



## RESOLUCIÓN 1/2009

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

1. Que este Consejo ha analizado las consultas realizadas respecto de servicios prestados por empresas que, sin ser compañías de seguros, pueden mover a confusión por su denominación o forma de venta respecto a la naturaleza del contrato celebrado.
2. Que de acuerdo al número 2.2. del Compendio de Buenas Prácticas de las Compañías de Seguros, “toda información que se entregue al público deberá ser susceptible de comprobación, y no inducir a engaño o confusión respecto de la situación de la compañía y sus negocios”.
3. Que de acuerdo al número 4.3. del Compendio de Buenas Prácticas de las Compañías de Seguros, “la publicidad que realicen las compañías de seguros deberá siempre respetar la naturaleza del contrato de seguros” y “no podrá realizarse ningún tipo de publicidad que pueda confundir o inducir a error respecto de la naturaleza, características o efectos del contrato de seguros”.

4. Que de la revisión de los reclamos presentados por algunos consumidores se desprende que ellos han contratado servicios denominados “Planes de Servicio de Extensión de Garantía”, con empresas cuya nombre es semejante al de compañías de seguros que funcionan en Chile y que ello puede haberlos movido a confusión respecto a que el contrato celebrado sería el de seguro y no el que realmente estaban celebrando.

5. Que a la confusión señalada también puede haber colaborado el hecho que estos servicios aparecen siendo vendidos por corredores de seguros, utilizando documentos impresos que al incluir la denominación de estos intermediarios pueden dar la apariencia de generar los derechos y obligaciones propios del contrato de seguros.

6. Que de lo señalado anteriormente surge la conveniencia de establecer algunas recomendaciones para contribuir a que exista información suficiente para los consumidores sobre los contratos que están celebrando y prevenir confusiones entre el contrato de seguro y otros de diferente naturaleza.

7. Que en lo referido al uso del nombre de las compañías de seguros, éstas deben adoptar los resguardos necesarios, para evitar que otras personas naturales o jurídicas utilicen todo o parte de su denominación para realizar negocios u operaciones en que esa identificación pueda mover a confusión sobre el hecho que están siendo efectuados por una compañías de seguros y no por una empresa que no tiene esa calidad.

8. Que en lo referido a la intermediación de servicios diferentes a los contratos de seguros por parte de corredores de seguros, las compañías deben adoptar los

resguardos a su alcance para que estas actividades se realicen sin que dichos servicios se confundan, sean presentados o comercializados de manera que puedan mover a error a los consumidores sobre el hecho que no son celebrados por compañías de seguros.

**Ha resuelto:**

1º Las compañías de seguros deberán adoptar los resguardos necesarios para evitar que otras personas, naturales o jurídicas, utilicen todo o parte de su denominación para realizar negocios u operaciones en que esa identificación pueda mover a confusión sobre el hecho que están siendo efectuados por una compañías de seguros y no por una empresa que no tiene esa calidad.

2º Las compañías deberán adoptar los resguardos a su alcance para que la intermediación por parte de corredores de seguros de contratos o servicios, diferentes a los contratos de seguros, se realice sin que dichos servicios se confundan, sean presentados o comercializados de manera que puedan mover a error a los consumidores sobre el hecho que no constituyen contrato de seguros.

3º Esta resolución regirá a partir de esta fecha.

**Santiago, marzo 2009.**