



CONSEJO DE AUTORREGULACIÓN
DE LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS

RESOLUCIÓN 2/2016

El Consejo, en uso de la atribución que le confiere el artículo 46 del Código de Autorregulación, con el objeto de promover la transparencia y la debida información a los clientes de las compañías de seguros y considerando especialmente:

1. Que este Consejo ha analizado en sus últimas sesiones las pólizas de seguro que contienen diferentes modalidades de devolución de primas pagadas por los clientes, así como la forma en que son presentadas y publicitadas.
2. Que con el objeto de conocer en profundidad el contenido y alcances de estas materias, solicitó a todas las compañías adherentes que informaran si tenían emitidas y ofrecían actualmente al público pólizas que contuvieran algún tipo de devolución de primas, así como el detalle de las cláusulas que lo estipularan y la información que se entregaba a los clientes.
3. Que con el mismo fin invitó a exponer a representantes de las compañías de seguros, asistiendo cuatro gerentes generales, quienes entregaron antecedentes y analizaron los alcances de las diversas características que presentan estas cláusulas.
4. Que de acuerdo a lo señalado en el número 4.3. del Compendio de Buenas Prácticas Corporativas y de Mercado de las Compañías de Seguros, “la publicidad que realicen las compañías de seguros deberá siempre respetar la naturaleza del contrato de seguros”, disponiendo además el mismo artículo que “no podrá realizarse ningún tipo de publicidad que pueda confundir o inducir a error respecto de la naturaleza, características o efectos del contrato de seguros.”

5. Que cuando este tipo de cláusulas contemplan beneficios para el cliente en relación con su permanencia, representan una forma eficaz de fidelización y de traspasar todo o parte del ahorro de costos efectivos que significa su continuidad en la compañía. A su vez, cuando los beneficios son por la baja siniestralidad, se trata de un medio idóneo para incentivar al asegurado a adoptar una conducta prudente y desalentar el llamado “riesgo moral”. Son en ambos casos opciones contractuales no sólo legítimas, sino convenientes a los intereses del asegurado y de la compañía, que se fundamentan en los menores costos que genera un determinado comportamiento del asegurado.

6. Que, por el contrario, cuando este tipo de cláusulas incluye la expresión “devolución de primas” u otra semejante, cabe hacer las siguientes prevenciones:

1) La utilización del concepto “devolución” puede resultar perjudicial para la buena comprensión de la naturaleza del contrato de seguro por parte de los asegurados, dado que en el lenguaje común se emplea dicho concepto para identificar la restitución de aquel pago o entrega de un bien que no ha tenido justificación o causa. Así, por ejemplo, se alude a la “devolución de las cotizaciones realizadas en exceso” en materia previsional, o a la “devolución de impuestos” en materia tributaria.

2) En el caso del contrato de seguro, la prima representa el pago de un servicio que le presta la compañía al cliente y que, de acuerdo al artículo 512 del Código de Comercio, consiste en asumir uno o más riesgos del asegurado. Dicho artículo señala que “por el contrato de seguro se transfieren al asegurador uno o más riesgos a cambio del pago de una prima, quedando éste obligado a indemnizar el daño que sufiere el asegurado, o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones pactadas”. Por consiguiente, cuando no ocurre un siniestro, el contrato produce plenamente sus efectos, porque la compañía ha asumido los riesgos y el cliente se ha visto liberado de eventuales consecuencias de un siniestro.

3) El uso del término “devolución de primas”, particularmente cuando se relaciona con la ausencia de siniestralidad por un cierto lapso, es inductivo a confusión a los clientes respecto del alcance del contrato, porque daría la impresión que, al no existir siniestros, no habría justificación para el cobro del todo o parte de las primas. Diferente es

el caso en que se establece un beneficio para el cliente que ha permanecido en la compañía por un plazo mínimo, o cuando se le premia por la baja siniestralidad, ya que en ambas situaciones se trata de incentivos usuales en este tipo de contratos y que aluden a comportamientos positivos del cliente que se busca estimular.

4) Por las razones señaladas, resulta aconsejable suprimir la utilización del término “devolución de primas” en las cláusulas que buscan incentivar la permanencia de los clientes en la compañía o premiar la baja siniestralidad durante un cierto plazo, debiendo éstas quedar redactadas de manera que sea inequívoco que se trata de un contrato que ha producido efecto y que las primas pagadas corresponden a desembolsos plenamente justificados por ese motivo.

7. Que del examen de la información remitida a este Consejo, también se desprende la necesidad de establecer con claridad los beneficios que se estipulan en relación con la permanencia de los clientes o con su baja siniestralidad. Al respecto cabe señalar:

1) En algunas pólizas de seguros asociadas a servicios, tales como asistencia al hogar o cobertura de gastos médicos, por ejemplo, el beneficio consistente en la entrega de un incentivo relacionado o no con el monto de las primas efectivamente pagadas, está sujeto a un conjunto copulativo de condiciones, tales como la no siniestralidad por un determinado lapso, la permanencia ininterrumpida en la compañía por dicho período y el pago puntual de todas las primas.

2) Atendida la naturaleza de los riesgos asegurados y la complejidad de los requisitos para la obtención del beneficio, es necesario que se explique con claridad el alcance de cada uno de estos requisitos y que deban cumplirse copulativamente, para que el cliente comprenda a cabalidad la probabilidad de obtención del beneficio prometido.

Ha resuelto:

1° Las pólizas de seguros que contengan cláusulas que establecen beneficios o premios en relación a la permanencia del asegurado en la compañía o a la ausencia de siniestralidad por un determinado lapso, u otras de naturaleza semejante, que se expresan en el pago de un cierto monto, relacionado o no con las primas ya

pagadas, deberán identificar dichos beneficios como tales y suprimir cualquier alusión al concepto de “devolución de primas” u otros similares.

- 2º Las cláusulas que contemplen la entrega de los beneficios a que se refiere el número anterior, deberán establecer en forma clara y transparente los requisitos que debe cumplir el asegurado para obtenerlos, en términos que pueda formarse una idea cabal de la probabilidad de acceder a ellos.
- 3º Las compañías deberán adoptar las medidas necesarias para que la publicidad que efectúen, tanto ellas como sus intermediarios, cumpla con los criterios señalados en los dos números anteriores.
- 4º Esta resolución tendrá vigencia desde el 1º de enero de 2017.

Santiago, julio de 2016.