



## **DICTAMEN: LOS MICROSEGUROS, SEGUROS INCLUSIVOS, MASIVOS Y LOS CANALES ALTERNATIVOS**

### **I. INTRODUCCIÓN**

La Superintendencia de la Actividad Aseguradora en aras de fortalecer la continua formación para el crecimiento, capacitación y actualización del sector asegurador, procede a dictaminar teniendo como objetivo analizar y estructurar los aspectos fundamentales relacionados con los microseguros, seguros inclusivos, seguros masivos y los canales alternativos de comercialización en el sector asegurador, con especial énfasis en el marco regulatorio venezolano establecido en la Ley de la Actividad Aseguradora (2023) y las Normas Prudenciales correspondientes.

En un contexto donde la inclusión financiera y la protección de poblaciones vulnerables son prioritarias, se examina la importancia de estos instrumentos como mecanismos para reducir la brecha de protección aseguradora, facilitar el acceso a coberturas básicas y promover la estabilidad económica y social. Asimismo, se estudian experiencias internacionales exitosas —como las de India, Brasil, China y Bolivia— que ilustran cómo la innovación en productos, la tecnología y los modelos de distribución alternativos han permitido ampliar la cobertura a segmentos tradicionalmente excluidos.

Finalmente, se desarrollan los requisitos, recaudos, prohibiciones y mecanismos de control aplicables a los canales alternativos en Venezuela, con el fin de garantizar transparencia, seguridad jurídica y protección al consumidor, sin comprometer la viabilidad y accesibilidad de estos productos.

### **II. IMPORTANCIA DE ESTAR ASEGURADOS**

La existencia del riesgo, junto con la reparación de las consecuencias de los daños que su ocurrencia pueda producir, es el elemento básico que da razón al seguro. La incertidumbre es una realidad palpable, por lo que contar con protección económica es fundamental, especialmente, para las personas que están emprendiendo, de zonas populares o de bajos recursos, quienes son más vulnerables ante determinados imprevistos como lo son: enfermedades, accidentes o desastres naturales, por lo tanto, el acceso a seguros en la forma de microseguros, puede marcar la diferencia entre tener un respaldo que garantice una vida digna durante un determinado período, recuperación económica o, al menos, no caer en situaciones de atraso o quiebra.



Los seguros ofrecen una protección esencial frente a riesgos como enfermedades graves, accidentes, desastres naturales o pérdida de ingresos. En ausencia de un seguro, sin ahorros e inversiones, las personas se verían obligadas a vender bienes esenciales, endeudarse o renunciar a tratamientos médicos. Además, la estabilidad que brinda un seguro permite a las personas planificar a largo plazo, invertir en educación, emprendimientos o en vivienda sin el temor constante a los imprevistos.

Las personas con recursos limitados o emprendedores sin un seguro que mitigue los daños producidos por un siniestro, pueden estar sometidos a una gran cantidad de problemas, *verbi gratia*, pérdida de hogares, de plantas, equipos e inventarios, entre otras, de difícil o imposible recuperación; impago de deudas; dificultad para hacer frente a los gastos en los hogares y empresas; pérdidas irreparables de cosechas, así como un sinnúmero de situaciones que pueden advertirse en la vida diaria. En escenarios como los planteados la necesidad de un seguro se convierte en una herramienta urgente frente a la incertidumbre como constante.

En virtud de ello, un seguro, ya sea de salud, de vida, de desempleo, contra desastres, de accidentes personales, funerario, de responsabilidad civil, no solo ofrece un sosiego económico, también la posibilidad de no tener que iniciar desde cero o, peor aún, quedar en estado de fallido o en situación de pobreza extrema. Tener un seguro permite asumir el futuro con mayor confianza.

Un aspecto que cobra gran importancia en economías emergentes es que la masificación de los seguros tiene un impacto positivo a nivel macroeconómico, toda vez que reduce la carga sobre los sistemas públicos asistenciales de salud, promueve la formalización de la economía y fomenta una cultura de prevención y ahorro. En Venezuela, los microseguros, seguros masivos y seguros inclusivos, en el marco de las microfinanzas, ofrecen importantes ejemplos de cómo estos productos pueden adaptarse o amalgamarse para que resulten asequibles, accesibles y relevantes para un importante segmento de la población, demostrando que la protección financiera no es un lujo, sino una necesidad básica.

Invertir en seguros, además de coadyuvar con el pilar de la justicia social, es una estrategia inteligente para construir sociedades más robustas, equitativas y prósperas. Por lo tanto, fomentar seguros accesibles y adaptados a las realidades de las poblaciones vulnerables debe ser una prioridad en cualquier estrategia de desarrollo económico sostenible.

### III. CONCEPTO DE SEGURO

Ahora bien, se ha señalado la importancia de estar asegurado, pero, debemos preguntarnos: ¿Qué es un seguro? El Seguro es la manifestación técnica y organizada de las iniciativas socio-económicas de compensación de riesgos. El



contrato de seguro<sup>1</sup>, a grandes rasgos, es un acuerdo legalmente vinculante entre una empresa de seguros (el asegurador) y una persona (el tomador o asegurado), mediante el cual el primero se compromete a indemnizar o a pagar una suma de dinero en caso de que ocurra un evento futuro e incierto (el siniestro) que cause un perjuicio o pérdida, a cambio del pago de una prima por parte del tomador. La función principal de una empresa aseguradora es tomar sobre sí los riesgos inciertos y futuros de sus asegurados, a cambio del pago de una prima. En ese sentido, con la contratación de un seguro se transfiere el riesgo de sufrir una pérdida económica, v.g. un accidente en contra de un automóvil, un incendio de una casa o establecimiento comercial, una enfermedad desde el asegurado hacia la compañía aseguradora. Por lo tanto, si el evento cubierto (el siniestro) se verifica, la aseguradora será la responsable de indemnizar o de pagar la suma acordada, de acuerdo con las condiciones de la póliza.

#### IV. TIPOS DE SEGUROS SEGÚN SU COMERCIALIZACIÓN

La flexibilización y la adaptación son los nuevos pilares sobre los cuales se ha erigido la actividad aseguradora. La evolución pasa por el adaptarse a las necesidades de distintos segmentos de la población. El progreso se refleja en la forma cómo se comercializan y en los diferentes seguros que se ofrecen, entre los que destacan: los seguros tradicionales, los microseguros, los seguros masivos y, en Venezuela, se incorporan los seguros inclusivos, cada uno con características particulares que responden a contextos sociales y económicos diversos.

Los seguros tradicionales se comercializan principalmente a través de agentes exclusivos, corredores, sociedades de corretaje y de forma directa por la propia empresa de seguros; de igual manera, están diseñados para cubrir riesgos específicos con pólizas detalladas. Este tipo de seguro suele requerir de un análisis exhaustivo del riesgo, documentación detallada y pormenorizada. Aun cuando son tradicionales o convencionales, no suelen estar al acceso de todos, no porque exista una discriminación de facto, sino porque, aunque ofrecen una cobertura robusta, su acceso está limitado por factores como el costo y la complejidad del proceso de contratación.

---

<sup>1</sup> El contrato de medicina prepagada, cuyas características se compadecen con el contrato de seguros, es un convenio en el cual se establecen claramente desde el inicio las obligaciones para ambas partes; para la empresa se establece una obligación de hacer, frente al contratante, que consiste en garantizar la prestación del servicio médico u hospitalario (ya sea por profesionales a su servicio, o mediante convenios con los profesionales de la medicina y/o centros hospitalarios), y para el contratante o afiliado, se trata de una obligación de dar, cuyo contenido es el pago periódico de una cierta cantidad de dinero como prestación adelantada del servicio que será prestado en el futuro por la empresa de medicina prepagada. *Vid.* Corte Segundo de lo Contencioso Administrativo, sentencia 2010-2016, del 21 de julio de 2010, caso: *Sanitas de Venezuela C.A contra Consejo Directivo del Instituto para la Defensa y Educación del Consumidor y del Usuario (INDECU), hoy Instituto para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios*



A criterio de Grando, los seguros convencionales o tradicionales se caracterizan por: *i)* una mayor complejidad; *ii)* una cartera de clientes, mayoritariamente a empresas y personas, “(...) las cuales en su mayoría cuentan con una educación formal mediana-alta y conocimientos avanzados sobre instrumentos financieros”; *iii)* la distribución se realiza a través de intermediarios (agentes exclusivos, corredores o brokers); *iv)* la oferta incluye amplia asesoría e información, bien como está presente al acompañamiento en todos los procesos; *v)* las pólizas son de montos altos<sup>2</sup>.

En contraste, los microseguros surgen como una respuesta a la necesidad de inclusión financiera de población desprotegida y, por lo general, de bajos ingresos económicos. Se caracterizan por primas bajas, coberturas limitadas y procesos simplificados de contratación. Su comercialización se realiza a través de organizaciones comunitarias, kioscos, ONGs, plataformas digitales, lo que permite llegar a zonas rurales o sectores informales. Aunque su cobertura por lo general está limitada, los microseguros representan una herramienta indispensable para aquel sector de la población más necesitado.

En ese sentido, un microseguro es un producto de seguro de bajo costo y cobertura limitada, diseñado, en principio, sin que resulte un apotegma, para personas de bajos ingresos que, tradicionalmente, no tienen acceso a los seguros convencionales. Su naturaleza y objetivo, en aquellos países en los que han tenido éxito, es ofrecer protección financiera contra riesgos comunes, como pueden serlo enfermedades, accidentes, desastres naturales o la muerte, a segmentos de la población que viven con recursos económicos escasos y que, por lo tanto, son más vulnerables a las crisis económicas causadas por estos eventos<sup>3</sup>.

Las características principales de los microseguros son: *i)* Bajo costo. Las primas son asequibles para aquellos segmentos de la población que no puedan optar a seguros convencionales; *ii)* Productos sencillos, con coberturas simples y limitadas. Ofrecen protección contra riesgos específicos y bien definidos, evitando complejidades en las pólizas; *iii)* Procesos sencillos. El éxito de estos productos radica en sus ágiles y rápidos procesos de suscripción, reclamación y pagos de indemnizaciones; *iv)* Uso e implementación de canales de distribución o alternos innovadores. El uso de estos

<sup>2</sup> Grando, Beatriz. *Canales Alternos en la Distribución de Productos y Servicios de Microseguros y Seguros Masivos: Experiencias y Mejores Prácticas*. Cámara de Aseguradores de Venezuela, Caracas, 2025, p. 37.

<sup>3</sup> El microseguro es la protección de las personas de bajos ingresos contra riesgos específicos a cambio de pagos regulares de prima proporcionales a la posibilidad y costo del riesgo envuelto. Esta definición es básicamente la misma que podría utilizarse para el seguro tradicional, excepto por el mercado claramente establecido que quiere atender: personas de bajos ingresos Consultoría Actuarial. ¿Qué es un Microseguro? Disponible en: [¿Qué es un Microseguro? - Consultoría Actuarial](#)



canales, distintos a los tradicionales permite una penetración del producto con mayor escalabilidad.

En el mismo orden de ideas, los microseguros deberían construirse considerando las necesidades de los usuarios “(...) en cuanto a monto de las primas y coberturas, productos de muy bajo costo, representando una pequeña proporción de los ingresos individuales o del grupo familiar -adecuados al monto o valor en riesgo, con pagos pequeños, frecuentes o fraccionados, algunos estacionales; las pólizas deben presentarse en lenguaje sencillo y fácilmente entendible, (...)”, ello así, los usuarios de estos productos:

son personas, mayoritariamente ocupados en el sector de la economía informal, en micro y pequeñas empresas familiares y habitantes de áreas rurales, con bajos ingresos, considerados en situación de vulnerabilidad o de pobreza. Con relación a la distribución o comercialización de estos productos, ésta se da de forma conveniente en el lugar habitual del trabajo, negocio, el hogar, organizaciones comunitarias, grupos de autoayuda, cooperativas, ONGs y hasta hace poco tiempo atrás, el principal canal fueron las IMF; sin embargo, la forma como llega el seguro a hogares de bajos ingresos ha evolucionado, y hoy los aseguradores utilizan una gama de canales amplia, aun cuando las instituciones financieras siguen siendo las más importantes, como la bancaseguros, un canal exitoso para distribuir estos productos, tanto a individuos como a pequeñas empresas<sup>4</sup>.

A corolario de lo anterior, podemos decir que los microseguros son productos de aseguramiento diseñados para personas de bajos ingresos que no pueden acceder a los seguros tradicionales, pero sigue siendo un seguro que procura brindar protección ante eventos inesperados como enfermedades, accidentes, desastres naturales o fallecimientos, entre otros.

Los seguros masivos se enfocan en la distribución a gran escala de productos estandarizados, generalmente de bajo costo y fácil contratación. Son ideales para cubrir riesgos comunes como accidentes personales, seguros de vida básicos o protección de electrodomésticos.

Por último, los seguros inclusivos, son un producto de seguro o de medicina prepagada que ampara riesgos específicos, direccionado a sectores sociales excluidos o desatendidos, que no necesariamente sean de bajos ingresos. *The Economist Intelligence Unit*, con el apoyo, entre otras instituciones, del Banco

---

<sup>4</sup> Grando, Beatriz. *Canales Alternos en la Distribución de Productos y Servicios de Microseguros y Seguros Masivos: Experiencias y Mejores Prácticas*. Cámara de Aseguradores de Venezuela, Caracas, 2025, p.39.



Interamericano de Desarrollo (BID), publica anualmente un informe con indicadores para valorar el entorno para la inclusión financiera en más de cincuenta países, el cual se traduce en un índice que toma en consideración cinco aspectos: i) el gobierno y apoyo de políticas; ii) la estabilidad e integridad; iii) los productos y puntos de venta; iv) la protección al consumidor y; v) la infraestructura<sup>5</sup>.

En el aludido informe, con respecto a los seguros inclusivos, indicaría que:

los seguros inclusivos constituyen una de las principales herramientas para reducir la Brecha de Protección del Seguro (BPS) en las economías emergentes, al actuar en dos dimensiones. Por una parte, en una perspectiva de corto plazo, elevan la demanda de aseguramiento al incorporar a nuevos segmentos de la población al mecanismo de protección que representa el seguro. Y por la otra, los seguros inclusivos son también un instrumento de educación financiera que permite acompañar el progreso socioeconómico de la población y, con este, el aumento ulterior de la demanda de seguros.

Sobre la base de lo anterior, los seguros inclusivos son tradicionalmente vendidos a personas que han estado excluidas del mercado asegurador, su objetivo es reducir la Brecha de Protección del Seguro.

## **V. EXPERIENCIAS DE MICROSEGUROS EN EL MUNDO**

### **A. INDIA**

India es el mercado líder en microseguros a nivel mundial, con una gran proporción de la población cubierta por este tipo de productos. La Autoridad Reguladora y de Desarrollo de Seguros de la India (IRDAI, por sus siglas en inglés) ha jugado un papel fundamental en la promoción y regulación de los microseguros, incluso exigiendo a las compañías de seguros que operen en el país que dediquen una parte de su cartera a estos segmentos desfavorecidos.

Los principales productos de microseguros que se comercializan en la India incluyen:

#### **1. Microseguros de vida**

Son muy populares y ofrecen cobertura en caso de fallecimiento del asegurado. A menudo se estructuran como pólizas a corto plazo con primas bajas, evaluando los riesgos a nivel de grupo, especialmente en zonas rurales o sectores informales. Su funcionamiento se basa en ofrecer coberturas simples, accesibles y de bajo costo,

---

<sup>5</sup> [Seguros inclusivos, una solución para la protección de los países en vías de desarrollo](#)



adaptadas a las necesidades de quienes tradicionalmente no acceden a seguros convencionales.

En ese sentido, el seguro de vida en la India ha experimentado un importante crecimiento en el sector asegurador, con una tasa anual del 10,5%; su penetración (3,2%), lo cual muestra un enorme potencial, especialmente en segmentos desatendidos<sup>6</sup>. Programas como el *Pradhan Mantri Jeevan Jyoti Bima Yojana* (PMJJBY)<sup>7</sup> ofrecen seguros de vida por menos de trescientos treinta (330) rupias al año, cuatro dólares (4 USD), con una cobertura de doscientas mil (200.000,00) rupias, dos mil cuatrocientos dólares (2.400,00 USD), dirigidos a personas con cuentas bancarias en el sistema financiero formal<sup>8</sup>.

Sus características son: *i*) Cobertura. ₹2 lakh<sup>9</sup>, dos mil cuatrocientos dólares (2.400,00 USD) en caso de fallecimiento por cualquier causa; *ii*) Prima anual. Cuatrocientos treinta y seis rupias (₹436), entre cuatro (4) y cinco coma dos dólares (5,2 USD), deducida automáticamente de la cuenta bancaria del asegurado; *iii*) Edad elegible. Va dirigido a personas entre dieciocho (18) y cincuenta (50) años con cuenta bancaria. La cobertura se extiende hasta los cincuenta y cinco (55) años si se inscriben antes de los cincuenta (50)<sup>10</sup>.

Según datos oficiales más de veintitrés millones (23 millones) de personas se han inscrito hasta 2025, y se han pagado más de novecientas mil (900.000,00) reclamaciones, beneficiando especialmente a mujeres en un cincuenta y tres por ciento (53%) y residentes rurales en un setenta y cuatro (74%)<sup>11</sup>.

---

<sup>6</sup> A criterio de Roopali Aggarwal, “[e]l seguro de vida es el pilar del mercado asegurador de la India, representando el 74 % del volumen total de primas. Estimamos que las primas de vida crecerán un cuatro coma ocho por ciento (4,8 %) en 2024 en términos reales y un cinco por ciento (5 %) en 2025 (2025-2029: 6,9 %). Actualmente, casi el noventa por ciento (90 %) de las primas corresponden a productos de inversión, que prevemos que crecerán un cinco coma un por ciento (5,1 %) en términos reales este año”. Vid. <https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/economy-and-insurance-outlook/india-economy-insurance-market-growth.html>.

<sup>7</sup> Plan de seguro de vida respaldado por el gobierno de la India.

<sup>8</sup> Sobre las características de estos productos: <https://financialservices.gov.in/beta/en/pmjjby>

<sup>9</sup> En el contexto del sistema de numeración indio, un lakh (a veces escrito como lac) es una unidad que equivale a cien mil (100,000). En el sistema de numeración indio, las comas se colocan de manera diferente. La primera coma se pone después de los tres primeros dígitos (desde la derecha, como en el sistema occidental), pero las comas siguientes se colocan cada dos dígitos. Es por eso que 200,000 en el sistema indio se escribe como 2,00,000. En ese sentido, ₹2 lakh equivale a \$2,400 USD.

<sup>10</sup> <https://financialservices.gov.in/beta/en/pmjjby>

<sup>11</sup> Es preciso señalar que para el año 2023, se proyectaba que la industria de seguros de vida de la India creciera a una tasa anual compuesta (TCAC) del 10 %, de 151.700,00 millones de dólares en 2024 a 216.100,00 millones de dólares en 2028 en términos de primas brutas emitidas (GWP), según GlobalData, empresa líder en datos y análisis. Tras una desaceleración en 2023, se esperaba que la

A criterio de Singh (2015), citado por Bidnur y Bhalerao, el microseguro es una herramienta para el desarrollo económico al reducir la pobreza y la vulnerabilidad, que ha impulsado el crecimiento económico mediante la adopción de políticas de microseguro<sup>12</sup>.

Los autores en referencia, señalan que: “S. Vijayalakshmi (2014) se enfoca en las razones para adoptar el microseguro y en los usos del microcrédito que es otorgado por las Instituciones de Microfinanzas (IMF). El autor revela una creciente demanda de microseguros y que estos juegan un papel vital en la mitigación de la pobreza. Jansen (abril de 2011) analiza a los consumidores en Alemania y su actitud hacia la adopción de una póliza de microseguro, así como los factores que influyen en esta disposición. P.C. Prahalad (2017) se enfoca en cómo las compañías de seguros han intentado alcanzar los objetivos rurales, aunque aún no han tenido éxito en ello”<sup>13</sup>.

## 2. Microseguros agrícolas

Los microseguros agrícolas (Seguro de Cosecha) son fundamentales en la economía india, en virtud que gran parte de la población depende de la agricultura<sup>14</sup>. Las coberturas van dirigidas a proteger a los agricultores contra pérdidas ocasionadas por eventos climáticos adversos y plagas que afectan sus cultivos. Un producto emblemático es el ofrecido por PMFBY<sup>15</sup>, el cual es un esquema subsidiado por el

---

industria recuperara su impulso en 2024, conducida por una mayor demanda de pólizas de seguros de vida tradicionales. Vid. <https://insuranceasia-com.translate.google.com/insurance/in-focus/indias-life-insurance-market-grow-10-annually? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es& x tr pt=tc>

<sup>12</sup> Bidnur, Vijay V. y Bhalerao, Kuldeep. “A review on micro insurance in rural India”. *NOVIY MIR Research Journal*, Volume 6, Issue 6, 2021. Disponible en: [\(PDF\) A REVIEW ON MICRO INSURANCE IN RURAL INDIA](#)

<sup>13</sup> *Idem*.

<sup>14</sup> En el año 2005, el seguro de cosechas en India se entendía como un programa gubernamental que tiene un objetivo social sólido, pero que perdía enormes sumas cada año. Se esperaba que los funcionarios tratarán de reimplementar este programa para hacerlo más eficiente y sostenible. En el año 2000 el programa aseguró diez coma cinco (10,5) millones de agricultores con una suma total asegurada de uno coma ocho (1,8) mil millones de dólares, con quince coma siete (15,7) millones de ha de cultivo. Por otro lado, algunas compañías de seguros están activas en la oferta de productos comercialmente sólidos, esencialmente orientados a los productores de frutas de alta calidad. Se está llevando a cabo un buen trabajo de fomento en India sobre nuevos productos y enfoques, dando seguimiento a prácticas de seguro actuarialmente sólidas. La Corporación General de Seguros (GIC, por sus siglas en inglés) de India ha formado un órgano subsidiario especialista, la Corporación de Seguros Agrícolas (AIC, por sus siglas en inglés) que ofrece un enfoque empresarial/institucional para esta clase de negocios. Vid. R.A.J., Roberts. *El seguro de cosechas en los países en desarrollo*. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, 2005, p. 5 y ss.

<sup>15</sup> *Pradhan Mantri Fasal Bima Yojana* (PMFBY), que traduce: Esquema de Seguro de Cultivos del primer ministro.



gobierno que cubre a millones de agricultores. A menudo utilizan seguros indexados, donde el pago se activa si se alcanza un umbral específico, por ejemplo, un nivel de lluvia o magnitud de terremoto, independientemente del daño exacto sufrido por el asegurado.

### 3. Seguros paramétricos

El cambio climático ha significado un gran reto en la economía india. Sobre esa base las aseguradoras tienen dificultades para cubrir las crecientes pérdidas económicas resultantes. El sector asegurador registró pérdidas netas de suscripción que superaron los cien millones de dólares (100.000,00 USD) en 2023, un nuevo récord, según estimaciones del sector<sup>16</sup>.

En ese sentido, las aseguradoras suelen responder a estos riesgos financieros derivados del clima, pero no sin condicionantes adversos: *i)* retiran la cobertura de los mercados expuestos; *ii)* aumentan las primas y; *iii)* abandonan las comunidades propensas al riesgo. Al mismo tiempo, a medida que aumentan las tarifas de los seguros, las personas renuncian a la cobertura. Esto no solo las deja vulnerables a los peligros climáticos, sino que también impulsa los precios aún más al disminuir el número de personas que pagan primas y comparten el riesgo<sup>17</sup>.

Para abordar el desafío que supone las grandes pérdidas que los cambios climáticos están provocando en el país, las agencias gubernamentales y los líderes empresariales del país están trabajando en diversas estrategias efectivas, tanto locales como nacionales, específicas para cada sector, denominadas como resiliencia climática a gran escala, y en la cual el seguro juega un papel fundamental. Entre los microseguros utilizados podemos destacar:

#### a) Una plataforma de seguros digitales para agricultores

El ministro de Agricultura de la India lanzó recientemente el Sandbox para la Seguridad, la Tecnología y los Seguros Agrícolas y Rurales (SARATHI) para ofrecer un conjunto integral de productos de seguros a los agricultores de la India rural. Esta plataforma digital, fácil de usar, simplificará el proceso de consulta y contratación de seguros para los agricultores, lo que ayudará a reducir la brecha de cobertura para aproximadamente el cuarenta por ciento (40 %) de la población india que trabaja en el sector agrícola<sup>18</sup>.

#### b) Seguro innovador de reemplazo de ingresos para mujeres

<sup>16</sup> <https://www.weforum.org/stories/2024/08/income-insurance-india-climate-resilience/>.

<sup>17</sup> *Idem*.

<sup>18</sup> *Idem*.



La iniciativa de seguros y medios de vida contra el impacto climático de las mujeres (WCS), desarrollada por *Climate Resilience for All*, *SwissRe* y la Asociación de Mujeres Trabajadoras Autónomas (SEWA), estableció recientemente un producto de reemplazo de ingresos, el primero de su tipo, para que las trabajadoras al aire libre no se vean obligadas a trabajar durante olas de calor extremas<sup>19</sup>. En el 2024, en una ola de calor sin precedentes, el producto benefició a más de cuarenta y seis mil (46.000) trabajadoras al aire libre, reponiendo los ingresos que habrían perdido por no poder trabajar con seguridad en medio de temperaturas extremas. El programa incluye: *i*) un sistema de alerta temprana que ofrece orientación a comunidades específicas; *ii*) facilita el acceso al sistema financiero, proporcionándoles cuentas bancarias para que puedan recibir el dinero de forma más rápida y directa<sup>20</sup>.

#### 4. Microseguros de Daños o Activos

Ofrecen protección para activos de bajo valor, como viviendas precarias, herramientas de trabajo, ganado, o pequeños negocios, contra riesgos como incendios, robos o desastres naturales.

#### 5. Microseguros de Incapacidad/Discapacidad

---

<sup>19</sup> *Idem*.

<sup>20</sup> Según otro artículo de Weforum “El seguro paramétrico de SEWA se lanzó en 2023 en colaboración con ArshRock, un proveedor de soluciones de resiliencia climática, y se amplió en 2024 con el apoyo de *Climate Resilience for All*, una ONG global de adaptación al cambio climático. Este seguro ofrece pagos automáticos cuando el calor extremo persiste durante dos días. Utilizando datos meteorológicos en tiempo real, elimina los complejos procesos de reclamaciones, asegurando que las mujeres reciban apoyo sin obstáculos burocráticos. El propio clima es el que desencadena la ayuda. El programa de seguros de SEWA ha crecido de 21.000 mujeres en cinco distritos en 2023, a 50.000 en 22 distritos de los estados de Gujarat, Rajasthan y Maharashtra en 2024. Cubre una amplia variedad de trabajadoras informales, desde agricultoras hasta recicladoras de residuos. Cada mujer contribuye con 250 INR (3 dólares) anuales. Cuando las temperaturas superan los 40°C, todas las mujeres aseguradas reciben 400 INR (4,80 dólares) en asistencia en efectivo directa, ofreciendo apoyo crucial para la pérdida de ingresos incluso antes de que se active una reclamación formal. El pago total en 2024 alcanzó los 2.92 crore INR (350.859 dólares). Estas cifras no son números abstractos: representan a mujeres, como Deepikaben, que están tomando decisiones libres del asfixiante control de la deuda de emergencia”.

*Vid.* <https://es.weforum.org/stories/2025/04/las-olas-de-calor-llevaron-a-agricultoras-en-india-a-encontrar-nuevas-formas-de-proteger-sus-cultivos/> A propósito de tales seguros, en Brasil se está considerando el seguro paramétrico como una esperanza para los productores ante las catástrofes climáticas, las cuales se consideran de alto riesgo para las aseguradoras rurales, mientras Rio Grande do Sul lidia con las consecuencias productivas y económicas de la más reciente sequía del verano de 2025, la modalidad de seguro paramétrico comienza a destacarse en las discusiones en el país sobre mecanismos más eficientes de protección a las empresas rurales. El presidente de la comisión de Seguros Rurales de la Federación Nacional de Seguros Generales (FenSeg), Glauco Toyama, explica que “su oferta ya está consolidada para la actividad primaria en países como India y Colombia, pues ofrece agilidad en el pago de las indemnizaciones y reduce la burocracia”. *Vid.* <https://boletines.latinoinurance.com/seguro-parametrico-pode-ser-esperanza-para-produtores-diante-das-catastrofes-climaticas>



Brindan apoyo financiero en caso de que el asegurado sufra una incapacidad que le impida trabajar y generar ingresos.

## 6. Microseguros de salud

Se han diseñado interesantes productos de microseguros de Salud, diseñados para cubrir gastos médicos, hospitalización y servicios ambulatorios y preventivos.

## 7. Formas de comercialización

Es importante destacar que, en la India, estos productos se distribuyen a menudo a través de canales innovadores para llegar a la población rural y de bajos ingresos, incluyendo instituciones de microfinanzas, grupos de autoayuda, cooperativas, organizaciones no gubernamentales (ONGs) y, cada vez más, a través de la telefonía móvil y otros medios digitales.

### B. BRASIL

#### 1. Microseguro agrícola

En Brasil, el Programa de Seguro Rural es una iniciativa del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA) que tiene como objetivo promover el acceso de los agricultores familiares a seguros rurales privados, como alternativa al seguro público, ante la gestión de riesgos climáticos<sup>21</sup>. Dicho seguro cubre las ganancias que el productor no obtiene debido a las malas cosechas. En ese sentido, la cobertura sólo se da en los casos de pérdidas superiores al treinta por ciento (30 %) de la producción del área financiada (FETAEP, s.f.)<sup>22</sup>.

### C. CHINA

China ha experimentado un rápido y significativo desarrollo en el sector de los microseguros, impulsado por una combinación de factores como su vasta población rural y, alguno de ellos, de bajos ingresos, con el apoyo gubernamental y la innovación tecnológica. En el gigante asiático los microseguros se apalancan en iniciativas dirigidas por el gobierno quien las impulsa en pro del crecimiento del mercado. Estas políticas están diseñadas para cubrir las necesidades de las personas de bajos ingresos y las pequeñas empresas, proporcionando una protección financiera esencial<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> <https://opsaa.iica.int/initiative-1523-programa-de-seguro-rural-%E2%80%93-mapa-brasil>

<sup>22</sup> *Federação dos Trabalhadores Rurais Agricultores Familiares do Estado do Paraná* (FETAEP).

<sup>23</sup> <https://www.gminsights.com/es/industry-analysis/micro-insurance-market>

A criterio de *Global Market Insights* la conciencia limitada o escaso conocimiento, especialmente en las zonas rurales y de bajos ingresos, sobre los productos de microseguros plantea un reto importante para el tamaño del mercado. La falta de comprensión por parte de algunas personas dificulta su capacidad de tomar decisiones informadas sobre la cobertura de seguros. En ese sentido, el reto se asume a través de campañas educativas, los programas de divulgación comunitaria y las iniciativas de alfabetización financiera, procurando que el objetivo demográfico comprenda el valor y la pertinencia del microseguro a sus necesidades específicas<sup>24</sup>.

Como se dijo *ut supra* el gobierno chino ha jugado un papel crucial en la promoción y el desarrollo de los microseguros. Han implementado políticas y programas para impulsar la inclusión financiera y social, viendo los microseguros como una herramienta vital para la estabilidad y el desarrollo rural. Entre las políticas promovidas por el gobierno chino, tenemos:

### 1. Subsidios

Se han otorgado subsidios para reducir las primas de los microseguros, haciéndolos aún más asequibles para las poblaciones de bajos ingresos. Según *China Global Television Network* (CGTN) para el año 2021,

[l]as primas de seguros agrícolas de China se situaron en 96.520 millones de yuanes (15.150 millones de dólares) en 2021, un 18,4 por ciento más que en el año anterior, según el Ministerio de Hacienda. Del total, el Gobierno central asignó 33.350 millones de yuanes en subsidios a las primas, un aumento interanual del 16,8 por ciento. Para apoyar el desarrollo de la industria agrícola, el seguro agrícola en China cubre eventuales pérdidas en el rendimiento o la calidad de varios cultivos debido a desastres naturales, enfermedades y plagas de las plantas y otros riesgos. China estabilizará su producción anual de cereales en más de 650.000 millones de kilos y se esforzará por superar el objetivo de 700.000 millones de kilos para 2025 a fin de garantizar la seguridad de los cereales, de acuerdo con un plan quinquenal sobre agricultura publicado por el Ministerio de Agricultura y Asuntos Rurales<sup>25</sup>.

El crecimiento sostenido de las primas de seguros agrícolas y el aumento de los subsidios estatales reflejan el compromiso de China con la protección del sector agrícola frente a riesgos climáticos y biológicos. Esta estrategia no solo fortalece la

<sup>24</sup> <https://www.gminsights.com/es/industry-analysis/micro-insurance-market>

<sup>25</sup> <https://espanol.cgtn.com/n/2022-01-16/GFJaEA/primas-de-seguro-agricola-de-china-aumentan-18-4-por-ciento-en-2021/index.html>



resiliencia de los productores, sino que también respalda los ambiciosos objetivos del país en materia de seguridad alimentaria, como alcanzar una producción de cereales superior a setecientos millones (700.000.000,00) de kilos para 2025. En conjunto, estas medidas consolidan el papel del seguro agrícola como herramienta clave para el desarrollo rural y la estabilidad económica.

## 2. Microseguros en China

Entre los seguros más populares tenemos: Microseguros de Vida; Microseguros de Salud; Microseguros Agrícolas (Seguro de Cosecha/Ganado); Microseguros de Accidentes Personales: Cubren riesgos de accidentes en el lugar de trabajo o en la vida diaria.

### D. BOLIVIA

Bolivia ha mostrado un avance significativo en el desarrollo de los microseguros, reconociéndolos como una herramienta crucial para la inclusión financiera y la protección de sus poblaciones más vulnerables. El país ha adoptado un enfoque proactivo para adaptar los productos y canales de distribución a las necesidades específicas de los segmentos de bajos ingresos.

Según Profin, el microseguro está dirigido a poblaciones de bajos ingresos, quienes son especialmente vulnerables a riesgos que pueden ocurrir en cualquier momento de sus vidas y que significan la pérdida de ingresos y/o la necesidad de realizar gastos excepcionales, donde estas familias muchas veces se ven forzadas a usar sus ahorros, vender sus bienes e incluso a asumir deudas<sup>26</sup>.

Entre los seguros más populares tenemos: microseguros de vida; microseguros de salud (como complemento a la cobertura básica ofrecida por los servicios públicos de salud); atención ambulatoria; daños, para proteger la fuente de ingresos y el patrimonio del asegurado; cobertura contra incendio, robo, daños de la naturaleza (inundación, sequía, granizo, helada) en áreas vulnerables.

## VI. REGULACIÓN DE LOS MICROSEGUROS EN VENEZUELA

En Venezuela, la Ley de la Actividad Aseguradora publicada en el año 2023, promueve la comercialización de ciertas coberturas a través de los canales alternativos, positivando los microseguros, los seguros inclusivos y los seguros masivos. Tal instrumento normativo ofrece un entorno más flexible en términos

---

<sup>26</sup> Profin ofrece un detalle de los diferentes microseguros comercializados por las aseguradoras de Bolivia. Información disponible en: <https://www.fundacion-profin.org/wp-content/uploads/2024/08/catalogo-Microseguros.pdf>



regulatorios, propiciando un cambio de paradigma en cuanto a la comercialización de productos de seguros, lo cual redundará en un mayor alcance y mayores niveles de protección a personas tradicionalmente excluidas de las pólizas convencionales y a las personas de bajos recursos económicos<sup>27</sup>.

Según Grando la distribución costo efectiva, a gran escala, es el principal desafío para los microseguros, especialmente por la escasez de la cultura de seguros, como ocurre en países emergentes y no industrializados. En ese sentido, el esfuerzo por alcanzar una base de clientes más amplia se enfatiza en: “innovación y tecnología, desarrollando modelos de distribución alternos, como la comercialización directa por medio de *telemarketing*, quioscos, tarjetas inteligentes, teléfonos móviles, internet, redes sociales y otros, como alternativa a los intermediarios tradicionalmente conocidos como lo agentes y corredores o brokes”<sup>28</sup>.

En un estudio elaborado por Rob Rusconi para la OIT en 2012, analiza cómo los productos de microseguros vinculados con ahorros pueden beneficiar a hogares de bajos ingresos en India<sup>29</sup>. Los productos que integran o combinan ahorro y seguro ayudan a superar la desconfianza hacia los seguros tradicionales, ya que generan valor incluso si no ocurre un siniestro. El equilibrio entre opciones personalizadas y facilidad de comprensión es un elemento fundamental al momento de crear un microseguro; por lo tanto, la simplicidad y la flexibilidad mejoran la fidelidad del asegurado, reducen los costos y la cancelación temprana<sup>30</sup>.

## 1. Modalidades de comercialización

En ese sentido, de conformidad con el artículo 57 de la Ley de la Actividad Aseguradora entre las modalidades de comercialización, las empresas de seguros y

---

<sup>27</sup> Los seguros, tipificados por las formas de comercialización, se dividen de ordinario en tres grandes grupos: los seguros convencionales, seguros masivos y los microseguros. *Vid.* Grando, Beatriz. *Canales Alternos en la Distribución de Productos y Servicios de Microseguros y Seguros Masivos: Experiencias y Mejores Prácticas*. Cámara de Aseguradores de Venezuela, Caracas, 2025, p. 37.

<sup>28</sup> *Ibid.* P. 22.

<sup>29</sup> Rusconi, Rob. “Ahorros en el ámbito de los microseguros: Lecciones extraídas de la India”. Fondo para la Innovación en microseguros. Briefing Note 12, Oficina Internacional del Trabajo. Disponible en: [Ahorros en el Ámbito de los Microseguros: Lecciones extraídas de la India](#)

<sup>30</sup> Según el artículo, en lo que respecta a los productos de seguros “(...) que no crean valor con el tiempo, como el seguro de vida temporal o el seguro de bienes, si no tiene lugar algún evento asegurado, los titulares de las pólizas, especialmente los de bajos ingresos, consideran con frecuencia que han malgastado su dinero porque no han recibido nada por las primas que han pagado, mientras que los productos que combinan los ahorros y los seguros, como los productos de seguro mixto, cubren el riesgo de muerte y acumulan valor con el tiempo”. *Idem.* Estas son concepciones o mitos que deben eliminarse con la construcción de seguros ajustados a las necesidades puntuales del sector de la población que no tiene acceso a seguros tradicionales.



de medicina prepagada podrán colocar los microseguros, seguros inclusivos y seguros masivos de forma directa, o a través de intermediarios de la actividad aseguradora o los canales alternativos.

Se comercializan a través de bancos (bancaseguros), supermercados, tiendas por departamento, plataformas digitales y *telemarketing*. Su éxito dependerá de la simplicidad del producto y en el aprovechamiento de canales de alto tráfico para llegar a miles de clientes con mínima fricción.

## 2. Coberturas permitidas para microseguros seguros inclusivos y seguros masivos

En Venezuela no todas las coberturas están disponibles para ser comercializadas como microseguros, seguros inclusivos y seguros masivos, sino las que se muestran a continuación:

N°	COBERTURAS	MICROSEGURO	SEGURO INCLUSIVO	SEGURO MASIVO
1	Salud	X	X	X
2	Funerarios	X	X	X
3	Accidentes personales	X	X	X
4	Vida individual	X	X	X
5	Vida colectivo	X	X	X
6	Incendio	X	X	
7	Líneas aliadas	X	X	
8	Sustracción ilegítima	X	X	
9	Automóvil	X	X	X
10	Otras coberturas de daños para residencias o comercios		X	
11	Agrícolas		X	X
12	Pecuarios		X	X
13	Pesca		X	
14	Acuicultura		X	
15	Combinado residencial			X
16	Combinado para comercios			X
17	Diversos			X
18	Responsabilidad patronal			X
19	Responsabilidad empresarial			X
20	Responsabilidad general			X

## 3. Coberturas disponibles a ser comercializadas a través de canales alternativos



De igual manera, es importante señalar que no todos los ramos están disponibles para ser comercializadas a través de canales alternativos, sino únicamente los ramos de accidentes personales, funerarios, vida individual, vida colectiva y responsabilidad civil de vehículos, de conformidad con el artículo 58 de la Ley de la Actividad Aseguradora.

Ello así, la norma específica de manera taxativa los ramos de seguros que pueden ser objeto de comercialización por canales alternativos. Esta enumeración no es aleatoria o azarosa, se centra en productos que, por su naturaleza, pueden tener una estructura y términos más estandarizados y comprensibles para el consumidor promedio. No obstante, una condición indispensable para su oferta es que la empresa aseguradora debe contar con la debida autorización para operar en cada uno de estos ramos.

Como se ha dicho, los seguros tradicionales o convencionales se han comercializados históricamente a través de intermediarios como agentes exclusivos y corredores de la actividad aseguradora, un modelo que, si bien es efectivo para productos complejos, a menudo resulta costoso e ineficiente para la comercialización de pólizas de bajo valor y alta frecuencia, como los microseguros, seguros inclusivos y masivos. Además, que estos productos están diseñados para ofrecer soluciones a una parte de la población que no puede acceder a una póliza convencional, por sus altos costos o por no calificar, no están bancarizados, entre otras situaciones, por lo que su éxito depende en gran medida de la accesibilidad y la sencillez de su adquisición. La justificación para su venta a través de canales alternativos radica precisamente en la capacidad de estos medios para superar las barreras del modelo convencional.

La principal ventaja de los canales alternativos, como plataformas digitales, tiendas minoristas, empresas de servicios públicos, sistemas de telecomunicaciones, bancos, etc., es su capacidad de reducción de costos operativos, por lo que la prima se mantiene en niveles que garantizan su adquisición y, especialmente, el principio de suficiencia. Un microseguro, por definición, tiene una prima muy baja, lo que hace inviable económicamente el modelo de comisiones para intermediarios de la actividad aseguradora. Al utilizar canales que ya tienen una infraestructura de distribución o una relación establecida con el cliente, como una factura de teléfono o una compra en un supermercado, se eliminan los costos de venta tradicionales, permitiendo que el producto sea viable y asequible para el consumidor final.

Es preciso señalar que, aunado al factor económico, los canales alternativos mejoran la accesibilidad y la penetración en nuevos mercados. Estudios han revelado que la población a la que va dirigido un microseguro, por ejemplo, a menudo residen en zonas rurales o carecen de la confianza para interactuar con las instituciones financieras formales.

#### **4. Errores al diseñar microseguros, seguros inclusivos y seguros masivos**

Un error que se puede cometer al diseñar un producto de microseguros, seguro inclusivo y seguro masivo es intentar encuadrarlo dentro de un seguro tradicional, sin determinar o definir el segmento de la población al cual va dirigido y con ello aprovechar los canales alternativos para su colocación. Es decir, la falla se produce cuando un producto de accidentes personales convencional, se transforma *ipso facto* en microseguro de accidentes personales, pero sus características y costos, permanecen igual.

Hacer eso significa una incompreensión de lo que es un microseguro, fundamentalmente porque su construcción no es arbitraria, debe responder a una necesidad específica e intentar ajustarse a las necesidades de un segmento de la población. Intentar vender un producto convencional a través de un canal alternativo puede significar un fracaso desde el comienzo.

Ahora bien, hemos hecho mención a los canales alternativos como mejor forma de comercializar los productos de microseguros, seguros inclusivos y seguros masivos, sin embargo, hasta este momento no se ha definido, conforme a la legislación venezolana.

### **VII. CANALES ALTERNATIVOS**

#### **A. Concepto**

Un canal de comercialización alternativo de acuerdo a lo establecido en la Ley de la Actividad Aseguradora y las Normas Prudenciales es una persona jurídica con la que la aseguradora celebra un convenio con el objeto de utilizar su infraestructura, sus activos tecnológicos y sus relaciones con un gran número de afiliados o potenciales asegurados, con las que tiene nexos comerciales o de otros tipos, a los fines de servir como mecanismo para facilitar la adquisición de un producto de seguro.

Los canales alternativos, involucra a las instituciones financieras regidas por la ley que regula el sector bancario, las empresas de servicios públicos o privados, establecimientos comerciales e industriales, gremios y asociaciones.

La finalidad de estos canales de comercialización alternativos es consentir que los productos de seguros lleguen a un público más amplio y a distintos segmentos de la población, aumentando la eficiencia por cuanto estos canales pueden optimizar el proceso de venta, desde la propuesta inicial hasta la gestión de la póliza, permitiendo la diversificación, toda vez que, las aseguradoras pueden utilizar diferentes canales



para llegar a diferentes tipos de clientes y ofrecer una gama más amplia de sus productos.

Los canales de distribución o comercialización son la vía o conducto por el que los productos y/o servicios llegan a su destino final de consumo o uso, por lo cual, incluyen una red de organizaciones que de forma independiente y organizada realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con consumidores o usuarios finales.

Los canales alternos o alternativos, para la distribución de productos y servicios de seguros, se definen

(...) como la comercialización de microseguros y seguros masivos voluntarios, a través de alianzas con entidades que tradicionalmente no han estado involucradas en la distribución de mencionados productos. Este hecho, de implementar los canales alternos, ha sido uno de los factores decisivos en el éxito de los nuevos proyectos y expansión de la industria aseguradora. La distribución alterna fue creada para reducir el grado de interrelaciones directas, entre la aseguradora y el cliente, en las ventas de seguros, así como abaratar costos y generar escala. Los canales alternos, utilizan infraestructuras existentes e introducen innovaciones para acercarse y atender grandes segmentos de la población, logrando un mayor alcance o penetración en mercados desatendidos<sup>31</sup>.

## **B. Intermediarios no tradicionales**

Grandon alude a intermediarios no tradicionales, lo cual se refiere mayoritariamente a las actividades e innovación para la distribución de seguros masivos y microseguros; no se limitan a distribuir seguros amarrados a los que ofrecían a título principal, "(...) también son las asociaciones, las entidades bancarias, los vendedores de servicios diversos. Entre ellos están las novedosas alianzas con empresas prestadoras de servicios de electricidad, telefonía, gas o sistemas de riesgos, y comercializan todo y cualquier tipo de productos de seguros, adecuado a las necesidades de sus clientes en particular, que según la experiencia unos han resultado más exitosos que otros"<sup>32</sup>.

---

<sup>31</sup> Grando, Beatriz. *Canales Alternos en la Distribución de Productos y Servicios de Microseguros y Seguros Masivos*, op. cit. 61.

<sup>32</sup> Grando, Beatriz. *Canales Alternos en la Distribución de Productos y Servicios de Microseguros y Seguros Masivos*, op. cit. 52.



En el mismo orden de ideas, el intermediario tradicional requiere un nivel de capacitación, profesionalización y *know-how* superior a las necesidades técnicas de los productos de micro y la licencia regular involucra capacitaciones de larga duración, por tal motivo, “(...) para subsanar tales dificultades con relación a la escasez de intermediarios para microseguros, en algunos países, se han aprobado normas para de (sic) intermediarios especializados para microseguros, con la reducción de tiempo y el contenido de la formación y capacitación para esta actividad específica”<sup>33</sup>.

La Ley de la Actividad Aseguradora establece en el artículo 103 que la Superintendencia de la Actividad Aseguradora sólo podrá autorizar, de conformidad con lo establecido en esta Ley, su reglamento y las normas, a los agentes exclusivos; los corredores de la actividad aseguradora; las sociedades de corretaje de la actividad aseguradora y; las sociedades de corretaje de reaseguros. En ese sentido, la Superintendencia podrá, a través de Normas, establecer una categoría de intermediario que puedan comercializar un tipo específico de productos de microseguros, seguros masivos e inclusivos, v.g. agentes exclusivos de productos de Responsabilidad Civil de Vehículos, funeraria, vida, entre otros.

## 1. Requisitos para fungir como canales alternativos

Los canales alternativos es una figura reglamentada por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora. Sería apropiado señalar que con ellas se procura democratizar el acceso a productos de seguros a entidades no especializadas la comercialización de ciertos ramos. Sin embargo, esta flexibilización no exime a las empresas de un riguroso marco normativo. Con estas próximas líneas se examinarán los requisitos y recaudos que se exigen para la operación de los canales alternativos en la actividad aseguradora en Venezuela, analizando su base legal, el alcance de su actividad, las prohibiciones que los limitan y los mecanismos de control que garantizan la protección de los tomadores, asegurados, contratantes, usuarios y afiliados.

El artículo 10 de las Normas Prudenciales, establece que, las personas jurídicas que pretenden registrarse como Canal Alternativo ante la Superintendencia de la Actividad deben: *i)* encontrarse legalmente constituidas en el país; *ii)* tener como mínimo un (1) año ejerciendo de forma habitual su actividad comerciales; *iii)* tener una infraestructura que permita la venta masiva de pólizas o planes; *iv)* se encuentren en una situación financiera estable y; *v)* presenten documentos que demuestren el cumplimiento de las obligaciones tributarias nacionales y municipales del último ejercicio económico, del propuesto canal alternativo.

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, p. 55.



Una vez sean verificados cada uno de los requisitos mencionados anteriormente se considera que una persona jurídica puede ser inscrita en el registro de Canal Alternativo que a tal efecto lleva este Organismo, sin embargo, estos requisitos deben ir acompañados de recaudos que se detallaran más adelante.

En relación a lo mencionado en los puntos *i)* y *ii)* la verificación se realizará a través del Documento Constitutivo Estatutario de la persona jurídica donde se detalla la localidad en la cual se realizó la constitución ante la autoridad competente como lo es el Servicio Autónomo de Registros y Notarías, así como el año de creación y la duración de la misma.

## 2. Recaudos

De acuerdo a lo establecido en el artículo 12 de las Normas Prudenciales, las empresas de seguros o de medicina prepagada que pretendan realizar un convenio con una persona jurídica que actuará como Canal Alternativo deben consignar *i)* Acta de la Junta Directiva o certificación de la misma en original en la que se evidencie la aprobación del uso del canal alternativo, *ii)* copia del documento constitutivo estatutario del propuesto canal alternativo, *iii)* copia del contrato celebrado entre las partes, *iv)* declaración jurada indicando que la contratación con el canal alternativo se realizó una vez comprobado el cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos para realizar la labor de comercialización y que no se encuentra incurso en ninguno de los impedimentos establecidos en las normas y cualquier otro que estime conveniente o necesario la superintendencia de la Actividad Aseguradora.

En cuanto al punto *iii)* relacionado al contrato suscrito entre las partes, el mismo debe cumplir con los requisitos mínimos establecidos en el artículo 13 de las Normas Prudenciales, debiendo especificar lo siguiente:

- a. Identificación clara y precisa de las partes contratantes, ello con la finalidad de comprobar la cualidad de las personas que suscriben el contrato en nombre de las empresas, lo cual se verifica a través de los documentos constitutivos, adicionalmente poder otorgado o cualquier otro documento que se evidencie tal carácter.
- b. Descripción de los contratos, planes o coberturas que se pretendan comercializar, para lo cual la aseguradora requiere una aprobación previa por parte de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora de los productos de acuerdo a los ramos permitidos, los cuales se encuentran establecidos en el artículo 58 de la Ley de la Actividad Aseguradora, a saber: accidentes personales, funerarios, vida individual, vida colectivo y responsabilidad civil de vehículos.



- c. Indicación de los puntos de venta para la comercialización de los contratos, planes o coberturas que se pretendan comercializar, entendiéndose que, estos puntos de ventas deben contar con una infraestructura física en donde se desarrolle la actividad comercial principal del canal alternativo y de manera adicional pueda darse la comercialización de los productos de seguros.
- d. Los derechos de las partes, lo que contribuye a establecer claridad, seguridad jurídica y protección de los intereses involucrados en el contrato. Los derechos definen lo que cada parte tiene derecho a exigir o reclamar en virtud del contrato, lo que ayuda a evitar malentendidos y a garantizar el cumplimiento de las obligaciones.
- e. Obligación de capacitar a los trabajadores del canal alternativo, este punto se desarrolla con más amplitud en el artículo 17 de las Normas Prudenciales, el cual establece lo siguiente:

#### **De la capacitación**

**Artículo 17.** Las empresas de seguros y de medicina prepagada, deben brindar capacitación a los trabajadores de los canales alternativos, con la finalidad de que se informe adecuadamente a los potenciales tomadores, asegurados, beneficiarios, contratantes, usuarios y o afiliados, al momento de la suscripción del contrato, sobre las características y condiciones de los productos que están promocionando u ofertando. En este sentido, las empresas de seguros y de medicina prepagada, deben implementar programas de capacitación acordes a la naturaleza comercial del canal alternativo, con especial atención en los siguientes aspectos:

1. Coberturas, beneficios, exclusiones y exoneraciones de responsabilidad de los productos;
2. Procedimiento para la contratación de los productos, pago de la prima o cuota y las consecuencias de su incumplimiento;
3. Procedimiento y requisitos para la notificación a la aseguradora del siniestro o solicitud de la prestación del servicio, según corresponda;
4. Administración de riesgos de legitimación de capitales, financiamiento al terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva.

Las empresas de seguros y de medicina prepagada deberán implementar los mecanismos necesarios que permitan garantizar que la capacitación sea efectiva, medible y se encuentre a disposición permanente del canal alternativo.



Los programas de capacitación que desarrollen las empresas de seguros y de medicina prepagada, así como la documentación que acredite el cumplimiento de lo señalado en el presente artículo, deben mantenerse a disposición de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora.

Asimismo, en fecha 27 de septiembre de 2024 el Organismo emitió la Circular N° SAA-07-0491-2024, en la cual estableció además que las empresas de seguros o de medicina prepagada deben:

- a) Elaborar un programa de capacitación por ramo, por ejemplo, funerario, de vida, patrimoniales, entre otras, ya sea que se idee para un microseguro, seguro inclusivo o seguro masivo.
- b) Los programas de capacitación tener una duración como mínimo de seis (6) horas.
- c) Remitir a la Superintendencia de la Actividad Aseguradora los programas de capacitación para su aprobación, en un lapso no mayor de tres (3) días hábiles; en el caso que este órgano de control no dé respuesta en el lapso mencionado, la Aseguradora podrá usar su programa de capacitación; ello no implica que *a posteriori* no pueda girar instrucciones para modificar o ajustar dichos programas a las exigencias de la Superintendencia.
- d) Remitir la lista de instructores que realicen la capacitación.
- e) Remitir a la Superintendencia de la Actividad Aseguradora la identificación de las personas que hayan aprobado su plan de formación para servir en un canal alternativo.

Adicionalmente, la Superintendencia de la Actividad Aseguradora podrá requerir de las Aseguradoras, de ser necesario, que impartan su plan de formación a los funcionarios de este órgano de control a los fines de valorar su idoneidad.

La capacitación ayuda a los empleados a desarrollar habilidades, conocimientos específicos y adquirir herramientas que les permiten desempeñar sus funciones de forma más eficiente y eficaz, lo que puede conducir a un mejor rendimiento y a una mayor satisfacción laboral.

- f. Compromiso del canal alternativo de informar a los potenciales tomadores, asegurados, beneficiarios, contratantes, usuarios y afiliados que la responsabilidad por los productos suscritos corresponde a la aseguradora; toda vez que, el canal alternativo solo se encarga de la comercialización y/o distribución de los productos de seguros, siendo la aseguradora la responsable de garantizar la seguridad y calidad de los productos que ofrecen a sus clientes, así como de cumplir con sus obligaciones contractuales.



- g.** Prohibición del canal alternativo de efectuar cargos adicionales sobre la prima o cuota fijada por la aseguradora, así como la de condicionar la venta de un producto, a la adquisición de cualquier otro o servicio; ello en virtud, que como se ha mencionado anteriormente el canal alternativo desarrolla una actividad comercial principal y la comercialización de productos de seguros es una actividad adicional, la cual debe cumplirse tal cual fue pactada con la aseguradora, con las tarifas, precios y condiciones ya establecidos.
- h.** Indicación expresa de que los pagos de primas o cuotas realizados al canal alternativo se consideran efectuados a la aseguradora. Esta condición debe incorporarse en el certificado de contrato simplificado; por cuanto, una vez el tomador, asegurado, beneficiario, contratante, usuario o afiliado adquiera un producto de seguro a través de un canal alternativo, este solo se encarga de la comercialización del mismo, siendo responsable de todo lo posterior la aseguradora quien es la garante del cumplimiento de las obligaciones contractuales y la protección de los derechos de los clientes, siendo prueba fehaciente de la adquisición de un producto de seguro por parte del asegurado el contrato simplificado de seguro.
- i.** Obligación del canal alternativo de abonar o transferir a la aseguradora las primas o cuotas recaudadas en el plazo acordado por las partes; cuyo plazo debe estar establecido en el contrato suscrito por las partes y debe ser de obligatorio cumplimiento.
- j.** Indicación expresa que, en ningún caso la aseguradora delegará al canal alternativo la tramitación del siniestro ni el pago de las indemnizaciones; puesto que, la aseguradora tiene la responsabilidad legal y contractual de pagar la indemnización a los asegurados en caso de siniestro, siempre que se cumplan los términos y condiciones de la póliza.
- k.** Remuneración que recibirá el canal alternativo por la venta de los productos y la forma de determinarlo. Este costo será considerado por la aseguradora un gasto de administración; definiéndose el cobro del servicio por parte del canal alternativo como remuneración, no debiendo confundirse con el término de comisión, en virtud, que este es dado exclusivamente en la actividad aseguradora para los intermediarios de la misma.



- l.** En ningún caso se podrá estipular en el contrato la designación de un intermediario de la actividad aseguradora; dado que, encarecería el producto de seguro debiéndose adicionalmente incorporar su comisión por la venta del mismo, además que, los intermediarios de la actividad aseguradora se encuentran autorizados para la comercialización de las pólizas tradicionales y además de los nuevos productos como microseguros, seguros inclusivos y seguros masivos.
  
- m.** La garantía del canal alternativo de que la información suministrada por los tomadores, asegurados, beneficiarios, contratantes, usuarios y afiliados tomadores, contratantes, asegurados, afiliados y beneficiarios, sea confidencial y no susceptible de divulgación a terceros no autorizados por la aseguradora; cuya finalidad es proteger la información sensible y confidencial para evitar su uso no autorizado o daños, esto incluye proteger la información personal, comercial, legal o cualquier otra que pueda resultar delicada si es expuesta.
  
- n.** El contrato no podrá contener ninguna cláusula que establezca el pago de incentivos a los empleados del canal alternativo, por concepto de la realización de actividades propias del sector asegurador; puesto que, sus funciones dentro del canal alternativo se encuentran establecidas previamente y la comercialización de los productos de seguros es una actividad adicional que realizan y no debe generar un incentivo para el trabajador.
  
- o.** La obligación de remitir a la aseguradora en el plazo y forma que ésta le indiqué, la información necesaria para realizar los informes requeridos por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora, conforme a los lineamientos establecidos en los cuerpos normativos emanados por el ente regulador, con la finalidad de llevar los controles necesarios previos y posteriores de los canales alternativos, para evitar que se desvirtué la naturaleza para la cual fueron registrados.

### **3. Prohibiciones**

Del texto establecido en el artículo 18 de las Normas Prudenciales, se prohíbe a los canales alternativos: *i)* comercializar productos de microseguros o microplanes; seguros o planes inclusivos o seguros o planes masivos no aprobados por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora, o que sean emitidos por empresas no autorizadas para realizar actividad aseguradora en el país; *ii)* realizar publicidad no autorizada por el órgano de control y; *iii)* figurar como contratante o tomador en las pólizas que comercialice, excepto en aquellas contratadas para su personal o empresa.



Adicionalmente, esta Superintendencia de la Actividad Aseguradora en fecha 10 de marzo de 2025 emitió la Circular N° SAA-07-0105-2025, en la cual amplía los exhortos y prohibiciones a los canales alternativos, estableciéndose los siguientes:

Se exhorta a los canales alternativos y a las aseguradoras:

- a) Comercializar productos que hayan sido previamente aprobados de acuerdo a lo establecido en el artículo 58 de la Ley de la Actividad Aseguradora en los ramos de accidentes personales, funerario, vida individua, vida colectivo y responsabilidad civil de vehículos.
- b) Abstenerse de subcontratar terceras personas naturales o jurídicas que no sean parte del contrato para la colocación de los productos.
- c) Colocar productos que hayan sido aprobados como microseguros/microplanes, seguros inclusivos/planes inclusivos y seguros masivos/planes masivos.
- d) Capacitar, previo a la comercialización de los productos, a los trabajadores del canal alternativo que estarán en contacto con los potenciales tomadores y contratantes y remitir un listado a esta Superintendencia de las personas que recibieron dicha capacitación.
- e) Contar con un listado, que este a disposición de esta Superintendencia, de las oficinas o sucursales del canal alternativo.

Se prohíbe a los canales alternativos:

- a) Ofrecer productos de seguros a través del uso de publicidad no aprobada por este Órgano de Control.
- b) Promocionarse como empresa de seguros, de medicina prepagada o intermediarios de la actividad aseguradora.
- c) Hacer uso de publicidad distinta a la que le fue aprobada a la empresa de seguros o de medicina prepagada para la comercialización de los productos objeto del contrato.
- d) Ofrecer los productos sin mencionar la empresa de seguros que los está colocando.



La finalidad de establecer prohibiciones por parte de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora es proteger el interés general, los derechos de los tomadores, asegurados, beneficiarios, contratantes, usuarios y afiliados, y garantizar la transparencia, estabilidad y solidez del mercado asegurador. Estas prohibiciones buscan evitar prácticas perjudiciales, como la competencia desleal, el abuso de posición dominante y la manipulación de precios, que podrían afectar la confianza del público en el sector asegurador.

#### 4. Impedimentos

Las Normas Prudenciales específicamente el artículo 16 menciona que están impedidos para realizar operaciones como canal alternativo, *i)* los sujetos regulados por la Ley de la Actividad Aseguradora, dado que, las empresas de seguros y de medicina prepagada pueden comercializar sus productos de manera directa, convertirse en canal alternativo sería irracional y desvirtuaría la finalidad del canal, que no es más, sino llegar a un gran número de posibles asegurados sobre los cuales no tiene acceso previo, *ii)* personas jurídicas sobre las cuales exista alguna medida de intervención de carácter administrativo, estado de atraso o quiebra, toda vez que, la intervención de carácter administrativo, el estado de atraso y la quiebra son situaciones que se dan ante la dificultad de una empresa para cumplir con sus obligaciones financieras; la intervención se utiliza para gestionar la empresa, el atraso permite a la empresa retrasar sus pagos y la quiebra es un procedimiento judicial que declara la incapacidad de pago de la empresa, y *iii)* cualquier otro que considere conveniente la Superintendencia de la Actividad Aseguradora, que desvirtúe la naturaleza del canal alternativo.

#### VIII. CONCLUSIONES

**PRIMERO:** Una población asegurada goza de diversos beneficios, que incluyen acceso a servicios de salud de calidad, protección financiera ante riesgos, y una mayor tranquilidad en su vida diaria, esto se traduce en una mejor calidad de vida, una mayor esperanza de vida y una mayor productividad económica.

**SEGUNDO:** Los microseguros, seguros inclusivos y seguros masivos constituyen herramientas esenciales para la inclusión financiera y la protección social, especialmente en contextos de vulnerabilidad económica. Su diseño simplificado, primas accesibles y procesos ágiles los convierten en instrumentos idóneos para poblaciones no bancarizadas o de bajos ingresos.

**TERCERO:** La experiencia internacional —destacadamente en India, China y Brasil— demuestra que el éxito de estos productos depende de políticas públicas de apoyo, subsidios estratégicos, innovación tecnológica y la utilización de canales de



distribución no tradicionales, como plataformas digitales, alianzas con gremios y servicios públicos.

**CUARTO:** La venta masiva de pólizas de seguro genera una mayor accesibilidad a la protección financiera, especialmente para grupos vulnerables, o desatendidos y de bajos ingresos, a través de microseguros y pólizas de bajo costo, o seguros inclusivos, generando una mayor conciencia sobre la importancia de la protección de riesgos y aumentar la demanda de servicios de seguros.

**QUINTO:** Los canales alternativos —definidos como entidades no especializadas en seguros, pero con amplia capilaridad comercial— deben cumplir con requisitos formales, contractuales y operativos muy claros, entre los que destacan: *i)* capacitación obligatoria del personal; *ii)* prohibición de cobros adicionales o condicionamientos; *iii)* confidencialidad de la información; *iv)* remisión oportuna de primas a las aseguradoras; entre otros.

**SEXTO:** Se prohíbe expresamente a estos canales realizar actividades reservadas a los intermediarios tradicionales (agentes, corredores), así como la publicidad no autorizada o la promoción indebida como entidades aseguradoras.

**SÉPTIMO:** La tecnología está transformando el mercado asegurador de varias maneras, ofreciendo beneficios tanto a las aseguradoras como a los asegurados, esto incluye la mejora de la eficiencia operativa, la personalización de productos, la mejora de la experiencia del cliente y la identificación y prevención de riesgos.

**OCTAVO:** La era digital ha traído una serie de beneficios al sector asegurador, incluyendo la optimización de procesos, la creación de nuevos productos y servicios, y la expansión del mercado.

**NOVENO:** El sector asegurador juega un papel fundamental en el sistema financiero nacional, y es por ello que es necesario contar con una regulación acorde que busque en todo momento la protección del sistema, incluyendo a todos los actores que participan en él.

**DÉCIMO:** La supervisión continua por parte de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora es fundamental para evitar desviaciones, garantizar el cumplimiento normativo y mantener la confianza del público en estos mecanismos de inclusión aseguradora. En Venezuela, la Ley de la Actividad Aseguradora y las Normas Prudenciales establecen un marco regulatorio flexible pero robusto que permite la comercialización de estos seguros a través de canales alternativos, bajo condiciones estrictas de supervisión, capacitación y transparencia.