

January 2006

Crecimiento y desarrollo del sector asegurador; frente a la evolución cultural de las empresas de familia

Juan Hernando Bravo Reyes

Universidad de La Salle, Bogotá, jbravo@lasalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq>

Citación recomendada

Bravo Reyes, J. H. (2006). Crecimiento y desarrollo del sector asegurador; frente a la evolución cultural de las empresas de familia. *Equidad y Desarrollo*, (5), 141-151. <https://doi.org/10.19052/ed.362>

This Artículo de Investigación is brought to you for free and open access by the Revistas científicas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Equidad y Desarrollo* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Crecimiento y desarrollo del sector asegurador; frente a la evolución cultural de las empresas de familia¹

Juan Hernando Bravo Reyes*

RESUMEN

El tema de los seguros se convirtió en una necesidad, al igual que el conocimiento de una segunda lengua. El mundo de los negocios exige que el conocimiento en seguros sea indispensable es por esta razón que en este documento se analiza el crecimiento y desarrollo del sector asegurador frente a las necesidades de las empresas de familia pequeñas y medianas, tomando como punto de partida la historia y perspectivas futuras de más de 125 años, que en su momento, forjaron las primeras compañías colombianas de seguros. Se estudian las implicaciones del sector asegurador en la evolución cultural de este tipo de empresas, determinando algunas de las razones que han generado descon-

fianza entre aseguradoras y asegurados, se evalúan las exigencias y garantías al momento de contratar una póliza de seguro, así como los documentos y requisitos para reclamar en caso de un siniestro para concluir que en materia de seguros el modelo cultural de los colombianos se mantiene estancado, la desconfianza y mal entendimiento entre los contratantes es el común denominador de un negocio que tiene como principio fundamental la buena fe; entonces ¿cuál será el futuro del sector bajo este panorama?

Palabras clave: modelo cultural de los colombianos, sector asegurador, necesidades del asegurado, garantías y requisitos, clasificación,

¹ Investigación financiada por la Facultad de Administración de Empresas y el Departamento de Investigaciones de la Universidad de La Salle. Agradecimientos: a la Universidad de La Salle por autorizar financiar este proyecto, al Departamento de Investigaciones Doctora María de Jesús Restrepo Alzate, Doctor Alexander Cotte Poveda por su recomendaciones y aportes.

* Docente Investigador, Facultad de Administración de Empresas, Universidad de La Salle, Administrador de Empresas de la Escuela de Administración de Negocios (EAN), Especialista en Docencia y Pedagogía Universitaria de la Universidad San Buenaventura, Especialista en Seguros Convenio Colseguros. Correo electrónico: jbravo@lasalle.edu.co
Fecha de recepción: abril 26 de 2005
Fecha de aprobación: noviembre 30 de 2005

GROWTH AND DEVELOPMENT OF THE INSURANCE SECTOR AGAINST THE EVOLUTION OF THE CULTURAL FAMILY ENTERPRISERS

ABSTRACT

Insurances become a necessity, as well as the importance to speak another language. The business world requires that the knowledge about insurances is indispensable, that is why in this paper the growth and development of the insurance sector is analyzed vis-à-vis the necessities of small and medium family enterprises, starting from of the history the future perspectives of 125 years of the first Colombian insurance companies. It studies the implications of the insurance sector in the cultural evolution on this kind of companies, determining

some of the reasons that created distrust between insurance companies and the insured, demands and warranties are evaluated at the moment of making a contract of a insurance policy, as well as the necessary documents and requirements to claim in case of an accident, to conclude that regarding insurance the cultural model of Colombians is kept stuck, the distrust and misunderstandings between the customer and the agent are the common denominator of a business that has as a fundamental principle the good faith, then, What is the future of the sector under this perspective?

Key words: cultural model of Colombians, insurance sector, necessity of the insured, warranties and requests, classification.

INTRODUCCIÓN

Dentro del proceso cultural de los seguros se destaca un elemento básico, el tema es ladrillado, difícil de entender, los textos que hablan sobre los mismos fueron creados para técnicos especializados o profesionales en el ramo, pero qué se ha escrito para la gente del común, que nunca han comprado un seguro o que conoce lo que otros le han contado por sus experiencias; sumado al mal nombre y concepto que se tiene de las aseguradoras.

Entre tanto, las empresas de familia con una verdadera conciencia de la necesidad de conocer de seguros, estática ante la realidad del mercado, espera pacientemente su evolución sin intervenir en este proceso. Desde tiempos inmemoriales y aceptado como algo desconocido, se ha analizado cuál es el papel que cumple el sector asegurador en nuestra sociedad, sus resultados y aportes dentro de las transformaciones y cambios de la humanidad, al imaginar la facilidad de nuestra sociedad para adaptarse a nuevos conceptos como el de la moda, la pregunta estaría en determinar cuál ha sido la moda en materia de seguros y si en verdad el sector ha influenciado de manera positiva sobre la misma.

El principal resultado de esta investigación se fundamenta en el determinar que para las empresa de familia pequeñas y medianas (según nuestra muestra con capitales inferiores a \$40.000.000), no ha existido un mínimo desarrollo cultural con respecto a los seguros y por el contrario la brecha entre asegurado y asegurador cada día se hace más grande. A continuación, el presente texto se divide en cinco secciones. La primera presenta la historia del sector asegurador en Colombia; la segunda analiza la relación histórica que ha existido entre el hombre y los riesgos que le acompañan, la tercera evalúa los efectos de la criminalidad e inseguridad en el país

respecto al tema de seguros y en la última, se concluye indicando las razones por las cuales situaciones especiales de riesgo no generan en la humanidad suficiente conciencia de la necesidad de asegurarse.

LA INDUSTRIA ASEGURADORA EN COLOMBIA

EVOLUCIÓN

La evolución de los seguros en Colombia no puede ser distinta a la historia misma del país, el desarrollo y crecimiento de las industrias a llevado al sector ha satisfacer en un mínimo las necesidades de seguridad de estas empresas y en general de toda la sociedad, de acuerdo con la revista Colseguros Cien Años de Historia, los primeros pasos en el desarrollo de seguros en Colombia fueron dados por compañías extranjeras, las cuales se establecieron con sucursales en las principales ciudades del país, como lo expresa Plazas y Jiménez (1989), al referirse a esta historia:

«Hacia el año de 1874, se realiza en Bogotá una reunión de la cual se constituye una sociedad anónima, denominada «LA COMPAÑÍA COLOMBIANA DE SEGUROS» la cual empezaría a operar inicialmente en el ramo de transportes. Es así como se inicia en Colombia una actividad totalmente desconocida dirigida al rublo de transportes por río y tierra, lo cual era una aventura debido a las dificultades existentes del medio físico en ese momento.

Transcurre el tiempo y en marzo de 1875 ocurre el primer siniestro, cuando una mercancía embarcada para el interior se cae al río Magdalena. En el año de 1876, Colombia atraviesa por problemas de orden público y la Compañía se ve obligada a aumentar las sobreprimas, pero la situación se tornaba cada

día más difícil ya que las mercancías no alcanzaban a llegar a su destino y era devuelta, obligando a la Compañía, a no aceptar nuevos amparos.

En 1877, a mediados de julio terminan las dificultades por las que atraviesa la Compañía y se reanudan las operaciones, iniciándose el negocio de reaseguros con tres empresas importantes del mercado francés, apilándose de esta manera el volumen de los riesgos en los ramos de transporte e incendio. Hacia el año de 1902 aparece la inquietud de unir la Compañía colombiana de Seguros con la Sociedad Nacional de Seguros de Vida, llegándose a una negociación en 1904. Colocándose como condición que la compañía que resultara con menos capital, después del análisis de los inventarios estaría obligada a venderle a los otros todos sus bienes y por consiguiente sus derechos, de tal manera, se concluyó que la Sociedad Nacional de Seguros de Vida quedaba incorporada a la Compañía Colombiana de Seguros.

Durante la presidencia del Señor. Miguel Abadía Méndez, se reglamenta a las Compañías de Seguros bajo la Ley 105 de 1927 disponiéndose:

«Toda Compañía que se ocupe o pretenda ocuparse en negocios de seguros en Colombia, queda sometida a las Leyes de la República de Colombia y a la vigencia del Gobierno, la cual se ejercerá por medio de la Superintendencia Bancaria».

En 1930 el país tiene una notable transformación con el impulso urbanístico, lo cual hizo crecer el seguro de incendio y establecer seguros contra Rota de Vidrios y Sustracción, iniciándose en este mismo año la Compañía Colombiana de Seguros con un nuevo ramo, el de Seguro de Automóviles. Para 1939, se establecen los ramos de Manejo y Cumplimiento.

Según la historia hasta el año de 1937 la Compañía Colombiana de Seguros fue la única empresa de carácter nacional que hacía frente a la competencia de algunas Agencias de Compañías Extranjeras. En este mismo año se fundó la Compañía Andina de Seguros; en 1938 se crea la Compañía de Seguros Bolívar, pionera en el negocio de Capitalización y ahorros; en 1944 se crea Suramericana de Seguros hasta el punto que actualmente hay en el mercado operando más de 36 compañías de Seguros y tres Reaseguradoras especializadas.

En el campo del Reaseguro, aún cuando varias empresas aseguradoras prestaban este servicio, se puede mencionar que en 1954, se crea la Reaseguradora de Colombia de propiedad de las compañías de seguros, con el fin de obtener una mayor retención de las primas que eran cedidas en reaseguros al exterior».

Todos los especialistas concuerdan en afirmar que el tiempo es un elemento fundamental en el desarrollo cultural de cualquier civilización, en Colombia a pesar que los seguros existen desde hace más de 125 años, su evolución y desarrollo no presentan significativas transformaciones.

RELACIÓN DEL HOMBRE CON LOS RIESGOS Y PELIGROS

La educación a jugado un papel de vital importancia en el desarrollo cultural de nuestra sociedad, y la familia como núcleo de la misma es el centro generador del conocimiento, responsabilidad que es trasladada a la escuela y posteriormente a la educación superior; indagar que tanto aprendimos en nuestros hogares con respecto a la seguridad, previsión y prevención de riesgos y cual fue la función que cumplió la escuela al respecto, nos permite entender el comportamiento cultural frente a los segu-

ros. En este sentido el trabajo de la escuela fue poco, los estudiantes expuestos a múltiples riesgos no fueron advertidos sobre los mismos, sin hablar de las decisiones que han tomado algunas Universidades de excluir de sus cátedras el tema de los seguros, bajo argumentos que van desde la adecuación de los currículos a las necesidades modernas de los futuros profesionales, hasta el no creer en dichas asignaturas.

Algunas aseguradoras centran la problemática de ventas de seguros adecuados a las Empresas de Familia y su aceptación en la perspectiva de los riesgos, como lo expone claramente el estudio realizado por MAPFRE SEGUROS (Díaz, 2002), donde se plantea que: «es claro que la relación de los seres humanos con los peligros y las decisiones que toman ante determinados riesgos, coinciden más con ideas de moral y de justicia que con ideas probabilísticas de costos y beneficios en la aceptación de riesgos, y las decisiones de los niveles de aceptabilidad del riesgo, tienen mucha psicología al igual que el modo como afrontamos la vida particularmente cada uno de nosotros».

De lo que se presenta acertadamente tres enfoques básicos de riesgo:

«El enfoque técnico, o enfoque ingenieril que se hace respecto del riesgo involucra, básicamente, a la probabilidad multiplicada por las consecuencias...»

«El enfoque psicométrico estudia las posibles causas de las frecuentemente detectadas discrepancias entre las estimaciones técnicas del riesgo y las evaluaciones de los legos sobre el mismo. El enfoque es cuantitativo, y se han realizado interesantes progresos respecto del proceso de análisis y su ponderación».

«El enfoque plural, que incluye estudios del riesgo realizado por antropólogos que tienen en cuenta el

factor cultural, pone en duda la distinción entre el riesgo objetivo y el riesgo subjetivo y favorece, en cambio, la búsqueda de parámetros fundamentales de interacción social que orientan el proceso que lleva a la toma de decisiones».

EFFECTOS DE LA CRIMINALIDAD Y LA INSEGURIDAD EN COLOMBIA

Es indudable que en Colombia fuertemente afectada por una inocultable crisis económica y social, con altas tasas de inflación y desempleo, con problemas profundos de orden público y corrupción y, adicionalmente, con un alto grado de impunidad, los indicadores de criminalidad estén aumentando, así lo expresa Fasecolda (1988):

«En efecto, si se mide la criminalidad como el conjunto de los delitos denunciados se observa que entre 1960 y los inicios de los años 80 se registraron un aumento continuo del número de los mismos, ya que de 70.000 casos denunciados en 1960 se pasó a 210.000 en 1980, según información del Gobierno. Cifras de la Policía Nacional y algunos cálculos elaborados en un estudio provisional del Departamento Nacional de Planeación, corroborarán el hecho de que la criminalidad viene creciendo. Además, el costo que ello genera para el país es algo que, no solo desde el punto de vista de convivencia humana sino desde el punto de vista macroeconómico, debe analizarse y enfrentarse en el menor tiempo posible...».

SITUACIONES QUE CREAN CONCIENCIA DE LOS RIESGOS Y LA NECESIDAD DE ASEGURARSE

Son innumerables los fenómenos de tipo natural que se han presentado en Colombia, por ejemplo los terremotos, que en ocasiones han destruido ciudades enteras, como fue el caso de Armenia para no ir tan lejos. En Bogotá D. C. según estudios de ex-

perros en sismicidad existe la posibilidad que se presente un terremoto de proporciones catastróficas, pero a quién le importa eso, será que la situación que viven los bogotanos y la percepción que se tiene de los riesgos nos ha obligado a convivir con ellos.

Que ha pasado con los ataques terroristas en Colombia que durante época de elecciones se incrementan, los cuales de manera indiscriminada afectan a todos los pobladores de la ciudad, ¿quién está exento de un hecho de estos? nadie, cualquiera de nosotros puede ser víctima, o ver afectada su vivienda, o la empresa por la cual hemos trabajado tanto, según algunos medios de comunicación escrita, la demanda de seguros que amparen este tipo de atentados aumentó en los últimos años, pero ¿cuál fue la respuesta del sector asegurador?, hasta lo que tenemos entendido los reaseguradores no estaban muy dispuestos a respaldar a las compañías nacionales en este tipo de riesgos, esta actitud consecuencia también de los hechos del 11 de septiembre.

RESULTADOS

Con la evolución el individuo hubo de agruparse en la primera y principal forma de asociación: LA FAMILIA, con el fin de procurar mancomunadamente sus primeros menesteres, es decir, nuestra especie humana comenzó a comprender la importancia de la unidad de individuos como garantía de supervivencia. La primera posibilidad que el cavernícola tuvo de alimento, indudablemente se la proporcionó la caza, arte este abundante en peligros, situación que le llevó a unir su familia con otras, organizándose entonces en CLANES, lo cual le permitió obtener mejores resultados. Esta segunda agrupación social, fue poco a poco, dando paso a la especialización en las labores de sus miembros,

en virtud de lo cual los fuertes se dedicaron a la cacería y los débiles a las labores domésticas.

Se logra ver en estas primeras etapas del desarrollo humano, como cada una de ellas debe su origen a las necesidades humanas, es así como la familia surge principalmente por el instinto de procreación, y el CLAN nace para procurar un mejor alimento y proteger la vida misma.

Con la aparición de la agricultura en la vida terrena, tenemos la primera gran revolución humana. Es la primera manifestación de la necesidad de aseguramiento en el individuo, en virtud de la cual, este pudo obtener el alimento inmediato, y ASEGURAR de cierta manera el alimento futuro mediante el cultivo. A partir de esta primera manifestación, la idea de seguridad, ha permanecido en la mente del hombre invariablemente a través de la historia y ha constituido parte muy importante del fundamento filosófico de la formación de los Estados.

Indiscutiblemente el modelo cultural de la Empresa de Familia, no se puede alejar del modelo cultural de los colombianos en materia de seguros, en la empresa se considera de vital importancia asegurar los vehículos y cumplir medianamente con las obligaciones legales de seguridad para los empleados, olvidando el otro 99% de los posibles riesgos a los que se está expuesto, podemos decir que nos acostumbramos a vivir con ellos. Son muchos los casos conocidos en los que un empresario pierde todo el capital de su PYME como consecuencia de un incendio, o la explosión de una caldera, en otras una responsabilidad civil ante una demanda los dejó en la calle.

La empresa de familia es consciente de los peligros que tiene, pero sus riesgos NO son trasladados a

las aseguradoras, son muy pocos los productos de seguros con los que cuentan, de igual manera son mínimas las medidas de seguridad que se toman, por ejemplo, en algunas de estas empresas, se maneja un número prudente de computadores y equipos eléctricos cuyo valor puede superar los veinte millones de pesos, al preguntar sobre las medidas de seguridad de los mismos, sus respuestas no fueron claras y de manera evidente se nota que no poseen supresores de voltaje, ni polo a tierra que pueda soportar una descarga eléctrica y para que preguntar por el riesgo de hurto.

En otro resultado del análisis de las encuestas realizadas a los propietarios de Empresas de Familia, se concluyó que los riesgos de hurto y atraco son el principal flagelo de los empresarios; situaciones a las que se les ha contrarrestado con la contratación de empresas de vigilancia, pero en muy pocas ocasiones se adquiere una póliza de seguro, muy seguramente porque las garantías solicitadas por la aseguradora implican inversiones exageradamente altas, contrarias al contrato de vigilancia, pero, no olvidemos las obligaciones por Ley que en materia de seguros tienen que cumplir las empresas de seguridad, que de igual manera se convierten en un vía crucis, porque una es la exigencia legal y otra el amparo otorgado por la aseguradora.

Son muchas las excusas que se tejen al momento de evadir comprar un seguro, pero del otro lado no se puede negar que las compañías de seguros han hecho muy poco para quitar de la mente de los colombianos la desconfianza y duda sobre los productos que ofrecen; en casi todas las encuestas un tema obligado fue la letra menuda de los condicionados de los contratos de seguros, letra que nunca es leída por sus compradores; los condicionados son tan extensos y técnicos que el hecho de leerlos no significa entenderlos, la experiencia ha demostrado que muchos analistas de seguros dudan al

momento de tomar una decisión fundamentados en un clausulado, a este fenómeno se le agrega un alto contenido de desconocimiento sobre seguros en casi todos los gerentes de empresas de familia. La escolaridad de los empresarios de familia en un 80% corresponde al bachillerato y algún tipo de estudio técnico, un pequeño porcentaje posee carreras universitarias, pero nunca se relacionan con estudios en seguros.

Cuando se habla de seguros con los propietarios o administradores de las empresas de familia, se rinde especial temor a las reclamaciones en caso de un siniestro, en realidad se pudo constatar que no se tiene la menor idea de cómo presentar una reclamación, a esto se le une la cantidad de documentos y requisitos que piden algunas aseguradoras, trámites que eran desconocidos para los asegurados al momento de suscribir su contrato. La reclamación como el momento de la verdad en los seguros, permite visualizar todos los elementos y variables que no fueron explícitos y claros al momento de contratar, es aquí donde nos enteramos que estábamos asegurados contra robo si teníamos vigilancia de empresa especializada armada con perros, enfrentando una posible objeción por incumplimiento de las garantías.

La experiencia de una reclamación para los empresarios de familia, no muy grata, aumentó las razones para desconfiar de las aseguradoras, al considerar que las anónimas solo dan cobertura a los hechos en los que no existe riesgo. En este proceso juega un papel muy importante los intermediarios de seguros, el asesor de seguros persona natural o agencia casi desaparecido en su esencia, solo se limitó al recaudo de las primas, permitiendo que sus responsabilidades fueron asumidas por los grandes intermediarios Sociedades Anónimas y Broker, de igual manera las mejores condiciones comerciales también fueron de unos pocos.

Los productos ofrecidos por las aseguradoras «nuevos» no se apartan casi en nada de los productos tradicionales que se vienen trabajando desde hace más de 30 años, las estrategias de venta «poco técnicas» se han fundamentado en exagerar el cubrimiento y sobresaturar las pólizas, con lo que no le estamos haciendo ningún favor ni al cliente ni a la industria, por el contrario estamos generando dudas sobre algo que en principio tuvo su origen en la mutualidad del cooperativismo.

Es difícil comprar un seguro cuando no se tiene idea de cual es la verdadera necesidad sobre el tema, o cuando los riesgos a los que se está expuesto son el diario vivir y se asumen como hechos naturales; siempre que se compra algo se espera una retribución del bien que se compró, cuando compramos una nevera esperamos bebidas refrescantes al proteger los alimentos, pero, cuando compramos un seguro puede existir la posibilidad de nunca «recibir nada», bajo la filosofía de compra por consiguiente retribución, el rechazo por los seguros se hizo más grande; entonces cuantos estarían dispuestos a pagar grandes primas a cambio de salud eterna.

El reconocimiento por parte de las aseguradoras a la importancia del sector de las PYMES, como nicho de mercado especial, en constante desarrollo y con múltiples riesgos que debieran ser trasladados a ellas es evidente, situación contraria a la innovación de productos, entonces el análisis es claro, por su parte las aseguradoras están convencidas que con sus productos se ajustan a los requerimientos del mercado, pero sus compradores no lo consideran así.

Muchos de los productos en seguros que se ofrecen a Empresas de Familia son difíciles de entender, en ocasiones no se determina si existen deducibles o no, en otras los amparos ofrecidos incluyen exclusiones que pueden corresponder al desarrollo de

las actividades de las empresas, o las garantías solicitadas son más costosas que la compra del seguro, por regla general las condiciones de asegurabilidad solicitadas a estas empresas son muy rigurosas y muchas no las pueden cumplir.

Después de entrevistar a más de 20 ejecutivos de diferentes aseguradoras, se puede concluir que sí existen productos de seguros destinados a Empresas de Familia bajo condiciones que ya hemos analizado, sin que esto signifique que se le de una verdadera importancia a este nicho de mercado, en ocasiones asegurar una empresa de este tipo parece más un regalo o favor que se hace, entonces donde quedo la prima que se pago.

Los planes de mercadeo implementados por las aseguradoras casi siempre están dirigidos a mercados más «rentables», en otras palabras a los que presentan menos siniestros, situación que es difícil de entender ya que analizadas las reclamaciones de los programas expedidos para las Empresas de Familia no registran siniestralidades tan altas, en otras palabras el negocio de asegurar Empresas de Familia puede generar resultados positivos para todos, sin tener en cuenta la obsesión por los negocios de gran envergadura que tienen algunas aseguradoras.

DISCUSIÓN

La condición de un gobierno paternalista y protector, mantuvo por más de 50 años la regulación comercial de los seguros, a tarifas únicas y con productos casi idénticos, los valores agregados determinaban la decisión de los clientes. Los nuevos e innovadores productos debían pasar duras pruebas de aprobación ante Fasecolda y la Superintendencia Bancaria, al parecer las necesidades de seguridad de todos eran iguales.

En los departamentos técnicos de las aseguradoras los libros tarifa como Biblias determinaban los precios y condiciones bajo las cuales serían aceptados los riesgos, los análisis objetivos se fundamentaban en ellas, toda la estructura del sector fue concebida sobre pilares de sana competencia, responsabilidad ante las obligaciones y eficiencia en el desarrollo comercial de la suscripción, olvidando la razón de ser de su creación y peor aún sin conocer a sus asegurados.

Es difícil entender la razón por la cual los intereses de unos sectores de la economía – como el Industrial– con su fuerza y presión esperaron tanto tiempo para que se diera un cambio en el sector asegurador, de igual manera al interior de las aseguradoras cual fue la demora para sacudir el mercado y dejar atrás esa filosofía en la que todos tratamos de sobrevivir.

A las circunstancias anteriores se le suma el hecho que el contrato de seguros es de adhesión, en otras palabras el cliente acepta sin reproches lo ofrecido, entonces se puede afirmar que ese estancamiento que acompañó al sector contagio a sus asegurados, no existe duda que la sana competencia beneficia a los clientes, exigiendo de sus participantes eficiencia y eficacia, donde las decisiones están sujetas al estudio de varias ofertas y el análisis de variables como el precio y cantidad de coberturas.

Son extrañas las respuestas de los beneficiarios que en alguna oportunidad reclamaron ante las aseguradoras y más difícil de entender el pensamiento de los que nunca lo han hecho, al expresar opiniones poco favorables para las mismas, de un negocio que tiene como principio fundamental la buena fe, casi siempre, con un sentimiento de desconfianza, sentimiento que ha acompañado a los clientes de seguros antes y después de las modificaciones de la Ley 45 de 1990.

Pero el análisis cultural de los seguros debe ser más profundo, que decir de los seguros de vida, a pesar de las encuestas y estadísticas que reflejan todo lo contrario, en nuestro país se sigue pensando que los vehículos están más expuestos a riesgos que nuestras vidas, el valor de un bien es superior al ser humano, entonces, existe una razón lógica para que los presupuestos de ventas de las aseguradoras no comprometan sus resultados en las ventas de seguros de vida, ahora bien, cual es el pensamiento de los profesionales que hemos trabajado durante más de quince años en seguros sobre estas pólizas, o preguntemos cuantos cuentan con un seguro de vida, distinto al que las organizaciones otorgan con descuentos del casi 80% en las primas.

Teniendo en cuenta lo anterior, podemos concluir entonces que el conocer de seguros de manera amplia y detallada no es un significado de evolución cultural y que son otros los factores que determinan la compra y necesidad de un seguro.

Otro involucrando dentro de este proceso es el intermediario de seguros, que con un portafolio de productos o papeles «iguales» de varias compañías, buscaba ese cliente con un riesgo difícil de soportar en su patrimonio, para así obtener un ingreso a través de la comisión que la aseguradora le pagara como contraprestación a sus servicios, sin dudarlo la intermediación de seguros a cambiado, al pasar del asesor de maletín que acompañaba de manera personal a su cliente a agrupaciones y sociedades de intermediación donde la unión de capitales generó los grandes Broker de Seguros y el intermediario personal perdió su importancia.

En la actualidad la intermediación de seguros se complicó para todos, las ofertas de seguros compiten a muerte por los clientes, en muchas ocasiones entre las mismas sucursales de una compañía se presentan tres tipos diferentes de cotizaciones, lo

que no debería de suceder si se trata de una compañía seria.

Con las modificaciones constitucionales, la Ley 45 de 1990, y en general, todos los cambios que el gobierno nacional desarrolló durante esta época, el ámbito de los seguros dio un giro aparente de 360 grados, la liberación de las tasas y la oportunidad por parte de las aseguradoras de ofrecer sus productos de manera más justa a las necesidades de los clientes desarrolló una nueva moda; moda para la que no todas las aseguradoras estaban preparadas.

Con los nuevos cambios las expectativas eran muchas, principalmente en materia de nuevos y específicos productos para satisfacer nichos de mercado como el de las Empresas de Familia.

Los actuarios y la ciencia estadística tenían mayor reconocimiento en este momento, sin lugar a dudas los nuevos productos se dieron, pero no en las condiciones que se esperaba, pulularon las alternativas de pago y convenios de recaudo de primas, pero seguíamos hablando de condicionados de adhesión, lo que representaba para el cliente iguales condiciones a las que tenía antes de las reformas, entonces cual era esa transformación tan esperada.

El mercado de los seguros se diversificó, en la actualidad se ofrecen pólizas con el pago de algún servicio público, los requisitos de asegurabilidad en el caso de vida son mínimos, pero, cuántos de estos clientes se han detenido a estudiar y analizar el contenido de los clausulados de estas pólizas, o

conocen los procedimientos en caso de una reclamación, deben ser pocos, el desinterés por conocer de seguros es general en nuestra población, leemos sobre muchos temas pero los seguros siempre han sido un tema aburrido.

En colusión, en la familia se habló muy poco de riesgos y seguros, la escuela por su parte planteó el tema pero no profundizó en la práctica, algunas universidades de nuestro país han excluido de sus cátedras los seguros, otras las dejan como electivas para sus estudiantes, los libros de seguros fueron creados para técnicos y conocedores no para el común de la gente, los hechos catastróficos generados por fenómenos naturales, los actos violentos y accidentes no contribuyen a la formación de una cultura aseguradora, cuando se compra un seguro se espera una retribución o la manera de convertirlo en una inversión muy rentable a través de un siniestro, olvidando otro de sus principios «el asegurarse no puede ser fuente de enriquecimiento»; los productos en seguros para las Empresas de Familia con capitales inferiores a \$40.000.000 escasean, el sector asegurador ofrece productos como una camisa con talla única, en sus tasas no se hace ningún tipo de diferenciación, la Empresa de Familia al parecer como cliente potencial en seguros no reviste importancia.

Como aporte general de la investigación, se elaboró una cartilla guía sobre seguros y reclamaciones por siniestros, en la que se incluyen elementos básicos que muy pocos se han atrevido a escribir, seguros de abrir el interés de los lectores por este tema.

BIBLIOGRAFÍA

Casteló, J. y Pérez, J. *Diccionario básico de seguros*. Madrid: Editorial Mapfre, 1978.

Ossa E. *Teoría General del Seguro – La Institución*. Bogotá: Temis, 1984.

Colseguros. *Cien Años de Historia: 1.874-1.974*. 2000.

Ossa E. *Tratado Elemental del Seguro*. Bogotá D. C. 1986.

Díaz, J. y Jaén de la Mata, F. *Productos y Servicios Financieros de Seguros. Ciclos Formativos*. Madrid: Editorial, 1996.

Ossa E. *Legislación sobre seguros en Colombia 1923 – 1975*, 1988.

FASESCOLDA, *Revista* 88. (1988).

Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. *Modernización de la Actividad Aseguradora en Colombia – Bogotá D. C.*, 1986.

Mapfre Seguridad. *Revista* 88 – cuarto trimestre. (2002).