas, con el objetivo de extender la vigilancia a todas las entidades de Seguros que operaran en el país. Confederación Nacional de Seguros Generales (s.f.).

La Confederación Nacional de Seguros Generales es la entidad encargada de reunir a los principales dirigentes y servir de intermediario entre el Gobierno, la sociedad y las entidades aseguradoras, tanto nacionales como internacionales.

Brasil posee el 50% de las primas del mercado latinoamericano, es el más grande y el ejemplo más claro de lo que es el motor de crecimiento en la última década. Esto debido a que en el año 2002 se empezó a comercializar el seguro de “*Vida Gerador de Benefícios Livres*” (VGBL), el cual es un producto de previsión complementaria privada el cual se distribuye a través del canal bancario lo que ha favorecido el valor de las primas. González Begoña & Heras Antonio (2014).

Dada la información anterior, Brasil se constituye como uno de los mercados más atractivos para las aseguradoras internacionales, sin embargo, de acuerdo a información publicada por Wharton Business School (2013), la mayoría de las empresas se enfocan en el riesgo comercial y no les interesa participar en mercados minoristas como lo son vida, autos y salud. Muchas de las compañías se quejan de las políticas restrictivas que tiene el gobierno con ellas, tanto así que prefieren buscar mercados más atractivos como en Colombia o Perú, en donde, si bien las Economías son bajas, los anteriores países presentan menos barreras para la entrada a sus mercados.

A julio de 2013 el mercado asegurador brasileño tiene 122 aseguradoras, distribuidas de la siguiente manera: 82 encargadas de los seguros generales, 29 de vida y previdencia, y 11 de créditos y fianzas. Martins Roberto (2013). Las principales compañías aseguradoras que manejan el 55% del mercado Brasileiro son: Bradesco Vida E Previdência, Brasil Prev Seguros E Previdência, Itaú Vida E Previdência, Companhia De Seguros Aliança Do Brasil Y Zurich Santander Brasil.

6.1. Canales de Distribución en Brasil

La venta de los seguros e Brasil se realiza principalmente a través de la Banca, canal que corresponde al 60% de las ventas totales, esto dada la alianza que tienen las grandes aseguradoras con el sector bancario del país. Tanto en Brasil como el los demás países

latinoamericanos, la venta a través de internet se ha incrementado considerablemente, sin embargo es una penetración lenta que se verá incrementada a mediano plazo. Inese (2014).

Corresponsales Bancarios: De acuerdo con la Resolución número 2640/99 expedida por el Consejo Nacional Monetario, se autorizó la distribución de los productos a través de los corresponsales bancarios.

Teniendo en cuenta la información reportada por la Empresa KPMG, publicada en el año 2013, en donde se establece que en los últimos años en Brasil se ha presentado un auge de nuevos canales de distribución para los productos Aseguradores (Figura 4), entre ellos se pueden identificar los Agentes de Seguros, que cumplen el rol de asesoramiento a los clientes, por otra parte se encuentran las tiendas al por menor, que corresponden a las oficinas constituidas por las empresas aseguradoras directamente, en donde se realiza la venta masiva del producto. Así mismo, el telemarketing es otro de los canales que ha ganado bastante terreno en la clasificación de los canales de distribución a pesar del poco tiempo que lleva siendo implementado. (p. 11).

Figura 4. Canales de Distribución en Brasil



Fuente: Elaboración propia con información de KPMG (2013)

7. El sector asegurador en Paraguay

El sector asegurador sigue teniendo la misma importancia en la economía de Paraguay, tal como se ha mencionado en los demás países. Este es un soporte clave para la sociedad ya que dan dinamismo al mercado monetario. En Paraguay, existe la Asociación Paraguaya de Compañías de Seguros (APCS), creada desde el año 1963 con el fin de agrupar a todas las entidades dedicadas a la comercialización de los seguros en el país.

En este país empezó la proliferación de compañías aseguradoras a partir de la década de los años noventa. En 1996 existían 405 intermediarios financieros, de los cuales 45 correspondían a compañías de seguros, 33 bancos comerciales, 53 financieras, y 10 fondos pensionales, entre otras cantidades. Existe una excesiva cantidad de instituciones para el tamaño del mercado, sin embargo no se ha reflejado en una mayor profundización de la actividad Aseguradora. Banco Central del Paraguay (2014).

Así mismo, lo explica Ocampos (1998) en Paraguay las universidades de prestigio no ofrecen ninguna carrera relacionada al seguro. Si bien se cuenta con una Escuela de Formación Aseguradora, solventada por la APCS, tanto a nivel técnico como universitario (Licenciado) y reconocida por el Ministerio de Educación, la formación impartida es deficiente. Por su parte, la mayoría de las compañías invierten poco en la formación y capacitación de sus funcionarios, debido en buena parte a la elevada competencia por personal capacitado y las posibilidades de que esta inversión sea finalmente aprovechada por la competencia. Tampoco existen firmas o sociedades de corredores de seguros, pues la anterior ley no admitía tales figuras al imponer que debieran intermediar en la contratación de seguros, únicamente las personas físicas inscriptas en el organismo de contralor y a pedido de las aseguradoras. (p 15).

7.1. Canales de Distribución

Frente a las estrategias que utilizan para la distribución de los productos relacionados con el mercado de los seguros, las entidades que participan en este grupo no solo se

encargan de la promoción del producto, sino que además realizan toda la labor de asesorar y consultar a las aseguradoras y asegurados. Ocampos, Lorraine (1998) (p 14).

En este mismo documento, de acuerdo a lo indicado por los empresarios nacionales, en Paraguay no existen las redes suficientes para lograr la adquisición de nuevos clientes y tampoco se encuentra fácilmente personas expertas en el tema, capaces de asesorar en niveles técnicos, jurídicos, administrativos de forma profesional y con estrategias encaminadas a la expansión del negocio. Y como consecuencia de esta deficiencia se frena considerablemente la expansión del mercado asegurador. (p.26).

Los canales tradicionales de distribución en el país son los contactos y/o negocios de los propios accionistas y gerentes de las empresas, así como la utilización de la red bancaria, en el caso de que la empresa de seguro forme parte de un grupo financiero, realizándose por esta vía la colocación de productos ligados a los servicios financieros y apoyándose en este canal para distribuir productos complementarios. Luque Miguel. (2013). (p 9).

En definitiva, las deficiencias de los canales de distribución, ponen en evidencia la poca planificación de la producción y la falta de creatividad y dinamismo ante la necesidad de ampliar cuotas de mercado. Se percibe una cierta actitud conformista y que ganarse el mercado no es una preocupación fundamental de las empresas. En el futuro será necesario identificar los canales más adecuados para cada tipo de producto y de cliente, e incorporar nuevas fórmulas de distribución, así como priorizar la formación de recursos humanos. Ocampos, Lorraine (1998). (p.10)

Es claro que en el mercado paraguayo también existen representantes de empresas extranjeras que llegan a ofrecer los productos esto con el fin de contactar a empresas que tienen operación no solo a nivel nacional, sino a nivel mundial, especialmente empresas exportadoras en donde venden las primas de seguros en dólares. La principal condición para que puedan operar es que se encuentren debidamente registradas frente a la superintendencia de seguros y cumplan con los estándares a los que se encuentran reglamentadas las compañías nacionales. Luque Miguel (2013). (p 11).

8. La comercialización de los Seguros en Argentina

A finales del siglo XVIII llegaron las primeras compañías de seguros a Argentina, en donde su objetivo básico eran los seguros Marítimos y Terrestres. El 7 de noviembre de 1796 se crea la primera Compañía de Seguros “La Confianza”, al ver el auge que esta economía tuvo, empezaron a llegar empresas aseguradoras extranjeras principalmente desde Inglaterra. Superintendencia de Seguros de la Nación. (s.f.).

Desde la segunda mitad del siglo XIX en Argentina se generó un aumento de actividad aseguradora, de tal manera que se vio la necesidad de crear normas con el fin de regularizar el mercado. En el año 1937 se resuelve crear un organismo especializado que tiene por objeto controlar todo lo relacionado con los seguros, que ya que ésta había cobrado bastante importancia en el mencionado periodo de tiempo. Mediante el Decreto N° 108.295 del 21 de Junio de 1937 se creó la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), que es la entidad encargada de regular la actividad aseguradora en Argentina.

Por otra parte, dada la evolución del poder adquisitivo que se ha generado desde el año 2003 para los ciudadanos Argentinos, la emisión de primas ha ido en aumento, adicionalmente el mercado ha presentado una estandarización en el servicio y en la forma de comercializar los productos. Frente a América Latina, Argentina tiene 7.9% en participación de emisión de primas en el año 2010, ocupando el tercer puesto de una lista que encabeza Brasil con una participación del 50. 2% y el segundo lugar corresponde a México con un 15%. Superintendencia de Seguros de la Nación (2011).

8.1. Canales de Ventas de los seguros en Argentina

La mayoría de las ventas de productos relacionados con el mercado asegurador se realizan a través de asesores, los cuales en Argentina también son llamados *Brokers*, y corresponde a las personas encargadas de la venta del producto y como contraprestación reciben una comisión. Por otra parte también se encuentran los canales directos, que son

quienes históricamente tienen una mayor participación en el mercado. Banca & Riesgo (2013) (pp. 1-4).

Del mismo modo, se identifican también los productores directos, quienes son los encargados de realizar la intermediación y adicionalmente les brindan asesoría a sus clientes. Los productores organizadores son aquellos que se dedican, como su nombre lo indica, a coordinar y organizar a un grupo de productores directos. Estos se deben encontrar registrados para que puedan ejercer como operadores. Banca y Riesgo (2013).

Otro de los canales utilizados en Argentina corresponde a la Banca – Seguros, en donde las compañías financieras hacen acuerdos con las principales aseguradoras, aunque sin la existencia de un contrato de exclusividad con el fin de no generar obligaciones más allá de las derivadas del acuerdo, para ninguna de las partes.

Dentro de los canales de distribución también se puede identificar la venta directa por parte de las Agencias Aseguradoras, estas disponen sus propios locales comerciales y contratan a sus empleados para llevar a cabo la comercialización de sus productos, sin embargo esta modalidad no es tan exitosa como los intermediarios, debido a las preferencias que tienen los consumidores. Banca y Riesgo (2013).

Otro de los canales que está en proceso de expansión en el mercado asegurador corresponde a las ventas realizadas a través de internet, esto dado que es un canal que permite llegar a cualquier lugar del territorio Argentino y es muy amplio el volumen de clientes potenciales.

9. Actividad aseguradora en México

La institución del seguro es parte importante del desarrollo de los países debido al impacto socioeconómico derivado de su operación. En México, la participación del Seguro al PIB es del 1.8%, sin embargo, para el país el sector es muy importante ya que Promueve el ahorro interno, esto dado que redistribuye los aportes de monto pequeño realizadas por sus asegurados. Por cada peso captado por concepto de Primas, el Seguro Mexicano retorna

a los asegurados 70 centavos por concepto de pago de siniestros para todo tipo de coberturas. CONDUSEF (s.f.).

En el mismo documento se indica sobre la protección que ofrece el seguro al patrimonio familiar, ya que esto garantiza la liquidación de créditos, en caso de ocurrir fallecimiento o incapacidad permanente del deudor asegurado, o la destrucción del bien asegurado. Por otra parte también es fuente de empleo e ingresos para más de 60 mil familias a través de más de 19 mil empleos directos, cerca de 30 mil agentes de seguros y una gran cantidad de empleos indirectos en las actividades de sus proveedores de servicios. CONDUSEF (s.f.).

En el ámbito del sector asegurador podemos observar que cada una de las instituciones de seguros ofrece diversos seguros y coberturas al público, los cuales contemplan diferentes costos, primas, deducibles, coaseguros, vigencias e incluso beneficios adicionales aplicables.

En México, el sector asegurador constituye un excelente ejemplo de la manera como se llevó a cabo la transnacionalización de la economía mexicana y, en especial, del sector financiero, en un periodo de crisis que abarca los últimos 25 años. El mercado asegurador representa enormes ganancias y por ello, han emigrado capitales del exterior para colocarse en el núcleo del mercado. Reyes (2008) (p 170).

El mismo autor indica que la política económica entre 1980 y 2005 ha implicado cambios estratégicos en las empresas aseguradoras: la transformación de la orientación corporativa hacia el mercado de capitales para la negociación de títulos y valores, la transferencia en su control y propiedad, la extranjerización del sector asegurador así mismo el dominio de los grupos financieros y de las grandes aseguradoras independientes oligopólicas, y el retiro del Estado en la conducción del mercado, estos cambios constituyen algunos de los rasgos centrales de la transformación del sector y del funcionamiento actual de las corporaciones de seguros (p. 159).

De acuerdo con la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros, en México (LGISMS), se consideran agentes de seguros la personas físicas o morales que

intervienen en la contratación de seguros mediante el intercambio de propuestas y aceptaciones, y en el asesoramiento para celebrarlos, para conservarlos o modificarlos, según la mejor conveniencia de los contratantes.

9.1. La crisis de la economía Mexicana, frente al mercado Asegurador 1994-1995

Entre los años 1994 y 1995 México vivió una crisis, lo cual tuvo un fuerte efecto en el sector asegurador, ya que modificó las relaciones de interés en este sector. El gobierno de Salinas de Gortari, se había recompuesto en favor de los grandes empresarios nacionales; sin embargo, en la crisis, la recomposición se modificó con la apertura del sector asegurador al capital extranjero, se acentuó la privatización y fueron desreguladas muchas actividades de aseguramiento para permitir su integración con otras funciones bancarias y financieras. Reyes (2008). (p. 159).

El mismo autor manifiesta que ante la crisis, las corporaciones aseguradoras existentes recurrieron a la adopción de una o varias de las siguientes medidas: la venta de la aseguradora a capital existente en otro sector, operación intersectorial, es decir, una adquisición interna efectuada por capitalistas poseedores de otra empresa en el nivel nacional; la venta de la aseguradora para integrarse a grupos financieros, adquisición grupal o conglomerada; la venta de la aseguradora a capital extranjero, es decir adquisición externa; la asociación con una empresa aseguradora nacional, fusión interna; la asociación con una empresa aseguradora extranjera, fusión mixta; la entrada de capital extranjero en nuevas empresas, nueva filial; la adquisición de empresas estatales por capital nacional, privatización interna, y, finalmente, la adquisición de empresas estatales por capital extranjero, privatización externa. (p. 172).

9.2. Tipos de seguros en México

Teniendo en cuenta la información publicada por CONDUSEF, a continuación se relacionan los principales tipos de seguros:

9.2.1. **Seguro Ordinario de Vida o Vitalicio:** En este tipo de seguro, la aseguradora pagará la suma asegurada de esta cobertura al ocurrir el fallecimiento del asegurado, su objetivo es otorgar protección por fallecimiento durante toda la vida.

9.2.2. **Seguro Temporal:** En este caso, la aseguradora únicamente pagará la suma asegurada de esta cobertura si el asegurado fallece durante el plazo estipulado en la carátula de la póliza. Su objetivo es ofrecer protección durante este plazo.

9.2.3. **Seguro Dotal:** La aseguradora pagará la suma asegurada de esta cobertura al término del plazo contratado o antes si el asegurado fallece. Su objetivo es ofrecer protección por fallecimiento y supervivencia.

9.3. Canales de distribución de los Seguros en México

El sector asegurador Mexicano ha ido incrementando paulatinamente su participación en la economía de su país, El mercado experimentó un importante crecimiento desde 1991. Ya en el año 1993 existían 574 oficinas y agencias de Servicio y 133 sucursales, la mayoría de estas se encuentran ubicadas en el Distrito Federal. Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (1994) (p. 7). A continuación enunciaremos los principales canales de distribución que se utilizan en México para la comercialización de los productos relacionados con los seguros:

9.3.1. **Agente – Persona Física:** Requieren autorización de la Comisión Nacional de Seguros y Finanzas (CNSF) para actuar como agentes o apoderados, su vinculación con el sector asegurador debe ser a través de una relación de trabajo o con base a contratos mercantiles suscritos con las entidades. CONSUSEF. (2013).

9.3.2. **Empleados Internos:** Es un asesor contratados directamente por la empresa aseguradora, y son los representantes directos de ellas. Todas sus actuaciones son por cuenta de la empresa y actúan en nombre propio y en representación de las compañías aseguradoras que representan. Grupo Nacional Provincial (2013)

9.3.3. Agente – Persona Moral: Tienen por objeto ejercer las actividades de intermediación y venta de productos de seguros formalizados a través de contratos de adhesión. Puede realizar actividades de reaseguro y reafianzamiento. Secretaría de Hacienda y crédito público (2009).

9.3.4. Banca Seguros: Corresponde a la alianza que han realizado las principales firmas de seguros con las entidades bancarias a fin de comercializar los productos a sus clientes a través de la red bancaria. MAPFRE (2014)

9.3.5. Telemercadeo: Éste mecanismo de ventas es relativamente nuevo en México, se empezó a implementar formalmente desde el año 2012 con el fin de realizar la venta y comercialización de los productos relacionados con los seguros a través del teléfono, siguiendo un protocolo comercial, de obligatorio cumplimiento para todas las entidades aseguradoras. CONDUSEF (2012)

10. La Actividad Aseguradora en Canadá

De acuerdo con la información publicada por la página oficina del Gobierno de Canadá, Statistics Canada (2015), el sector asegurador es uno de los más fuertes en su economía, se asimila mucho en su estabilidad al sector financiero, debido a que tradicionalmente el gobierno se enfoca básicamente en la previsión y la disminución de los riesgos de sus ciudadanos, ya que procuran el aseguramiento de sus activos.

Los ciudadanos buscan asegurar todo lo que representa un capital e ingresos, tanto así que Canadá provee un beneficio a las personas que pierden su empleo por causas no imputables a ellas (Seguro de desempleo); este tipo de seguros tiene una cobertura integral, es decir, que no solo provee fondos para el sostenimiento mensual, sino que también provee fondos para que las personas puedan estudiar o realizar actualizaciones que les permitan

acceder a una mejor oportunidad laboral, también cubre los gastos relacionados con la salud. Todas las condiciones enunciadas anteriormente hacen de Canadá un fuerte competidor en el sector asegurador. Canadian Insurance Regulators (2015).

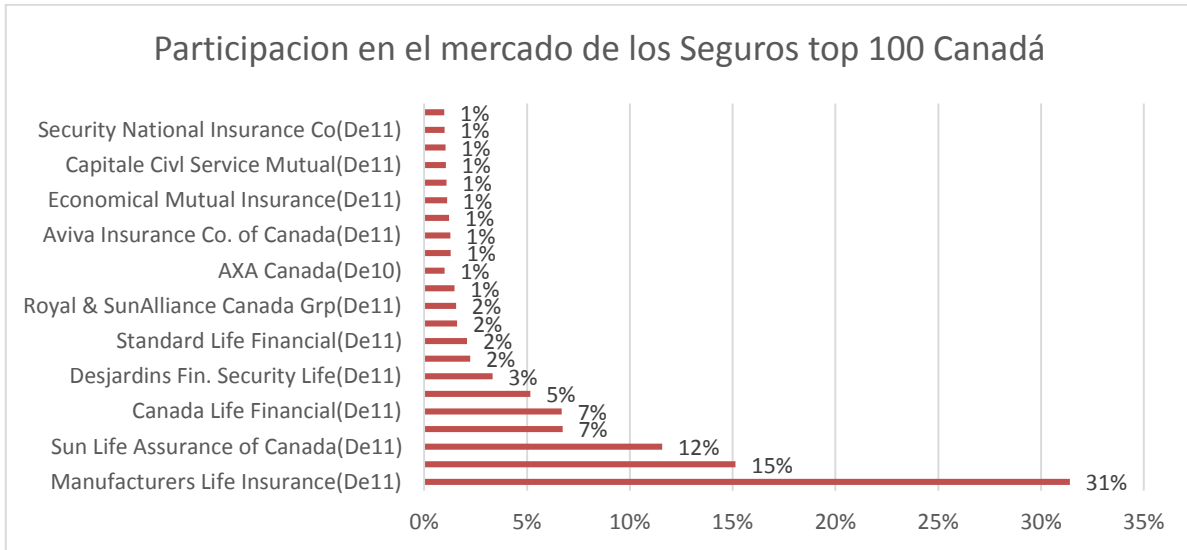
En Canadá se encuentra el *CANADIAN INSURANCE SERVICES REGULATORY DATA BASE (CISRO)*, quien es la entidad encargada de regular y recopilar toda la información, así como reglamentar todas las decisiones relacionadas con el sector asegurador. Canadian Insurance Regulators (2015).

10.1. Principales compañías de Seguros en Canadá

Teniendo en cuenta del ranking de las 350 empresas más grandes de Canadá (estudio basado en los ingresos de cada compañía), publicado en el año 2012 por la revista *The Globe and Mail*, se confirma lo anteriormente mencionado sobre la influencia económica que poseen las empresas aseguradoras en Canadá, en esta clasificación se encuentran seis de las más grandes aseguradoras dentro de las 30 primeras empresas, es decir que el 20% de la participación es netamente de las compañías de seguros, el primer puesto del *rankig* lo ocupa la empresa *MANUFACTURES LIFE INSURANCE*, perteneciente al sector asegurador.

Así mismo, de acuerdo con el informe anteriormente mencionado, se evidencia que las tres principales empresas de seguros, las cuales se encuentran ubicadas en los puestos número 1, 3, 5 del *ranking*, tienen ingresos por \$ 92.078.000 millones de dólares, las 19 empresas aseguradoras restantes tienen ingresos totales por \$66.357.306, de tal manera se puede concluir que el mercado lo abarcan principalmente las tres primeras empresas con una participación total correspondiente al 58%, las empresas restantes poseen un 7% o menos de participación, tal como se puede evidenciar en la figura 5.

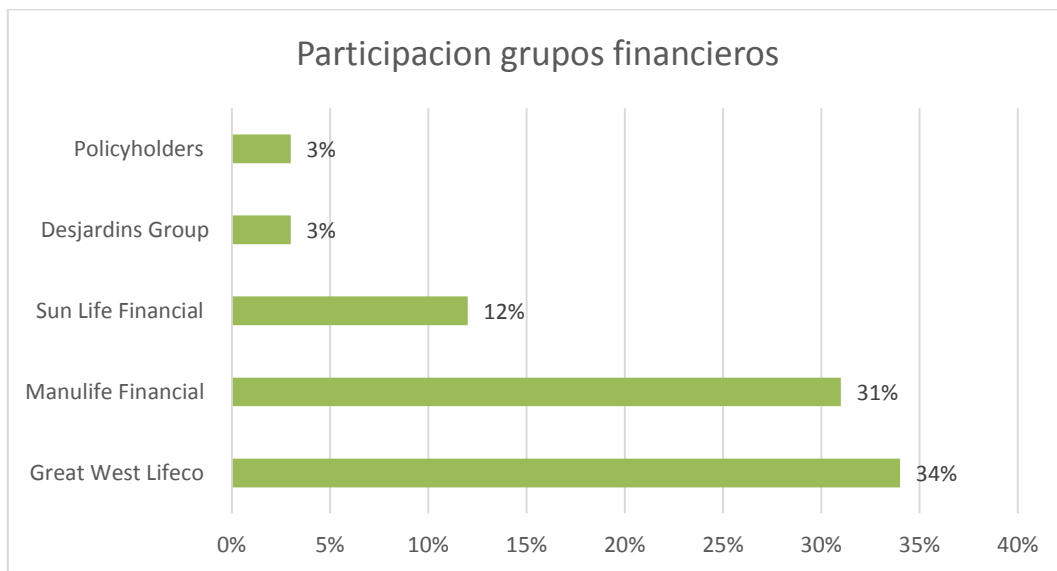
Figura 5. Participación en el mercado de los seguros



Fuente: 2012 Rankings of Canada's 350 biggest private companies

Así mismo, si se toma en cuenta los grupos Económicos a los que pertenecen las principales empresas aseguradoras Canadienses se puede identificar que estos grupos son los que poseen la mayor parte del mercado, Great West Lifeco con un 34% de participación, Manulife Financial con un 31%, Sun Life Financial que posee el 12%, Desjardins Group con un 3% y finalmente Polityholders que también posee un 3% de la participación total en el mercado económico. figura 6.

Figura 6. Participación de los Grupos Financieros en Canadá



Fuente: 2012 Rankings of Canada's 350 biggest private companies

10.2. Canales de distribución en Canadá

De acuerdo con la información publicada por Marr (2012), se puede identificar que los canales de distribución de los seguros en Canadá presentaron los mayores y más importantes cambios durante los años 80 y 90, dado que anteriormente el único canal de distribución de los seguros era a través de un agente; actualmente se encuentran definidos tres canales de distribución:

- Agentes cautivos, en esta definición se ubican aquellas personas que laboran exclusivamente para una sola empresa aseguradora y son los encargados de las ventas de los productos a nombre de la organización para la cual trabajan.
- Agentes independientes, corresponden a quienes prestan los servicios de intermediarios para varias empresas aseguradoras al mismo tiempo. La distribución directa hace referencia al enlace que realiza directamente la empresa con el cliente potencial.
- Canal directo: Corresponde a las estrategias utilizadas por las empresas comercializadoras de seguros en donde realizan la venta de sus productos a través de medios que le permiten el contacto directo con el cliente, bien sea agentes cautivos, correos electrónicos, teléfono, internet entre otros.

En la figura 7 se realiza una comparación entre los dos canales principales de distribución que corresponde a la venta de manera independiente y por otra parte el mercadeo directo, esto basado en la información publicada por Mar (2012), en donde se establece que son mayores las ventajas que se pueden obtener al realizar las transacciones de manera directa ya que se tiene información de primera mano y esto le transmite seguridad y confianza al cliente.

Por otra parte, el cliente también obtiene beneficio en los costos que puede incurrir al adquirir un producto, ya que al no existir intermediarios ni pago de comisiones los valores que asume el cliente son más favorables para él.

Figura 7. Cuadro comparativo Canal Independientes Vs Canal Directo

| CANAL INDEPENDIENTE | CANAL DIRECTO |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Productos más complejos | Productos menos complejos |
| Productos menos estandarizados | Más productos estandarizados |
| Una mayor demanda de servicios de los clientes | Demandas de servicio de cliente Menores |
| Relaciones con los clientes más largos | Relaciones con los clientes más cortos |
| Seguros comerciales y personales | Seguro personal |
| Dispersión geográfica | Concentración geográfica |
| Menos publicidad | Más publicidad |
| Prima más alta por la política | Baja prima por la política |
| Los costos más altos | Precio bajo |

Fuente: Elaboración propia con datos de Mar (2012)

10.3. Percepción de riesgo en Canadá

El riesgo está determinado según la oficina de seguros de Canadá, INSURANCE BUREAU OF CANADA IBC como “la posibilidad que una pérdida potencial que pueda inferir con la capacidad de una organización para cumplir sus objetivos”.

En Canadá, la percepción del riesgo es latente para la mayoría de las organizaciones, ya que pueden ocurrir eventualidades que pueden poner en riesgo su patrimonio, o pueden existir eventualidades que conlleven al incremento de sus pasivos; teniendo en cuenta lo anterior, las personas encuentran en el seguro un mecanismo de protección frente a estos posibles acontecimientos ya que les podrá brindar asistencia en cualquier momento en caso de la ocurrencia de un siniestro.

Las organizaciones Canadienses no dejan a la deriva ninguno de sus activos, la Cultura Aseguradora se encuentra muy afianzada y esto permite al mercado de los seguros posicionarse como una de las industrias más sólidas en este país. INSURANCE BUREAU OF CANADA (2015).

11. Los seguros en los Estados Unidos de América

En Estados Unidos la actividad aseguradora se encuentra regulada por la Asociación Nacional de Comisionados de Seguros (NAIC por sus siglas en inglés) y esta es una entidad creada y regida por los principales reguladores de seguros de los cincuenta Estados que existen en EE.UU, los cuales establecen la coordinación y así mismo se encargan de la estandarización de todos los procesos y procedimientos relacionados con los seguros. NAIC (s.f.).

Dentro de los seguros ofrecidos en Estados Unidos, existen ciertas características frente a cada caso particular, con relación al seguro médico, el sistema ayuda a cubrir un porcentaje de los gastos, es decir que no se tiene una cobertura completa, la entidad paga una parte del tratamiento y el usuario debe asumir el valor restante de la totalidad del servicio Department of Health & Humans Services (s. f.).

Por otra parte, con relación al seguro de desempleo, éste busca garantizar al usuario las mínimas condiciones de vida digna, sin embargo, para acceder al servicio, el beneficiario debe cumplir con unas condiciones mínimas, entre ellas haber trabajado al menos los doce meses anteriores de forma consecutiva e ininterrumpida, la remuneración

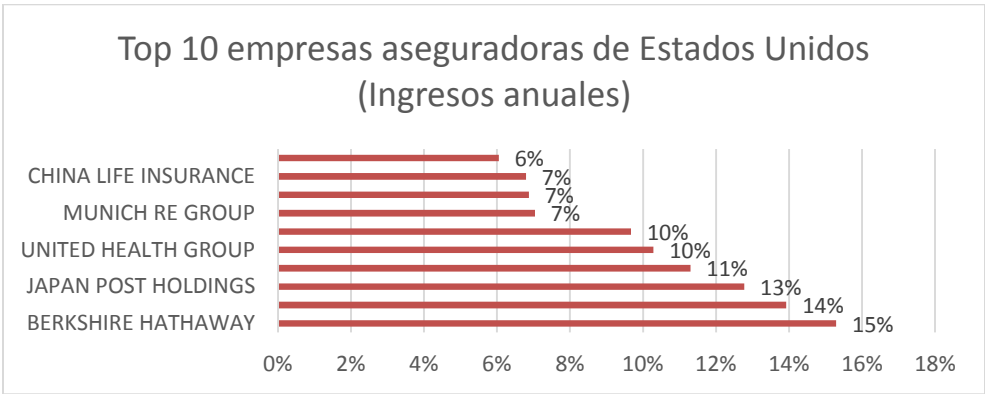
debe corresponder al salario mínimo, y finalmente la persona debe demostrar que la causa del desempleo es ajena a su culpa. Benefits.gov (s. f.).

11.1. Principales empresas de seguros en los Estados Unidos

Teniendo en cuenta el *ranking* publicado por la empresa Statista, entidad que se encarga de realizar estudios por sectores de economía, se encuentra la empresa BERKSHIRE HATHAWAY, la cual se ubica en los primeros lugares dentro del listado de las 20 principales empresas más importantes de Estados Unidos. Esta clasificación se basa en los ingresos que perciben anualmente las empresas, y dentro de este ranking tiene una participación del 7%. Statista (2014).

En el mismo informe, también se relaciona las empresas aseguradoras más importantes y así mismo el rango se encuentra establecido de acuerdo a los ingresos que reciben anualmente las organizaciones, se encuentra en el primer lugar de la lista y con una participación en el mercado cercana al 15%, la empresa Berkshire Hathaway, antecedida por las compañías Axa, Japan Post Holdings, y Allianz las cuales tienen una captación de mercado que sobrepasa el 50%, una cifra bastante representativa si se tiene en cuenta que Zurich, una de las aseguradoras más grandes a nivel mundial tiene una participación del 6% en este mercado. Ver Figura 8. Statista (2014).

Figura 8. Ranking Empresas Aseguradoras en Estados Unidos



Fuente: Statista. Leading global insurance companies in 2013

Otra de las categorizaciones de las empresas de seguros corresponde a la que se determina de acuerdo a los activos que posee la organización, según el portal relbanks.com, entidad que se encarga de realizar la categorización de bancos y otras empresas en el mundo, ubica al grupo METLIFE en el primer lugar de la lista ya que según sus informes la empresa tiene una participación del 12% en el mercado Estadounidense, es de recordar que este grupo es el más importante de Canadá.

En la figura 9 se relacionan las diez empresas aseguradoras con mayores activos de acuerdo con los informes presentados a realbank.com y el porcentaje de participación que cada una de ellas tienen en Estados Unidos.

Figura 9. Ranking Empresas Aseguradoras de acuerdo a sus activos



Fuente: Statista. Leading global insurance companies in 2013

11.2. Canales de distribución de los seguros en Estados Unidos

En Estados Unidos así como en los demás países mencionados anteriormente los canales de distribución no tienen gran variación en lo que se denomina como Agencias, Agentes, Corredores de Seguros, Banca, sin embargo si se pueden identificar cuatro nuevas formas de distribución de los productos aseguradores que están siendo implementados de manera novedosa los cuales serán descritos a continuación:

En primer lugar se encuentra la utilización del Internet para la compra de productos aseguradores, esta forma de comercialización hace referencia a la estrategia que basa su teoría en la búsqueda primaria que realiza el consumidor, de tal forma que estos pueden comparar y verificar las diferentes ofertas del mercado

Este canal le permite al cliente realizar los pagos correspondientes de una manera mucho más ágil y segura, por otra parte la atención es inmediata y como beneficio para la empresa la carga laboral disminuye debido a que la información relacionada con el producto se encuentra debidamente publicada en las páginas correspondientes.

Lo anterior se traduce en una ventaja para el cliente ya que posee más conocimientos sobre los beneficios que tendrá al adquirir un seguro. Capgemini (2014).

El siguiente canal corresponde a los Medios sociales utilizados como herramientas de distribución, esto teniendo en cuenta que existen plataformas como Facebook, twitter o LinkedIn que han ido ganando campo en el medio de la comercialización de productos, se infiere que son una herramienta que se puede aprovechar a fin de lograr la comercialización de los productos ya que es un método ágil y menos complejo de lo que fue alguna vez todo lo relacionado con tecnología. Otro aspecto a tener en cuenta es la globalización de los mercados y la penetración en los *smarthphones* hace que una barrera como el idioma o la distancia desaparezcan y se conquisten otros mercados. Capgemini (2014).

Figura 10. Beneficios de los Medios Sociales en la comercialización de Seguro



Fuente: elaboración Propia con información de Capgemini (2014)

El tercer canal hace referencia al Modelo SaaS (software as a service), el cual hace referencia al uso de las nuevas plataformas tecnológicas, es decir, la capacidad de adquirir un software que permite a los usuarios tener acceso primario a los productos; este método requiere el desarrollo plataformas que se ajustan a las necesidades de las compañías aseguradoras, si bien al inicio del proyecto es necesaria una inversión importante, este modelo garantizará que la experiencia sea amable para el cliente final.

Esta herramienta también busca la centralización del canal, es decir, minimiza la dispersión de información por varios medios y la canaliza incrementando las ventas a través de un único canal. Capgemini (2014).

Por último encontramos las Soluciones tecnológicas que buscan automatizar el proceso de suscripción e incrementar las ventas directas, este canal permite la selección y la valoración del riesgo reduciendo el ciclo de distribución, buscando minimizar los costos y por otra parte realizar el procesamiento directo de las transacciones manteniendo la transparencia y la trazabilidad de sus servicios, así mismo esta herramienta busca poder evaluar el riesgo de los consumidores, de una manera adecuada con el fin de establecer de manera ágil y rápida la prima del seguro a ofrecer al cliente. Capgemini (2014).

12. Los seguros en España

España es uno de los países más desarrollados en temas de seguros, en la última década se han visto impactados directamente gracias a diversos fenómenos entre los que se encuentra el Internet, la globalización, la hipercompetencia, los cuales han permitido que este mercado tenga tanta importancia y genere un crecimiento económico sostenido y continuado durante este período de tiempo, adicionalmente ha logrado redefinir profundamente los mercados y la manera de actuar en los negocios.

A pesar de la desaceleración económica que ha tenido el país en los dos últimos años de acuerdo con las cifras publicadas por el CEPREDE (2015), en donde se evidencia el incremento del desempleo lo que afecta de manera directa el mercado asegurador, esta actividad ha logrado mantenerse avante y con proyección a mejorar la emisión de pólizas para el año 2015. Fundación Mapfre (2014).

La regulación de los Seguros en España se encuentra a cargo de la Dirección General del Seguros y Fondos de Pensiones, el cual es un órgano administrativo que depende de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, la cual a su vez está adscrita al Ministerio de Economía. Se encarga de la regulación, control y supervisión de todas las entidades que se dedican a la comercialización de productos de seguros.

12.1. Principales compañías de Seguros en España

Desde al año 2008 se ha evidenciado que cada vez son menos la cantidad de compañías en las cuales se está concentrando el negocio de los seguros. Las cifras publicadas por ICEA (Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones) muestran que las siete aseguradoras más grandes que operan en España se han quedado con el 50% del mercado. Si comparamos con lo que sucedía un año antes, el incremento se ha plasmado con fuerza ya que, en 2007, estas compañías tenían en su poder al 44,41% de la cuota de mercado, lo cual se traduce en una paulatina concentración. Vallejo (2013). (p. 29).

De acuerdo con el Ranking publicado por la Fundación Mapfre (2013) los mayores grupos aseguradores Europeos de acuerdo con el número (Bruto) de primas emitidas son: ALLIANZ de Alemania, AXA de Francia, ZURICH de Suiza, GENERALI de Italia, ACHMEA de Holanda, MAPFRE de España, TALANX de Alemania, RSA de Reino Unido, ERGO de Alemania y AVIVA de Reino Unido.

12.2. Canales de distribución en España

Los mediadores de seguros tienen características y denominaciones diferenciadas dependiendo de la relación que tienen con las compañías aseguradoras. De acuerdo con la clasificación realizada por Vallejo (2013) se pueden identificar las siguientes:

- Agentes: expertos que trabajan para una o más compañías de seguros.
Pueden ser:
 - Agentes exclusivos: trabajan con una sola entidad aseguradora.
 - Agentes vinculados: trabajan con varias entidades aseguradoras.
 - Operadores de banca-seguros: expertos que desarrollan la actividad aseguradora a través de las redes de distribución de las entidades de crédito.
También pueden ser exclusivos o vinculados.

- Corredores: expertos que ofrecen asesoramiento profesional e independiente, sin mantener vínculos con entidades aseguradoras, a quienes quieran contratar un seguro. (p. 34)

12.2.1. Distribución Directa: Es el mecanismo utilizado por la empresa aseguradora a través del cual puede vender el producto a través del contacto directo con el cliente, utilizando bien sea medios virtuales, servicios telefónicos, empleados directos, sucursales, etc.

12.2.2. Agencias de Suscripción: Son aquellas entidades que actúan como representantes de la empresa aseguradora lo que le permite a las empresas realizar la actividad a través de un tercero sin necesidad de establecer sucursales. Las agencias solo pueden suscribir pólizas a nombre de una única entidad aseguradora. Ministerio de Hacienda y Economía (2007).

12.2.3. Distribución Indirecta, Mediadores: Este canal busca básicamente un acercamiento entre la empresa aseguradora y el cliente, este canal es uno de los que representa mayor importancia en España, según datos de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), que, en su informe de 2008, revela que más del ochenta por ciento del negocio del seguro se lleva a cabo a través de mediadores (agentes, banca-seguros y corredores).

12.2.4. Auxiliares Externos de los Mediadores de Seguros: Todos los mediadores de seguros pueden disponer de auxiliares externos para la distribución de los seguros aunque con una limitación funcional, ya que no pueden implicar la asunción de obligaciones, esto significa que en ningún caso podrán prestar asistencia en la gestión, ejecución y formalización de los contratos de seguro, ni tampoco en caso de siniestro. (p. 71).

12.2.5. Agente de Seguros: El agente puede suscribir contratos con una o varias entidades aseguradoras. Para que pueda actuar como agente, debe estar inscrito en el Registro Especial de Mediadores de la DGSFP y tiene la facultad

de recibir un beneficio económico o comisión derivada de su actividad. Aunque un agente de Seguros también puede firmar un contrato de exclusividad con determinada entidad aseguradora, lo que lo obliga a ejercer la actividad únicamente con la empresa con la que firma el contrato. (p. 99).

12.2.6. Operadores Banca – Seguros: Este canal corresponde a la expansión que han tenido las entidades de crédito, donde evidencian la necesidad de considerar la inclusión de la venta de seguros en las entidades bancarias, esto aunado a que estas empresas tienen el conocimiento de las finanzas de sus clientes y tienen posibilidad de ofrecer pólizas de acuerdo a las necesidades de cada uno lo que incrementa la posibilidad de éxito en su venta. (p. 183).

12.2.7. Corredores de seguros: Es una figura tradicional en el mercado asegurador. Es una persona física que realiza actividades de mediación actividades de mediación de seguros privados sin mantener vínculos contractuales que supongan afección con entidades aseguradoras ofreciendo un asesoramiento independiente, profesional e imparcial a quienes demanden la cobertura del riesgo al que está expuesto (art. 26.1 LMSRP)

12.3. Percepción de riesgo en España

El éxito en la venta de los seguros va relacionado directamente con la percepción que tienen del riesgo los clientes potenciales y la seguridad que le puede ofrecer la adquisición del producto, dado lo anterior la Fundación MAPFRE (2012) realizó un estudio de Percepción en donde obtuvo resultados muy interesantes frente a las tendencias y a los factores que influyen en la compra del seguro.

Entre los apartes más relevantes de la investigación se puede identificar que para los ciudadanos no es relevante el precio de las pólizas que se ofrecen ya que no existe una diferencia importante entre aseguradoras, así como las coberturas que todas ofrecen, ya que son muy similares, sin embargo los ciudadanos si basan su decisión en la calidad del servicio. Por otra parte, los usuarios encuentran que uno de los aspectos a mejorar

corresponde a la claridad de la información que le ofrecen al consumidor, esto dado que por lo general las indicaciones ofrecidas son demasiado técnicas y por ende muy poco claras para el usuario final. (p. 17).

Adicionalmente, entre las observaciones que se identifican en la investigación, se encuentra que los consumidores también demandan una mayor comunicación entre la entidad y el asegurado, esto teniendo en cuenta que después de concretarse la venta el cliente requiere atención postventa, y en muchas oportunidades los clientes se sienten a la deriva una vez la empresa aseguradora ha concretado la venta, lo que hace inferir al cliente que ya no tiene la misma importancia para la compañía puesto que la venta fue exitosa. (p. 59).

13. Conclusiones

Como resultado de la recopilación de la información se identifica que la mayoría de los mecanismos de distribución utilizados en América Latina son tomados de la forma en que son comercializados en los países Europeos.

Se puede evidenciar el incremento de los canales electrónicos como herramienta de distribución, sin embargo Colombia todavía no cuenta con los mecanismos que permitan al cliente realizar cotizaciones o compra de sus productos a través de internet; en cambio sí predominan otros canales, tales como, la venta de los seguros en supermercados de cadena, pólizas con cargo a los recibos del Gas Natural, el teléfono, la Energía Eléctrica, o a través de las tarjetas de crédito.

La cultura Aseguradora en Colombia se limita a Riesgos específicos, tales como Seguros del hogar, en salud, contra incendio, contra robo, funerarios, entre otros, sin embargo, es necesario avanzar y concientizar a las personas sobre el beneficio que representa trasladar los riesgos a empresas especializadas.

Finalmente, se recomienda realizar más capacitaciones que permitan fortalecer la cultura aseguradora en Colombia y la importancia que el seguro representa para sus beneficiarios, para ello es indispensable la intervención del Estado en este proceso.

14. Glosario Términos de seguros

A continuación se relacionan algunos de los términos más utilizados en todo lo relacionado con la actividad aseguradora. Esta información le permitirá al lector tener una mejor comprensión de este texto. Las definiciones fueron tomadas del glosario de Fasecolda.

Accidente: Es el acontecimiento inesperado, repentino e involuntario que pueda ser causa de daños a las personas o a las cosas independientemente de su voluntad.

Aceptación de riesgo: Acto por el que una entidad aseguradora decide la admisión y cobertura del riesgo que le ha sido solicitado por el contratante (Tomador del seguro o Titular de una adhesión) y cuya consecuencia es la emisión y formalización del contrato de seguros (póliza)

Agente de seguros: Persona física o jurídica cuya actividad se refiere a la producción de seguros, conservación y mantenimiento de una cartera. (Ver Productor Asesor de Seguros)

Agravación del Riesgo: Es la modificación o alteración posterior a la celebración del contrato que, aumentando la posibilidad de ocurrencia o peligrosidad de un evento, afecta a un determinado riesgo. El tomador del seguro o el asegurado deberán, durante el curso del contrato, comunicar al Asegurador todas las circunstancias que agraven el riesgo.

Aminorar: Obligación del asegurado en la ocurrencia de un siniestro, en el sentido de tratar de reducir las consecuencias que éste ocasione en el objeto del seguro, mediante las medidas que estime necesarias en el momento del hecho.

Anualidad de prima: Importe de primas a pagar para un período de doce meses.

Anulación: Significa la rescisión de los efectos de una póliza. Tiene como consecuencia básica la baja de dicha póliza.

Asegurado: Es la persona, titular del interés sobre cuyo riesgo se toma el seguro. En el sentido estricto, es la persona sobre la cual recae la cobertura del seguro.

Asegurador: Es la empresa que asume la cobertura del riesgo, previamente autorizada a operar como tal por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Aviso o Denuncia de Siniestro: Documento o comunicación por el que el asegurado informa a su asegurador la ocurrencia de determinado hecho o accidente, cuyas características guardan relación, en principio, con las circunstancias previstas en la póliza para que proceda la indemnización

Bases técnicas: Determinación justificada de todos los cálculos que amparan unas primas y tarifas aplicadas a cada clase de seguro. Dichos cálculos han de estar realizados mediante procedimientos actuariales.

Broker: Sinónimo de agente libre o corredor de seguros. (ver Productor Asesor)

Beneficiario: Persona a cuyo favor se constituye un seguro. Técnicamente se denomina así a la persona que ostenta el derecho de percibir la prestación indemnizatoria del Asegurador.

Buena Fe: Principio básico y característico de todos los contratos que obliga a las partes a actuar entre sí con la máxima honestidad, no interpretando arbitrariamente el sentido recto de los términos convenidos, ni limitando o exagerando los efectos que naturalmente se derivarían del modo en que los contratantes hayan expresado su voluntad y contraído sus obligaciones. Para el asegurado este principio supone el debido cumplimiento de sus derechos y obligaciones, tales como describir total y claramente la naturaleza del riesgo asegurable, a procurar evitar la ocurrencia del siniestro, intentar disminuir las consecuencias del siniestro una vez producido, pagar la prima, etc. Para el asegurador significa otorgar una información exacta de los términos en que se formaliza el contrato, e indemnizar el siniestro de acuerdo a los términos convenidos, etc.

Cálculo de la Prima: Estudios estadísticos encaminados para fijar la prima que se aplica a ciertos riesgos. Su cálculo conjunta el índice de siniestralidad (frecuencia más coste medio de los siniestros). Los índices de gastos de administración y producción, reservas de corrección y de seguridad, más el beneficio del asegurador.

Carencia: período durante el cual el Asegurado paga primas pero no recibe la cobertura prevista en la póliza. Se extiende desde la fecha de inicio del contrato

hasta una fecha posterior determinada. Solo se aplica en los Seguros de Vida y enfermedades para evitar posibles fraudes y antiselección.

Cartera de Seguros: Totalidad de los riesgos asumidos por un asegurador. Desde el punto de vista de un agente de seguros es un conjunto de pólizas administradas directamente. Certificado de

Cobertura: Documento que emiten los aseguradores a petición del asegurado o de terceras personas para certificar que un riesgo está bajo su cobertura, antes de emitir el documento definitivo que es la póliza.

Cesión de Derechos: Aplicable a los seguros sobre daños. Es cuando el asegurado cede parte de sus derechos a favor de terceros que tengan prerrogativas y dominio sobre la cosa asegurada.

Cláusulas Adicionales: Son aquellas cláusulas accesorias a uno o más textos de pólizas determinados, que permiten extender o ampliar las coberturas comprendidas en las condiciones generales de un texto registrado, incluyendo riesgos no contemplados o expresamente excluidos, o eliminando restricciones, condiciones u obligaciones que afecten o graven al asegurado o contratante.

Cláusulas de Uso General: Son aquellas cláusulas que por su naturaleza, tipo o finalidad permiten su uso común o general en los distintos modelos de pólizas registrados que no contengan tal estipulación específica, tales como reglas de solución de dificultades o controversias, resolución de contrato por no pago de prima y cláusula de acreedor prendario o hipotecario.

Cobertura (Periodo o Plazo de): Período de tiempo durante el cual el asegurador asume un determinado riesgo. Sinónimo de capital asegurado. Cantidad límite estipulada en el contrato de seguros. Representa la cantidad máxima a pagar por el asegurador en caso de siniestro.

Comisión: Retribución económica correspondiente a la parte proporcional de las primas conseguidas por el mediador (agente, broker, productor), en el ejercicio de su actividad comercial, la cual recibe una vez que han sido recaudadas las primas por parte de la Compañía. (ver Entidad Aseguradora).

Condiciones Generales: Son las condiciones comunes del contrato, expresando disposiciones de la ley de seguros y cláusulas específicas sobre riesgos cubiertos, riesgos excluidos, bienes con valor limitado, etc.

Condiciones Particulares: Son condiciones habitualmente impresas en anexos que tratan sobre las características del riesgo y datos del asegurado, o bien sobre coberturas adicionales. Prevalecen sobre las condiciones generales.

Contrato de Seguro: Hay contrato de seguro cuando el Asegurador se obliga mediante el pago de una prima o cotización a resarcir un daño o cumplir la prestación convenida si ocurre el evento previsto.

Contenido: Conjunto de bienes muebles, propiedad del Asegurado, que se hallen ubicados dentro del local designado en la póliza.

Corredor de Seguros: Persona natural o jurídica, auxiliar del comercio de seguros, autorizado por la Superintendencia de Bancos y Seguros, responsable de la intermediación de seguros y del asesoramiento en su contratación, con cualquier compañía de seguros, asistiendo durante la vigencia, modificación del mismo y al momento del siniestro. (ver Productor Asesor de Seguros)

Cotización: Documento que puede emanar tanto de una compañía de seguros como de un corredor de seguros, por cuenta de una compañía, que contiene alternativas de cobertura y tarifa por los seguros respectivos.

Culpa: Infracción que se comete cuando se produce un resultado dañoso por imprudencia o negligencia del causante.

Cúmulo: Cuando determinadas partes de un mismo riesgo están aseguradas en un mismo asegurador, o cuando ciertos riesgos distintos están bajo la posibilidad de que se ocasione un mismo evento que propague sus efectos dañosos.

Daños Corporales: Aquellos que resultan de un accidente corporal (heridas, fracturas, etc.).

Daños Materiales: Pérdida, destrucción o deterioro de bienes o cosas materiales.

Declaración de Siniestro: (Denuncia) Documento a través del cual se le hace conocer al asegurador la existencia de un siniestro y sus circunstancias.

Deducible: Cantidad que se establece en algunas pólizas como cantidad o fracción porcentual que es de cargo del asegurado, y no indemnizable por el Asegurador. Su monto se deduce de la Indemnización.

Denuncia del Siniestro: Acto por el cual el Asegurado, Tomador, o derecho habiente, en su caso, comunica al asegurador el acaecimiento del siniestro y sus consecuencias. Existen plazos perentorios para su cumplimiento bajo pena de pérdida de los derechos. En los seguros generales, dentro de los tres días de conocerlo.

Depreciación: Disminución del valor de un bien a consecuencia del uso y el transcurso del tiempo.

Dolo: Cuando una persona conoce el hecho punible y hace lo posible para su realización. Es sinónimo de mala fe.

Duración del Seguro: Plazo durante el cual tienen vigencia las garantías de un contrato de seguro.

Edad Límite: Es la máxima o mínima edad necesaria para poder estar Asegurado en determinados seguros. Así, en los Seguros de Vida la edad mínima es de 14 años (determinada por Ley), y la máxima depende de cada Entidad Aseguradora, pero generalmente oscila entre los 60 o 65 años.

Emisión de la Póliza: Acto de ser confeccionada la póliza de contrato de seguro por la entidad aseguradora.

Endoso: Toda modificación del contrato de seguro.

Enfermedad: Alteración de la salud del asegurado, cuando es diagnosticada por un médico y no es consecuencia de un accidente.

Evaluación de Daños: Técnicas empleadas por el asegurador tendentes a determinar el alcance y consecuencias de un siniestro.

Evento: Acontecimiento o suceso imprevisto.

Exclusiones de Riesgos: La entidad Aseguradora no cubre los riesgos o circunstancias expresamente excluidos en la póliza, los cuales se encuentran taxativamente enunciados en la misma.

Existencias: Materias primas, semielaboradas y manufacturadas, productos para venta y otros bienes auxiliares que correspondan de acuerdo a la actividad económica de una empresa o negocio.

Explosión: Acción súbita y violenta de la presión o de la descompresión de gases o vapores.

Franquicia: Es el monto que se encuentra a cargo del Asegurado en caso de producirse el siniestro. El Asegurador indemnizará el daño solo en la parte que exceda la Franquicia establecida.

Fraude: Cuando el asegurado ha participado en la ocurrencia del siniestro o exagerado sus consecuencias con ánimo de lucrarse a través de la indemnización del asegurador.

Invalidez total y permanente: Situación permanente en la que se encuentra quién, a resultas de una enfermedad o accidente, no puede realizar por si mismo las más esenciales tareas de la actividad humana, necesitando de otra persona que le ayude.

Hurto: Toma de bienes designados en póliza contra la voluntad del asegurado, sin empleo de fuerza o violencia en las cosas, ni intimidación ni violencia ejercida sobre las personas.

Incapacidad: Imposibilidad de la persona para el desenvolvimiento de sus actividades normales y/o profesionales. Puede ser total, parcial, temporal o permanente.

Incendio: La combustión y el abrasamiento con llama, capaz de propagarse, de un objeto u objetos que no estén destinados a ser quemados en el lugar y momento en que se produce.

Indemnización: Suma pagada por el asegurador para reparar el perjuicio resultante de un siniestro, dentro de los términos del contrato de seguros.

Informe de Liquidación, Informe del Ajustador: Documento emitido por un liquidador de siniestros dentro del contexto del procedimiento de liquidación de un siniestro, que se pronuncia técnicamente sobre la procedencia de la cobertura y la determinación de la pérdida y la indemnización, si esta procede. Señala el valor real del bien siniestrado y el procedimiento empleado para obtenerlo.

Infraseguro: Si el valor asegurado es inferior al valor asegurable, el asegurador sólo indemnizará el daño en la proporción que resulte de ambos valores, salvo pacto en contrario.

Inspección del Riesgo: Es una visita que se realiza al objeto del seguro, por parte del asegurador o la persona designada por éste, con el propósito de verificar su existencia y el estado de conservación. Asimismo, para verificar su correcta valoración a efectos de constituir la prima oportuna.

Invalidez Permanente y Absoluta: Es la situación física irreversible provocada por accidente o enfermedad, originados independientemente de la voluntad del asegurado, determinante de la total incapacidad de éste para el mantenimiento de cualquier relación laboral o actividad profesional.

Invalidez Temporal: La situación física o mental del asegurado a consecuencia de un accidente, determinante de su ineptitud temporal para el ejercicio de su profesión o actividad laboral.

Interés Asegurable: Es el interés económico, legal y substancial de quien desee contratar una póliza a los fines de cubrir un riesgo. Es el objeto del contrato. Relación susceptible de valoración económica existente entre un sujeto y un objeto apto para satisfacer una necesidad o proporcionar una utilidad. Si no existiera este interés en el momento de formalizar el contrato de seguro, éste se consideraría nulo.

Liquidación de Siniestro: Procedimiento establecido para ajustar los daños provocados por un siniestro, determinar la procedencia de la cobertura contratada en la póliza y el monto de la indemnización a pagar, si corresponde.

Liquidador de Siniestros, Ajustador de Siniestros: Persona natural o jurídica, autorizado por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que pueden ser contratadas por una compañía de seguros para investigar la ocurrencia de los siniestros y sus

circunstancias, determinando si estos se encuentran o no amparados por la póliza y el monto de la indemnización que corresponda pagar al asegurado o beneficiario en su caso. Actúa en representación de la Compañía. (ver Peritos Liquidadores)

Nulidad: Ineficacia de un acto jurídico para producir sus efectos, jurídicamente, como si nunca hubiera existido. Las causas para la nulidad pueden ser por inexistencia de riesgo, algunos casos de reticencia o falsa declaración, intención de un enriquecimiento ilícito, por falta de interés asegurable, por declaración inexacta o culposa, por haber ocurrido el siniestro antes de la celebración del contrato, etc.

Pérdida Total: Aquella que supone la destrucción completa o la privación irremediable del bien asegurado, o de tal modo que el daño lo hace perder definitivamente la aptitud para el fin a que estaba destinado.

Perito: Persona que por sus conocimientos técnicos se encarga de realizar análisis y comprobaciones posteriores al siniestro. Con su intervención se establecen las circunstancias del mismo y el importe a indemnizar.

Peritaje: Conclusiones establecidas por un perito o grupo de peritos tras la ocurrencia del siniestro

Póliza: Es el instrumento probatorio por excelencia del contrato. Es aconsejable, antes de celebrarlo, leer todas las cláusulas contenidas en el mismo para tener una información completa de sus términos y condiciones. En él se reflejan las normas que de forma general, particular o especial regulan la relación contractual convenida entre el Asegurador y el Asegurado.

Póliza Combinada o Multiriesgo: Aquella que aglutina varias coberturas dispares que confluyen en el mismo riesgo.

Prescripción: Pérdida de valor, vigencia o eficacia de algún derecho, acción o facultad, debida fundamentalmente a haber transcurrido y vencido el plazo durante el cual pudo haberse ejercitado.

Principio Indemnizatorio: Regla básica en materia de seguros por la cual el valor de la indemnización tendrá su límite en el monto del daño causado, no pudiendo transformarse en objeto de lucro o ganancia para el Asegurado.

Propuesta / Solicitud de Seguro: Es el instrumento donde se especifica la naturaleza del riesgo al Asegurador, sus características, el importe que se desea asegurar, etc. A través de este, el Asegurador aceptará o rechazará el riesgo tras el estudio de dicha propuesta.

Productor / Asesor de Seguros: Es la persona, habilitada por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que realiza la intermediación entre quien quiere contratar el seguro y la entidad aseguradora. Es el que ejerce la actividad de intermediación promoviendo la concertación de contratos de seguros, asesorando a Asegurables.

Ramo: Se entiende por ramo a la modalidad o conjunto de modalidades de seguros relativas a riesgos de características o naturaleza semejantes (ramo vida, ramo vehículos, etc.). Debe tenerse en cuenta que para operar en un determinado ramo la entidad aseguradora debe estar previamente autorizada por la Superintendencia de Bancos y Seguros.

Regla Proporcional o Prorrateo: Fórmula que se aplica en la determinación de la suma indemnizatoria, por la cual, en caso de siniestro parcial y existiendo Infraseguro, el daño debe ser liquidado teniendo en cuenta la proporción que exista entre el capital asegurado y el valor real en el momento del siniestro. (ver Infraseguro)

Renovación: Acuerdo entre las partes por el cual el seguro se prorroga por un nuevo período de vigencia.

Rescisión, Cancelación anticipada: Es la finalización del contrato en una fecha anterior a la prevista; produce efectos a futuro.

Reticencia: Toda declaración falsa de circunstancias conocidas por el Asegurado, aun hechas de buena fe, que a juicio de peritos hubiese impedido el contrato o modificado sus condiciones si el Asegurador se hubiese cerciorado del verdadero estado del riesgo, puede hacer nulo el contrato, es decir, lo deja sin efecto desde su inicio.

Riesgo: Evento que puede producir daños en los bienes o en las personas. Probabilidad de ocurrencia de un siniestro. Posibilidad de que la persona o bien asegurado sufra el siniestro previsto en las condiciones de póliza.

Riesgos No Asegurables: Son aquellos que quedan fuera de la cobertura general por parte de las Aseguradoras, por ser contrarios a la Ley.

Riesgo Excluido: Aquél que no es aceptado por el asegurador.

Riesgos Catastróficos: Aquellos cuyo origen es acontecimientos de carácter extraordinario, por cuya propia naturaleza inusual y de desorbitada intensidad quedan fuera de las coberturas de las pólizas ordinarias.

Robo: La sustracción o apoderamiento ilegítimo de los bienes, contra la voluntad de su dueño, mediante actos que impliquen fuerza o violencia en las cosas o introduciéndose el autor o autores en los locales donde se encuentran los bienes asegurados de forma secreta o clandestina y cometiéndose el delito cuando no hubiere nadie en la vivienda.

Seguro: Jurídicamente hablando, es un instituto por el cual el Asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima a abonar, dentro de los límites pactados, un capital u otras prestaciones convenidas, en caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura. El seguro brinda protección frente a un daño inevitable e imprevisto, tratando de reparar materialmente, en parte o en su totalidad las consecuencias. El seguro no evita el riesgo, resarce al Asegurado en la medida de lo convenido, de los efectos dañosos que el siniestro provoca.

Selección: Mecanismos de actuación que aplican los aseguradores a la hora de aceptar un riesgo mediante el estudio exhaustivo del mismo, con el fin de determinar el alcance potencial de siniestralidad.

Siniestralidad: Conjunto de siniestros medido en cantidad o en importes que registra una determinada cartera de seguros o una póliza o conjunto de ellas en el transcurso de un año. Relación entre los importes de los siniestros indemnizados y el monto de las primas en un determinado período de tiempo, generalmente un año, que registra una póliza o un conjunto de ellas.

Siniestro: Es el acontecimiento o hecho previsto en el contrato, cuyo acaecimiento genera la obligación de indemnizar al Asegurado.

Sobreprima, Extraprima: Recargo a la prima cuando se trata de riesgos agravados.

Sobresseguro: Cuando el bien asegurado figura en póliza con un valor superior al real se produce una situación de sobresseguro. En caso de siniestro la Entidad aseguradora indemnizará en base al valor real.

Solicitud de Seguro: Es el documento donde la entidad tiene que poder encontrar todos los elementos necesarios para apreciar el riesgo y proceder a fijar la prima correspondiente. No vincula a las partes sino hasta que es aceptada por la Aseguradora.

Subrogación: Los derechos que correspondan al Asegurado contra un tercero, en razón del siniestro, se transfieren al Asegurador hasta el monto de la indemnización que abone. El Asegurado es el responsable de todo acto que perjudique este derecho del Asegurador.

Superintendencia de Bancos y Seguros: Organismo estatal que controla la actividad aseguradora en la República del Ecuador.

Tarificación: Acción de determinar la prima o tarifa aplicable a cada riesgo en función de las características que tenga y de la suma asegurada.

Tasa de Prima: Tanto por ciento o por mil que se aplica a cada uno de los valores asegurados para obtener la prima de riesgo.

Tercero: Toda persona que resulta afectada por acciones del asegurado que generan situaciones de responsabilidad.

Terminación del seguro: Se refiere al hecho que pone fin a la vigencia del contrato de seguro, ya sea por la llegada del plazo de duración pactado, por el no pago de primas o por la ocurrencia del siniestro.

Tomador: Es la persona que contrata el seguro con el Asegurador. Generalmente en los seguros individuales el tomador contrata el seguro por cuenta propia, uniéndose así en una persona dos figuras (Tomador o Contratante y Asegurado). Por el contrario el seguro es por cuenta ajena cuando el tomador es distinto del Asegurado; esta situación es típica en los seguros colectivos.

Valor de Reposición: también denominado valor de nuevo, es la cantidad que supondría la adquisición de un bien nuevo, de las mismas características que el siniestrado.

Valoración: Cálculo del valor de una cosa.

Vencimiento de la Póliza: Es la fecha pactada en el contrato para la finalización del mismo.

Vigencia del Seguro: Es el plazo durante el cual el contrato está en vigor y el Asegurado se encuentra cubierto.

15. Lista de Figuras

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1. Variación del PIB – Volúmenes de Primas | 13 |
| Figura 2. Elementos Esenciales del Contrato de Seguro | 19 |
| Figura 3. Clasificación de los Seguros | 22 |
| Figura 4. Canales de Distribución en Brasil | 26 |
| Figura 5. Participación en el mercado de los seguros | 36 |
| Figura 6. Participación de los Grupos Financieros en Canadá | 36 |
| Figura 7. Cuadro comparativo Canal Independiente Vs Canal Directo | 38 |
| Figura 8. Ranking Empresas Aseguradoras en Estados Unidos | 40 |
| Figura 9. Ranking Empresas Aseguradoras de acuerdo a sus activos | 41 |
| Figura 10. Beneficios de los Medios Sociales en la comercialización de Seguro | 43 |

16. Siglas

| | |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------|
| ACOLDESE | Asociación Colombiana de Derecho de Seguros |
| APCS | Asociación Paraguaya de Compañías de Seguros |
| BOP | Base de la pirámide (Base of Pyramid por sus siglas en Inglés) |
| CEPREDE | Centro de Predicción Económica |
| DGSFP | Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones |
| FASECOLDA | Federación de Aseguradores Colombianos |
| ICEA | Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras y Fondos de Pensiones |
| LGISMS | Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros |
| LMSRP | Ley de Mediación de Seguros Privados |
| NAIC | National Association of Insurance Commissioners |
| NBER | Oficina Nacional de Investigaciones Económicas (NBER por sus siglas en inglés) |
| PIB | Producto Interno Bruto |
| SOAT | Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito |
| SSN | Superintendencia de Seguros de la Nación |

17. Referencias

- Albarran, Irene. La actividad aseguradora: importancia, revisión e integración de conceptos fundamentales. (España). Universidad Carlos III de Madrid. 2008
- Arroyo, María & Sabido Mercedes. Estudio sobre el sector Asegurador en España. Capítulo X. 2013
- Asociación Colombiana de Derecho de Seguros, ACOLDESE, <http://www.acoldeseida.org/>
- Aymerich, J. et al. Gerencia de riesgos y seguros en la empresa, Madrid (España): Editorial Mapfre. (1998).
- Banca y riesgo. Canales de venta de los seguros en Argentina. Recuperado el 24 de abril de 2015 de: <http://www.bancayriesgo.com/CanalesDeVentaDeLosSegurosEnArgentinaIndic e.pdf>
- Banco Central del Paraguay. Superintendencia de Seguros. Industria del Seguro (2014). Recuperado el 20 de abril de 2015 de <https://www.bcp.gov.py/userfiles/files/SIS%20RESUMEN%20JUN2013.pdf>
- Benefits.gov. Details. Recuperado el 30 de abril de 2015 de <http://es.benefits.gov/benefits/benefit-details/91> (s. F.)
- Bernal, César. Metodología de la Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. 2006. Ed. Pearson.
- Bernal, Mariano. Los Seguros en Colombia. U Externado de Colombia. (s.f.). Recuperado el 2 de diciembre de 2014 de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php?journal=contad&page=article&op=view&path%5B%5D=1639&path%5B%5D=1478>.
- Bojacá, Jorge. Xyz Investigación Pedagógica: Estado del Arte, Semilleros. 2004. Logos Editores
- Bravo, Juan & Fernández Nathaly. Una mirada histórica sobre los seguros y sus inicios en Colombia. 2001. Recuperado el 21 de noviembre de 2014 de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/viewFile/277/211>
- Buitendag, Allan and MacDonald, Paul. Choosing Channels. Top Broker. (2011). Recuperado de <http://www.citopbroker.com/special-reports/choosing-channels-2375> el 15 de abril de 2015.

- "Bustelo, Pedro. Boletín Económico de Información Comercial Española, Las crisis financieras asiáticas (1997-1999): nuevos indicadores y escasos precedentes . (1999)
- C.K. Prahalad. La riqueza en la base de la Pirámide. 2005. Ed Granica
- Canadian Insurance Regulators. Disciplinary Actions. Recuperado el 25 de abril de 2015 de <http://decisions.cisro-ocra.com/ins/en/nav.do>. (2015)
- Capgemini. World Insurance Report 2013. Recuperado el 25 de abril de 2015 de <https://www.capgemini.com/thought-leadership/world-insurance-report-2013>
- Casado, Raul. La Mediación de Seguros en España. Instituto de Ciencias del Seguro. Fundación Mapfre. (2010)
- Ceprede. Centro de Predicción Económica. <http://www.ceprede.es/index.asp>
- Circular Única de Seguros. Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2009)
- Código de Comercio de Colombia. Decreto 410 de 1971
- Comisión Nacional de Seguros y Finanzas. Diagnóstico de la industria aseguradora en México. 1994. Recuperado el 16 de abril de 2015 de <http://www.cnsf.gob.mx/Difusion/OtrasPublicaciones/DOCUMENTOS%20DE%20TRABAJO%20DESCRIPTIVOS/DdT42conimag%20BV%20ok.pdf>
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros - CONDUSEF. Misión del Seguro. Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (s.f.). Recuperado el 12 de abril de 2005 de <http://www.condusef.gob.mx/index.php/instituciones-financieras/aseguradoras/informacion-general-sobre-seguros/458-mision-del-seguro>
- Confederación Nacional de Seguros Generales. Historia. Recuperado el 25 de abril de 2015 de <http://www.cnseg.org.br/cnseg/mercado/historia-do-seguro/no-brasil.html>
- De Feniks, R. Caso de Zurich: Incremento de las ventas en seguros en 40%. Doi: 93 456 80 32 (2007)
- Department of Health & Humans Services. Coverage to Care. Recuperado el 1 de mayo de 2015 de <http://www.hhs.gov/healthcare/prevention/index.html>. (s. f.)
- Diccionario MAPFRE de seguros. (2014). Recuperado de <http://www.mapfre.es/wdiccionario/general/diccionario-seguros.shtml>
- Fabozzi, Frank. Mercados e Instituciones Financieras. Prentice Hall (1996)

- Farber, Henry. Job Loss in the Great Recession: Historical Perspective from the Displaced Workers Survey, 1984-2010. 2011. Recuperado el 3 de abril de 2014 de <http://www.nber.org/papers/w17040>
- Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA. <http://www.fasecolda.com/>
- Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA. <http://www.fasecolda.com/>
- Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA. LA INDUSTRIA ASEGURADORA EN COLOMBIA. <http://www.fasecolda.com/index.php/servicios/publicaciones/libros/la-industria-aseguradora-en-colombia-2/>
- Fundación Mapfre, La percepción social del seguro en España (2014). Recuperado el 22 de abril de 2014 de <https://www.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/cs-seguro/informes/La-percepcion-social-del-seguro-en-espanya.pdf>
- Fundación Mapfre, Ranking Mayores Grupos Aseguradores Europeos No Vida. Área de Seguro y Previsión Social. (2014). Recuperado el 20 de abril de 2014 de http://www.mapfre.com/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/imagen.cmd?path=1078155
- Garcia, Jorge & Collich Guillermo. Diagnóstico sobre el mercado Argentino de seguros. Banco Interamericano de Desarrollo. 2011
- Gómez-Villegas, O. El seguro de vida, Un instrumento financiero indispensable para el bienestar económico familiar, Bogotá (Colombia): Ediciones Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. (2001).
- Gonzalez Begoña & Heras Antonio. Evolución del Mercado Asegurador latinoamericano 2003 - 2013. Mapfre. (2014)
- Gonzalez, Fabio. Escritura del Estado del Arte. Recuperado el 23 de Abril de 2012. <http://dis.unal.edu.co/~fgonza/courses/2005-II/seminario/estadoArte.pdf>.
- Hoyos, Consuelo. Un modelo para investigación documental : guía teórico-práctica sobre construcción de Estados del Arte con importantes reflexiones sobre la investigación. 2000. Señal Ed.
- Inese. S&P cree que la venta de seguros a los clientes de banca en Brasil tiene espacio para crecer. Recuperado el 16 de abril de 2015 de

http://www.inese.es/resultados/detalle/-/asset_publisher/kC8E/content/syp-crec-que-la-venta-de-seguros-a-los-clientes-de-banca-en-brasil-tiene-espacio-para-crecer. (2014)

- Insurance Bureau of Canada. Risk Management. Recuperado el 26 de abril de 2015 de <http://www.abc.ca/on/business/risk-management> (2015)
- Junguito & Rodríguez. La empresa y la industria aseguradora Colombiana. 2010. FASECOLDA
- Junguito, Roberto. Reseña Sobre la Historia de los seguros. FASECOLDA. (2013)
- KPMG. Situación Actual y Perspectiva del Mercado De Distribución de Seguros en Brasil. Recuperado el 28 de abril de 2015 de http://www.kpmg.com/BR/PT/Estudios_Analises/artigosepublicacoes/Documents/Seguros/situacao-atual-mercado-seguros.pdf. (2013).
- López-Blanco, H.F. Comentarios al contrato de seguro, Bogotá (Colombia): Editorial Dupre Editores. (2005).
- Luque, Miguel. Paraguay: Situación del Mercado Asegurador periodo 2007-2013. Asociación Paraguaya de Compañía de Seguros. 2013
- Mármol-Marquis, H. Fundamentos del seguro terrestre, Caracas (Venezuela): Editorial Universidad Católica Andrés Bello. (1984).
- Marr, Chantal. Life Insurance Distribution Channels in Canada. LSM insurance. (2012). Recuperado el 23 de abril de 2015 de <http://lsminsurace.ca/life-insurance-canada/2012/09/life-insurance-distribution-channels-in-canada-2>
- Martins Roberto. El Mercado Asegurador Brasileño Sigue su Crecimiento. Mercado Asegurador. Recuperado el 15 de abril de 2014 de <http://www.mercadoasegurador.com.ar/artdet.asp?id=4233&ids=14>. (2013).
- Ministerio de Hacienda y Economía de España. Las Agencias de Suscripción. Recuperado el 17 de abril de 2015 de <http://www.dgsfp.mineco.es/profesionales/documentos/Agencias%20suscripci%C3%B3n.pdf> (2017)
- Ministerio de Hacienda. Comercialización de seguros a través de corresponsales. Documento Técnico. 2014. Recuperado el 4 de abril de 2015 de http://www.urf.gov.co/portal/page/portal/URF2013/ProyectoDecretos/2014/Corresponsales%20de%20Seguros%20-%20DT_0.pdf

- Molina, Nancy. ¿Qué es el estado del arte?. (2005) Universidad de la Salle
- Mora, Cristian. Bancaseguros en la distribución de productos de vida. (s.f.). Fasecolda. Recuperado el 10 de enero de 2015 de http://www.mapfre.com/documentacion/publico/i18n%20/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1060534
- NAIC. National Association of Insurance Commissioners. Recuperado el 30 de abril de 2015 de http://www.naic.org/index_about.htm. (s.f.)
- Ocampos, Lorraine & Otros, Paraguay: Mercado de Seguros y el desarrollo de un mercado de capitales a largo plazo. Centro de Análisis y Difusión de Economía Paraguaya. 1998
- Organización y elaboración de proyectos de estudios de usuarios, (s.f.). Recuperado el 23 de abril de 2012 de http://docencia.udea.edu.co/bibliotecologia/seminario-estudios-usuario/unidad4/estado_arte.html
- Ossa-Gómez, J.E. Teoría general del seguro, el contrato. Bogotá (Colombia): Editorial Temis. (1991).
- Relbanks. Top 50 Insurance Companies. Recuperado el 1 de mayo de 2015 de <http://www.relbanks.com/top-insurance-companies/usa>. (s. f.)
- Reyes, José. Sector asegurador y economía mexicana Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía [en línea] 2008, 39 (Julio-Septiembre) : Fecha de consulta: 12 de abril de 2015 Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820139008>> ISSN 0301-7036
- Rodríguez, Ana. Los seguros a través de la historia. Fasecolda. (s.f.). Recuperado el 13 de noviembre de 2014 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820139008>
- Rojas, Sandra. El Estado del Arte como Estrategia de Formación en la Investigación. 2007. STUDIOSITAS. BOGOTÁ
- Souza, Maria. El Desafío del Conocimiento. Lugar Editorial. (1997).
- Statista. Leading global insurance companies in 2013, by revenue. Recuperado el 2 de mayo de 2015 de <http://www.statista.com/statistics/185746/revenue-of-the-leading-global-insruance-companies/>. (2014).
- Statistics Canada. Employment Insurance, February 2015. Government Of Canadá. Recuperado del 24 de abril de 2015. (2015)

- Superintendencia de Seguros de la Nación. Historia. Recuperado el 24 de abril de 2015 de <http://www2.ssn.gov.ar/index.php/la-superintendencia/historia>
- Superintendencia de Seguros de la Nación. Plan Nacional Estratégico del Seguro 2012 - 2020. Recuperado el 24 de abril de 2015 de http://www.ssn.gov.ar/Storage/planes/pdf/Libros-11_12_13_%20Anexos-pasos-2-y-3.pdf
- Tatum. Informe Tatum Sector Seguros . El sector Asegurador en tiempo de crisis. (2009)
- The globe and mail. 2012 Rankings of Canada's 350 biggest private companies. Recuperado de <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/rob-magazine/top-1000/2012-rankings-of-canadas-350-biggest-private-companies/article4372009/> (2012)
- Vallejo, Beatriz. El Sector de los Seguros en España: Análisis de la entidad aseguradora Mapfre. Escuela de Ciencias Empresariales del Trabajo. 2013.
- Wharton Business School. El lento despegue del mercado brasileño de seguros. Recuperado el 25 de abril de 2015 de <https://www.knowledgeatwharton.com.es/article/el-lento-despegue-del-mercado-brasileno-de-seguros/>. 2013