

CAPITULO IV

“ANALISIS DEL PROYECTO”

Las necesidades futuras del hombre, pueden ser inciertas debido a que provienen de un evento futuro también incierto, que al producirse hace inevitablemente que dicha necesidad se presente. Ésta deberá satisfacerse siempre que económicamente sea perjudicial al patrimonio familiar del hombre. Como ya vimos, éste es el riesgo que prevalece en la vida de los seres humanos, y una de las formas en que se puede proteger es contratando un Seguro.

En el Seguro de Vida, es muy difícil valorar el daño, debido a que el valor asegurable, que es la vida misma, no tiene límites cuantitativos, en la realidad el principio del seguro de vida ha sido completamente emocional, pues consciente de nunca poder compensar económicamente la pérdida de un ser querido, nuestra sociedad ha buscado disminuir los efectos de la pérdida humana, con un apoyo económico que el mismo asegurado determina al momento de la contratación como suficiente para hacer frente a algunas de las necesidades que en su ausencia se presentarán.

Basados en lo anterior, podemos concluir que el Seguro de Vida cuantifica la vida en razón de la necesidad individual que satisface, de acuerdo a las posibilidades económicas de quien contrata el seguro (asegurado), y como siempre han existido amenazas naturales a su integridad física y económica, los individuos pueden prever mediante una póliza de seguro de vida, o disminuir el monto de la necesidad que se provoca, al ocurrir el siniestro.

A medida que la sociedad progresa, los riesgos aumentan y el deseo por un mejor estilo de vida o simplemente por una vida digna, libre de complicaciones económicas graves, se revela una época en la que ya no es extraño que hombres y mujeres por igual desde una edad temprana, busquen la obtención de recursos en el ámbito laboral, que satisfagan estas necesidades. Debido a estas circunstancias, el riesgo de perder tanto la salud como la vida también se ha incrementado, y la necesidad de prevenir el gasto que esto representa ha obligado a nuestra sociedad a desarrollar de manera próspera la actividad aseguradora en general.

Actualmente, el seguro de vida se ha ido perfeccionando tanto en su técnica como en la protección de riesgos, creando en los usuarios del seguro, mayor confianza de que la práctica del seguro por parte de las instituciones de seguros y los agentes de seguros se lleva a cabo de manera ética y sin descuidar los principios técnicos que los rigen, atendiendo siempre a los preceptos legales que lo regulan y basándose en las observaciones, estadísticas y cálculos de probabilidades, que con el paso de los años se han ido afinando.

132

Las estadísticas y principios actuariales que caracterizan a los seguros de vida, y también de otros ramos permiten conocer el número de siniestros que se han producido en determinado tiempo, dentro de un número específico de casos que se han analizado, y esto permite conocer una cifra media, que permite un cálculo de probabilidades más exacto, con la finalidad de determinar la posibilidad de ocurrencia de los siniestros.¹³³ Para que la actividad aseguradora se realice y desarrolle cumpliendo su función social y económica, es

¹³² **Gonzáles Barrón, Gunther H.** (2002) "*El contrato de seguro en el Perú*" Jurista Editores. Lima

¹³³ **Halperin, Isaac** (1966) "*Contrato de Seguro*". Ediciones Depalma. Buenos Aires. **JV Corredor de Seguros. "Historia del Seguro"**

necesario que las empresas que la realicen cumplan plenamente con los principios de una técnica moderna de seguro, es decir, una empresa científicamente organizada.

Una vez que se cumple con lo anterior el Seguro cumple la importante función de dar tranquilidad al asegurado, al momento de éste sentir que el riesgo ahora lo absorbe el asegurador. La práctica del Seguro también es un fenómeno que impacta la economía nacional de cualquier país, mediante la percepción de las primas existe mayor captación de recursos, los cuales es posible invertir creando así fuentes de producción, y a su vez implica un desarrollo económico.¹³⁴

Frente a un hecho como éste, el Estado tiene que intervenir para regular la actividad aseguradora, imponiendo líneas de conducta, y normas que la orienten, para obligar de esta manera a los empresarios aseguradores a llevar un riguroso control de calidad en su actividad por medio de una minuciosa contabilidad o aún más, determinando a través de autorizaciones la posibilidad de practicar el contrato de seguro.

La actividad aseguradora, representada por instituciones de seguros, también se personifica en sujetos a los que se reconoce como agentes de seguros quienes deben tener autorización específica para realizar la comercialización del seguro, y de igual manera se verán afectados por el control y supervisión que las diferentes leyes, reglamentos e instituciones han creado para su optimización y buen funcionamiento.

¹³⁴ **IMESFAC** “Postgrado En Venta De Seguro De Vida” Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas A.C. 1er. Módulo Vida Individual, Tomo 1

Para efectos del presente proyecto, es necesario establecer los requisitos, autorizaciones y preceptos legales que instituye el Estado, tanto a las empresas aseguradoras, como a los agentes de seguros que participan en ella, así como la forma en que se realiza dicha actividad y expondré tanto las fallas como los problemas y consecuencias que se suscitan al no realizarse como es debido, la comercialización del seguro de vida.¹³⁵

Como ya vimos, el marco Legal del Contrato de Seguro es muy amplio pero también tiene carácter particular, es por esto que uno de los atributos de la Actividad Aseguradora, es ser nominado debido a que cuenta con Legislación específica para regularla. Ahora bien, dentro de la actividad aseguradora y aunado a la necesidad de dar un servicio más completo, así como prestaciones y productos que otorguen a las empresas mas competitividad en el mercado, encontramos algunas deficiencias que afectan principalmente la imagen de la industria del seguro, así como la credibilidad en nuestro régimen legal, y justicia ciudadana.

Para aclarar el panorama según lo expuesto en el párrafo anterior, es importante mencionar que existen empresas que ofrecen servicios al público en general que no son Compañías de Seguros y recurren constantemente a otorgar beneficios adicionales incluidos en los costos del producto que ofrecen, entre estos complementos incluyen en muchas

¹³⁵ En adelante presentaré un análisis personal, tomando como fuente entrevistas con Asesores y Promotores de Seguros, así como consultas a los procedimientos de comercialización, que manejan algunas de las mas importantes compañías de seguros en México

ocasiones Seguros Adicionales.¹³⁶ Aunque existen muchos casos en los que se presenta esta situación, para efectos del presente proyecto tomaré como referencia específicamente la industria de telefonía, tanto celular como tradicional, y haré referencia a las empresas de telefonía Telcel, y Telmex.

Es fácil reconocer que el giro que caracteriza a estas dos empresas es de telefonía, en efecto, venden y promueven un servicio telefónico al público en general, es un servicio además accesible a todo individuo, y con el avance tecnológico, y empresarial que el mundo en general consume en la actualidad, este tipo de servicio se ha vuelto indispensable y básico en la vida cotidiana. Pero en un país como el nuestro, en donde la competencia por el mercado consumista es una lucha diaria, estas dos empresas, constantemente buscan otorgar el mayor número de servicios y productos que atraigan un público superior al que ya tienen.¹³⁷

Una forma de lograr este objetivo es haciendo más atractiva su infraestructura, mostrando una imagen más sofisticada, además invierten millonarias cantidades en la publicidad empresarial, y también incluyen la venta de productos que armonizan y combinan perfectamente con el servicio telefónico que proveen.

De tal suerte que no es extraño comprar, en las oficinas de Telmex, computadoras de mano, de escritorio, celulares, aparatos telefónicos de toda clase, o bien en los centros de distribución de celulares, no solo encontramos celulares que cumplen su función de

¹³⁶ Para efectos del presente proyecto nos referimos específicamente a Empresas de Telefonía, y objeto de estudio serán las denominadas Telmex y Telcel.

¹³⁷ Este comentario se deriva del Anexo 8 presentado al final de este proyecto

comunicación, sino que además, incluyen en algunos casos reproductores de música y computadoras tipo palm, un sin número de accesorios y posibilidades de esparcimiento que los hagan más atractivos. No solo incluyen productos tangibles como los mencionados en el párrafo anterior, sino que también ofrecen diversidad en servicios, entre ellos seguros adicionales, materia completamente ajena a las funciones y objetivos para los que fueron creadas.

Es aquí donde entra el tema del Seguro de Vida, que no tiene relación directa con el servicio de telefonía pero que por sus características de previsión e indemnización económicas, se puede relacionar fácilmente con cualquier consumo que el ser humano realice.¹³⁸

A diferencia de adicionar “buzones activados” dentro del servicio telefónico, incluir servicios de “mensajería instantánea”, o bien la venta de los productos antes mencionados, la comercialización de un seguro de vida como un plus de este servicio requiere de especial atención, que si bien es cierto como ya hemos mencionado, el sector asegurador cuenta con regulación y supervisión específica, también demanda aspectos técnicos imposibles de ignorar, tanto para la institución de seguros, como para el agente o apoderado encargado de realizar las gestiones de comercialización. Tal y como se explicó en el capítulo III de esta investigación.¹³⁹

¹³⁸ Anexo 9.- Se mencionan algunos de los seguros adicionales que existen, demás de los que son objeto de este estudio, y aunque no profundizaremos en este trabajo, acerca de dichos seguros, considero importante como referencia a los lectores de este trabajo de investigación, conozcan, otras empresas intermediarias de los seguros.

¹³⁹ “Marco Legal del Seguro” Capítulo III

La intermediación en sentido amplio, es el procedimiento conforme el cual se enlaza la circulación de satisfactores, entre productores y consumidores, el poner en contacto a dos o más partes para la celebración de un negocio, según definición del tratadista Rubén S. Stiglitz, al trasladar este concepto, a la actividad aseguradora, podemos decir entonces, que la intermediación de seguros es poner en contacto al asegurado con los productos del asegurador, a través de intermediario.

Para Garrigues, la producción de seguros, “es la actividad mercantil preparatoria de la formalización de contratos de seguros, entre personas físicas o jurídicas y entidades aseguradoras, autorizadas por el ministerio de Hacienda, así como la asistencia posterior al asegurado en los supuestos previstos en esta ley”.¹⁴⁰

En México, efectivamente el intermediario de seguros, amplía su campo de acción contractual, a la parte posterior de la celebración del contrato, ya que es versátil en su actividad debido a que no sólo coloca el seguro, sino que también da mantenimiento durante su permanencia y hasta se le da asesoramiento en caso de efectuarse un siniestro. Es por ello que la labor del intermediario de seguros es fundamental y puede llegar a ser determinante para la compañía aseguradora, y no únicamente por las ventas que realice el mismo, sino por el impacto de su actuación que genera a la compañía derechos y obligaciones frente al asegurado y terceros.¹⁴¹

¹⁴⁰ Garrigues, cita la definición de producción de seguros, contenida en la ley del 30 de diciembre de 1969, que hoy en día se encuentra vigente.

¹⁴¹ Revista Mexicana de Seguros y Fianzas “Tendencias de la Intermediación en el Siglo XXI. GEMA editores, 2002.

5.1 AUTORIZACION PARA INTERMEDIAR SEGUROS

Como ya se dijo antes, de conformidad con el artículo 23 de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas y de Seguros, para actuar como agentes o apoderados se requerirá de autorización de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, la que otorgará o negará discrecionalmente las autorizaciones; también, otorgará autorizaciones a los agentes personas morales o físicas que desarrollen sus actividades de intermediación con base en contratos mercantiles.¹⁴²

Independientemente de los requisitos y autorizaciones que exige la Ley para ser agente de seguros, y que mencionaremos más adelante, la práctica de esta actividad llevada a cabo sin apego a los principios que dieron origen al seguro, viciará el contrato además de afectar negativa y considerablemente los intereses del asegurado.

Si se presenta este supuesto, la ley contempla sanciones para aquellos a quienes les ha otorgado dicha autorización; sin embargo, como veremos más adelante en la práctica de comercialización de seguros adicionales, estas sanciones no son extensivas a quien las realiza. Para poder aclarar este punto, a continuación, veremos cuáles son los requisitos que deben cumplir una persona moral y una persona física para poder ser reconocidas legalmente como institución de seguros y agente de seguros respectivamente.

¹⁴² **Sánchez Flores, Octavio Guillermo de Jesús.** *“La Institución del seguro en México”* Editorial Porrúa, México, 2000

5.1.2 COMPAÑÍAS ASEGURADORAS

De acuerdo con lo que establece la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros en su artículo 1º...esta Ley tendrá como objeto regular la organización y el funcionamiento de las instituciones y sociedades mutualistas de seguros; las actividades y operaciones que las mismas podrán realizar; así como las de los agentes de seguros y demás personas relacionadas con la actividad aseguradora, en protección de los intereses del público usuario de los servicios correspondientes, y en caso de que existan leyes especiales entonces éstas serán las que rijan a dichas asociaciones.

La dependencia en quien recae, la interpretación aplicación y resolución de los preceptos de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros de acuerdo con el artículo 2º de la misma, será la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y también para apoyarse en el Banco de México, y en la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, cuando así lo crea conveniente.¹⁴³

Ahora bien, para poder tener autorización, el artículo 5º de la ley citada declara que, para organizarse y funcionar como institución o sociedad mutualista de seguros se requiere autorización del Gobierno Federal, que compete otorgar a la Secretaría de Hacienda y

¹⁴³ **ARTÍCULO 2o.-** La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, será el órgano competente para interpretar, aplicar y resolver para efectos administrativos lo relacionado con los preceptos de esta Ley y en general para todo cuanto se refiere a las instituciones y sociedades mutualistas de seguros. Para estos efectos, podrá solicitar cuando así lo estime conveniente la opinión de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, del Banco de México o de algún otro organismo o dependencia en razón de la naturaleza de los casos que lo ameriten. Competerá exclusivamente a la mencionada Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la adopción de todas las medidas relativas a la creación y al funcionamiento de las instituciones nacionales de seguros. En la aplicación de la presente Ley, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con la intervención, que en su caso, corresponda a la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, deberá procurar un desarrollo equilibrado del sistema asegurador, y una competencia sana entre las instituciones de seguros que lo integran.

Crédito Público”, y éste a su vez “por conducto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, podrá otorgar autorización para que las instituciones de seguros realicen operaciones de reafianzamiento, de conformidad con lo establecido por el artículo 6° de Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros”.¹⁴⁴

Para que una persona obtenga autorización para constituir una institución o sociedad mutualista de seguros, se sujetará a lo dispuesto en la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros y La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, oyendo la opinión de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, quien dictará las reglas de carácter general en las que se establecerá la forma y términos en que se deberá acreditar el cumplimiento de los requisitos para constituirse como Empresa de Seguros

El término Empresa de Seguros es sinónimo al de Entidad de Seguros, ya que la actividad aseguradora, en la práctica totalidad de los países, sólo puede ser llevada a cabo por personas jurídicas, y mediante alguna de las formas de Sociedad que reconocen como válidas las respectivas legislaciones.¹⁴⁵

La autorización para organizarse y funcionar como institución o sociedad mutualista de seguros será publicada en el Diario Oficial de la Federación, a costa de los interesados, así como las modificaciones a la misma. Los acuerdos de revocación se publicarán sin costo para la institución o sociedad mutualista de seguros correspondiente, de esto hace

¹⁴⁴ Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas y de Seguros

¹⁴⁵ **Guardiola Lozano, A.** “*Manual de Introducción al Seguro*” Instituto de ciencias del Seguro. Editorial MAPFRE S.A. “...en sentido amplio, define a la empresa de seguros como un conjunto de actividades de bienes patrimoniales y de relaciones de hecho y organizativas, necesarias para realizar la actividad económica orientada a la práctica del seguro”.

referencia el artículo 17 de la Ley antes citada. Como ya se describió, una empresa que se quiere registrar y ser reconocida como “Compañía de Seguros”, deberá cumplir con diversos requisitos, para lograrlo. De igual forma las empresas de Telefonía deberán cumplir sus propios requisitos solicitados por la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, que en su caso también otorga autorizaciones específicas para ofrecer los servicios de telefonía, pero no incluye autorizaciones para vender seguros de vida.¹⁴⁶

Sin embargo, de acuerdo con consultas realizadas a la comisión nacional de seguros y fianzas, empresas como Telmex son personas morales, que mediante un contrato mercantil, pueden recibir autorización para realizar contratos de seguro, esto según lo establecido en los artículos 23 y último párrafo del artículo 41 de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros. De esta manera, este tipo de empresas toman la condición de intermediarios de seguros.¹⁴⁷

La intermediación de seguros, requiere de personal que tenga contacto directo con el usuario del servicio, esto tiene la finalidad de poder dar al cliente una clara idea de en que consiste el contrato de seguro, es la función primordial del agente de seguros, quien está debidamente contratado por una compañía de seguros para comercializar los productos que maneja dicha empresa.

¹⁴⁶ La autorización que les corresponde, así como la vigilancia y supervisión a que serán sometidas, dependerá de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes

¹⁴⁷ Anexo 4 “TELMEX ofrece productos de seguros a través de diversas instancias, gracias a que la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros (LGISMS) en su artículo 41 lo permite, asimismo, la esta Comisión solicita que la persona moral que venda los seguros de una Institución Aseguradora celebren un contrato mercantil que sea sometido para la autorización de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas”.

El caso de las empresas de Telefonía no es la excepción, es decir, también necesitan personas que vendan el seguro de manera directa a su cartera de clientes; sin embargo, los requisitos que cumplen para este efecto, no están estrechamente vinculados al ramo de seguros y lo mismo toca a la capacitación que para este efecto se requiere. En una consulta con la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, ésta expresó “*La responsabilidad de la empresa que intermedia el seguro sólo consiste en ofrecer información explicativa (folletos, publicidad, etc.) y de enterar las primas a la aseguradora que hayan sido cobradas a través de la primera*”.¹⁴⁸

El artículo 23 de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas y de Seguros describe a los agentes de seguros, como, personas físicas o morales que intervienen en la contratación de seguros mediante el intercambio de propuestas y aceptaciones, y en el asesoramiento para celebrar dicho contrato, así como para conservarlo o modificarlo, según la mejor conveniencia de quien contrata el seguro.

4.1.2 AGENTES DE SEGUROS

El Agente de Seguros es quien media la celebración de un contrato de seguro. Es el encargado permanente del asegurador en la celebración del contrato, representando tanto al asegurado como al asegurador en una relación jurídica, que tiene origen en el momento en que el asegurador le autoriza para ejecutar entre otras, las gestiones de información,

¹⁴⁸ Consulta realizada vía Internet con la Comisión Nacional de seguros y Fianzas. *Anexo 4*

creación del contrato de seguro, entrega de la póliza y cobro de las primas.¹⁴⁹ En el caso de las personas físicas que desean realizar la actividad de agente de seguros, sólo podrán hacerlo mediante vínculo directo con una empresa aseguradora, creado, por medio de un contrato laboral, y que se dediquen exclusivamente a esta actividad, además la autorización tiene carácter de intransferible, y puede darse para ejercer contratos de seguro en diferentes ramos, y cubrir al mismo tiempo varias necesidades de protección al consumidor.

Es muy importante saber que las actividades que realizan los agentes de seguros además, estarán sujetas a lo dispuesto por la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros, así como del reglamento de Agentes de Seguros y a las orientaciones de política que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público señala al respecto en materia aseguradora, mediante reglas de carácter general.

Deberán proporcionar suficiente información, de manera amplia y detallada a la persona que pretende contratar un seguro, para que conozca perfectamente el alcance de la cobertura, así como de la forma de conservar la póliza, o bien de darla por terminada, por ningún motivo podrán ejercer coacción, para la contratación de seguros, así lo establece el artículo 24° de la Ley General de Instituciones Mutualistas de Seguros.¹⁵⁰

¹⁴⁹ **Guardiola Lozano, A.** “*Manual de Introducción al Seguro*” Instituto de ciencias del Seguro. Editorial MAPFRE S.A. “...en sentido amplio, define a la empresa de seguros como un conjunto de actividades de bienes patrimoniales y de relaciones de hecho y organizativas, necesarias para realizar la actividad económica orientada a la práctica del seguro”.

¹⁵⁰ **Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros.** Artículo 24° “*Los agentes de seguros no podrán intervenir en la contratación de los seguros que determine el Reglamento respectivo, cuando su intervención pueda implicar situaciones de coacción o falta a las prácticas profesionales generalmente aceptadas en el desarrollo de la actividad. Los agentes de seguros no proporcionarán datos falsos de las instituciones de seguros, ni detrimentos o adversos en cualquier forma para las mismas*”

Para poder proporcionar al cliente un servicio veraz y de calidad, toda la información que el agente de seguros manifieste al contratante del seguro, deberá apegarse a la que le proporcione la institución de seguros para la que trabaja, tales como tarifas, pólizas, endosos, planes de seguros y demás circunstancias técnicas utilizadas por las diferentes instituciones de seguros, y de manera recíproca tendrá la obligación de dar a la compañía aseguradora para la cual trabaja, toda la información necesaria, y auténtica que le permita evaluar el riesgo, y pueda formar juicio sobre todas las características y fijar conforme a las normas respectivas, las condiciones y primas adecuadas al plan de seguro ofertado.

La legislación busca proteger a los usuarios de este importante servicio financiero, por lo que establece a los agentes de seguros sujetarse a cualquier medio de inspección que la misma Comisión Nacional de Seguros y Fianzas ejerza, para lo que se apoya en el artículo 107 de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros.

De igual forma, la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas exigirá mediante disposiciones de carácter general, toda la información que requiera para determinar problemas que requieran la adopción de medidas de carácter preventivo; se podrán establecer el uso de equipos electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, sistemas automatizados de procesamiento de datos y redes de telecomunicaciones, ya sean privados o públicos, señalando las bases para determinar los medios de identificación del usuario y

las responsabilidades correspondientes a su uso.¹⁵¹

Como ya vimos, los agentes de seguros y las instituciones aseguradoras, deberán, para un mejor ejercicio de su actividad, reunir con varios requisitos legales y técnicos, también con el objetivo de garantizar a los clientes que la asesoría con la que cuentan se ha proporcionado por aquellos a quien el Estado considera debidamente capacitados y acreditados para hacerlo.

4.2 DE LA INTERMEDIACION DEL SEGURO

EL Reglamento de agentes de Seguros, establece claramente cuales son las obligaciones del agente, al realizar la contratación de seguro, y en el caso de los que venden el seguro en representación de las empresas de telefonía no existe tal aseveración, por no considerarse agentes de seguros autorizados por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas para ejercer como tal. Las compañías de seguros han creado sistemas cada vez mas

¹⁵¹ **ARTÍCULO 107.-** Las instituciones de seguros, sociedades mutualistas de seguros y demás personas que en los términos de esta Ley, estén sujetas a la inspección y vigilancia de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, deberán rendir a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público así como a la propia Comisión, en la forma y términos que al efecto establezcan, los informes y pruebas que sobre su organización, operaciones, contabilidad, inversiones o patrimonio les soliciten para fines de regulación, supervisión, control, inspección, vigilancia, estadística y demás funciones que conforme a esta Ley u otras disposiciones legales y administrativas les corresponda ejercer. La Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, mediante disposiciones de carácter general, determinará la información que sobre sus operaciones deberán proporcionarle las instituciones de seguros, a fin de realizar funciones de vigilancia prospectiva que permitan identificar problemas que requieran la adopción de medidas de carácter preventivo. Las disposiciones generales previstas en este artículo podrán establecer el uso de equipos, medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología, sistemas automatizados de procesamiento de datos y redes de telecomunicaciones, ya sean privados o públicos, señalando las bases para determinar los medios de identificación del usuario y las responsabilidades correspondientes a su uso. El uso de los medios de identificación que se establezcan conforme a lo previsto por este artículo, en sustitución de la firma autógrafa, producirá los mismos efectos que las Leyes otorgan a los documentos correspondientes y, en consecuencia, tendrán el mismo valor probatorio.

sofisticados y especializados para lograr cumplir con los objetivos que la ley establece para el mejor ejercicio de la actividad aseguradora.¹⁵²

Existen grandes diferencias en la forma en que un agente de seguros que esta debidamente registrado y autorizado por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, hace los contratos de seguros, y la manera en la que lo hacen los vendedores que trabajan para las empresas intermediarias, de las que trata esta investigación.

Para demostrar el punto anterior, a continuación presentaré un sistema de comercialización, el cual ha sido diseñado para proteger a los clientes a través de un método confiable, que representa la parte fundamental de una compañía aseguradora, y también la forma en que se realiza la venta en representación de las empresas de Telefonía.

4.2.1 AGENTES DE SEGUROS

El siguiente procedimiento para intermediar el contrato de seguro, se desprende de una entrevista realizada a un Asesor Profesional de Seguros. Es un sistema denominado “Comercialización por Asesoría”, el cual consta de cuatro grandes procesos.¹⁵³

¹⁵² Revista Mexicana de Seguros, fianzas y finanzas. “*Tendencias de la Intermediación en el Siglo XXI*” Gema Editores. Texto íntegro que representó a México en el Congreso Iberoamericano de derecho de Seguros, realizado del 7 al 10 de noviembre de 2001 en la ciudad de Rosario, Argentina. Por el Lic. Lucio Jiménez Ramos, presidente del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho de los Seguros y Fianzas, A.C. URL http://www.elasegurador.com.mx/dsp_pag2.cfm?cla_porta1=2619

¹⁵³ Entrevista Realizada a un agente de seguros, de la compañía de “Seguros Monterrey New York Life”, por la tesisista. En esta entrevista el agente me proporcionó un manual de capacitación, el cual sirvió para complementar y sustentar los resultados de la entrevista.

El primer paso de este sistema se refiere al *Proceso de Relación*, donde se debe realizar la prospección de clientes y la obtención de citas. A este, le sigue el *Proceso de Descubrimiento* donde se logra, a través de la recolección de información, detectar las necesidades reales del cliente (prospecto) para ofrecer un portafolio de servicios adecuados a sus necesidades.

Hecho lo anterior, el agente de seguros puede iniciar el *Proceso de Asesoría*, en el que a través de las etapas de diseño y presentación de la solución, induce a la compra logrando así posicionarse en la etapa de cierre de la venta. Sin embargo, el ciclo de la venta no termina ahí, pues a partir de ese momento requiere del Proceso de Soporte, que consiste en la entrega de la póliza y en otorgar al cliente un servicio post-venta.

Este modelo de Comercialización, es un sistema de ventas que convierte al vendedor en un asesor que puede realizar, conjuntamente con el cliente, el análisis y diagnóstico de las necesidades y problemas de éste y le propone la mejor, logrando una venta basada en la confianza, y que establece efectivamente las bases de una relación de negocios perdurable y mutuamente beneficiosa. Es un modelo de trabajo para el Agente de Seguros, y tiene los siguientes objetivos:

- Desarrollar en el agente hábitos, conocimientos y habilidades que le permitan consolidarse como un Agente Profesional
- Dominar un sistema que le permita atraer y retener clientes, bajo un concepto de solución a la medida de las necesidades de los clientes.

PROCESO DE RELACIÓN.- este proceso tiene el objetivo de generar confianza en el cliente, en el que el asesor deberá identificar a sus compradores potenciales, mediante un acercamiento que generalmente es vía telefónica, no es una entrevista de ventas, sino únicamente la oportunidad de establecer comunicación con el prospecto o candidato a cliente con el sólo objetivo de obtener una entrevista personal.¹⁵⁴

PROCESO DE DESCUBRIMIENTO.- En esta etapa, el agente de seguros será capaz de construir un puente profesional de confianza entre él y su prospecto que establezca un ambiente propicio para la venta. Para lo cual deberá hacer una presentación efectiva de él mismo y de la compañía para la que trabaja, logrando establecer un vínculo de confianza con el prospecto. Deberá obtener información relevante que le sirva para elaborar una propuesta de seguros adecuada a las necesidades del candidato. Y por último, deberá lograr el compromiso de una segunda entrevista, para poder llegar al siguiente proceso de venta.¹⁵⁵

PROCESO DE ASESORÍA.- El objetivo de este proceso es analizar el perfil del Prospecto a fin de calificar la situación del candidato en base a sus necesidades específicas, es decir, podrá definir el perfil del prospecto, determinando las necesidades y priorizándolas, así como definir las opciones y la inclusión de los beneficios que deberá ofrecerle.¹⁵⁶

¹⁵⁴ Centro de Capacitación “Comercialización Por Asesoría” Escuela Fundamental Seguros Monterrey New York Life. Pg 15

¹⁵⁵ Centro de Capacitación “Comercialización Por Asesoría” Escuela Fundamental Seguros Monterrey New York Life. Pg 45

¹⁵⁶ Ibidem pg. 53

El resultado será, que el agente de seguros sabrá elegir y prepara un diagnóstico de calidad y una propuesta de solución adecuada a las necesidades de su prospecto, y lo prepara para presentar la oferta de seguro y cerrar la venta del mismo.

PROCESO DE SOPORTE.- El objetivo de este proceso es realizar la entrega de la póliza, reforzar la venta y establecer con el cliente un plan de servicio continuo; además, el agente de seguros demostrará a su nuevo cliente el compromiso de brindarle un servicio continuo que lo lleve a establecer con él mismo una relación sólida, sostenible y perdurable.¹⁵⁷

4.2.2 OTROS INTERMEDIARIOS

Ahora bien, para entrar en materia de estudio, a continuación mencionaré el proceso de la venta que utilizan las empresas de telefonía Telmex y Telcel para la contratación del Seguro:¹⁵⁸

El oferente, cuenta con una base de datos que corresponde a los usuarios del servicio que prestan, es decir, a sus mismos clientes. El primer contacto, básicamente el único contacto que tiene con el prospecto a asegurar, consiste en una llamada telefónica, para el caso de Telmex. En el caso de Telcel, al momento de contratar un plan tarifario, directamente en el centro de atención que corresponda.

¹⁵⁷ Ibidem pg 107

¹⁵⁸ Se anexan al final de este trabajo los casos prácticos de los que se desprende, este procedimiento el cual es un análisis de observación personal basado en las entrevistas e investigación realizadas.

En esta entrevista, la persona que realiza la llamada telefónica, se presenta como empleado de Telmex, diciendo su nombre y apellido, continúa preguntando el nombre de la persona con la que esta hablando, y si ésta ya conoce los servicios adicionales que otorga la empresa en atención a sus clientes.

A continuación se procede a hablar brevemente de la posibilidad de contar con un seguro de vida muy económico que se cargará directamente al recibo telefónico, y que proporciona ventajas para el cliente, entre ellas, las de garantizar una suma de dinero en caso de fallecimiento, así como indemnización en caso de accidentes.

Para este momento de la conversación, el oferente procura mencionar las ventajas más atractivas del seguro, minimizando toda la información con el argumento de un “bajo costo”, buscando con esto que el contratante reconozca que sí es una buena opción, pues suena atractivo; sin embargo, el cliente que recibe la llamada, no se da cuenta que al mencionar frases como; ¡suena interesante!, ¡sería una buena opción!, o ¡Sí me gustaría, voy a comentarlo con mi esposo! o esposa, según sea el caso, automáticamente está aceptando la propuesta, y las condiciones de una póliza de seguro que en la mayoría de los casos, ni siquiera sabe que compañía es la que lo está asegurando.

Lo anterior se presenta de manera común ya que estas empresas de servicio telefónico, y muchas otras en el mercado, respaldan la contratación de los seguros en el artículo 21 de la Ley Sobre el Contrato de Seguro, en su fracción I que dice al texto, el contrato de Seguro “se perfecciona desde el momento en que el proponente tuviere

conocimiento de la aceptación de la oferta...”¹⁵⁹En el caso de Telcel sí se realiza una entrevista personal, que no es específicamente para explicar el seguro de vida, sino para explicar en que consiste el plan de renta mensual que se contrata y hacer mención de los servicios que incluye la contratación.

En este caso la manera en que el seguro de vida se plantea, es generando la idea de que ya está incluido en el paquete mensual, y se felicita al comprador porque además cuenta con un seguro de vida, y en algunos caso le explican que si quiere tener la póliza, se le enviará posteriormente, o bien puede revisar las condiciones generales de la misma en el sitio web de Internet y si tiene suerte, en el mejor de los casos, le darán unas condiciones generales, para que posteriormente las lea.

En ambos casos, el consentimiento es verbal completamente, no existe un cuestionario de análisis de situación financiera ni de asegurabilidad, tampoco se llena una solicitud, ni se asienta la firma del contratante para confirmar la aceptación, no hay una evaluación de riesgo, debido a que no hay una solicitud que lo respalde; y por último, la póliza se envía con posterioridad, no se realiza una entrega personalizada, ni se explican los alcances de las coberturas y mucho menos el formato legal que la compone.

Tampoco se da a conocer al cliente las restricciones para ser sujeto asegurable, y como no se llena una solicitud para el seguro, nunca existe entre el cliente del seguro y la empresa aseguradora información suficiente para emitir la póliza de seguro; esta situación también deja en claro que el cliente no sabe como puede hacer efectivo el seguro de vida, y

¹⁵⁹ Ley Sobre el Contrato de Seguro. Texto Vigente

ante quien lo puede reclamar.¹⁶⁰

En el caso de Telmex, ni siquiera se pide al cliente que proporcione el nombre de quienes serán los beneficiarios del seguro. En el caso de Telcel sí ocurre que se nombran beneficiarios, y el seguro se tiene por aceptado. Sin embargo, aunque se maneja de manera más formal la venta, tampoco hay una solicitud que respalde información suficiente para emitir una póliza de Seguro. Lo que sigue es el cargo de la prima del seguro en el recibo mensual del cliente, que si bien es cierto el costo es de los mas bajos del mercado, en varias ocasiones el cliente ni siquiera esta convencido, o peor aún enterado de que está asegurado.

El telemarketing, en el caso de compañías aseguradoras, se origina en los servicios de atención telefónica al cliente, funciona mediante un “centro telefónico” de la empresa al que llaman directamente los asegurados; también de dicho centro telefónico se realizan llamadas a posibles clientes para contratar seguros o concertar entrevistas encaminadas a la contratación. Evidentemente, la acción va dirigida a los seguros en masa.¹⁶¹ Por todo lo anterior es fácil deducir que la intermediación en estos momentos se encuentra diversificada por el uso de nuevos medios de colocación del contrato de seguro. Sin embargo, el agente tradicional sigue representando para la empresa y el asegurado un invaluable elemento para el logro de sus objetivos.

¹⁶⁰ Ver Anexo 4. “Consulta con la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas”

¹⁶¹ Revista Mexicana de Seguros, fianzas y finanzas. “*Tendencias de la Intermediación en el Siglo XXI*” Gema Editores. Texto íntegro que representó a México en el Congreso Iberoamericano de derecho de Seguros, realizado del 7 al 10 de noviembre de 2001 en la ciudad de Rosario, Argentina. Por el Lic. Lucio Jiménez Ramos, presidente del Capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho de los Seguros y Fianzas, A.C. URL http://www.elasegurador.com.mx/dsp_pag2.cfm?cla_porta1=2619