



Viernes 29 de mayo de 2026

15:00 – 15:30 Registro y apertura institucional

Dra. Marisol Martínez Reyes | Mtra. Cristina Ortega Camacho

- Bienvenida
- Presentación del Congreso
- Objetivos académicos
- Explicación del modelo dinámico de trabajo

15:30 – 17:00 Conferencia magistral de apertura

“La reparación integral del daño en el derecho contemporáneo: estándares y tipología de los daños”

Dra. Ana María Ibarra Olguín

- El daño como eje del sistema de responsabilidad
- Evolución del concepto de reparación integral
- Tipología contemporánea del daño:
- Daño patrimonial - Daño digital - Daño moral
- Daño al proyecto de vida
- Pérdida de oportunidad
- Daños punitivos

17:00 – 18:00 Conferencia de vanguardia

“Responsabilidad civil y contrato de seguro: naturaleza jurídica, funciones y tensiones actuales”

Mtro. Miguel Ángel de la Fuente

- Naturaleza jurídica de la responsabilidad civil
- Función resarcitoria, preventiva y distributiva
- Función del seguro en la responsabilidad civil
- El contrato de seguro como:
 - instrumento de transferencia del riesgo
 - mecanismo de protección patrimonial
- Límites del contrato de seguro frente al daño
- Exclusiones, deducibles y cláusulas limitativas
- Tendencias actuales en la regulación y práctica aseguradora

18:00 – 18:30 Receso

18:30 – 19:30 Mesa de diálogo

“El contrato de seguro frente a la responsabilidad civil: debates actuales, retos y puntos de fricción”

Dra. Marisol Martínez Reyes | Mtro. Julián Canán | Mtro. Miguel Ángel de la Fuente | Dr. Jorge Pantoja Bravo

Modera: Mtra. Cristina Ortega Camacho

- ¿El contrato de seguro protege a la víctima o al asegurado?
- Acción directa contra aseguradoras: alcances y límites
- Prácticas restrictivas en el pago de indemnizaciones
- Exclusiones abusivas vs. libertad contractual
- El rol de las aseguradoras en la reparación integral del daño
- ¿Existe una crisis de legitimidad del sistema asegurador?

19:30 – 20:30 Taller práctico de litigación

“Litigación en responsabilidad civil y seguro: cómo se defiende y cómo se reclama un siniestro”

Dra. Sandra Juárez Juárez

- Análisis de un caso práctico
- Doble enfoque:
 - Estrategia de defensa de la aseguradora
 - Estrategia del reclamante o víctima
- Identificación de:
 - Errores frecuentes en demandas

- Errores frecuentes en contestaciones
- Puntos débiles en la prueba
- Uso estratégico de la póliza

20:30 – 21:00 Cierre de la jornada del viernes

“Responsabilidad civil y contrato de seguro: naturaleza jurídica, funciones y tensiones actuales”

Dra. Marisol Martínez Reyes | Mtra. Cristina Ortega Camacho

- Conclusiones
- Puente académico hacia la jornada del sábado
- Cierre institucional y difusión de la Maestría y Especialización en Derecho de Daños

Sábado 30 de mayo de 2026

09:00 – 09:30 Apertura de la jornada

Dra. Marisol Martínez Reyes | Mtra. Cristina Ortega Camacho

- Presentación del eje del día
- Objetivo académico de la jornada

09:30 – 10:30 Conferencia de vanguardia

“Responsabilidad civil objetiva y subjetiva en México”

Dr. Juan Carlos Marín González

- Elementos de la responsabilidad civil
 - Hecho generador
 - Daño
 - Nexo causal
 - Factores de atribución
- Responsabilidad civil por riesgo creado
- Responsabilidad civil por seguridad y garantía (vicaria)
- Responsabilidad civil derivada de delito

10:30 – 11:30 Conferencia de vanguardia

“La reparación del daño como derecho humano: del mandato constitucional a la cuantificación judicial en México”

Mtro. Raúl Alfaro Telpalo

- La reparación del daño como derecho humano
- Fundamento constitucional y convencional
- El problema de la cuantificación del daño en México

- Métodos de cuantificación del daño en la práctica judicial
- Retos actuales y reflexión final

11:30 – 12:00 Receso

12:00 – 13:00 Mesa de diálogo

“Probar y cuantificar el daño: ¿flexibilización probatoria o discrecionalidad judicial?”

Mtro. Christian Martínez Berra | Mtro. Fernando Martínez García de León | Dr. Jorge Pantoja Bravo

Modera: Dra. Marisol Martínez Reyes

I. La prueba del daño como eje del proceso de reparación

- La carga de la prueba en materia de daños
- Diferencias probatorias entre daño patrimonial, moral y daños autónomos
- El daño como hecho jurídico y no como presunción automática

II. La flexibilización de la prueba en materia de daños

- Origen jurisprudencial de la flexibilización probatoria
- ¿Facilitación probatoria o relajación indebida de estándares?
- Límites constitucionales de la flexibilización
- Riesgos de la prueba deficiente o simbólica

III. El cálculo de la indemnización: UMA vs salario mínimo

- Fundamento del uso de UMAs en la práctica judicial
- Uso del salario mínimo como parámetro indemnizatorio
- Criterios contradictorios en tribunales
- ¿Qué resulta jurídicamente correcto y constitucionalmente válido?
- Impacto real en el monto de la reparación

IV. El papel de los peritos en la acreditación del daño

- Función del peritaje en daño moral
- ¿Es indispensable el dictamen pericial en daño moral?
- Peritos como auxiliares del juez, no sustitutos de su función
- Errores frecuentes en dictámenes de daño

V. Fórmulas matemáticas y tablas: ¿herramienta o simulación de justicia?

- Uso de fórmulas matemáticas para cuantificar el daño
- Ventajas: objetividad, uniformidad, previsibilidad
- Riesgos: mecanización, deshumanización y falta de motivación
- ¿Es compatible el uso de fórmulas con el derecho humano a la reparación integral?

13:00 – 15:00 Taller de litigación civil y penal

BLOQUE I: TALLER PRÁCTICO – MATERIA PENAL:

“Cómo se pide, se acredita y se ejecuta la reparación del daño en materia penal”

Mtra. María Alejandra Ramos Durán

I. La reparación del daño como eje del proceso penal

- La reparación del daño como finalidad del proceso penal
- Diferencias entre reparación simbólica y reparación efectiva

II. Construcción de la reparación del daño en salidas alternas

- Suspensión condicional del proceso
- Cómo debe solicitarse correctamente
- Qué errores llevan al incumplimiento
- Procedimiento abreviado
- Reparación del daño como condición del acuerdo
- Acuerdos reparatorios
- Contenido mínimo y errores frecuentes

III. Errores estructurales en la práctica penal

- Fallas comunes de fiscales
- Omisiones de asesores jurídicos
- Deficiencias de la defensa

IV. Argumentación estratégica

- Argumentación en audiencia
- Argumentación en sentencia
- Cómo asegurar la ejecución de la reparación

BLOQUE II: TALLER PRÁCTICO – MATERIA CIVIL:

“Estrategias de litigación en reparación del daño en materia civil”

Mtro. Julián Canán Bórquez Castillo

I. Planteamiento estratégico de la demanda

- Identificación correcta del tipo de responsabilidad
- Errores frecuentes en el capítulo de hechos
- Vinculación entre hechos, daño y reparación

II. Acción directa contra la aseguradora

- Supuestos de procedencia
- Ventajas y riesgos estratégicos
- Errores comunes en su planteamiento

III. Acreditación del daño

- Prueba del daño patrimonial

- Prueba del daño moral
- Uso estratégico de peritajes

15:00 – 16:00 Conferencia de clausura y conclusiones

“Por qué es importante especializarse en Derecho de Daños”

Dra. Marisol Martínez Reyes | Mtra. Cristina Ortega Camacho

- El Derecho de Daños como eje del sistema jurídico actual
- Retos actuales en México
- El futuro del Derecho de Daños
- Presentación de la Maestría en Derecho de Daños y especialidad en Responsabilidad civil de INDECAJ.



Presencial 170 dólares

Virtual 140 dólares

Registro



+52 55 79 34 77 52

MÉXICO

Participara de manera presencial el Dr. JORGE PANTOJA BRAVO, autor del libro EL SEGURO Y SU RECLAMACION editado en México, Perú y Colombia en el año 2025.

A continuación, nos comparte un capitulo de su libro que hace parte de la memoria de este congreso.



C. LA INFORMACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS

- 1. Obligación de autoinformarse de los profesionales del seguro**
- 2. La información precontractual en el seguro**
- 3. Deber de información en favor de los consumidores goza de protección constitucional**
- 4. El derecho a recibir información oportuna, clara, precisa e idónea**
- 5. Las aseguradoras deben suministrar información que sea comprendida y entendida**
- 6. El incumplimiento del deber de información y las consecuencias legales a favor del asegurado**
- 7. Deber de asesoramiento**
- 8. Deber de advertencia**
- 9. La restricción al acceso a la información es una práctica abusiva**
- 10. La empresa no cumplió con su obligación si el consumidor no comprende la información**
- 11. Ambigüedad cero en el contrato de seguro**
- 12. La duda se resolverá en favor del consumidor**
- 13. Las entidades accionadas no brindaron información cierta, clara ni oportuna**
- 14. Caso: Aseguradora omite información**
- 15. La manipulación algorítmica como vicio de la voluntad**
- 16. Activación de un clic desencadenante de la acción**

El numeral 2, 11, 15 y 16 SON NUEVOS.

C. LA INFORMACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE SEGUROS

El acceso a la información adquiere mayor relevancia si se tiene en cuenta que en relaciones de consumo surgen tanto de en este tipo de negocio jurídico de los seguros como de cualquier otro, el derecho a recibir información oportuna, clara, precisa, objetiva, veraz, detallada, eficaz, y suficiente sobre las características esenciales del contrato de seguros; todos estos deberes legales e imperativos en cabeza de la aseguradora, deben suministrarlos también durante la ejecución del contrato de seguro; es un derecho del consumidor financiero en razón a que existen defectos en el producto no sólo por una defectuosa fabricación o diseño, también cuando hay una falta de información.

La lectura profunda de la realidad socioeconómica denota el surgimiento de grandes corporaciones financieras, transnacionales, emporios de la información etc., que alcanzan una incidencia, protagonismo y fortaleza económica muy superiores, incluso, a los propios Estados.

Sin embargo, los poderes privados no pueden ser salvajes, sino simples poderes que operen limitados por el respeto y promoción de los derechos fundamentales desde una perspectiva de eficacia horizontal, ya que su tutela y garantía son posibles mediante la instauración de un método de dialéctica procesal que permita la implementación de tales fines, acentuando su naturaleza instrumental. Por el contrario, si el proceso civil legitima al poder privado salvaje, es -extrapolando una famosa noción del derecho penal- una mera “ciencia asquerosa”. Sea como fuere, la “*esperada contención*” se tornaría en “*desesperante insuficiencia*”, si el derecho sustantivo privado patrimonial no opta por una real y verdadera constitucionalización, según denotan las exigencias actuales¹.

En lo que nos concierne, la información debe ser proporcionada con claridad necesaria que permita su comprensión por el consumidor financiero.

Si bien es cierto que falta de información no es *per se* una causa de resarcimiento pecuniario (no da lugar a una indemnización si no hay daño derivado, evitable de haberse producido); pero esta falta de información no puede facultarla para aplicar directamente sanciones, la terminación del contrato sin informar previamente al asegurado o la típica falta de pago de la prima (la entidad financiera debe tener el mismo comportamiento con las tarjetas de crédito: “*su pago no se ve reflejado su tarjeta se inactiva en 30, 20, 10, 5 días*”, de manera reiterada para luego proceder con lo corresponda); Waldo Sobrino es contundente: “*El asegurado no tiene que informar*

¹ LUIS MARIANO, ARGÜELLO ROJAS, *Nociones prácticas y perspectivas jurisprudenciales*, 1ª ed., Heredia, C.R., Escuela Judicial, 2025, p. 599. 5 Mb (Documento digital en Pdf. Consultado el 20 marzo de 2026)

ni entregar documentación a la cual la compañía de seguros tenga acceso con las modernas tecnologías"², compartimos totalmente analizando a continuación.

De otra parte, un punto recurrente en estos conflictos radica en la falta de claridad en los contratos, dado que las pólizas de seguros a menudo redactadas en un lenguaje técnico dificultan al asegurado comprender qué está realmente cubierto y qué no; esta falta de transparencia se traduce en frustración cuando ocurre un siniestro, generando intensas disputas sobre indemnizaciones, coberturas y exclusiones; los tribunales son muy sensibles a las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión y a los casos en que el asegurado no tuvo una posibilidad real de conocer y comprender el contenido del contrato durante su celebración, supuestos en los que resuelven a favor del asegurado.

El núcleo del derecho de consumidor está pensado en el deber de informar. De la misma manera que el derecho civil se basa en un acto jurídico que tiene intención, discernimiento y libertad; es decir, el deber de informar es al derecho del consumidor lo que el acto jurídico es al derecho civil.

Guido Alpa explica sobre como los programas comunitarios, impulsados por el principio de subsidiariedad, se adhirieron a la orientación liberal, dejando de lado la orientación intervencionista anterior; a partir de considerar al consumidor ya no como el sujeto a "tutelar" sino el sujeto a "informar"; sostenía que siendo el consumidor un *homo economicus* era necesario colocarlo en una posición de paridad con su contraparte el banco y ello se lograba a través de la información, elemento con el cual el consumidor podría realizar elecciones libres y conscientes³.

Acogemos totalmente el enfoque de Waldo Sobrino que lo concreta en el Deber de Información + Deber de Asesoramiento + Deber de Advertencia, se han convertido en el epicentro fundamental del Derecho del Consumidor; en efecto, para la correcta aplicación de la normativa protectoria de los consumidores, se va a tener que partir de la siguiente premisa: "Primero se cumple con el Deber de Información (lato sensu) y, recién después se podrá pretender aplicar sanciones al consumidor"; es decir: "Si la Compañía de Seguros (y Productor de Seguros) no cumplen en forma previa y eficiente con el Deber de Información (lato sensu) es que no se va a poder aplicar ninguna clase de sanción y/o pautas legales o contractuales que perjudiquen a los consumidores de seguros (...) Al contrario, nuestra visión práctica legal es que: El Deber de Información (lato sensu) es una obligación previa indispensable (aunque no suficiente) para que se pueda aplicar al asegurado las consecuencias perjudiciales de la ley y el contrato de seguros"⁴.

² WALDO, SOBRINO, *Seguros e Inteligencia Artificial: ventajas legales para los asegurados en el siglo XXI* (Big Data = Hechos públicos y notorios), La Ley, Buenos Aires, Argentina. 23 de abril de 2025

³ GUIDO, ALPA, *Derecho del consumidor*, Traducción de Juan Espinoza, Gaceta Jurídica, Lima, 2004, pp. 330-331.

⁴ WALDO, SOBRINO en un artículo publicado 11 de mayo de 2022, en <https://www.ijeditores.com/>, Id SAIJ: DACF240004, titulado: "Aunque exista mora del asegurado en el pago de la Prima las Compañías de Seguros tienen que pagar los siniestros"; expuestos ampliamente en *Contratos, consumidores y seguros, La "crisis del contrato de seguros en el siglo XXI a la luz de la las Neurociencias, la Inteligencia Artificial y el Metaverso*. Thomson Reuters La Ley, Buenos Aires, 2024,

Por lo tanto, la omisión en la información oportuna, clara y completa en la póliza de seguro constituye una práctica abusiva de las entidades financieras y vulnera derechos fundamentales.

1. Obligación de autoinformarse de los profesionales del seguro

El deber de información en el contrato de seguro inicia en la etapa precontractual, ya que desde ese momento las partes comparten información sobre el riesgo asegurable,⁵ información que tiene importancia en la formación del contrato.

Su prevalencia tiene sus cimientos desde la Constitución misma cuando estatuyó que “la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización”⁶, postulado desarrollado en el régimen de “*protección de los consumidores financieros*”, donde a su vez se destaca que dentro de la contratación financiera la obligación de la información debe ser cierta, suficiente y oportuna y, en particular, la que se suministre previamente a la celebración del contrato, deberá permitir y facilitar la adecuada comparación de las distintas opciones ofrecidas en el mercado para que el consumidor comprenda el contenido y funcionamiento de la relación establecida para suministrar un producto o servicio, al punto que el incumplimiento de la obligación da derecho al consumidor financiero de finalizar el contrato sin penalidad alguna, sin perjuicio de las obligaciones que según el mismo contrato deba cumplir⁸.

De esta forma, se profundiza el Deber de Información, dado que los profesionales deben aconsejar a los consumidores con relación al servicio; debiendo resaltarse que esta obligación toma mayor relevancia en los seguros, como consecuencia de la absoluta asimetría de conocimiento entre las partes.

Ahora bien, dado que en la técnica nacional el deber de información no se ofrece desde el marco de una regla dispositiva, sino imperativa de mínimos, corresponde hacer algunos ajustes a dicha formulación en el sentido que la información dada debe ser comprendida por el tomador y que el mínimo dispuesto por el ordenamiento será construido en torno a las tecnologías de la información, el *big data*, *blockchain*, *neuromarketing* y *deep learning* manejados por el sistema financiero que abarca a la aseguradores; pero el reto es que estas nuevas tecnologías representen una mejora en la protección del consumidor financiero y no a la inversa.

Concretamente: toda la información que se encuentra en ‘*big data*’, a la que las compañías de seguros pudieran tener acceso, se considera conocida por la aseguradora (aunque el asegurado no se le hubiera transmitido); Waldo Sobrino señala que “la Inteligencia Artificial y las Neurociencias ya se aplican al Derecho, en general y a la Ley de Seguros, en particular modificando fáctica, técnica y legalmente varias de las pautas básicas de las normas, existiendo diversos casos puntuales que

⁵ Artículo 1054 del Código de Comercio de Colombia.

⁶ Artículo 78, Constitución de Colombia.

⁷ Ley 1328 de 2009 establece un régimen de “*protección de los consumidores financieros en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas*”. Colombia.

⁸ Ibidem. artículos 9 y 10.

ya se pueden aplicar en forma específica para la protección y defensa de los consumidores...”⁹.

Por lo tanto, el deber de información ‘pasivo’ implica la obligación de autoinformarse de los profesionales del seguro, de forma tal que si la información y/o documentación se encuentra en *big data*, ello implica que las aseguradoras se encuentran legalmente notificadas¹⁰. Obvio es señalar que lo que estamos resaltando respecto al deber de “autoinformarse” de los profesionales del seguro¹¹, no es algo novedoso, sino que sigue las enseñanzas de dos grandes maestros de Argentina, como Rubén Stiglitz y Augusto Morello, cuando a principios del siglo ya resaltaban que la compañía de seguros tiene la obligación de “*informarse de toda circunstancia trascendente a los fines de evaluar el riesgo a afrontar...*”¹²; tan clara es la situación, que el mismo Rubén Stiglitz, algunos años después, ratificó la importancia del principio planteado, donde en un artículo referido al deber de información resalta la trascendencia del *deber de informarse* de las empresas¹³.

De manera específica María Celeste Colombo dice, con la utilización práctica de los modernos dispositivos electrónicos, por ejemplo, *internet of things (IoT)*, *insurance of things (INSOT)*, videos, *wearables*; etc., y la inteligencia artificial, la compañía de seguros puede *tomar conocimiento* de diversos hechos y circunstancias, de manera que “se torna operativo lo dispuesto por el artículo 15 de la ley de seguros -de argentina-...”¹⁴; Martín Francisco Elizalde dice con “el aprendizaje automático, específicamente la comprensión del lenguaje natural (NLU) que realiza la Inteligencia Artificial, permite a las Aseguradoras analizar fuentes de información más abstractas, como publicaciones en redes sociales, reuniendo mejor información para medir el riesgo potencial de la aseguradora y diseñar un producto más personal...”¹⁵.

⁹ WALDO, SOBRINO, Ponencia “*Inteligencia Artificial y Neurociencias aplicadas a la Ley de Seguros vigente*”, presentada en el “XVIII Congreso Nacional e Internacional de Derecho de Seguros”, celebrado en la Ciudad de Paraná (Entre Ríos), los días 11, 12 y 13 de mayo de 2022.

¹⁰ WALDO, SOBRINO; “*Contratos, Consumidores y Seguros (la ‘crisis’ del contrato en el siglo XXI, a la luz de las Neurociencias, la Inteligencia Artificial y el Metaverso)*”, Cap. 8 “Deber de Información ‘Activo’ + Deber de Información ‘Pasivo’ de las Compañías de Seguros (según la Inteligencia Artificial y las Neurociencias)”, Ed. La Ley, mayo de 2024, pp. 341 a 387

¹¹ WALDO, SOBRINO, “*Ley de Seguros Comentada*”, Coautores: Sobrino, Waldo - Gava, Adriel y Cerda, Sebastián; T. 1, Tercera Parte: “Ley de Seguros Comentada”, art. 5 “Reticencia”, acápite XVI “El Deber de Informarse de las Compañías de Seguros”, La Ley - Thomson Reuters, Buenos Aires, junio de 2023, segunda edición ampliada y actualizada, pp. 386 y ss.

¹² MORELLO, Augusto - STIGLITZ, Rubén; “*Régimen sancionatorio de la ley de seguros. Propuestas de política legislativa*”, La Ley, 2006-B, 1082; Responsabilidad Civil y Seguros, 2002-1.

¹³ RUBÉN, STIGLITZ; “*El deber general de información contractual*”, Cap. XI. Límites al deber de información. La ignorancia inexcusable. El conocimiento de la información por quien invoca el incumplimiento de la contraparte. La obligación de informarse”, RCCyC, 2016 (diciembre), 16/12/2016, 3; TR La Ley AR/doc/3810/2016.

¹⁴ MARÍA CELESTE, COLOMBO, “*Perspectivas y desafíos para una futura reforma: la Ley de Seguros 4.0*”, Cap. IV ‘Perspectivas y desafíos para una futura reforma: La Ley de Seguros 4.0’, p. 10, publicado en el Suplemento “55 años de la Ley de Seguros”, La Ley, de fecha 6 de septiembre de 2022.

¹⁵ ELIZALDE, Martín Francisco; “Inteligencia Artificial: más ventas y menores costos. Pero con alguna precaución”, donde se explican las grandes ventajas que tienen las Compañías de Seguros para la suscripción

De nuestra parte, en última instancia, los seguros formarán parte de estas industrias beneficiarias y se integrarán cada vez más ampliamente en nuestra vida cotidiana, “ahora también nos vigilan las cosas que usamos diariamente...”¹⁶; dedicando en el presente libro un acápite titulado “El perfilamiento de todas las personas afecta a los pobres” analizando la gran obra de Cathy O’Neil *Armas de Destrucción Matemática*, ADM, donde hay muchas premisas perniciosas camufladas bajo las matemáticas y se mantienen sin que nadie las verifique ni las cuestione. Esto nos lleva a hablar de otra característica común de las ADM: suelen castigar a los pobres; se debe, en parte, a que han sido diseñadas para evaluar grandes cantidades de personas, millones de personas en nanosegundos¹⁷, “los privilegiados, como veremos una y otra vez, son analizados por personas; las masas, por máquinas”¹⁸; en donde “los veredictos de las Armas de Destrucción Matemática son como los dictados de los dioses de los algoritmos. El modelo en sí es una caja negra, su contenido, un secreto corporativo fieramente guardado”¹⁹; caja negra se refiere a sistemas complejos de Inteligencia Artificial cuyo funcionamiento interno no es completamente entendido o explicable, incluso por sus creadores; es un algoritmo de “caja negra”, lo que significa que nadie, incluidos sus operadores, tiene acceso al código fuente. Ello genera un perfilamiento de todas las personas, produciendo una asimetría absoluta de información, dado que los sistemas inteligentes van a tener toda la información de las personas, pudiendo utilizarla de la manera que más les convenga, incluso en perjuicio de los propios consumidores.

Como muy lo expresa Abel Veiga Copo, basándonos en lo antes expuesto, es que nosotros resaltamos la *potenciación* del deber de *autoinformarse* de las compañías de seguros, como consecuencia de la aplicación de las modernas tecnologías en general y la inteligencia artificial en particular²⁰; Waldo Sobrino concluye: “todo lo que se encuentra en big data significa que está en conocimiento de la compañía de seguros”²¹, precisando que ello es así, justamente, porque, como reza el artículo 15 de la Ley 17.418, “...el asegurador no puede invocar las consecuencias desventajosas de la omisión o del retardo de una declaración, denuncia o notificación, si a la época en que debió realizarse tenía conocimiento de las circunstancias a las que ellas se

de riesgos como consecuencia de la utilización de la Inteligencia Artificial. Así, con relación a la “Suscripción de Riesgos”, publicado en “El Seguro en Acción”, de fecha 30 de noviembre de 2022.

¹⁶ HAN, Byung-Chul; “*Psicopolítica (Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder)*”, Cap. Big Data, donde con referencia a Internet of Things (IoT), Herder Ed., Buenos Aires, 2019, p. 94.

¹⁷ Nanosegundos: una millonésima de segundo.

¹⁸ CATHY, O’NEIL, “*Armas de Destrucción Matemática (cómo el Big Data aumenta la desigualdad y amenaza la Democracia)*” Editorial Capitan Swing, Madrid, España, 2017, p. 15.

¹⁹ *Ibidem*, p. 16.

²⁰ ABEL, VEIGA COPO; *Seguro y Tecnología. El impacto de la digitalización en el contrato de seguro*, Parte Primera, Cap. VIII “La función del seguro en la era digital y del Big Data”, Thomson Reuters, España, 2020, pp. 130 a 149.

²¹ WALDO, SOBRINO, *Ley de Seguros Comentada*, Coautores: Sobrino, Waldo - Gava, Adriel y Cerda, Sebastián; T. 1, Tercera Parte: “Ley de Seguros Comentada”, art. 5 “Reticencia”, acápite XVI “El Deber de Informarse de las Compañías de Seguros”, La Ley - Thomson Reuters, Buenos Aires, junio de 2023, segunda edición ampliada y actualizada, pp. 386 y ss.

refieren...”²²; recomendando: “Como hemos visto, atento a que en el siglo XXI casi toda la información se encuentra en poder de las compañías de seguros, necesariamente debemos volver a analizar los viejos y anquilosados deberes de información del asegurado y estudiarlos desde la perspectiva del deber de información pasivo (u obligación de autoinformarse de los profesionales del seguro)”²³.

2. La información precontractual en el seguro

Además del tomador como consumidor financiero debe considerarse como tal al beneficiario del contrato de seguro, cualquiera sea su especie, en la medida en que se reúnan los presupuestos de aplicación del régimen tuitivo; entre ellos, la víctima de un accidente de tránsito como beneficiario del seguro por ministerio de ley.

De otro lado, destacamos que la información precontractual, incluidas las comunicaciones publicitarias dirigidas por los distribuidores de seguros a los clientes o posibles clientes, deberá ser precisa, clara y no engañosa, y lo más importante que sea comprendida; de la misma manera que cuando las compañías de seguros venden seguros tratan de que el mensaje de venta llegue fuerte y claro, que se entienda y seduzca a los futuros clientes, cuando cumplen con el deber de información también deben seguir las mismas pautas.

Por ello, en las pólizas de seguros, las compañías de seguros no solo no cumplen con el deber de información cuando los contratos están escritos con letra chica, o de manera no entendible, o con terminología compleja, Waldo Sobrino va más allá, “sino también violan la ley cuando no utilizan los modernos sistemas”²⁴, reafirmando de manera constante que la sanción por el no cumplimiento del deber de información + deber de asesoramiento + deber de advertencia; infiriendo que no se va a aplicar en perjuicio del consumidor, todo aquello que el profesional, la compañía de seguros, debería haber informado y/o asesorado y/o alertado y no lo hizo de manera eficiente; el profesional es la aseguradora y sus agentes que cuenta con más información que el propio asegurado.

Así como advierten el vencimiento de su tarjeta de crédito es invalida en cinco, dos y un día, de manera repetitiva y por diversos medios (email, chat, messenger, y hasta llamadas telefónicas), con tanta intensidad que en Colombia tuvo que expedirse la Ley 2300 de 2023 con el objeto de proteger el derecho a la intimidad de los consumidores, estableciendo los canales, el horario y la periodicidad en la que estos pueden ser contactados por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera; advertencia que no la hacen en varios eventos que perjudican al asegurado procediendo a la ineficacia de la póliza y su nulidad que la informan cuando la persona reclama, caso típico de la reticencia en donde la aseguradora pudo constatarla meses o incluso varios años antes de su reclamación,

²² Ibidem.

²³ WALDO, SOBRINO, *Seguros e Inteligencia Artificial: ventajas legales para los asegurados en el siglo XXI* (Big Data = Hechos públicos y notorios), La Ley, Buenos Aires, Argentina. 23 de abril de 2025

²⁴ WALDO, SOBRINO, *Contratos, consumidores y seguros, La “crisis del contrato de seguros en el siglo XXI a la luz de la las Neurociencias, la Inteligencia Artificial y el Metaverso*. Thomson Reuters La Ley, Buenos Aires, 2024, p. 181.

incumpliendo deliberadamente y hasta con dolo el deber de información para lo cual deben asumir sus consecuencias legales como es obligándolas al pago de la indemnización como lo determinado la Corte Constitucional en varios casos analizados en el capítulo *La reticencia en seguros*.

Es fundamental resaltar que el deber de advertencia se encuentra íntimamente vinculado con el deber de prevención del daño²⁵, dado que la mejor manera de reparar un daño, es que el daño no se produzca²⁶; si bien el deber de advertencia, es quizás el que menos desarrolló en la doctrina y la jurisprudencia, es que está tomando una centralidad fundamental para la protección de los derechos de los consumidores.

Por lo tanto, un producto o servicio será transparente cuando responda adecuada y razonablemente a las legítimas expectativas económicas y jurídicas de sus destinatarios, sean o no consumidores; de allí la importancia en relación con el contrato de seguro, la claridad de las cláusulas contenidas en la póliza además del conocimiento y oportunidad que de las mismas deba brindarse a los consumidores por parte de las entidades aseguradoras, esto con el fin que tengan la oportunidad de optar, en caso de insatisfacción de sus necesidades, por emprender las acciones correspondientes, sin que tal deber pueda ser delegado en un tercero como pudiera ser el tomador de la póliza.

Por lo tanto el incumplimiento de la obligación de dar información “cierta, suficiente y oportuna” tiene como consecuencia legal que no se le van a aplicar a los consumidores de seguros las sanciones y/o perjuicios derivados de todo aquello que no fue eficientemente informado, advertido y/o asesorado; además del deber de informar, está el deber de seguridad, de garantía, el control de la publicidad y otras prácticas abusivas o fraudulentas, la conexidad contractual, la creación de expectativas, entre otras.

Además, el defectuoso asesoramiento o la inadecuada información habría afectado a la prestación del consentimiento, es decir, opera en la fase precontractual y afecta a la formación de la voluntad contractual.

Con toda razón, Waldo Sobrino al deber de información adiciona el “deber de asesoramiento” y el “deber de advertencia”, estas son la columna vertebral para el derecho de consumo y que su cumplimiento es una de las obligaciones más importantes de la relación de consumo²⁷; sobre el deber de advertencia dice: “La tercera obligación legal específica de la Compañía de Seguros y el Productor de

²⁵ Expresamente normado en el Artículo 1.710 del Código Civil y Comercial de Argentina.

²⁶ ABEL, VEIGA COPO, *Los Principios de Derecho Europeo del Contrato de Seguro*, Capítulo Segundo 'Los Principios. Hacia un nuevo modelo regulatorio del seguro', acápite 3 "Perfección y duración del contrato de seguro", donde hace referencia al Artículo 2:202 de los Principios de Derecho Europeo del Contrato de Seguro cuyo título es "Deber de Advertencia sobre inconsistencias en la cobertura", publicado por Grupo Editorial Ibáñez y la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2012, p. 80.

²⁷ WALDO, SOBRINO, *"Ley de Seguros Comentada"*, Coautores: Sobrino, Waldo - Gava, Adriel y Cerda, Sebastián; Tomo 1, Tercera Parte: *"Ley de Seguros Comentada"*, Art. 11, acápite V *"Deber de Información"*, La Ley - Thomson Reuters, Segunda Edición Ampliada y Actualizada, Buenos Aires, junio de 2023, pp. 410 y ss.

Seguros, es el deber de alertar que el servicio contratado no tenga consecuencias perjudiciales para los intereses del asegurado, en cumplimiento estricto del deber de prevención del artículo 1.710 del Código Civil y Comercial”²⁸ de Argentina, concluye: “En el caso de que las compañías de seguros y/o productores de seguros no cumplan adecuada y eficientemente con el deber de conocimiento (deber de información + deber de asesoramiento + deber de advertencia), la sanción legal automática es que no se va a aplicar en perjuicio del consumidor todo aquello que los profesionales deberían haber informado y/o asesorado y/o alertado (y no lo hicieron)”²⁹; planteando que “cada vez va a ser más difícil la lucha contra las compañías de seguros, porque ellos van a tener toda la información de la cual nosotros carecemos”³⁰.

Sin olvidar, en todo caso, que el contrato como fuente de obligaciones válidamente celebrado es ley para las partes, de suerte que únicamente puede ser invalidado con su consentimiento o por causas legales.

3. Deber de información en favor de los consumidores goza de protección constitucional

En el seguro no debe existir una sola parte que detente la información, la otra también debe estarlo para que pueda tomar una decisión informada, considerada en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero: “Las entidades vigiladas deben suministrar a los usuarios de los servicios que prestan la información necesaria para lograr la mayor transparencia en las operaciones que realicen, de suerte que les permita, a través de elementos de juicio claros y objetivos, escoger las mejores opciones del mercado y poder tomar decisiones informadas”³¹; además cualquier información que sea indispensable para que el consumidor financiero tenga un claro entendimiento de los beneficios, limitaciones y costos del producto.

A su vez, la Corte Constitucional expresa: “La información es una herramienta que dota a los ciudadanos de poder en todas las etapas contractuales, antes, durante y con posterioridad a la ejecución del contrato, que busca evitar que la libertad contractual se ejerza en detrimento de otros derechos fundamentales y de manera abusiva por quienes representan la parte dominante, como lo son las aseguradoras y entidades bancarias”³².

La Corte Constitucional señaló que al consagrar la definición del consumidor financiero, “no hizo cosa diferente que enfocar la noción cardinal de consumidor, a los sujetos eventuales o potenciales de bienes y servicios que ofrecen las entidades de los sectores bancario, financiero, asegurador y de valores, vigiladas por la

²⁸ WALDO, SOBRINO, “La ‘Prorrata’ (o ‘la palabra maldita’) no se aplica a los Consumidores de Seguros (por aplicación del Deber de Información y la Inteligencia Artificial)” XVIII Congreso Nacional e Internacional de Derecho de Seguros Paraná del 11 al 13 de mayo de 2022, p. 3

²⁹ *Ibidem*, p. 8.

³⁰ WALDO, SOBRINO, exposición del 1º de agosto de 2023 en la Jornada “Consumidores de seguros: jurisprudencia actual”, organizada por el Centro de Graduados/as de la Universidad de Buenos Aires.

³¹ Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, Decreto 663 de 1993 en el artículo 97 numeral 1, Colombia.

³² Corte Constitucional. Sentencia T-227/16, MP. Jorge Iván Palacio. Colombia.

Superintendencia Financiera, conforme al mercado en el que participan, en calidad de productor/proveedor (entidades vigiladas) y consumidor (cliente o usuario), propio de la actividad económica que protege la Constitución, consumidor financiero que puede ser nato o calificado, pues “lo que importa y trasciende no es exactamente esa condición o característica, sino el reconocimiento que ha dado el derecho constitucional de las hondas desigualdades o desequilibrios inmanentes al mercado y al consumo en las diversas actividades económicas, a partir de la mencionada relación productor/proveedor — consumidor o usuario”³³.

Entonces el deber de información en favor de los consumidores goza de protección constitucional, en los siguientes términos: “La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización (...)”³⁴; del deber de información en la comercialización de seguros ha señalado a cargo de las entidades vigiladas la obligación general de “suministrar a los usuarios de los servicios que prestan la información necesaria para lograr la mayor transparencia en las operaciones que realicen, de suerte que les permita, a través de elementos de juicio claros y objetivos, escoger las mejores opciones del mercado y poder tomar decisiones informadas”³⁵; del Código Civil se tiene: “No pudiendo aplicarse ninguna de las reglas precedentes de interpretación, se interpretarán las cláusulas ambiguas a favor del deudor”³⁶; en el estatuto del Consumidor en el numeral 9: “Al adoptar la decisión definitiva, el Juez de conocimiento o la Superintendencia de Industria y Comercio resolverá sobre las pretensiones de la forma que considere más justa para las partes según lo probado en el proceso, con plenas facultades para fallar infra, extra y ultrapetita, y emitirá las órdenes a que haya lugar con indicación de la forma y términos en que se deberán cumplir”³⁷, y derecho a la igualdad de ser tratados equitativamente y de manera no discriminatoria, enmarcado en la Constitución que proclama la igualdad para todos los ciudadanos, con un trato sin ninguna discriminación.

Como se puede ver el concepto de relación de consumo posee amplitud suficiente como para proyectarse al ámbito de la contratación en general con consumidores y usuarios, comprendiendo entre otras situaciones a aquellas que resultan del seguro, transportes, servicios financieros, inversiones y mercados de capitales, medicina prepa, etc.

El legislador consciente de que los productores y distribuidores de bienes o servicios, en algunos eventos pueden incurrir en prácticas poco ortodoxas con las cuales los consumidores podrían ver afectados sus derechos, les otorgó mecanismos de carácter jurisdiccional y administrativos expeditos encaminados a restablecer el equilibrio, que en no pocas ocasiones se ve afectado debido al tráfico comercial y las condiciones del mercado y, en lo que toca con los consumidores financieros,

³³ Corte Constitucional, sentencia C-909 de 2012. Colombia.

³⁴ Constitución Nacional. Artículo 78. Colombia.

³⁵ Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, artículo 97.

³⁶ Código Civil se tiene: “Artículo 1624. Colombia.

³⁷ Ley 1480 de 2011, estatuto del Consumidor en el numeral 9, Colombia.

establece un régimen de protección de los consumidores financieros fija reglas precisas a las cuales deben ajustar su conducta tanto las entidades del ramo como sus usuarios, proscribiendo las prácticas abusivas de las primeras³⁸, e instando a los segundos, entre otras cosas, a “observar las instrucciones y recomendaciones que imparta la entidad vigilada sobre el manejo de productos o servicios financieros”³⁹.

Tales medidas tienen su razón de ser en el hecho de que la actividad bancaria es un servicio público en sí mismo considerado, sometido a la vigilancia y control de las autoridades, en la cual el poder de negociación y de disposición de intereses está limitado a las directrices que en relación con la materia, emitan las autoridades monetarias en razón a la función que desempeñan, la especialidad de la actividad, su condición de instrumento para garantizar derechos individuales, la prohibición de afectar desproporcionadamente derechos fundamentales y por el impedimento del abuso del derecho propio.

4. El derecho a recibir información oportuna, clara, precisa e idónea

El acceso efectivo a la información es uno de los pilares esenciales sobre el cual se edifica la relación entre las entidades del sector financiero y los consumidores o usuarios del mismo; su derecho a una adecuada, clara y oportuna con relación a los alcances y limitaciones de la cobertura del seguro es una obligación sustancial que está en cabeza del asegurador.

El marco regulatorio que rodea el régimen de protección al consumidor financiero ha venido cobrando relevancia en los últimos años, gracias a la entrada de nuevos jugadores al mercado, la ampliación de portafolios de servicios, la incorporación de nuevos canales y, en general, a la acelerada transformación digital, que exige cada vez más, mayores estándares de regulación y supervisión.

Las entidades para comercializar productos de seguros deben suministrar a los consumidores financieros (tomador y/o asegurado), previamente a la celebración del contrato de seguro la siguiente información de manera cierta, suficiente, clara y oportuna:

- 1) Los derechos y obligaciones emanados del contrato de seguro y de las condiciones particulares.
- 2) El alcance de la cobertura, de las exclusiones y de las garantías de los productos de seguros ofrecidos.
- 3) El alcance de los servicios de intermediación.
- 4) Los costos del producto y su comercialización
- 5) La forma de vinculación contractual del intermediario con la entidad aseguradora y su estado de inscripción en el Sistema Unificado de Consulta de Intermediarios de Seguros.

³⁸ Estatuto de Protección de los Consumidores Financieros. Ley 1328 de 2009. Artículos 10 y 11. Colombia.

³⁹ Ibidem. Artículo 6.

6) La responsabilidad que como intermediario le corresponde frente al consumidor financiero.

7) La autorización otorgada por la entidad aseguradora para comercializar el producto de seguros ofrecido.

8) El procedimiento, plazos y documentación a tener en cuenta para la reclamación de un siniestro.

9) Los canales por medio de los cuales puede formular una petición, queja o reclamo⁴⁰.

Además:

1) Las coberturas básicas con sus exclusiones, valor de los deducibles, períodos de carencia o tiempos de permanencia mínimos antes de la cobertura, límites de edad, renovación automática, revocación unilateral y cualquier otra figura legal que limite el derecho a obtener una indemnización.

2) Los trámites que se deben adelantar ante la aseguradora para obtener el pago del seguro de acuerdo con la clase de producto, indicando si este valor corresponde o no al valor real del interés asegurado en el momento del siniestro o al monto efectivo del perjuicio patrimonial sufrido por el asegurado.

3) Los plazos y forma en que el asegurado debe acreditar la ocurrencia del siniestro y la cuantía de la pérdida y los derechos que surgen en el evento en que la entidad aseguradora no pague la indemnización dentro del mes siguiente a dicha acreditación.

4) Explicar de manera descriptiva las figuras de coaseguro, subrogación y transmisión del interés asegurado, con sus consecuencias.

5) Informar el procedimiento para la devolución de primas en los casos de presentarse las figuras de supraseguro, disminución del interés asegurado o la revocatoria del seguro⁴¹.

6) Las que ofrecen pólizas de seguro de vida individual y seguro de vehículos individual de servicio particular, deben implementar en sus páginas de web un “Cotizador” a través del cual se le permita a los consumidores financieros tomar decisiones informadas en lo relacionado con el costo de las pólizas de seguros. Para tal efecto, los mencionados cotizadores deben contener los requerimientos mínimos definidos en las proformas que para tal efecto ha definido esta Superintendencia⁴².

Los corredores de seguros deben velar porque las personas naturales vinculadas autorizadas para ejercer la intermediación de seguros, suministren a los consumidores financieros, previamente a la celebración del contrato de seguro, de manera cierta, suficiente, clara y oportuna⁴³, la información detallada en los numerales anteriores.

⁴⁰ Numerales 3.4.3.1.1 hasta 3.4.3.1.9 de la Circular Externa 050 de 2015 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

⁴¹ Numerales 3.4.3.2.1 hasta 3.4.3.2.5 de la Circular Externa 050 de 2015 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

⁴² Numeral 3.4.3.2.10 de la Circular Externa 050 de 2015 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

⁴³ Deber de información Numeral 3.4.12.3. de la Circular Externa 050 de 2015 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

La Superintendencia Financiera sobre la finalidad de la información que se suministra a los consumidores financieros es: “3.2.1.1. Dotar a los consumidores financieros de elementos y herramientas suficientes para la toma de decisiones. 3.2.1.2. Facilitar la adecuada comparación de las distintas opciones ofrecidas en el mercado, y 3.2.1.3. Propender porque los consumidores financieros conozcan los derechos y obligaciones pactadas”⁴⁴; en tal sentido, las relaciones entre las entidades vigiladas y los consumidores financieros deberán desarrollarse de forma que se propenda por la satisfacción de las necesidades del consumidor financiero de acuerdo con la oferta, compromiso y obligaciones acordadas.

Las entidades financieras deben suministrar a los consumidores información cierta, suficiente, clara y oportuna, que les permita conocer sus derechos, obligaciones y costos, en las relaciones que establezcan; respecto al manejo adecuado de los conflictos de interés: en desarrollo del principio de debida diligencia, los consumidores tienen derecho a recibir de parte de las entidades financieras productos y servicios con estándares de seguridad y calidad, de acuerdo con las condiciones ofrecidas y las obligaciones asumidas por esta; deben administrar los conflictos que surjan en desarrollo de su actividad entre sus propios intereses y los de los consumidores, así como los conflictos que surjan entre los intereses de dos o más consumidores, de manera transparente e imparcial, velando porque prevalezca el interés de los consumidores.

5. Las aseguradoras deben suministrar información que sea comprendida y entendida

El deber informativo comprende las circunstancias previas al acuerdo, la intención para contratar, el objeto del negocio, el contenido y alcance de las obligaciones, al igual que todo dato de interés para la suerte del vínculo. Así se reduce un eventual desequilibrio por la falta de conocimiento de una de las partes y se afina el consentimiento para que obedezca a una realidad.

El asegurado recibe la póliza, pero no necesariamente la lee, y si la lee no necesariamente la entiende y si la entiende no necesariamente la entiende bien; además es un contrato complejo, en razón de estar estructurado en elementos técnicos y económicos que lo diferencia de otros, que hacen de él un "contrato singular" que cumple una "función social" acentuada cuando se trata del riesgo responsabilidad civil.

Las entidades financieras y aseguradoras están obligadas a suministrar información *(i) cierta*, es decir, que responda efectivamente a la realidad jurídica y fáctica del vínculo contractual; *(ii) suficiente*, esto es, que sea completa y no parcial, de manera que el consumidor financiero pueda tener una idea integral y detallada de la posición en la que se encuentra y de sus posibilidades de actuación; *(iii) clara*, es decir, plenamente comprensible, incluso cuando su naturaleza técnica dificulte su explicación, y *(iv) oportuna*, esto es, entregada en el momento en que resulta

⁴⁴ Superintendencia Financiera de Colombia, Circular Básica Jurídica. Cap. I, Tít. III, Parte I, núm. 3.2.1.

relevante, y no después, para que el consumidor financiero pueda tomar decisiones con base en ella⁴⁵.

Nosotros agregamos que debe ser comprendida y entendida por el tomador y asegurado; tal es el caso específico de los créditos de vivienda, la Ley⁴⁶ obliga a los establecimientos de crédito a “suministrar información cierta, suficiente, oportuna y de fácil comprensión para el público y para los deudores respecto de las condiciones de sus créditos”; esta obligación, garantiza que desde el inicio de la relación jurídica contractual y a lo largo de la vigencia del crédito los usuarios tengan certeza sobre las condiciones económicas de este último, el desarrollo de sus relaciones financieras con la entidad crediticia y el estado actual de sus obligaciones; en virtud de los principios de transparencia y seguridad⁴⁷.

Puede exigirse a las compañías aseguradoras suministrar información real sobre los límites de cobertura en el contrato de seguro, con sustento en que esa información, que tiene suma relevancia para el tomador, debe ser conocida por este o, al menos, estar a su alcance, de modo que logre ser identificada y comprendida por el asegurado, para así evitar, por un lado, que este se pueda excusar de no haberla conocido y, por otro, que la aseguradora sorpresivamente saque a relucir aspectos previstos de forma inconexa, aislada y, por tanto, que no fueron fácilmente perceptibles a la otra parte de la relación aseguraticia⁴⁸.

La Corte Constitucional concluye, *“las entidades accionadas no brindaron información cierta, clara ni oportuna, sobre la cobertura individual de la póliza de seguro de vida grupo deudores”*; indicando que el suministro de información en las condiciones descritas busca equilibrar la situación de indefensión en la que se encuentran los consumidores financieros frente a las entidades financieras y aseguradoras, “para que reconozcan y ejerciten sus derechos como usuarios, permitiéndoles tomar mejores decisiones, facilitándoles la adecuada comparación de las distintas opciones ofrecidas en el mercado, y propendiendo porque conozcan tanto sus derechos como las obligaciones adquiridas”⁴⁹.

De esta manera, se restringe el ejercicio de la posición dominante con base en la cual esas entidades suelen imponer obligaciones a sus clientes y se garantiza el interés público que caracteriza a las actividades que desarrollan; como lo impone el principio de debida diligencia, estas entidades les deben brindar a los consumidores financieros una “atención debida y respetuosa en desarrollo de las relaciones que establezcan con aquellas, y en general, en el desenvolvimiento normal de sus operaciones [...] de forma que se propenda por la satisfacción de las necesidades del consumidor financiero, de acuerdo con la oferta, compromiso y obligaciones

⁴⁵ Ley 1328 de 2009, artículo 3, literal c, y Sentencia T-676 de 2016. Colombia.

⁴⁶ Ley 546 de 1999 por la cual se dictan normas en materia de vivienda para regular un sistema especializado para su financiación. artículo 21, Colombia.

⁴⁷ Corte Constitucional Sentencia T-1091 de 2005, sentencia C-955 de 2000. Colombia.

⁴⁸ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, sentencia del 14 de diciembre de 2023, M.P. Liana Aida Lizarazo Vaca, SC491-2023, radicado: 11001310301020170037-201, reiteración de la sentencia SC276-2023, rad. 2018-01217-02. Colombia.

⁴⁹ Corte Constitucional, sentencia T-277 de 2016. Colombia.

acordadas”⁵⁰; esto implica que, en todo momento, durante el desarrollo de la relación contractual, las entidades financieras y aseguradoras asesoren a sus clientes de forma idónea, suficiente y oportuna, con el fin de que estos comprendan y entiendan la póliza para de esta manera puedan tomar las decisiones que mejor se ajusten a sus intereses y necesidades.

6. El incumplimiento del deber de información y las consecuencias legales a favor del asegurado

La actividad financiera, entre ellas el seguro, cumple respecto del desarrollo económico una función esencial, que conlleva una especial protección fundada en la confianza pública inmersa en su gestión y que, en virtud de ello, se exige de las entidades que la ejercen, mayor diligencia y profesionalismo en su desarrollo, en la medida que poseen un amplio margen de control de las operaciones y cuentan con sistemas de información y de transacción de carácter técnico, servicios por los cuales reciben una retribución

Las cláusulas predispuestas en un contrato de seguros deben estar claramente redactadas, ser comprensibles, completas y de fácil lectura; esto quiere decir que la redacción clara y comprensible es una obligación cuyo incumplimiento motiva consecuencias desfavorables para el incumplidor; concretamente, en los negocios jurídicos en los que participan consumidores, por cuanto en ellos, la voluntad y libertad de estos para establecer, modificar, aceptar o rechazar las condiciones contractuales es reducida o nula, al ser impuestas por la entidad que ofrece el producto o presta el servicio; puesto que la moderna expresión genérica de “consumidores de seguros” incluye a los asegurados, beneficiarios y perjudicados⁵¹ dado que el “consumidor de seguros” no es solamente el asegurado o tomador sino también los beneficiarios y/o víctimas de los siniestros; por lo tanto la Ley de Defensa del Consumidor es aplicable a todos ellos.

Tiene mucha razón Waldo Sobrino cuando expresa:

“Asimismo, y sin perjuicio de las distintas obligaciones de las empresas, debemos reconocer que el atávico incumplimiento del deber de información (lato sensu), casi se ha naturalizado como algo común y habitual, casi llegándose a la resignación de que no es posible lograr su cumplimiento. Y, en el caso de las compañías de seguros, dicho incumplimiento del deber de información (lato sensu) llega casi al paroxismo, dado que la experiencia nos indica que la gran mayoría de los asegurados casi no tienen información concreta y eficaz. Incluso peor. No solo no se suele cumplir con el deber de información (lato sensu), sino que paradójicamente casi no existen sanciones concretas, puntuales y

⁵⁰ Ley 1328 de 2009, artículo 3, literal a. Colombia.

⁵¹ ERNESTO, CABALLERO SANCHEZ; *“El Consumidor de Seguros: protección y defensa”*; editorial Fundación Mapfre Seguros, España, Madrid, 1997, p. 51.

específicas para las empresas que no cumplen con dicha obligación frente a los consumidores”⁵².

Reflejado en el caso: Las aseguradas debían conocer el contenido de la “cláusula Leg 2/96” en donde la aseguradora del pago de la indemnización argumentó que el evento reclamado estaba desprovisto de cobertura porque eran aplicables una serie de exclusiones contenidas en la póliza; entre ellas, estaban algunas dispuestas en la denominada “cláusula Leg 2/96” que, de acuerdo con sus condiciones, establecía los términos aplicables a la cobertura de errores de diseño; por su parte, las demandantes reclamaron que, si bien dicha cláusula había sido mencionada en las condiciones del seguro y en el slip de cotización, la aseguradora nunca se las explicó ni les otorgó ninguna información sobre su alcance o contenido, por lo que solicitaron declarar su ineficacia; en su análisis, la Corte Suprema de Justicia confirmó que en ningún momento la “cláusula Leg 2/96” había sido explicada por la aseguradora a los tomadores del seguro a pesar de encontrarse mencionada en la póliza considerando que primaba el deber de la aseguradora de brindar explicaciones suficientes a sus clientes; reconociendo la ineficacia de la “cláusula Leg 2/96”, que la aseguradora esgrimía para no pagar; o el incumplimiento notorio de la aseguradora y la entidad bancaria en el suministro de la información sin entregar copia de la póliza de seguro solicitada dos veces por escrito; la aseguradora debía conocer la información callada por el asegurado; en los tres casos la Corte Suprema de Justicia concede las pretensiones y condena a la aseguradora a su pago, casos descritos en este capítulo; en otra caso, el asegurado falleció el día 7 de noviembre de 2016 a causa de un infarto del miocardio que no obedece a sus enfermedades preexistentes, también concede la pretensiones y condena a la aseguradora a su pago, ver en Caso: Inexistencia de reticencia en póliza de grupo en el capítulo “La reticencia del asegurado es inexistente”.

Lo anterior es una muestra del incumplimiento del deber de información y las consecuencias legales a favor del asegurado; pese a tener en su contra el artículo 1058 del Código de Comercio, al respecto Waldo Sobrino: “Prueba de ello es que, en Argentina, desde que existen los seguros, el cumplimiento del deber de información de las Compañías de Seguros es incompleto, ineficiente, insuficiente, casi nulo, ..., como consecuencia de todo ello, proponemos una sanción concreta, específica y de aplicación automática, en el sentido que: todo aquello que las Compañías de Seguros debían informar al asegurado (y no lo hicieron), tendrá como sanción automática que: no se va a aplicar todo aquello no informado, cuando perjudique al asegurado”⁵³.

7. Deber de asesoramiento

La ley de protección al consumidor, se limitan al deber de información sin enfatizar en el deber de asesoramiento y el deber de advertencia como lo plantea

⁵² WALDO, SOBRINO, “Consumidores de Seguros: Asegurados, Empresas y Víctimas de Accidentes de Tránsito”, publicado en la “Edición Especial de Seguros” (Director: Waldo Sobrino), La Ley, 22 de agosto de 2023. pp. 2 y ss.

⁵³ WALDO, SOBRINO, *Inteligencia artificial y neurociencias aplicadas al deber de información de las compañías de seguros*, en *Digitalización y seguro*, MUÑOZ PAREDES, María Luisa (Dir.), Editorial Comares, 2024, p. 282.

Waldo Sobrino, a estos tres deberes Waldo en forma global lo denomina “deber de conocimiento” o “deber de información (lato sensu)”⁵⁴.

Se encuentra que el deber de asesoramiento implica que el profesional debe explicar en forma detallada y concreta si el bien o servicio le sirve al consumidor de acuerdo con sus necesidades⁵⁵; ello significa, como claramente enseñaba Rubén Stiglitz que el deber de asesoramiento o deber de consejo es “*más pesada que la simple obligación de información*”⁵⁶; así, también lo explica Ricardo Lorenzetti, el deber de consejo se diferencia con el deber de información, en el sentido que importa “*un plus sobre la misma*”, dado que se le debe agregar una “*opinión motivada*”⁵⁷ respecto al bien o servicio, *el deber de asesoramiento* significa que el profesional (como son el productor de seguros y las compañías de seguros), deben *aconsejar al cliente* si el servicio les resulta conveniente, útil y adecuado; a su vez, el *Chartered Insurance Institute*, afirma que “*los agentes de seguros tienen el deber ante sus clientes de aconsejarles sobre los seguros que deben contratar, y cualquier perjuicio en el incumplimiento de este deber puede originarles una responsabilidad*”⁵⁸; Waldo Sobrino agrega: “Y, el deber de advertencia, todavía exige más a los profesionales, dado que les impone la obligación legal de alertar al consumidor, en el sentido si el bien o servicio le puede producir algún perjuicio”⁵⁹; Vincent Brulhart explica por qué el tema de la intermediación es un tema delicado, lo que hace más complejo el esquema de celebración de contratos:

“El intermediario se encarga de la distribución de productos y servicios de seguros, al tiempo que permite al asegurado adquirir las garantías que necesita. El campo de la intermediación es delicado, sobre todo porque puede ser fuente de decepciones (malos consejos) o conflictos de intereses. Situado por definición entre el asegurador y el tomador del seguro, el intermediario está vinculado simultáneamente a ambos. En

⁵⁴ WALDO SOBRINO; Ponencia “*Deber de Información + Deber de Asesoramiento + Deber de Advertencia: el ‘Ave Fénix’ en favor de los Consumidores (y la aplicación de la ‘Teoría del fruto del Árbol envenenado’)*”, presentada en el “XVIII Congreso Nacional e Internacional de Derecho de Seguros”, celebrado en la Ciudad de Paraná (Entre Ríos) los días 11, 12 y 13 de mayo de 2022.

⁵⁵ WALDO, SOBRINO, “*Ley de Seguros Comentada*”, Coautores: Sobrino, Waldo-Gava, Adriel y Cerda, Sebastián; Tomo 1, Tercera Parte: “Ley de Seguros Comentada”, Art. 11, Acápito VI “*Deber de Asesoramiento*”, Editorial La Ley - Thomson Reuters, Segunda Edición Ampliada y Actualizada, Buenos Aires, junio de 2023, pp. 413 y ss.

⁵⁶ RUBÉN, STIGLITZ, “*Derecho de Seguros*”, Tomo I, parágrafo. n° 333 “*El Deber de Consejo. La Obligación precontractual y contractual de Consejo*”, Quinta Edición, Ed. La Ley, Buenos Aires, 2008, p. 401.

⁵⁷ RICARDO, LORENZETTI; Consumidores, “*El Deber de Consejo: escribanos, asesores financieros*”, editorial Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2003. p. 180.

⁵⁸ CHARTERED INSURANCE INSTITUTE, “*Seguro de Responsabilidad Civil*”, traducción de Manuel Vivas Diaz-Berrio, Ed. Mapfre, Madrid, España, 1982, p. 46.

⁵⁹ WALDO, SOBRINO, *Seguros y el Código Civil y Comercial*, Tomo I, Capítulo IX, acápite IX.1) “El ‘Deber de Información’: y su relación con el ‘Deber de Prevención’, el ‘Deber de Precaución’, el ‘Deber de Consejo’ y el ‘Deber de Advertencia’”, editorial La Ley, Segunda edición actualizada y ampliada, abril de 2018, pp. 491 a 541.

verdad, es esto mismo lo que da a esta actividad su carácter singular; al mismo tiempo, esta es una de las principales características que ahora lo empujan a ser el centro de atención. Las relaciones jurídicas con el asegurador y el asegurado, la transparencia de las condiciones retributivas, la obligación de asesoramiento, la dependencia o independencia, la situación jurídica, la supervisión, etc., son cuestiones que se plantean hoy en día cuando se habla de la mediación de seguros”⁶⁰.

En el momento de la celebración del contrato de seguro, los asegurados pueden utilizar los servicios de un profesional (un intermediario), que puede comparar los productos y aconsejar qué contrato de seguro se adapta mejor a las necesidades del cliente. Dado que el tomador del seguro recibe asesoramiento de un experto, el deber del asegurador de informar, ya que el tomador del seguro es asistido por un profesional⁶¹; en donde el régimen jurídico de los intermediarios de seguros les obliga a suscribir un seguro de responsabilidad civil que incluya los daños causados como consecuencia de un mal asesoramiento a los consumidores en su condición de intermediarios⁶²; Thomas HIRT menciona:

“Sobre el deber de asesorar. El seguro es un producto complejo. Además, muchos clientes tienen dificultades para identificar sus necesidades de seguridad y encontrar las mejores soluciones de seguro para ellos. Los clientes necesitan un asesoramiento competente. Este servicio debe llevarse a cabo con diligencia y de forma que se satisfagan sus necesidades. El deber de asesoramiento en su conjunto no está regulado expresamente en la Ley de Contrato de Seguro. Se deduce en parte del deber de informar y también se puede deducir en parte del principio general consagrado en el art. 2 Código Civil que estipula que “toda persona está obligada a ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones según las reglas de la buena fe”⁶³.

A nivel legislativo el deber de asesoramiento se encuentra expresamente determinado en Argentina donde se establece que debe “asesorar al asegurado con la finalidad de lograr la más adecuada cobertura”⁶⁴; debiendo resaltarse que el deber de asesoramiento no solo se aplica a los productores-asesores de seguros, sino también a los agentes intermediarios de seguros y las compañías de seguros, dado que son los profesionales del seguro frente a los consumidores.

⁶⁰ VINCENT, BRULHART, *Droit des assurances privées*, 2e, Genève-Zurich-Bale, Schulthess, 2017, p. 161.

⁶¹ MARCEL FONTAINE, *Droit des assurances*, 5ed, Bruxelles, Lacier, 2016, pp. 623-661; RÍOS, Roberto, «El deber de información en el seguro como instrumento de decisión racional en la contratación y de tutela a favor del asegurado», *Revista de Derecho Privado*, n° 39, 2020, pp. 203-231.

⁶² YVONNE, LAMBERT-FAIVRE/ LAURENT, LEVENEUR, *Droit des assurances*, 14 ed, Paris, Dalloz. 2017, p. 135 y ss.; Peñas, María, «Obligaciones generales de información en la nueva regulación española de distribución de seguros». *Revista Ibero-Latinoamericana de Seguros*, n° 50, Vol 28, 2019, pp. 37-81.

⁶³ THOMAS, HIRT, *Industrie de l'assurance et droit relatif aux intermédiaires*, 12ed, Révisée, Berne, 2019, p. 168

⁶⁴ Ley 22.400, artículo 10; inciso c. Argentina.

Como consecuencia de lo expuesto, si los *profesionales del seguro* no cumplieron con el *deber de asesoramiento*⁶⁵ son los mismos profesionales (v.gr., productores de seguros y compañías de seguros)⁶⁶ quienes deben ser responsables legales por dicha violación; Rubén Stiglitz señala que el deber de consejo es “*más pesada que la simple obligación de información*”⁶⁷, ya que les exige a los profesionales del seguro una proactividad más técnica; de parte del Instituto de Seguros Colegiado español determina que “*los agentes de seguros tienen el deber ante sus clientes de aconsejarles sobre los seguros que deben contratar, y cualquier perjuicio en el incumplimiento de este deber puede originarles una responsabilidad*”⁶⁸.

El deber de informar del intermediario debe analizarse desde una perspectiva global, por lo tanto, la obligación de informar incluye un deber de asesorar en todos los casos; incluye tanto la obligación de proporcionar información tradicional (la obligación de proporcionar información en virtud del derecho tradicional de los consumidores) como la obligación de asesorar, es decir, analizar el perfil del cliente y ver qué seguro se adapta mejor a él de la variedad de seguros que se ofrecen en el mercado; además, como explican los abogados franceses, la jurisprudencia de su país es constante y decididamente muy protectora de los consumidores de seguros; como resultado, los jueces han ignorado a menudo la distinción entre el deber de asesorar y el deber de informar, lo que ha llevado a que el deber de informar se acerque al deber de asesorar en todos los contratos⁶⁹.

8. Deber de advertencia

El deber de advertencia en virtud del cual la aseguradora debe alertar al consumidor financiero dado que les impone la obligación legal de alertar al consumidor, en el sentido si el bien o servicio le puede producir algún perjuicio.

Es fundamental resaltar que el Deber de Advertencia se encuentra íntimamente vinculado con el Deber de Prevención del daño, expresamente normado en el Art. 1.710 del Código Civil y Comercial argentino que, en la filosofía imperante en la nueva normativa, la mejor manera de reparar un daño, es que el daño no se produzca;

⁶⁵ *Ibidem*.

⁶⁶ WALDO, SOBRINO, *Ley de Seguros comentada*, coautores: Sobrino, Waldo-Gava, Adriel y Cerda, Sebastián, 2a ed. ampliada y actualizada, La Ley-Thomson Reuters, Buenos Aires, junio de 2023, t. 2, Tercera Parte: “Ley de Seguros comentada”, art. 53, acápite III “Productor de seguros: obligaciones”, subacápite 3.5) “Consecuencias legales por no cumplir con el deber de información, deber de consejo y deber de advertencia”, pp. 308 y ss.

⁶⁷ RUBÉN, STIGLITZ, *Derecho de seguros*, 5a ed. actualizada y ampliada, La Ley, Buenos Aires, 2008, Tomo I, “El deber de consejo. La obligación precontractual y contractual de consejo”, p. 401.

⁶⁸ CHARTERED INSURANCE INSTITUTE, *Seguro de responsabilidad civil*, trad. de Manuel Vivas Diaz-Berrio, Mapfre, Madrid, 1982, p. 46.

⁶⁹ YVONNE, LAMBERT-FAIVRE / LAURENT, LEVENEUR, *Droit des assurances*, 14ed, Paris, Dalloz, 2017, pp. 129-137; Bigot Jean/ Heuze Vincent/ Kullmann Jérôme/ MAYAUX Luc/ SCHULZ Romain/ SONTAG Katja, *Le contrat d'assurance*, Tome 3, 2e éd., Issy-les-Moulineaux, LGDJ Lextenso éditions, 2014, pp. 227-235; Chagny Muriel/ Perdrix Louis, *Droit des assurances*, 3 ed., Issy-les-Moulineaux, LGDJ, Lextenso éditions., 2014, pp. 71-143.

El Deber de Advertencia, es quizás el que menos desarrolló la doctrina y la jurisprudencia, es que está tomando una centralidad fundamental para la protección de los derechos de los consumidores.

En el ámbito tradicional de los seguros, el deber de advertencia se puede analizar en los casos que se debe alertar al asegurado para no incurrir en retención, o prorrateo, o, también en agravación del riesgo; algo tan sencillo como que la “entidad promotora de salud debió haber informado de las cuotas no pagadas, pudiendo haber evitado que el usuario entrara en mora, y quedara sujeto a la sanción legal establecida: La pérdida de la antigüedad”⁷⁰.

Y, más modernamente, con la aplicación de las nuevas tecnologías, en especial, de todo lo vinculado con la inteligencia artificial, se pueden realizar muchas aplicaciones que no solo le resulten de utilidad a las Compañías de Seguros, sino que también puedan usarse en favor de los asegurados⁷¹; en donde el deber de advertencia significa que los profesionales (v.gr., compañía de seguros y productores de seguros) tienen que alertar al asegurado⁷², para que el contrato de seguro no le produzca ningún daño; así, vinculando a los seguros con la utilización de *big data*, algoritmos inteligentes y diversas aplicaciones de la inteligencia artificial, amerita recordar lo enseñado por Vishes Gosrani que “las Compañías de Seguros pueden usar los datos recopilados de los dispositivos de internet of things para identificar escenarios potenciales en los que los asegurados podrían actuar dentro de las exclusiones de cobertura”⁷³.

En virtud del “deber de advertencia” establece que los profesionales deben *alertar* al asegurado si con el contrato y durante su vigencia se le puede producir algún perjuicio a sus intereses⁷⁴; el profesional debe alertar al consumidor si el bien o servicio le puede producir algún daño o perjuicio⁷⁵; ello es plenamente aplicable a los seguros, dado que tanto el productor de seguros y la compañía de seguros tienen

⁷⁰ Corte Constitucional, sentencia T-059/97 del 10 de febrero de 1997, MP. Alejandro Martínez Caballero, expediente T-109319. Colombia.

⁷¹ WALDO, SOBRINO, “*Deber de Advertencia*”, en Waldo Sobrino, Adriel Gava y Sebastián Cerda, *Ley de Seguros Comentada*; Tomo 1, 2.ª ed., ampliada y actualizada, La Ley–Thomson Reuters, Buenos Aires, 2023, p. 419.

⁷² MARCELO, QUAGLIA-FRANCO, RASCHETTI, “*Cuestiones prácticas sobre el sujeto activo, la obligación de informar y la solidaridad en el régimen de garantías en la relación de consumo*”, cap. III.1 “Obligación de informar, advertencia y consejo”, La Ley del 18 de junio de 2020.

⁷³ VISESH, GOSRANI, «*Data changes everything*», en *The InsurTech Book*, Capítulo «Validating that Policy-holders understand their obligations», Ed. Fintech Circle Ltd., Reino Unido, 2018, p. 172.

⁷⁴ ABEL, VEIGA COPO, *Los principios de derecho europeo del contrato de seguro*, grupo editorial Ibáñez y la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2012, cap. segundo “*los principios. hacia un nuevo modelo regulatorio del seguro*”, acápite 3 “perfección y duración del contrato de seguro”, pp. 80 y ss.

⁷⁵ WALDO, SOBRINO, “*Ley de Seguros Comentada*”, Coautores: Sobrino, Waldo - Gava, Adriel y Cerda, Sebastián; Tomo 1, Tercera Parte: “*Ley de Seguros Comentada*”, Art. 11, Acápite VII “*Deber de Advertencia*”, La Ley - Thomson Reuters, Segunda Edición Ampliada y Actualizada, Buenos Aires, junio de 2023, pp. 419 y ss.

la obligación legal de prevenir el daño⁷⁶, de manera tal que deben alertar al asegurado si el seguro contratado le puede generar algún daño⁷⁷; así, entonces, los profesionales (v.gr. productores de seguros y compañías de seguros) tienen que alertar al consumidor, entre varias cuestiones, por ejemplo, si existe infraseguro, o si se puede aplicar la prorrata, o si se debe actualizar la suma asegurada, etc., bajo apercibimiento de responsabilidad legal y la aplicación de las sanciones⁷⁸ a que dé lugar; de los *Principios de Derecho Europeo del Contrato de Seguro*, cuyo título es “deber de advertencia sobre inconsistencias en la cobertura”, donde en el punto 1ro. Establece que “el asegurador deberá advertir al solicitante de cualquier inconsistencia entre la cobertura ofrecida y las necesidades del solicitante”⁷⁹.

El deber de advertencia, también se puede cumplir estrictamente a través de estas modernas tecnologías, dado que, a través de algoritmos la Compañía de Seguros puede alertar al asegurado, si la suma asegurada es insuficiente o si el valor ha quedado desactualizado como consecuencia de la inflación, etc. Ver de manera amplia a María Luisa Muñoz Paredes⁸⁰ y Abel Veiga Copo⁸¹.

De parte de Waldo Sobrino dice, complementando lo antes desarrollado respecto al deber de conocimiento debemos resaltar que deber de información + deber de asesoramiento + deber de advertencia en realidad no son compartimentos estancos, sino que están íntimamente vinculados. Así entonces, la obligación del deber de conocimiento (o deber de información lato sensu) de los profesionales frente a los consumidores no solo es un deber indistinto de los productores de seguros y las compañías de seguros, sino que además ambos profesionales deben cumplirlo sin solución de continuidad a lo largo de la vida de la relación de consumo. Ello significa que la ejecución de alguno de los deberes antes mencionado no solo no implica que no deban cumplirse con los restantes, sino que son de carácter permanente mientras sean necesarios para la protección de los consumidores⁸².

⁷⁶ ALEJANDRA, TEVEZ, “*El ‘Deber de Advertencia’ en las relaciones de consumo*”, publicado en el Diario LA LEY, de fecha 5 de mayo de 2015.

⁷⁷ Waldo, Sobrino, *Ley de Seguros comentada*, coautores: Sobrino, Waldo -Gava, Adriel y Cerda, Sebastián, 2a ed. ampliada y actualizada, La Ley- Thomson Reuters, Buenos Aires, junio de 2023, t. 1, Tercera Parte: “Ley de Seguros comentada”, art. 11, acápite VII “Deber de advertencia”, pp. 419 y ss.

⁷⁸ WALDO, SOBRINO, “*Deber de Información en seguros: sanciones por su incumplimiento*”, publicado en el Suplemento “55 años de la Ley de Seguros”, La Ley, de fecha 6 de septiembre de 2022.

⁷⁹ *Principios de Derecho Europeo del Contrato de Seguro*, art. 2:202, punto 1ro.

⁸⁰ MARÍA LUISA, MUÑOZ PAREDES; *Big Data y contrato de seguro: los datos generados por los asegurados y su utilización por los aseguradores*, ‘Capítulo III “Ventajas y Desventajas del uso del ‘Big Data’ en el sector Asegurador’’, página 141, publicado en el libro *La regulación de los Algoritmos*, Director: Alejandro Huergo Lora, Editorial Aranzadi, Navarra, España, 2020.

⁸¹ ABEL, VEIGA COPO; *Seguro y Tecnología. El impacto de la digitalización en el contrato de seguro*, Parte Primera, Capítulo VIII “La función del seguro en la era digital y del Big Data”, páginas 130 a 149, Editorial Thomson Reuters, España, 2020.

⁸² WALDO, SOBRINO, “*Consumidores de Seguros: Asegurados, Empresas y Víctimas de Accidentes de Tránsito*”, publicado en la “Edición Especial de Seguros” (Director: Waldo Sobrino), Diario LA LEY, de fecha 22 de agosto de 2023, p. 2 y ss.

De manera que todo aquello que la empresa debería haber informado o asesorado o advertido, y no lo hizo, tendrá como sanción legal que no se aplicarán al consumidor las consecuencias legales perjudiciales del incumplimiento de la empresa de las cuestiones que deberían haberse informado o asesorado o advertido al consumidor⁸³.

Carlos Schiavo lo señala muy bien en un sencillo ejemplo lo podemos dar con el típico caso del seguro de incendio de una vivienda familiar, donde, con respecto a la prorrata, en un principio el productor de seguros y la compañía de seguros deben cumplir con el deber de información (explicando los alcances de la prorrata). Y, también, no solo deben ejecutar el deber de asesoramiento explicando al asegurado el monto de la suma asegurada que debe estar en consonancia con el artículo 65 de la Ley de Seguros de Argentina, sino que incluso deben cumplir con el deber de advertencia para evitar que un infraseguro le pueda causar un perjuicio al asegurado; donde expresa que “...la gestión de mantener actualizado el valor asegurable, en los seguros contratados a ‘prorrata’, con motivo de la inflación debe estar en cabeza de los profesionales Aseguradores y Productores Asesores de Seguros, pero fundamentalmente de las Aseguradoras”⁸⁴.

Respecto a las *obligaciones legales* antes mencionadas (v.gr., deber de información + deber de asesoramiento + deber de advertencia), Waldo Sobrino señala que se trata de obligaciones promiscuas y solidarias de las compañías de seguros y los productores de seguros⁸⁵; ello implica, sin hesitar, que el incumplimiento de cualquiera de ellas, también perjudica legalmente al otro, por aplicación lisa y llana del artículo 40 de la Ley 24.240 de Argentina, establece la responsabilidad solidaria y objetiva de toda la cadena de comercialización⁸⁶; concluyendo: “Y no hay ninguna duda que el productor de seguros forma parte de la cadena de comercialización de la compañía de seguros, dado que (i) vende seguros de la aseguradora; (ii) las comisiones se las paga la compañía de seguros; (iii) si el productor de seguros cumple los objetivos comerciales establecidos, suelen premiarlos con viajes u otros premios; (iv) etc.”⁸⁷.

⁸³ WALDO, SOBRINO, “*Deber de Información en seguros: sanciones por su incumplimiento*”, publicado en el Suplemento “55 años de la Ley de Seguros”, LA LEY, de fecha 6 de septiembre de 2022.

⁸⁴ CARLOS, SCHIAVO, “*Contrato de Seguro. Acerca de la prorrata, la buena fe creencia y los consumidores*”, publicado en el Diario LA LEY, de fecha 23 de marzo de 2021, p. 10.

⁸⁵ WALDO, SOBRINO, Seguros y el Código Civil y Comercial, 2a ed. actualizada y ampliada, La Ley, abril de 2018, t. I, cap. IX, acápite IX.2) “Los productores de seguros y su representación de las compañías de seguros”, pp. 542-561.

⁸⁶ FERNANDO, SHINA, Ley de Defensa del Consumidor comentada (análisis doctrinal y jurisprudencial), Hammurabi, Buenos Aires, 2022, pp. 396 y ss.

⁸⁷ WALDO, SOBRINO, Ley de Seguros comentada, coautores: Sobrino, Waldo-Gava, Adriel y Cerda, Sebastián, 2a ed. ampliada y actualizada, La Ley-Thomson Reuters, Buenos Aires, junio de 2023, t. 2, Tercera Parte: “Ley de Seguros comentada”, art. 53, acápite VIII “Responsabilidad de la compañía de seguros por actos del productor de seguros”, pp. 315 y ss.

9. La restricción al acceso a la información es una práctica abusiva

En cuanto al deber de información se tiene que el consumidor debe recibir información cierta, veraz y oportuna, a fin de menguar el desequilibrio existente entre las entidades financieras y aseguradora con el consumidor financiero.

El acceso completo, veraz y oportuno a la información, que es una condición elemental, inherente a toda actividad de consumo adquiere especial trascendencia en el marco del sistema financiero, en razón a los contratos de adhesión que suelen ofrecer las entidades vigiladas en el mercado, a la complejidad de los términos contractuales que se manejan y al estado de indefensión en que se encuentran los usuarios. Siendo así, la información es una de las herramientas clave para empoderar al ciudadano en su ejercicio contractual, tanto antes de la celebración de un contrato, como durante su ejecución y aún después de la terminación del mismo, con el fin de precaver que la libertad contractual se emplee abusivamente en detrimento de otros derechos fundamentales. Es por ello que cualquier restricción injustificada al acceso a la información debe entenderse como una práctica abusiva, propiciada por el poder dominante del que gozan las entidades aseguradoras y bancarias.

En concordancia con lo referente a los derechos del consumidor financiero establecidos en el “tener a su disposición, en los términos establecidos en la presente ley y en las demás disposiciones de carácter especial, publicidad e información transparente, clara, veraz, oportuna y verificable, sobre las características propias de los productos o servicios ofrecidos y/o suministrados. En particular, la información suministrada por la respectiva entidad deberá ser de tal que permita y facilite su comparación y comprensión frente a los diferentes productos y servicios ofrecidos en el mercado”⁸⁸, así como el de dar cumplimiento a las obligaciones especiales de las entidades vigiladas establecidas en el artículo 7° literales b. Entregar el producto o prestar el servicio debidamente, es decir, en las condiciones informadas, ofrecidas o pactadas con el consumidor financiero, y emplear adecuados estándares de seguridad y calidad en el suministro de los mismos.

Sobre el acceso completo, veraz y oportuno a la información, como condición elemental, inherente a toda actividad de consumo, adquiere especial trascendencia en el marco del sistema financiero, en razón a los contratos de adhesión que suelen ofrecer las entidades vigiladas en el mercado, a la complejidad de los términos contractuales que se manejan y al estado de indefensión en que se encuentran los usuarios; siendo así, la información es una de las herramientas clave para empoderar al ciudadano en su ejercicio contractual, tanto antes de la celebración de un contrato, como durante su ejecución y aún después de la terminación del mismo, con el fin de precaver que la libertad contractual se emplee abusivamente en detrimento de otros derechos fundamentales; es por ello que cualquier restricción injustificada al acceso a la información debe entenderse como una práctica abusiva,

⁸⁸ Artículo 5° literal b. de la Ley 1328 de 2009, Colombia

propiciada por el poder dominante del que gozan las entidades aseguradoras y bancarias.

10. La empresa no cumplió con su obligación si el consumidor no comprende la información

En forma introductoria, debemos recordar al maestro Rubén Stiglitz, cuando enseñaba que las pólizas de seguros están “*escritas de modo esotérico*”⁸⁹; causalmente, Emilio Bulló, también hacía referencia al lenguaje “*esotérico*” de las pólizas de seguros⁹⁰. Así, el asegurado profano, se asemeja al Señor K, de El Proceso de Franz Kafka⁹¹ que era abogado de Compañía de Seguros⁹², cuando tienen que tratar se entender el lenguaje esotérico de las pólizas de seguros, cuando hacen referencia a: “reticencia”, “agravación del riesgo”, “primer riesgo absoluto”, “primer riesgo relativo”, “prorrata”, “salvamento”, “caducidades legales”, “caducidades convencionales”, “exclusiones de cobertura”, “infraseguro”, “condición precedente”, “agregado anual”, “coaseguro”, “coseguro”, “valor a riesgo”, “límite combinado”, “cobertura por reclamos” (Cláusula Claims Made), “sunset”, el CBI (Contingent Business Interruption), el TDI (Trade Disruption Insurance), su EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization) cae; etc. Así, la persona común, ante una póliza de seguros, se encuentra frente a “laberintos inextricables y heterogéneos”⁹³; Waldo Sobrino adiciona; “es de resaltar que si el asegurado no entiende el contrato, no es su culpa, sino que -por el contrario- existe responsabilidad de las Compañía de Seguros⁹⁴ y del Productor de Seguros⁹⁵.”

Anthony Novaes, Investigador del centro de IA y Machine learning de la Universidad de São Paulo (Brasil) en su libro del año 2025 *Legal Design y Lenguaje Claro en Seguros* con la finalidad de transformar un documento jurídico impenetrable, incomprensible, confuso y aburrido; en una combinación de solida funcionalidad y cuidada estética, equilibrando la seguridad jurídica y la precisión técnica con un lenguaje claro y una comunicación visual efectiva, expresa, “*jerga del derecho más jerga del seguro, se vuelve una pesadilla*”.

⁸⁹ RUBÉN, STIGLITZ; *Derecho de Seguros*, Tomo I, parágrafo n° 377, Editorial Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 2001, p. 420; Nota 86.

⁹⁰ EMILIO, BULLÓ; *El Derecho de Seguros y otros negocios vinculados*, Tomo I, editorial Abaco, Buenos Aires, 1999, p. 75.

⁹¹ FRANZ, KAFKA, *El Proceso*, Bureau Editor, Buenos Aires, 2001.

⁹² HARALD, SALFELLNER, *Franz Kafka y Praga*, donde se explica que Franz Kafka empezó a trabajar en "Assicurazioni Generali" en el año 1907 (página 60) y que "...en pocos años Kafka llegó a ser un gran experto en seguros...", incluso "...tuvo que representar a la Aseguradora ante los Tribunales..." (página 65). Editorial Vitalis, Praga, 2011.

⁹³ JORGE LUIS, BORGES; “*Tema del traidor y el héroe*”, en Ficciones; p.141, Ediciones Planeta, Buenos Aires, 2000.

⁹⁴ Argentina, Artículo 1.100 del Código Civil y Comercial + Art. 11 de la Ley de Seguros.

⁹⁵ WALDO, SOBRINO, “*Los Contratos no se leen. No hay culpa del consumidor de seguros por no leer las pólizas de seguros*”, ponencia en el XVIII Congreso Nacional e Internacional de Derecho de Seguros, Buenos Aires, mayo de 2022.

A su turno, Nóra Al Haider, Jefa de Políticas y Diseño del Laboratorio de Diseño Legal de la Facultad de Derecho de Stanford; su trabajo se centra en la intersección del derecho, la tecnología, los datos y el diseño para crear soluciones centradas en el ser humano para problemas complejos; el hilo conductor de sus proyectos es el usuario; el usuario es el punto de partida en torno al cual crea nuevas herramientas tecnológicas, análisis de datos, análisis legales o diseños, dice; “*Los usuarios recorren el sistema jurídico de un A a un puto B para resolver sus problemas. Los sistemas bien diseñados crean un recorrido eficiente y fácil de usar, que les permite resolver sus problemas sin dificultad y salir del sistema con suficiente facilidad*”⁹⁶.

Según el *Wall Street Journal*, a principios de la década de 1980, el contrato típico de tarjeta de crédito era de una página; a principios de la década de 2000, ese contrato había crecido a más de 30 páginas de texto incomprensible; los términos adicionales no fueron diseñados para hacer la vida más fácil para el cliente; más bien, fueron diseñados en gran parte para agregar términos inesperados e ilegibles que favorecen a las compañías de tarjetas; en un memorándum dirigido a los ejecutivos bancarios, el vicepresidente de la firma de consultoría de negocios Booz Allen Hamilton observó que la mayoría de los productos bancarios son “*demasiado complejos para que el consumidor promedio los entienda*”⁹⁷.

En muchos casos se suele hacer referencia al deber de información casi como si fuera una sugerencia, o una muestra de buena fe o de buena voluntad, cercana a una conducta ética que sería deseable que se cumpla; así algunos la catalogan dentro de las obligaciones de medios; para Waldo Sobrino es una obligación de resultados⁹⁸, citando la Ley de Defensa del Consumidor de Argentina dice: nótese que en forma categórica en el artículo 4º, segundo párrafo, ordena que la información debe ser brindada por las empresas, de manera tal que al consumidor le “*...permita su comprensión...*”; de manera tal que si el consumidor no comprende la información, es que la empresa no cumplió con su obligación; partiendo que el deber de información (lato sensu) debe ser ‘eficaz’ para los consumidores, si la información por escrito no es lo suficientemente efectiva, se la debe complementar y/o reemplazar por otros sistemas.

Exigencia a las compañías aseguradoras suministrar información real sobre los límites de cobertura en el contrato de seguro; todo «con sustento en que esa información, que tiene suma relevancia para el tomador, debe ser conocida por este o, al menos, estar a su alcance, de modo que logre ser identificada y comprendida por el asegurado, para así evitar, por un lado, que este se pueda excusar de no haberla conocido y, por otro, que la aseguradora sorpresivamente saque a relucir aspectos previstos de forma inconexa, aislada y, por tanto, que no fueron fácilmente perceptibles a la otra parte de la relación aseguraticia.

⁹⁶ NÓRA AL HAIDER ¿Qué es la ley? (baby don't hurt me): una instalación de diseño, 2019.

⁹⁷ ELIZABETH, WARREN, *Inseguro en cualquier caso*, Democracy No. 5, Verano 2007.

⁹⁸ WALDO, SOBRINO, “*Ley de Seguros Comentada*”, Coautores: Sobrino, Waldo -Gava, Adriel y Cerda, Sebastián; Tomo 1, Tercera Parte: “*Ley de Seguros Comentada*”, Art. 11, Acápito XIII “*Obligación de Resultado*” del Deber de Información, La Ley- Thomson Reuters, Segunda Edición Ampliada y Actualizada, Buenos Aires, junio de 2023, pp. 444 y ss.

Concretamente nos encontramos frente a una obligación de resultado, dado que, si el consumidor “no comprende”, es que la empresa “no cumplió”⁹⁹; esta obligación de resultado se va a ver profundizada, teniendo a la vista el principio de progresividad y la aplicación de la inteligencia artificial¹⁰⁰ y las neurociencias¹⁰¹.

11. Ambigüedad cero en el contrato de seguro

En la interpretación del contrato de seguro los términos que generen ambigüedad o dudas son interpretados en el sentido y con el alcance más favorable al asegurado.

La efectiva protección del consumidor y del usuario conlleva sin duda alguna la aplicación de uno de sus principios fundamentales como es el “*in dubio pro consumidor*”; principio por el cual ante la duda siempre se estará por imperativo legal en la interpretación más favorable para él.

El principio *in dubio pro asegurado*, según la jurisprudencia, se define como el principio con arreglo al cual los supuestos de duda en el contrato de seguro deben ser resueltos a favor del asegurado. Por otra parte, el principio *in dubio pro damnato* (perjudicado) constituye una secuela del principio de reparación íntegra del daño en que se fundamenta nuestro sistema de responsabilidad civil, que igualmente aconseja inclinarse por la opción más favorable al resarcimiento cuando existen dudas sobre el alcance de un precepto legal en el que se regula la procedencia o la cuantía de la reparación.

En el Estatuto del Consumidor, estipula: “Las normas de esta ley deberán interpretarse en la forma más favorable al consumidor. En caso de duda se resolverá en favor del consumidor”¹⁰²; en este mismo sentido señala: “Las condiciones generales de los contratos serán interpretadas de la manera más favorable al consumidor. En caso de duda, prevalecerán las cláusulas más favorables al consumidor sobre aquellas que no lo sean”¹⁰³; en la duda, debe estarse siempre en una interpretación del derecho que le sea más favorable al consumidor.

Destacamos la Circular Básica Jurídica 029 de 2014 de la Superintendencia Financiera de Colombia de la información en el contrato de seguro, imponiendo a las compañías aseguradoras las siguientes obligaciones:

⁹⁹ WALDO, SOBRINO, “*Ley de Seguros Comentada*”, Coautores: Sobrino, Waldo -Gava, Adriel y Cerda, Sebastián; Tomo 1, Tercera Parte: “*Ley de Seguros Comentada*”, Art. 11, Acápito IX “*Inteligencia Artificial y Deber de Información*”, La Ley- Thomson Reuters, Segunda Edición Ampliada y Actualizada, Buenos Aires, junio de 2023, pp. 435 y ss.

¹⁰⁰ ANDRÉS, GIL DOMÍNGUEZ, “*Inteligencia Artificial y Derecho*”, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2019, pp. 189 y 190.

¹⁰¹ FERNANDO, SHINA, “*Las Neurociencias en la Actuación Profesional (análisis e impacto en las nuevas relaciones jurídicas)*”, Ed. Hammurabi, Buenos Aires, 2021.

¹⁰² Estatuto del Consumidor, Ley 1480 de 2011 en el artículo 4. Colombia.

¹⁰³ *Ibidem* artículo 34

a) Informar las coberturas básicas con sus exclusiones, valor de los deducibles, periodos de carencia¹⁰⁴, tiempos de permanencia mínimos, límites de edad, renovación automática, revocación unilateral y cualquier otra figura legal que limite el derecho a obtener una indemnización.

b) Los trámites que se deben adelantar ante la aseguradora para obtener el pago del seguro de acuerdo con la clase de producto.

c) Los plazos y forma en que el asegurado debe acreditar la ocurrencia del siniestro y la cuantía de la pérdida.

d) Explicar de manera descriptiva las figuras de coaseguro, subrogación y transmisión del interés asegurado.

e) Informar el procedimiento para la devolución de primas en los casos de presentarse las figuras de sobreseguro, disminución del interés asegurado o revocatoria del seguro.

f) Señalar de manera clara la obligación a cargo del asegurado de declarar el estado del riesgo y las consecuencias que genera la reticencia e inexactitud en la declaración.

g) Informar las condiciones de financiación de las primas, cuando fuera procedente.

h) Informar el valor de los beneficios adicionales ofrecidos por la compañía aseguradora.

La finalidad perseguida mediante la protección intensificada es la restauración del equilibrio jurídico y económico, puesto que tratar como iguales a quienes son intrínsecamente desiguales genera una mayor desigualdad.

El Estatuto del Consumidor¹⁰⁵, que al caso resulta pertinente destacar los conceptos que fijan los literales a), d) y f) del artículo segundo, en cuanto definen «cliente» como “la persona natural o jurídica con quien las entidades vigiladas establecen relaciones de origen legal o contractual, para el suministro de productos o servicios, en desarrollo de su objeto social!; «consumidor financiero» como “todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades vigiladas» y «contratos de adhesión” como aquellos “elaborados unilateralmente por la entidad vigilada y cuyas cláusulas y/o condiciones no pueden ser discutidas libre y previamente por los clientes, limitándose estos a expresar su aceptación o a rechazarlos en su integridad”; igualmente, los cánones 3º, 5º y 7º ídem que reiteradamente imponen

¹⁰⁴ Periodo de carencia puede entenderse de dos maneras distintas: 1. Periodo de gracia a favor de la aseguradora, dentro del cual se suspende la cobertura asegurativa durante el tiempo estipulado en la cláusula; 2. Periodo de incontestabilidad o indisputabilidad a favor del asegurado, a partir del cual la aseguradora pierde la facultad de objetar el pago por reticencia o inexactitud en la declaración del estado del riesgo. Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Penal, Sentencia SC 5679-2018, M. P.: Ariel Salazar Ramírez, 19 de diciembre de 2018, radicación 66001-31-03-002-2010-00059-01.

¹⁰⁵ Ley 1328 de 2009 establece un régimen de “protección de los consumidores financieros en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas”.

a tales entidades obrar con transparencia y suministrar a sus consumidores información cierta, suficiente, clara, oportuna, veraz, verificable y en caracteres legibles a simple vista, absteniéndose de incurrir en conductas abusivas contractuales.

12. Las entidades accionadas no brindaron información cierta, clara ni oportuna

Con relación a la oportunidad de suministrar información a los consumidores financieros, la Superintendencia Financiera de Colombia, en armonía con la ley, instruye a sus vigiladas para observar el deber de información i) antes de la celebración de un contrato; ii) durante su ejecución; y iii) después de la terminación del este¹⁰⁶; en palabras de la Corte Constitucional: “Siendo así, la información es una de las herramientas clave para empoderar al ciudadano en su ejercicio contractual, tanto antes de la celebración de un contrato, como durante su ejecución y aún después de la terminación del mismo, con el fin de precaver que la libertad contractual se emplee abusivamente en detrimento de otros derechos fundamentales. Es por ello que cualquier restricción injustificada al acceso a la información debe entenderse como una práctica abusiva, propiciada por el poder dominante del que gozan las entidades aseguradoras y bancarias”¹⁰⁷.

La falta de Información clara y comprensible; por ejemplo, si el banco no explicó claramente cómo se calcula determinada tasa, su método de composición y sus implicaciones financieras, la cláusula puede considerarse abusiva; la simple publicación en la Superintendencia Financiera o en un Boletín Oficial no basta para cumplir con esta exigencia; además de la concreción, claridad y sencillez en la redacción, con posibilidad de comprensión directa, sin reenvíos a textos o documentos que no se faciliten previa o simultáneamente a la conclusión del contrato, y a los que, en todo caso, deberá hacerse referencia expresa en el documento contractual.

La Corte Constitucional en sentencia T-027 de 2022¹⁰⁸ concluye que las entidades accionadas incumplieron sus deberes de debida diligencia e información en la ejecución del contrato de seguro de vida grupo deudores que amparaba el crédito hipotecario que la accionante adquirió, no le brindaron información cierta, clara, suficiente y oportuna sobre su obligación crediticia ni le ofrecieron alternativas dirigidas a mantener la cobertura del seguro de vida: “las entidades accionadas no ofrecieron alternativas dirigidas a mantener la cobertura del seguro de vida, a pesar de conocer el estado de salud de la accionante”; y, de esa manera, conservar su vivienda, no solo dieron por finalizada la cobertura de la póliza de seguro, sino que, además, el banco inició un proceso ejecutivo con el fin forzar a la accionante a pagar el saldo insoluto de la deuda del crédito hipotecario o, en su defecto, que este fuera cubierto con el dinero obtenido mediante el remate del inmueble en el que la

¹⁰⁶ Circular Externa 007/96, Cap. I, Tit. III, Parte I num. 3.2.

¹⁰⁷ Corte Constitucional, Sentencia T-136 de 2013. Colombia.

¹⁰⁸ Constitucional en sentencia T-027 del 1ro de febrero de 2022, M.P. Antonio José Lizarazo Ocampo. Colombia.

accionante, quien se encuentra en situación de discapacidad, habita con su familia: la Corte Constitucional constata

“Que Bancolombia S.A. y Seguros de Vida Suramericana S.A., incumplieron sus deberes de debida diligencia e información en la ejecución del contrato de seguro de vida grupo deudores que amparaba el crédito hipotecario que la accionante adquirió con esa entidad bancaria en noviembre 2009 y, de esa manera, amenazaron sus derechos fundamentales a la vivienda, la vida digna y el mínimo vital de un sujeto de especial 36revisión36n constitucional. Ello es así, por cuanto, aunque dichas entidades conocían que la accionante tenía seriamente comprometida su capacidad laboral por cuenta de la incapacidad permanente que le había sido diagnosticada en vigencia del seguro y de su complejo estado de salud, no le brindaron información cierta, clara, suficiente y oportuna sobre su obligación crediticia ni le ofrecieron alternativas dirigidas a mantener la cobertura del seguro de vida y, de esa manera, conservar su vivienda. Por el contrario, no solo dieron por finalizada la cobertura de la póliza de seguro, sino que, además, el banco inició un proceso ejecutivo con el fin forzar a la accionante a pagar el saldo insoluto de la deuda del crédito hipotecario o, en su defecto, que este fuera cubierto con el dinero obtenido mediante el remate del inmueble en el que la accionante, quien se encuentra en situación de discapacidad, habita con su familia”.

En sentencia de 30 de noviembre de 2020, el Juzgado Noveno Civil del Circuito de Bucaramanga confirmó el fallo de tutela de primera instancia. En primer lugar, concluyó que la tutela es improcedente para resolver la controversia relacionada con la ejecución de la póliza de seguro de vida, por tres razones. Primero, no procede como mecanismo definitivo, porque la accionante (i) “cuenta con la posibilidad de esperar que Bancolombia S.A. resuelva de fondo su solicitud”; (ii) “puede interponer queja ante la Superintendencia Financiera”, para verificar si se presentaron irregularidades en el reconocimiento de la póliza y adoptar las medidas pertinentes, y (iii) “puede ventilar la controversia ante la jurisdicción ordinaria”, con el fin de que el juez natural “determine si procede o no hacer efectiva la póliza”. Segundo, no procede de manera excepcional, “ante la incertidumbre que existe frente al cumplimiento de las condiciones para hacer efectivo el contrato de seguro”. Tercero, no procede como mecanismo transitorio para evitar la configuración de un perjuicio irremediable, pues “de las pruebas recolectadas no se evidencia la estructuración de dicho perjuicio”. Argumentos que lo recitan las aseguradoras de memoria, mal hecho que le juez de tutela en segunda instancia las acoja, pero a más allá; sobre este último punto, advirtió que el hecho de que se esté adelantando un proceso ejecutivo en contra de la accionante *“no conlleva necesariamente al reconocimiento del perjuicio irremediable”*; además, no se acreditó que *“exista sentencia en firme que ordene la venta en pública subasta del inmueble hipotecado y embargado, ni menos que se haya fijado fecha y hora para llevar a cabo la diligencia de remate”*; de otro lado, indicó que *“la accionante no acreditó debidamente que el no reconocimiento de la póliza de seguros afecte su mínimo vital”*, esto, en la medida en que, de las pruebas

recolectadas, no se evidencia que *“(i) no tenga fuentes de ingresos para costear sus gastos de subsistencia mínima; (ii) deba pagar arrendamiento u otras obligaciones periódicas que le impida [sic] el cubrimiento de sus gastos personales; (iii) continúe pagando el crédito hipotecario suscrito con Bancolombia S.A. y debido a ello, carezca de recursos para cubrir sus gastos mínimos de subsistencia”*.

Lo anterior es arbitrario por lo que la Corte Constitucional revoca este fallo, argumentado: Las entidades accionadas no brindaron información cierta, clara ni oportuna, sobre la cobertura individual de la póliza de seguro de vida grupo deudores: con su actuación, las entidades accionadas desconocieron según la jurisprudencia constitucional que las reglas de los contratos de seguros deben ser aplicadas “bajo el entendido de que Colombia es un Estado Social de Derecho regido por los principios de respeto a la dignidad humana, la solidaridad y la prevalencia del interés general, donde el ejercicio de la libertad económica y la iniciativa privada debe desarrollarse dentro de los límites del bien común, y el desarrollo de la actividad aseguradora se considera de interés público, lo cual significa que la libertad de su ejercicio está determinada y puede restringirse *‘cuando están de por medio valores y principios constitucionales, así como la protección de derechos fundamentales, o consideraciones de interés general’*”¹⁰⁹; resolviendo revocar la sentencia proferida el 30 de noviembre de 2020 por el Juzgado Noveno Civil del Circuito de Bucaramanga que declaró improcedente la acción de tutela y “prevenir a Bancolombia S.A. y a Seguros de Vida Suramericana S.A. para que, en lo sucesivo, en estricto acatamiento de lo previsto en el artículo 3 de la Ley 1328 de 2009, (i) brinden a los consumidores financieros información cierta, suficiente, clara y oportuna, sobre sus obligaciones contractuales, y (ii) les ofrezcan alternativas orientadas a proteger sus derechos y satisfacer sus necesidades, en especial cuando se trata de sujetos de especial protección constitucional, de conformidad con lo expuesto en la parte motiva de esta providencia”.

Resulta importante reseñar el régimen de Protección de los Consumidores Financieros¹¹⁰ en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, entre las que se encuentran las aseguradoras¹¹¹.

Estatuto que resulta pertinente destacar los conceptos que fijan los literales a), d) y f) del artículo segundo, en cuanto definen “cliente” como “la persona natural o jurídica con quien las entidades vigiladas establecen relaciones de origen legal o contractual, para el suministro de productos o servicios, en desarrollo de su objeto social”; “consumidor financiero” como “todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades vigiladas” y “contratos de adhesión” como aquellos “elaborados unilateralmente por la entidad vigilada y cuyas cláusulas y/o condiciones no pueden ser discutidas libre y previamente por los clientes, limitándose estos a expresar su aceptación o a rechazarlos en su integridad”; igualmente, los cánones 3º, 5º y 7º ídem que reiteradamente imponen a tales entidades obrar con transparencia y

¹⁰⁹ Corte Constitucional, sentencia T-670 de 2016.

¹¹⁰ Ley 1328 de 2009 establece un régimen de “protección de los consumidores financieros en las relaciones entre estos y las entidades vigiladas”.

¹¹¹ Según se desprende de los artículos 189, numeral 24, de la Constitución y 8º del Decreto 4327 de 2005.

suministrar a sus consumidores información cierta, suficiente, clara, oportuna, veraz, verificable y en caracteres legibles a simple vista, absteniéndose de incurrir en conductas abusivas contractuales.

13. Caso: Aseguradora omite información

Una persona con edad de 70 años adquiere (28 de mayo de 2012) con una entidad financiera un crédito, respaldado por una Compañía de Seguros la cual amparaba los riesgos de muerte, incapacidad total y permanente y enfermedades graves; una vez desembolsado el crédito (1 de agosto de 2012); la accionante inició con el pago de las cuotas de forma oportuna mensualmente; dos años después (8 de mayo de 2014) sufre un derrame cerebral por lo cual la Junta Regional de Invalidez la calificó con una pérdida de la capacidad laboral del 89% con fecha de estructuración del 5 de mayo de 2014.

Por lo anterior solicita a la entidad financiera hacer efectiva la póliza de seguro y así condonar la deuda; dicha entidad le indica que la Aseguradora respondió la petición negándola, argumentando no cumplir con el requisito de la edad por cuanto la póliza otorga el amparo de incapacidad total y permanente siempre y cuando el asegurado tenga menos de 65 años.

Ante la negativa esta persona instaura una Tutela argumentando que *“la entidad crediticia la engañó, ya que, al momento de adquirir la póliza, ésta no le explicó lo correspondiente al amparo de incapacidad total y permanente, que de acuerdo a su edad ya no tenía cobertura por sobrepasar la máxima (65 años) como requisito”*; sin prosperarle su pretensión; en primera instancia el Juzgado Segundo Penal Municipal resolvió no tutelar los derechos requeridos por la accionante por considerar que dicha solicitud no era procedente, ya que no se cumplía con el requisito de subsidiariedad; por tener la accionante otros mecanismos más idóneos para solicitar su pretensión, adicional no se evidenció un perjuicio irremediable; en segunda instancia el Juzgado Tercero Penal del Circuito confirmó la decisión de primera instancia por no cumplir con el requisito de subsidiariedad y también porque no hay claridad sobre el derecho fundamental que está en riesgo o que fue vulnerado, ni tampoco hay evidencia de un perjuicio irremediable.

Afortunadamente la Corte Constitucional la selecciona profiriendo Sentencia T-227/16¹¹²; indicando que la accionante es una persona de especial protección por la edad que tiene y por las circunstancias de salud que le aquejan (pérdida de la capacidad laboral del 89%); igualmente indica que así existieran otros mecanismos de defensa judicial, estos no son idóneos para solicitar la protección de sus derechos, ello por el tiempo que la jurisdicción ordinaria se tarda en tomar una decisión; adicionalmente expresa *“también es cierto que la acción de tutela procede cuando se promueve contra particulares que realizan actividades de carácter financiero o del sector asegurador, por ser de interés público”*.

¹¹² Corte Constitucional, Sentencia T-227/16, MP. Jorge Iván Palacio.

Esta situación se dio porque a la accionante le otorgaron y le cobraron un seguro que debía cubrir los amparos de muerte, enfermedades graves e incapacidad total y permanente; pero ni la Aseguradora ni la entidad financiera observaron la edad de ingreso para este último amparo; es por ello que indica la Sala de Revisión que le correspondía a las entidades aseguradora y financiera demostrar que hubo mala fe de la accionante al suscribir el contrato conociendo el requisito para acceder al amparo de incapacidad total y permanente; pero ninguna de las dos entidades lo hizo; “en este sentido, la exigencia a las entidades que conforman el sistema financiero para que entreguen a los consumidores datos claros y oportunos, no es otra que equilibrar la situación de indefensión en la que estos últimos se encuentran ante ellas, para que reconozcan y ejerciten sus derechos como usuarios, permitiéndoles tomar mejores decisiones, facilitándoles la adecuada comparación de las distintas opciones ofrecidas en el mercado, propendiendo porque conozcan tanto sus derechos como las obligaciones adquiridas”.

Como también lo ha indicado la Corte Constitucional el principio de buena fe se predica para todas las partes y de manera principal para la parte dominante, pero al parecer dicho principio parece ser ignorado por la Aseguradora ya que “se observa que la copia de la póliza de seguro allegada al expediente se refiere, en la primera página, entre otras, a los amparos otorgados, y de manera enunciativa en una de sus columnas consigna ‘Muerte-Básico’ y en la otra ‘Incapacidad Total y Permanente’, lo cual puede inducir a error a la persona que suscribe la póliza, porque de su simple lectura permite pensar razonablemente que el seguro ampara tanto la incapacidad total o permanente, como la muerte”, mayúsculas en la sentencia; es menester de la Compañía de Seguros, explicar y aclarar a los asegurados en qué casos se otorga o se excluye alguna cobertura, ya que el formato de la póliza puede tener unos amparos propios del producto y no a todas las personas se les puede otorgar y en otras ocasiones las exclusiones se indican al reverso del documento lo que puede llevar a confusiones por parte de los asegurados; la Corte Constitucional continua:

“En este caso se puede concluir que las entidades accionadas -entidad crediticia y aseguradora- eran las llamadas a definir con exactitud si se podía o no otorgar la póliza a la accionante teniendo en cuenta la edad en la cual adquirió la póliza de seguro; en el caso revisado este análisis no se hizo, ni le explicaron a la accionante que coberturas tenía, ninguna de estas circunstancias se pudo evidenciar en el caso en concreto. Esto indica que dichas entidades no obraron con el deber mínimo de diligencia, que, de haberlo hecho, en el caso de la Aseguradora la habría llevado a que la póliza fuera más onerosa o a no celebrar el contrato de seguros. Por su parte la entidad crediticia en su afán de respaldar la obligación de la accionante, la condujo a firmar una póliza de seguro sin verificar sus condiciones, en este caso la edad para poder acceder a todos los amparos, (...) que la suscripción de la póliza se hizo de buena fe, incluso siguió pagando las cuotas aun después de presentada la pérdida de la capacidad laboral, la Sala de Revisión considera que la accionante tiene derecho al pago de la póliza y extinción de la deuda; ya que de no hacerse se estaría vulnerando el derecho al mínimo vital”.

La Corte Constitucional decide ordenar a la entidad crediticia declarar la extinción de la deuda, expedir paz y salvo correspondiente, actualizar la información en las centrales de riesgo y devolver las cuotas que la accionante haya pagado con fecha posterior a la presentación de la acción de tutela. Ahora bien, la entidad puede iniciar las actuaciones que considere necesarias para hacer efectiva la póliza de seguro; y a la Aseguradora se le ordena abstenerse de cobrar a la accionante la prima correspondiente al seguro de vida; por lo anterior revoca la sentencia de segunda instancia la cual confirmaba el fallo de primera instancia. Se concluye que le fue concedido el derecho al mínimo vital que estaba en riesgo.

Compartimos la siguiente conclusión de una tesis de grado del año 2019.

“Se evidencia una necesidad de actualización en jurisprudencia por parte de los funcionarios de las áreas jurídicas de las Compañías de Seguros, ya que es reiterada la situación que las Aseguradoras objetan reclamaciones amparadas solo en el contrato de seguros y en el Código de Comercio; al parecer los usuarios se encuentran mejor capacitados en este tipo de conocimiento, ya que es cada vez mayor el número de demandas, derechos de petición y acciones de tutela que llegan a las Aseguradoras exigiendo el cumplimiento de la póliza contratada; si las Compañías de Seguros estudiaran el tema de una forma objetiva, es muy probable que lleguen a la conclusión que de una mejor revisión a las reclamaciones que reciben con el objetivo de indemnización, se obtendrían mayores beneficios en cuanto al crecimiento de sus clientes”¹¹³.

14. Caso. Alcance o contenido de una cláusula la aseguradora nunca se las explicó ni les otorgó ninguna información

La Corte Suprema de Justicia¹¹⁴ resolvió un recurso de casación promovido por dos compañías tomadoras y aseguradas de un seguro todo riesgo construcción, en contra de la sentencia de segunda instancia que eximió a la aseguradora del pago de la indemnización.

En su alegato, la aseguradora del pago de la indemnización argumentó que el evento reclamado estaba desprovisto de cobertura porque eran aplicables una serie de exclusiones contenidas en la póliza; entre ellas, estaban algunas dispuestas en la denominada “*cláusula Leg 2/96*” que, de acuerdo con sus condiciones, establecía los términos aplicables a la cobertura de errores de diseño.

Por su parte, las demandantes reclamaron que, si bien dicha cláusula había sido mencionada en las condiciones del seguro y en el slip de cotización, la aseguradora nunca se las explicó ni les otorgó ninguna información sobre su alcance o contenido, por lo que solicitaron declarar su ineficacia.

¹¹³ LUZ ADRIANA, MARTÍNEZ GÓMEZ, Y DIANA CAROLINA, GUTIÉRREZ VALDERRAMA, “*La intermediación y colocación de seguros en Colombia*”, Universidad Libre, Facultad de Derecho, Pereira, 2019, p. 72.

¹¹⁴ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, sentencia del 30 de septiembre de 2021. Colombia.

En su análisis, la Corte Suprema de Justicia confirmó que en ningún momento la “cláusula Leg 2/96” había sido explicada por la aseguradora a los tomadores del seguro a pesar de encontrarse mencionada en la póliza. En ese sentido, desestimó el argumento de la aseguradora según el cual su contenido podía haber sido consultado en internet y, por ello, no había dejado de suministrarles a los tomadores, información clara, suficiente y oportuna. Frente a esto, indicó que: *“Mal podría admitirse que una cláusula que simplemente fue identificada con un nombre cuyo significado y alcance solo puede establecerse mediante averiguaciones complementarias en Internet, en todo caso no en la página web de la aseguradora, pudiera llenar tales exigencias, pues lo cierto es que no aparece en el cuerpo de la póliza”*.

La Corte también desestimó el argumento de la aseguradora según el cual las aseguradas debían conocer el contenido de la “cláusula Leg 2/96” debido a su antigüedad y profesionalidad, al considerar que primaba el deber de la aseguradora de brindar explicaciones suficientes a sus clientes:

“En tal medida, no entraban en juego consideraciones atinentes a las supuestas cualificación y antigüedad de las compañías demandantes en el ramo de la construcción, que a juicio del ad quem les impondrían la obligación de conocer el significado y alcance de la cláusula Leg 2/96 a partir de tan precario enunciado, siendo que en todo caso primaba el deber de su contradictora como profesional en el ramo y entidad vigilada por la Superintendencia Financiera con especiales exigencias frente a sus clientes de explicitárselos y aclarárselos desde un primer momento. Esto, máxime que esa inferencia implica un salto lógico, pues aún si se acepta que aquellos tenían tales calidades, ello no permite predicar a renglón seguido su experticia en seguros”.

Por estas consideraciones, la Corte Suprema de Justicia reconoció la ineficacia de la “cláusula Leg 2/96”: *“Por lo tanto, si bien existió en tanto aparece en la cotización, se reitera en la póliza y no se demuestra que la parte demandante no la haya aceptado, es ineficaz en los términos de los artículos 1046 del Código de Comercio y 184, numeral 2, literales a) y b), del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero que prevén esa consecuencia cuando su anotación en tal instrumento no colma los requisitos que los mismos fijan y que complementan los cánones 3º, 5º y 7º de la Ley 1328 de 2009 que reiteradamente imponen a la aseguradora suministrar a sus clientes información de la calidad ya expresada”*.

Además el defectuoso asesoramiento o la inadecuada información habría afectado a la prestación del consentimiento, es decir, opera en la fase precontractual y afecta a la formación de la voluntad contractual.

15. La manipulación algorítmica como vicio de la voluntad

La manipulación algorítmica es el uso de algoritmos, especialmente en redes sociales y plataformas digitales para dirigir el comportamiento, opiniones y emociones de los usuarios mediante la personalización extrema del contenido; opera en el proceso de la toma de decisiones, influye en la arquitectura de la decisión, ya que modifica el entorno de la persona condicionando su conducta; la conciencia del individuo es deliberadamente preparada e inducida a cometer un error al decidir.

En este punto se hace preciso establecer una delimitación conceptual entre la persuasión legítima y la manipulación algorítmica.

La distinción entre la persuasión y la manipulación es crucial para comprender el problema en su totalidad. La persuasión es una parte inherente y legítima de la actividad comercial, que busca influir en las decisiones de los consumidores a través de argumentos racionales, información o apelaciones emocionales éticamente aceptables; sin embargo, la manipulación algorítmica va más allá y socava la autonomía del individuo al infringir su capacidad de elección racional; este tipo de manipulación se caracteriza por dos dimensiones principales: la falta de conciencia sobre la influencia (*unawareness of influence*) y la afectación de la capacidad de elección racional (*impossibility of rational choice*)¹¹⁵.

De otra parte, Richard Thaler y Cass Sunstein, premio nobel de economía de 2017, afirman, “*hay muchos paralelismos entre la arquitectura de las decisiones y las formas de arquitectura más tradicionales. Uno decisivo es que el diseño ‘neutral’ no existe*”¹¹⁶; la arquitectura de la decisión la definen como el diseño de diferentes maneras en las que una opción puede ser presentada a las personas, y cómo la toma de decisiones se ve influenciada por la manera en que las ponemos a disposición. Entienden que los arquitectos de la decisión tienen una gran responsabilidad porque sus decisiones de diseño pueden influir de manera significativa y positiva en las elecciones de las personas¹¹⁷.

El fenómeno de la manipulación algorítmica, lejos de ser un simple engaño, constituye una forma de influencia compleja que explota los sesgos cognitivos de los individuos a un nivel profundo. A diferencia de los vicios del consentimiento clásicos como el error o el dolo, que a menudo se basan en una representación mental equivocada de la realidad o una falsedad deliberada, la manipulación algorítmica ataca la propia capacidad del individuo para tomar decisiones de forma libre e informada. Sus operaciones son a menudo subconscientes y sistémicas¹¹⁸.

La manipulación algorítmica se puede definir como el aprovechamiento que hacen los sistemas de Inteligencia Artificial, IA, “con el objeto de influir de manera

¹¹⁵ Ver. LAVI, Michal, “*Targeting Children: Liability for Algorithmic Recommendations*”, The American University law review 73. 1367- 2024. Online: <https://ssrn.com/abstract=4969394orhttp://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4969394>

¹¹⁶ THALER, Richard - SUNSTEIN, Cass, *Un pequeño empujón - (Nudges)*. Editorial Taurus, 2017, p.11.

¹¹⁷ Ibidem, ps. 11/24

¹¹⁸ MARÍA CELESTE, COLOMBO, *La manipulación algorítmica como vicio de la voluntad. Un encuadre desde el derecho civil argentino*, publicado en SJA 16 de enero de 2026, 1. Cita: TR LALEY AR/DOC/3036/2025

predictiva y personalizada en el comportamiento de los usuarios, aprovechando sus vulnerabilidades cognitivas para obtener un beneficio comercial”¹¹⁹; este fenómeno se inscribe en un modelo de negocio conocido como capitalismo de la vigilancia - *surveillance capitalism*-, donde la recopilación masiva de datos conductuales es la materia prima para la creación de modelos algorítmicos que predicen y modifican el comportamiento humano.

Estos algoritmos no actúan de forma aleatoria, sino que están diseñados con el objetivo de maximizar el beneficio para la empresa, incluso si esto implica explotar las debilidades de los consumidores¹²⁰.

Al recopilar y analizar datos, los algoritmos pueden predecir el comportamiento, los sentimientos y los pensamientos futuros de los usuarios; luego, utilizan esta información para influir en la arquitectura de la decisión al operar sobre el *Sistema Uno*¹²¹ de la persona explotando una vulnerabilidad. Esto resulta en la imposibilidad de una elección racional de la conducta porque las opciones que se le presentan al usuario son el conjunto de recomendaciones cuidadosamente seleccionadas para maximizar el *engagement* y el beneficio económico de la plataforma¹²².

El *engagement* es el nivel de compromiso, interacción emocional y lealtad que una audiencia tiene hacia una marca, contenido o empresa. Va más allá de simples clics, reflejando una conexión significativa medida a través de comentarios, compartidos y la participación activa de los usuarios; como lo expresa María Celeste Colombo: “La autodeterminación de la persona, es decir, su capacidad para decidir de manera racional está comprometida. La arquitectura de la decisión automática, es decir, aquella desplegada por un sistema de IA, se aprovecha de los sesgos cognitivos del sujeto con el objetivo de influenciar en su comportamiento”¹²³; este aspecto tiene una íntima vinculación con los sesgos cognitivos¹²⁴ de cada sujeto, Eli Pariser sostiene que la edición que hacen los algoritmos de nosotros amplifica nuestro sesgo de confirmación¹²⁵; Fernando Shina, “advierde que el problema central de las relaciones de consumo no radica en la falta de información, sino en la explotación abusiva de los sesgos cognitivos. Es hora de abandonar el delicioso fetichismo que provoca hablar de voluntades libres e informaciones arrebatadas a la codicia de los

¹¹⁹ Ibidem.

¹²⁰ Ver. CURRAN, D., *Surveillance capitalism and systemic digital risk: The imperative to collect and connect and the risks of interconnectedness*, Big Data & Society, 10[1]- 2023. Online: <https://doi.org/10.1177/20539517231177621>.

¹²¹ DANIEL, KAHNEMAN; *Pensar rápido, pensar despacio*, Penguin Random House Grupo Editorial, Buenos Aires, 2018.

¹²² Ver. MICHAL, LAVI, *Targeting Children: Liability for Algorithmic Recommendations*, The American University law review - 73. 1367- 2024. Online: <https://ssrn.com/abstract=4969394orhttp://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4969394>.

¹²³ MARÍA CELESTE, COLOMBO, *La manipulación algorítmica como vicio de la voluntad. Un encuadre desde el derecho civil argentino*, publicado en SJA 16 de enero de 2026, 1. Cita: TR LALEY AR/DOC/3036/2025

¹²⁴ . Los denominados sesgos cognitivos no son otra cosa que atajos mentales. Los más conocidos son: sesgo de confirmación, sesgo de aversión a las pérdidas, sesgo de statu quo, efecto arrastre, sesgos anclaje, y sesgo de grupos.

¹²⁵ PARISER, Eli, *El Filtro Burbuja: Cómo la red decide qué leemos y lo que pensamos*, editorial Taurus, Barcelona, 2017, p. 93

proveedores, y comenzar un debate más serio que incorpore a las ciencias del comportamiento"¹²⁶.

La evidencia proveniente de las ciencias del comportamiento muestra que la disponibilidad de información no garantiza decisiones racionales; el mero incremento de los deberes de información no va a neutralizar esas distorsiones. El problema no es cuánto informamos, sino cómo se configuran realmente las decisiones humanas. Si el derecho no incorpora de manera seria las ciencias del comportamiento, continuará regulando una versión idealizada -y ficticia- del "sujeto racional".

Dicha situación se debe a la toma de decisiones de manera rápida, casi automática que Daniel Kahneman, Premio Nobel de Economía¹²⁷, denomina *Sistema Uno*, es rápido, intuitivo y emocional; contrario a tomar una decisión razonada, pensada y evaluada que este autor denomina *Sistema Dos*, es más lento, deliberativo y lógico en su famosa obra *Pensar rápido, pensar despacio*¹²⁸, explica que nuestras decisiones casi nunca son fruto del discernimiento sino de los sesgos cognitivos que integran la estructura psíquica del sujeto¹²⁹; anotando que alrededor del 95% de las decisiones se toman con una especie de marcador somático (análogo al *Sistema Uno*) y solo apenas alrededor del 5% se decide con la razón elevada (semejante al *Sistema dos*).

Oportunamente sobre la manipulación algorítmica el Comité de Ministros Europeos mediante la declaración de las capacidades manipuladoras de los algoritmos. entiende que los sistemas de IA poseen la capacidad de influir en las emociones y los pensamientos de los seres humanos; asimismo, señalan que son capaces de manipular al individuo, logrando influir en su conducta, afectando la autonomía cognitiva de los sujetos y su derecho a tomar decisiones independientes¹³⁰.

En tal sentido, la Ley de Servicios Digitales¹³¹ es un nuevo conjunto de normas a escala de la Unión Europea, UE, para los servicios digitales que actúan como intermediarios para los consumidores y los bienes, servicios y contenidos; los servicios digitales se refieren a servicios intermediarios como los proveedores de acogida, los mercados en línea y las redes sociales; tiene como objetivo construir un mundo en línea más seguro y justo; introduciendo normas que protejan por igual a todos los usuarios de la UE, tanto en lo que respecta a los bienes, contenidos o servicios ilícitos como a sus derechos fundamentales; a su vez, la Ley de Inteligencia Artificial o Reglamento de Inteligencia Artificial considera como prácticas

¹²⁶ FERNANDO SHINA, en su artículo: *Dos paradigmas obsoletos y equivocados*, 10 de febrero de 2026, tomado de su blog.

¹²⁷ DANIEL, KAHNEMAN, en el 2002 obtuvo el Premio del Banco de Suecia en Ciencias Económicas en memoria de Alfred Nobel.

¹²⁸ DANIEL, KAHNEMAN; *Pensar rápido, pensar despacio*, Penguin Random House Grupo Editorial, Buenos Aires, 2018.

¹²⁹ DANIEL, KAHNEMAN, *La falsa ilusión del éxito*, Buenos Aires, Conecta, 2021, p. 20.

¹³⁰ Ver Declaración del Comité de Ministros sobre la capacidad de manipulación de los procesos algorítmicos.

¹³¹ Hay otras leyes: la Ley de Mercados Digitales [DMA] y la Ley de Inteligencia Artificial [AIA]) que contienen varias obligaciones de transparencia.

prohibidas "la introducción en el mercado, la puesta en servicio o la utilización de un sistema de IA que se sirva de técnicas subliminales que trasciendan la conciencia de una persona o de técnicas deliberadamente manipuladoras o engañosas con el objetivo o el efecto de alterar de manera sustancial el comportamiento de una persona (...), mermando de manera apreciable su capacidad para tomar una decisión informada y haciendo que tomen una decisión que de otro modo no habrían tomado"¹³².

En efecto, la manipulación algorítmica opera en la arquitectura de la decisión de las personas, es decir, en el entorno en el que los consumidores toman sus decisiones; como ya lo hemos mencionado, en la capacidad de los sistemas de IA para inducir en el ser humano acciones que benefician a la empresa, a menudo en detrimento de los propios intereses del usuario.

16. Activación de un clic desencadenante de la acción

Nuevamente la ciencia interpela al derecho, advirtiéndole que el obrar humano está más cerca del impulso inconsciente que del discernimiento. "Tanto en humanos como en animales -dice Cialdini- las pautas de comportamiento automático tienden a estar provocadas por una sola característica de la información relacionada con la situación concreta. Esta única característica, o factor desencadenante, puede a menudo resultar valiosa, pues permite que una persona se decida por una acción concreta sin necesidad de analizar con detenimiento y de forma exhaustiva el resto de la información de la situación"¹³³.

Para contrarrestar estas decisiones irracionales o apresuradas esta legislado en Argentina por medio de la Disposición 377/2026 del 10 de marzo de 2026 del Ministerio de Economía son consideradas abusivas las cláusulas que "consideren perfeccionado y aceptado el contrato por la simple navegación por la página web"¹³⁴.

Entonces: una sola característica de la información relacionada con la situación concreta es un factor desencadenante para que el consumidor tome una decisión que no le favorece; dicho así es inentendible, pero con el ejemplo de Fernando Shina bajo el título: *El clic de activación del comportamiento*¹³⁵, es totalmente claro y entendible, veamos.

Imaginemos un día de lluvia en alguna populosa ciudad del mundo, puede ser Buenos Aires, Londres, Berlín o Córdoba. En todas las ciudades del mundo, la lluvia tiene el mismo sonido tan inconfundible como difícil de describir; el agua antes de caer del cielo y mojarnos produce un ruido que, según las circunstancias, nos puede parecer odioso o romántico. Más allá de las circunstancias particulares, nuestro cerebro reconoce

¹³² Artículo 5.1 de la Ley de Inteligencia Artificial o Reglamento de Inteligencia Artificial.

¹³³ ROBERT B., CIALDINI, *Influencia, la psicología de la persuasión*, Madrid, Harper Collins, 10ª Edición, 2024, p. 25

¹³⁴ Ministerio de Economía, Subsecretaría de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial, Disposición 377/2026, DI-2026-377-APN-SSDCYLC#MEC, Ciudad de Buenos Aires, 10 de marzo de 2026, literal p.

¹³⁵ FERNANDO, SHINA, *Los estudios del Profesor Robert Cialdini - Influencia, persuasión y consentimiento*, Rubinzal-Culzoni editores, RC D 111/2025

automáticamente los sonidos de la lluvia, siendo lo más probable que si escuchamos ese ruido antes de salir a la calle agarremos, automáticamente, el viejo paraguas que dejamos al lado de la puerta. Hasta acá nada parece inusual o sorprendente. Pero, si se piensa más detenidamente, podríamos notar que todavía estamos dentro de la casa, encerrados entre cuatro paredes y NO vimos llover y que aún NO nos mojamos. Solo oímos el rumor de la lluvia.

Esa resonancia es lo que Cialdini denomina clic de activación y pone en marcha el impulso que nos hace tomar el paraguas antes de salir a la calle. El acto de agarrar el paraguas fue desencadenado por un ruido y no por la comprobación fáctica de la lluvia. Entonces, si alguien quisiera influir en nuestra decisión de llevar un paraguas no necesitaría provocar el milagro de la lluvia, le alcanzaría con grabar el sonido que hace la lluvia al caer y hacer que lo escuchemos.

Fernando Shina continua: "El comportamiento humano, explica Cialdini, no requiere de información completa (deliberada y racional). Es suficiente un ruido para desencadenar la acción. Nuestra conducta se activa apenas reconocemos alguna información parcial, como el ruido de la lluvia. Muy pocas veces, si es que alguna, actuamos con conocimiento completo en las distintas situaciones que enfrentamos a diario. La razón es sencilla: NO tenemos tiempo para tomar decisiones racionales, basadas en la información completa y el cotejo de evidencias empíricas. Para bien o mal, la incertidumbre es la arena donde ocurre la vida"¹³⁶.

La tendencia a responder en forma mecánica ante determinados estímulos, que representan información parcial, es lo que Cialdini denomina *clic de activación del comportamiento o desencadenante de la acción*; en sus términos: "La persona incrementa las posibilidades de equivocarse, en especial cuando la respuesta es automática e irreflexiva. La probabilidad de error aumenta aún más cuando otros individuos tratan de aprovecharse haciendo que (mediante manipulación de factores desencadenantes) se estimule un comportamiento deseado en un momento inadecuado"¹³⁷.

Fernando Shina es redundante, y nos ilustra con otro ejemplo: *Las pavas y los humanos NO pavos actuamos igual*, si pensamos en ejemplos más complejos, vamos a ver que el clic de activación se puede manipular utilizando técnicas que resultan muy sencillas de efectuar para los expertos en marketing comercial, y para los asesores de imagen que disfrazan a los políticos. Veamos.

Las investigaciones sobre el comportamiento humano arrancan, como siempre, en el reino animal. Veamos el siguiente experimento entre pavas y zorrinos. Según se sabe, las pavas cuidan con abnegada devoción a sus pollitos apenas estos comienzan a piar. Ese sonido es tan particular que sus madres lo reconocen instintivamente; es decir, lo reconocen con perfección. Las pavas, como todas las especies, tienen un depredador de quien deben defenderse: el zorrino. Cuando ese enemigo amenaza a sus crías, la madre

¹³⁶ Ibidem.

¹³⁷ ROBERT B., CIALDINI, *Influencia, la psicología de la persuasión*, Madrid, Harper Collins, 10ª Edición, 2024, p. 25

las defiende tirando picotazos al aire hasta ahuyentar al peligroso y desigual enemigo. Lamentablemente, en la libertaria ley de la selva esas defensas pocas veces alcanzan para sobrevivir.

En un experimento, que para nosotros resultó sorprendente, se utilizó un zorrino disecado al que se le insertó un chip que reproducía un sonido idéntico al que hacen los pollitos. Cuando el simulacro de zorrino se acercó la pava, piando como lo hacen sus crías, la mamá reaccionó cariñosamente ante su temible y ancestral enemigo. El sonido ocupó el lugar de la información que la pava necesitaba para confiar que sus hijos estaban cerca. Sin embargo, esa información incompleta y sesgada, establecida solamente en base al sonido, hizo caer a la pava en una trampa fatal.

Los animales actúan en base a información parcial que intuyen como verdadera. Los humanos, que no somos pavos, también andamos a tientas y tropezando en las trampas de la información parcial o, mejor dicho, parcialmente sesgada.

Fernando Shina concluye: "Los seres humanos, como el resto de los animales, estamos programados para responder automáticamente a ciertos estímulos. Por lo tanto, debemos admitir que es muy posible que seamos engañados con la misma facilidad que la pava del experimento anterior".

Naturalmente, nuestro desarrollo cognitivo no es comparable con el de ninguna criatura viviente; sin embargo, no es menos cierto que esa racionalidad ha sido sobrevalorada a tal punto que ignoramos el verdadero peso que tiene el inconsciente a la hora de tomar decisiones; el mismo Robert Cialdini, advierte: *"pese a que otros descubrimientos de Langer muestran que existen muchas situaciones en las que el comportamiento humano no funciona de forma mecánica ni se activa con un clic, tanto ella como otros investigadores están convencidos de que la mayor parte de las veces, sí lo hace"*.¹³⁸

Por lo tanto, los sucesos desencadenantes de la acción son aplicables a las relaciones de consumo, generalmente en su contra; para un profesional del neuromarketing es fácil provocar un clic de activación determinante para que se concrete una operación de consumo: con mayor razón, si cuenta con una serie amplia de datos históricos, patrones de consumo y comportamientos pasados y actuales.

Del lado de las personas, una simplificación de la información que no tenemos, o que, teniéndola, no podemos interpretar debido a su complejidad o a nuestra falta de tiempo. "Este tipo de comportamiento automático y estereotipado -explica Cialdini- prevalece en buena parte de la actividad humana pues, en muchos casos, simplemente es la forma más eficaz de comportarse y, en otros, simplemente es necesaria. Vivimos en un entorno extraordinariamente complicado; quizás el más complejo y cambiante que haya habido nunca en este planeta. Para manejarnos en él, necesitamos simplificar los atajos"¹³⁹; Fernando Shina agrega: "Todo este esquema de decisiones apuradas, impulsos inconscientes y comportamientos automáticos, es lo contrario al acto voluntario realizado con discernimiento,

¹³⁸ Ibidem p.7

¹³⁹ Ibidem p.10

intención y libertad que hace más de 150 años aplasta la evolución de nuestro derecho. Lo decimos una vez: es imperioso reformular las teorías basales del Derecho Privado. Su vetustez es incompatible con los tiempos que corren, ..., tomamos decisiones a partir de conocimientos incompletos y sesgados que actúan como desencadenantes del comportamiento”.

Ya sea por la creación de expectativas, por la existencia de reflejos condicionados o por la activación de un clic desencadenante de la acción, la ciencia sabe desde hace más de un siglo que nuestras decisiones son menos racionales de lo que pensamos: puesto que la información suele ser completa en su apariencia y sesgada en su esencia, entonces tomamos decisiones a partir de conocimientos incompletos y sesgados que actúan como desencadenantes del comportamiento, comportamiento que se agudiza en el contrato de seguros.

Y por supuesto apoyamos totalmente la propuesta de María Celeste Colombo, partiendo de que los marcos legales existentes, diseñados para un paradigma analógico, resultan por tanto inadecuados para abordar esta realidad; ante este panorama es imperativo conceptualizar la manipulación algorítmica como una nueva y distinta categoría de vicio de la voluntad, de la siguiente manera.

“Nuestra propuesta consiste en repensar una nueva categoría de vicio de la voluntad, denominada manipulación algorítmica, con los siguientes elementos: a) acto de explotación en la arquitectura de la decisión: el uso de un diseño de interfaz o un sistema de IA desplegado para activar y/o exacerbar los sesgos cognitivos del usuario; b) deterioro en la capacidad de decisión racional: la práctica debe causar un *'deterioro significativo'* de la capacidad del usuario para tomar una decisión racional, un umbral que va más allá de la mera influencia aceptable; c) aprovechamiento injusto: la debe tener como resultado un beneficio para los proveedores y/o responsable de despliegue; d) causalidad: debe existir un nexo entre el diseño manipulador y el resultado perjudicial para el usuario”¹⁴⁰.

Autora que plantea una nueva categoría de vicio de la voluntad denominada manipulación algorítmica que se complementa con Robert Cialdini sobre la necesidad de incorporar a nuestro sistema legal una norma que regule y sancione el abuso de las técnicas de influencia y persuasión en las relaciones de consumo, que no pocas veces, privan al sujeto de discernimiento e intención: sus estudios son particularmente relevantes para el derecho, sobre todo para entender mejor la teoría general del contrato; sus investigaciones sobre la influencia y la persuasión, consolidan la teoría que indica que el comportamiento humano y la elaboración de las decisiones, lejos de seguir patrones racionales, se activan automáticamente y en forma inconsciente¹⁴¹.

Fernando Shina concluye que hay un vacío legal: “Sin perjuicio de lo dicho, y hasta tanto no sea sancionada una norma específica, entendemos que una demanda de

¹⁴⁰ MARÍA CELESTE, COLOMBO, *La manipulación algorítmica como vicio de la voluntad. Un encuadre desde el derecho civil argentino*, publicado en SJA 16 de enero de 2026, 1. Cita: TR LALEY AR/DOC/3036/2025

¹⁴¹ FERNANDO, SHINA, *Los estudios del Profesor Robert Cialdini - Influencia, persuasión y consentimiento*, Rubinzal-Culzoni editores, RC D 111/2025

años y perjuicios o una acción basada en la ley de defensa del consumidor podría basarse en la utilización de técnicas de influencia y persuasión abusivas. Esas prácticas desleales son, finalmente, una de las tantas formas que asume el abuso del derecho”¹⁴²; por lo cual propone regular esta forma de práctica comercial desleal que podría denominarse, *influencia o persuasión abusiva*. La norma que propone incluye: a) el objeto o finalidad que ella tendría; b) una definición de lo que constituye la influencia y/o persuasión abusiva; c) una serie de principios generales; d) prohibiciones y sanciones específicas aplicables si se verifica la existencia de una influencia y/o persuasión abusiva; e) la carga probatoria; f) el factor atributivo de responsabilidad; agregando: “Hace años que se sabe que la racionalidad, que supone actuar con discernimiento, intención y libertad es una ficción que sostiene la escuela clásica. Ese relato, que describe una racionalidad omnisciente, probablemente haya sido útil hace 150 años, pero ya no tiene relevancia sustancial en nuestros días. Todas las pruebas científicas de, por lo menos, los últimos cincuenta años dan cuenta de la fragilidad de nuestro sistema cognitivo racional”¹⁴³.

En consecuencia, las soluciones propuestas son una manera idónea de proteger la autonomía de la voluntad en la era de la Inteligencia Artificial, IA, equilibrando la innovación tecnológica con la protección de los derechos fundamentales de las personas.

Ver el índice en www.ddanos.com

ESTE LIBRO Y LOS OTROS LIBROS DEL DR. JORGE PANTOJA LOS PUEDE AQUIDIR EN LA SEDE DE INDECAJ en los días del CONGRESO en DF MEXICO.

 **310-8355242 ddanos100@gmail.com www.ddanos.com**

WhatsApp Colombia +57 3108355242

WhatsApp México +52 15542033448

Indique el libro de su preferencia.

PRECIO ESPECIAL PARA LOS PARTICIPANTES EN EL CONGRESO.

¹⁴² Ibidem.

¹⁴³ FERNANDO, SHINA, Los estudios del Profesor Robert Cialdini - Influencia, persuasión y consentimiento, Rubinzal-Culzoni editores, RC D 111/2025

Su ponencia del 15 de diciembre en Lima, PERÚ

III CONGRESO INTERNACIONAL
UNIVERSITARIO DE SEGUROS Y REASEGUROS

“EL SEGURO Y SU RECLAMACIÓN”



Prof. Dr. Jorge Pantoja Bravo
Socio Director de Derecho de daños (Colombia)

15 DE DICIEMBRE 5:15 - 5:50 PM TEAMS

ORGANIZA:  **UCSS**

AUSPICIA:  **CEASIAL**

 **UMBRELLA**
claims advisors