

El Principio Pro Consumidor y el Contrato de Seguro en el Perú

The Pro-consumer Principle and the Insurance Contract in Peru

Rolando Javier Torres Gamero* <https://orcid.org/0000-0001-7312-1717>
<http://dx.doi.org/10.21503/lex.v22i34.2796>

* Abogado por la UNMSM desde el año 1986, ejerció la docencia universitaria en las Facultades de Derecho de las Universidades Tecnológica del Perú, Inca Garcilaso de la Vega y Alas Peruanas, presidió la Comisión de Estudio de Seguros del Ilustre Colegio de Abogados de Lima (2013-2016) la cual integró desde el año 1999 hasta 2017. Jefe del Departamento Legal de Royal & Sunalliance Seguros Fénix donde laboró desde el año 1985 hasta el 2002; expositor en el Diplomado de Seguros en IPAE desde 1999 hasta el 2009, profesor de las Escuelas de Seguros de la Asociación Peruana de Empresas Corredoras de Seguros (APECOSE) desde 1999 hasta 2021 y del Instituto Peruano de Seguros (IPS) desde 2009 a la fecha siendo además Director Académico del IPS desde Marzo de 2024. Perú.
Correo electrónico: rtorresgamero@gmail.com

Lex



© Los autores. Artículo publicado por la Revista Lex de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Alas Peruanas. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), que permite el uso no comercial, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que la obra original sea debidamente citada.



Virgen del dolor, óleo sobre lienzo, 80 x 60 cm.

Juan Carlos Ñañake Torres, pintor peruano (Lambayeque, Chiclayo, 1971)

Correo electrónico: nanakejc@hotmail.com / [Instagram.com/juancarlosnanake/](https://www.instagram.com/juancarlosnanake/)

Blogs: <http://nanaketorres.blogspot.com> / [facebook.com/nanakejc](https://www.facebook.com/nanakejc)

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad reconocer cómo el principio pro consumidor no sólo está regulado en la legislación de protección al consumidor sino también en la normatividad de seguros en nuestro país. Y es que tanto el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley 29571, como la Ley del Contrato de Seguro, Ley 29946, establecen diversas disposiciones que buscan defender a los consumidores o usuarios de situaciones de conflicto ante interpretaciones o aplicaciones de las normas que generen ambigüedad o dudas por lo que serán interpretadas en el sentido y con el alcance más favorable al consumidor y, en el caso materia de este trabajo, al asegurado.

Palabras clave: *principio pro asegurado, principios y reglas interpretativas, cláusulas y prácticas abusivas.*

ABSTRACT

The purpose of this work is to recognize how the pro-consumer principle is not only regulated in consumer protection legislation but also in insurance regulations in our country. And it is that both the Consumer Protection and Defense Code, Law 29571, and the Insurance Contract Law, Law 29946, establish various provisions that seek to defend consumers or users from conflict situations in the face of interpretations or applications of the rules that generate ambiguity or doubts, so they will be interpreted in the sense and with the most favorable scope for the consumer and, in the case that is the subject of this work, the insured.

Keywords: *pro assured principle, principles and interpretative rules, abusive clauses and practices.*

“Todos somos consumidores. Es el mayor grupo económico que se ve afectado y afecta a casi todas las decisiones económicas públicas y privadas. Sin embargo, es el único grupo importante cuyas opiniones no se escuchan lo suficiente”¹.

John F. Kennedy

I. INTRODUCCIÓN

Desde el ordenamiento constitucional “el Estado asume la defensa de los consumidores y usuarios garantizando el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado” invoca el artículo 65° de la Constitución Política del Perú de 1993.

Y es con el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley 29571, publicado en el Diario Oficial El Peruano el 2 de Setiembre de 2010, que se consolidan los mismos teniendo al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) como el organismo público especializado encargado de propiciar el equilibrio en las relaciones de consumo entre otras funciones.

II. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

2.1 Orígenes regulatorios

Posteriormente al citado discurso de John F. Kennedy, se fueron dando en el mundo diversas regulaciones en defensa de los consumidores como la establecida mediante Resolución del 14 de abril de 1975 por la entonces llamada Comunidad Económica Europea la misma que aprobó el Programa Preliminar de Acción para la Información y Protección de los Consumidores,

¹ Cita del famoso discurso pronunciado por el Presidente de los EEUU John F. Kennedy ante el Congreso de su país el 15 de marzo de 1962 en defensa de los consumidores, dicha fecha fue posteriormente establecida como el Día del Consumidor.

En el ámbito nacional debemos citar a la Constitución Política de 1979 nacida de una Asamblea Constituyente en camino a la restitución de la democracia en el país luego de más de diez años de gobierno militar, en dicha Carta Magna cita el artículo 110° como función del Estado el de defender el interés de los consumidores².

Posteriormente, el año 1984 entró en vigencia el Código Civil el cual dejara sin efecto el ya desfasado Código de 1936. Dicha norma de suma importancia en el campo jurídico (muchos lo consideran como la segunda norma de importancia en el país luego de la Constitución) innovó el aspecto contractual de las relaciones entre las partes, dándose especial énfasis a la libertad contractual y a la libertad para contratar.

No obstante, ello, también se regularon formas de contratación acordes con la dinámica del tráfico comercial moderno que buscan agilizar sus transacciones, por lo que encontramos las llamadas cláusulas generales de contratación y los contratos por adhesión donde los ofertantes ofrecen sus productos o servicios bajo condiciones pre redactadas quedando al destinatario de dichas ofertas a tener que aceptar o rechazar las mismas sin posibilidad de negociar dichas estipulaciones.

Es así que el potencial consumidor tiene restringida o nula su disposición de discutir las condiciones de contratación a un “lo tomas o lo dejas” creando una asimetría informativa muy significativa entre las partes fundamentalmente en los contratos masificados.

Es ante esta necesidad de defender regulatoriamente los derechos de los consumidores que, a mérito de la delegación de facultades legislativas que otorga el Congreso de la República al Gobierno Central, el 11 de noviembre de 1991 se promulga el Decreto Legislativo 716, denominada “Norma sobre protección al consumidor”.

Al respecto Tirado Barrera señala que dicho Decreto legislativo “es meridianamente claro al reconocerle al consumidor un conjunto de derechos específicos y particulares que se derivan, exclusivamente, de su posición frente a los vendedores o productores, y que las disposiciones del Código Civil no ofrecían”³.

Pero siendo necesario contar con un organismo que supervisara e hiciera cumplir debidamente dicha norma se crea el 24 de noviembre de 1992 mediante el Decreto Ley 25868, El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad

2 Constitución Política del Estado de 1979, artículo 110°: El régimen económico de la República se fundamenta en principios de justicia social orientados a la dignificación del trabajo como fuente principal de riqueza y como medio de realización de la persona humana. El Estado promueve el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción y de la productividad, la racional utilización de los recursos, el pleno empleo y la distribución equitativa del ingreso. Con igual finalidad, fomenta los diversos sectores de la producción y defiende el interés de los consumidores.

3 José Antonio Tirado Barrera, *Protección al Consumidor*, Colección, Lo Esencial del Derecho, N° 53, (Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, abril 2021), 25.

Intelectual (Indecopi) organismo del Estado que asumió dicha función iniciando su labor el año 1993.

Indecopi defiende los derechos de los consumidores, protege las marcas, las creaciones e invenciones y vela por el buen funcionamiento del mercado, sancionando los actos de engaño y competencia desleal en el sector empresarial.

Posteriormente la Constitución Política de 1993 en su artículo 65 clarifica y determina la misión del Estado en lo referido a la defensa del interés de los consumidores y usuarios: “El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes

y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela en particular, por la salud y la seguridad de la población”.

No obstante los avances en defensa de los derechos del consumidor se percibían vacíos en el manejo administrativo por lo que el 16 de Abril de 1996 se promulga el Decreto Legislativo 807, la misma que establece las facultades, normas y organización del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), disponiendo que las Comisiones y Oficinas del INDECOPI gozan de las facultades necesarias para desarrollar investigaciones relacionadas con los temas de su competencia.

Más adelante, el año 2000 se promulga la Ley 27311 la cual perfecciona el procedimiento administrativo sobre el cual desempeñaba sus funciones el órgano supervisor regulando las llamadas medidas correctivas y sanciones a los proveedores a los que se les atribuyó responsabilidad por los defectuosos bienes o servicios que brindaban en perjuicio de los consumidores y usuarios.

De corta vigencia fue el Decreto Legislativo 1045 promulgado el 26 de junio de 2008 que se dio como norma complementaria del Sistema de Protección al Consumidor, con la finalidad de permitir una mejor protección de los consumidores, que los agentes económicos tengan más incentivos para cumplir con la Ley, y, en general, disminuir los costos asociados a los conflictos vinculados a la defensa de los derechos de los consumidores.

Luego de un amplio debate legislativo, el 1 de Setiembre de 2010 se promulgó el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, el mismo que en su artículo II del Título Preliminar señala como su finalidad: “El presente Código tiene la finalidad de que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos, y que gocen de los derechos y los mecanismos efectivos para su protección, reduciendo la asimetría informativa; corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas y prácticas que afecten sus legítimos intereses. En el régimen de economía social de mercado establecido por la Constitución, la protección se interpreta en el sentido más favorable al consumidor, de acuerdo a lo establecido en el presente Código”.

2.2 El Código de Protección y Defensa del Consumidor

En el mismo Título Preliminar, artículo IV, define a los consumidores o usuarios como “las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional...”

También precisa dicho artículo que no es considerado consumidor para esta norma, quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como productor.

De esta forma la regulación sobre la materia establece el marco sobre el cual desarrolla su función legislativa fundamentalmente en quien se satisface del servicio o producto como destinatario final.

A continuación, el artículo V establece que el Código se sujeta a los siguientes principios, los mismos que sólo los enumeraremos:

1. Principio de Soberanía del Consumidor,
2. Principio Pro Consumidor,
3. Principio de Transparencia,
4. Principio de Corrección de la Asimetría,
5. Principio de Buena Fe,
6. Principio de Protección Mínima,
7. Principio Pro Asociativo, y
8. Principio de Primacía de la Realidad.

Refiriéndose a esta norma el Dr. Espinoza Espinoza señala que “los modelos jurídicos circulantes en materia de tutela del consumidor se basan en nivelar la situación de ‘asimetría informativa’ en la que se encuentra el mismo. Por ello, otras experiencias jurídicas, no obstante, el texto literal de su legislación define como consumidores sólo a las personas naturales, a nivel jurisprudencial han ‘ensanchado’ este concepto, incluyendo a las personas jurídicas no lucrativas y a las pequeñas empresas. El fundamento es simple: no se trata de defender al último eslabón de la cadena, sino al eslabón más débil de la misma. La situación de asimetría informativa en las personas jurídicas no lucrativas o de las pequeñas empresas es la misma que la del consumidor-persona natural⁴”.

4 J. Espinoza Espinoza, Juan, *Derecho de los Consumidores*, (Lima, Perú: Editorial Rodhas, 2ª Edición, marzo, 2012), 21.

III. PRINCIPIO PRO CONSUMIDOR

Con respecto a este principio materia del presente trabajo, el Código en referencia señala que: “En cualquier campo de su actuación, el Estado ejerce una acción tuitiva a favor de los consumidores. En proyección de este principio, en caso de duda insalvable en el sentido de las normas o cuando exista duda en los alcances de los contratos por adhesión y los celebrados en base a cláusulas generales de contratación, debe interpretarse en sentido más favorable al consumidor”.

Refiriéndose al art. 65° de la Constitución Política de 1993, Valdivieso López afirma que: “la protección al consumidor descansa sobre dos pilares que a su vez suponen los derechos fundamentales de los proveedores: i) el deber de información y ii) el deber de idoneidad. De estos se pueden derivar todos los derechos contemplados en la norma. El CPDC se encarga de desarrollar al detalle los derechos derivados de estas obligaciones genéricas de los proveedores”⁵.

No podemos dejar de mencionar el pronunciamiento del Tribunal Constitucional en la Sentencia correspondiente al Exp. N° 3315-2004-AA/TC LIMA AGUA PURA ROVIC S.A.C. que señala lo siguiente:

“Este Colegiado estima que el derrotero jurídico binario establecido en el artículo 65 de la Constitución se sustenta en una pluralidad de principios, entre los cuales cabe mencionar los siguientes:

- a) El principio pro consumidor: Dicho postulado o proposición plantea la acción tuitiva del Estado a favor de los consumidores y usuarios en razón de las objetivables desventajas y asimetrías fácticas que surgen en sus relaciones jurídicas con los proveedores de productos y servicios”.

En cuanto al derecho comparado debemos citar el Estatuto del Consumidor de Colombia, contenido en la Ley 1480 de 2011 que entró en vigencia el 12 de abril de 2012, en cuyo artículo 34° 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”.

Comentando dicho artículo, Patricia Jaramillo Salgado indica que las reglas de interpretación de los contratos aplicables en Colombia antes de este nuevo estatuto eran las contenidas en el Código Civil que apuntaban en primer lugar a desentrañar la voluntad de las partes en desarrollo del principio de autonomía. Respecto de las cláusulas ambiguas, señala el artículo 1624 del Código Civil que las mismas debían interpretarse a favor del deudor y contra la parte

5 E. Valdivieso López, “Los Mecanismos de solución de conflictos en materia de protección al consumidor”, *Revista Diálogo con la Jurisprudencia, Gaceta Jurídica*, N° 148, (enero 2011): 349.

que las redactó⁶. Concluye indicando que esta nueva norma constituye una razón de más para que la redacción de las cláusulas sea clara y comprensible. Actualmente, en todos los casos, las cláusulas deben interpretarse en favor del consumidor.

De la misma forma la jurista uruguaya Andrea Signorino Barbat al referirse a la Ley N° 17.250 de agosto del año 2000 que regula la defensa del consumidor, entre otros aspectos, los contratos de adhesión entre los cuales queda comprendido, como ejemplo típico, el contrato de seguro.

Señala Signorino que el primer párrafo del art. 2 de la Ley de defensa del consumidor considera consumidores a “Toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella”. Junto a este concepto positivo de consumidor, el segundo párrafo de la misma Ley incluye un concepto negativo, según el cual “no se considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización”⁷.

IV. EL PRINCIPIO PRO CONSUMIDOR Y EL CONTRATO DE SEGURO

Debemos recordar que nuestro país recién cuenta con una Ley del Contrato de Seguro promulgada el 26 de Noviembre de 2012 y que entró en vigencia el 27 de Mayo de 2013, anteriormente se regía por el Código de Comercio de 1902 y en algunos aspectos por la Ley 26702 del año 1996, Ley del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, al respecto desarrollo este tema en un anterior artículo también publicado en Lex⁸.

Dicha norma establece que, es de aplicación el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley 29571) cuando en el contrato de seguro el contratante o asegurado tengan la condición de consumidor o usuario en la medida que no está expresamente regulado en la Ley 29946 (Título I, Disposiciones Generales, Artículo I, cuarto párrafo).

6 P. Jaramillo Salgado, “La Protección del Consumidor de Seguros en Colombia”, *Revista Iberoamericana de Seguros*, Volumen 21, N° 37, (julio-diciembre 2012): 224 y siguientes. (editada por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia).

7 A. Signorino Barbat, “Derecho del Consumidor y Derecho de Seguros. Una convivencia pacífica”, *Revista Iberoamericana de Seguros*, Vol. 31, N° 56, (julio 2022): 26 y siguientes, (Colombia: editada por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá).

8 R. Torres Gamero, “El Contrato de Seguro en el Perú, Comentarios a la Ley N° 29946”, *Revista Lex* de la Facultad de Derecho de la Universidad Alas Peruanas, N° 11, (año 2013): 145 y siguientes.

Pero es en el siguiente artículo en la que se señalan los principios sobre los que se rige el contrato de seguro, Máxima buena fe, Indemnización, Mutualidad, Interés asegurable, Causa adecuada y, Las estipulaciones insertas en la póliza se interpretan, en caso de duda, a favor del asegurado.

Es en este último principio donde se configura el también llamado *in dubio pro asegurado*, es decir, la duda favorece al asegurado.

Pero lo que llama la atención es que el legislador también señala en el artículo IV, doce reglas interpretativas, siendo la tercera: “los términos del contrato que generen ambigüedad o dudas son interpretados en el sentido y con el alcance más favorable al asegurado”.

Al respecto cabe precisar lo indicado por el jurista y filósofo alemán Robert Alexy quien señala que el punto decisivo para la distinción entre principios y reglas es que los principios son mandatos de optimización mientras que las reglas tienen el carácter de mandatos definitivos.

En atención a lo expuesto, estas son las diferencias que se deducen: las reglas son mandatos expresos, por ende, se pueden ubicar en cuerpos normativos, mientras que los principios son conceptos omnipresentes, universales⁹.

Esta aparente duplicidad en la regulación no es más que reforzar la idea de brindar una protección al asegurado en la medida que su relación contractual está basada en un contrato por adhesión, es decir, que las condiciones elaboradas por una de las partes, en este caso la aseguradora, no contenga cláusulas o estipulaciones no claras en su interpretación y/o aplicación que creen conflictos entre los intervinientes y que, basados en la señalada asimetría informativa, resulten siendo favorables a quien las elaboró de manera abusiva como la propia ley lo prevé.

Cito nuevamente al maestro Rubén S. Stiglitz¹⁰ cuando se refiere a la formación del contrato de seguro que lo identifica, típicamente, como contrato por adhesión. De allí que su tratamiento sea el que corresponde a una especie, prototípica por cierto, de las que mejor lo expresan, de su género, el contrato con cláusulas predisuestas¹¹. Y añade estas características:

- a) El contenido (modelo de póliza) es dispuesto anticipada y unilateralmente por el asegurador (predisponente).
- b) La técnica negocial de la predisposición contractual consiste en que el asegurable adhiera en bloque a las condiciones generales de póliza, o no contrate.
- c) El contrato lo celebra el asegurador (predisponente) con cada adherente individual

9 R. Alexy, “Teoría de los derechos fundamentales”, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1993, pág. 83.

10 R. S. Stiglitz, “Cláusulas y Prácticas Abusivas”, artículo incluido en la obra *Estudios sobre el Contrato de Seguro*, Universidad de Piura, Instituto Pacífico, Primera Edición, 2017, 291.

11 Rubén S. Stiglitz, op. cit. 291 a la 316.

(tomador o asegurado), pero sobre la base de condiciones generales uniformes por riesgo, aplicables a todos y cada uno de los futuros contratos que celebre.

- d) El contrato de seguro carece de una etapa de tratativas en punto al contenido de las condiciones generales. El asegurable no participa en la creación del esquema contractual.

Al respecto Zegarra Mulánovich señala que “hay que la interpretación del contrato a favor del asegurado tiene en realidad un doble fundamento, cada uno de los cuales opera en un plano y con un rigor más o menos distintos:

- a) El que procede del criterio *pro adherente*, de carácter más estricto y prioritario, pero que decae y resulta inaplicable cuando se pueda probar que el contrato o la cláusula fueron, negociados individualmente; y
- b) El que procede del principio *pro assecurato*, que es propiamente aludido en el inciso f) del art. II de la Ley bajo comentario, y que, si bien es aplicable en todo caso, tiene un carácter más bien de cierre, residual o subsidiario a los demás criterios interpretativos aplicables¹².

Bajo esa misma línea debemos destacar cambios significativos en comparación con el obsoleto Código de Comercio cuando ante una situación de declaración inexacta así sea de buena fe, llevaba a la nulidad del contrato de seguro. Ahora el legislador, tomando en cuenta lo regulado en el código Civil Italiano de 1942, distingue la reticencia y/o declaración inexacta en dolosa y no dolosa, siendo la primera causal de nulidad del contrato mientras que la segunda lleva a una revisión del contrato a fin de adecuar sus coberturas y el ajuste de la prima con respecto al real estado del riesgo.

De la misma forma, en lo que corresponde al contenido de la póliza, el artículo 26° de la Ley señala lo que ésta debe contener como información mínima bajo responsabilidad del asegurador, y en caso éste incumpla, cual interpretación del contrato se efectúa a favor del asegurado.

Asimismo, el artículo 31° señala que cuando existan diferencias entre las condiciones del seguro ofrecidas mediante sistemas de publicidad y el contenido de la póliza, relativas al mismo seguro, prevalecen las condiciones más favorables para el asegurado.

No obstante está marcada tendencia a proteger al asegurado frente a su contraparte que elaboró previamente las condiciones de contratación, la norma reconoce que sobre estos contratos por adhesión se configuren estipulaciones prohibidas y prácticas abusivas que en muchos casos y no obstante haber pasado por el tamiz de la Superintendencia de Banca y Seguros, mediante las normas de Registro de Pólizas de Seguro, siguen apareciendo en las

12 A. Zegarra Mulánovich, “Marcos y Principios interpretativos de la Regulación y Contratación de Seguros Privados”, de la obra *Estudios sobre el Contrato de Seguro*, Universidad de Piura, Instituto Pacífico, 2017, Perú, 90. .

mismas, causando un desequilibrio importante en perjuicio del asegurado. Al respecto hemos desarrollado este tema en una colaboración anterior a la Revista Lex¹³.

Igualmente debemos también reconocer que, la propia Ley del Contrato de Seguro prácticamente restringe los mecanismos de solución de controversias al establecer como una estipulación prohibida el establecer cláusulas que prohíban o restrinjan el derecho de asegurado a someter la controversia a la vía judicial dejando recién cuando ocurra el siniestro, a someter el caso a arbitraje u otro medio de solución de controversias.

En el caso del arbitraje se ha establecido que podrá someterse una controversia en seguros cuando la cuantificación del daño supere las 20 UIT (Unidad Impositiva Tributaria) que a la fecha, año 2024, está establecido en S/.5,150.00, es decir, el siniestro debe estar cuantificado en S/.103,000.00 (ciento tres mil soles) o más para recién acceder a una acción arbitral.

III. CONCLUSIONES

Concluimos señalando lo siguiente:

1. Si bien es cierto la Ley del contrato de Seguro resalta el principio Pro Consumidor al precisar que en cualquier caso de duda en la interpretación y/o aplicación de los términos del contrato se considerarán en el sentido más favorable al asegurado aún se vienen dando casos en que la limitación en el acceso a mecanismos de solución de controversias no permiten hacerlo efectivo.
2. La Superintendencia de Banca y Seguros debe cumplir un rol más eficaz en la implementación de dichos mecanismos que le permitan a los asegurados contar con medios rápidos de solución a sus controversias con las empresas aseguradoras.
3. Que instituciones como la Asociación Peruana de Empresas de Seguros, responsable de la Defensoría del Asegurado, transparente la elección de sus miembros para garantizar su independencia e imparcialidad en la resolución de los casos y que los asegurados sientan confianza en recurrir a ella.
4. Que se permita acceder al arbitraje mediante la supervisión de la Superintendencia para que los asegurados tengan la confianza que sus reclamos o denuncias sean vistos por árbitros

13 R. J. Torres Gamero, "Cláusulas y prácticas abusivas en la Ley del Contrato de Seguro del Perú a doce años de su promulgación, Revista Lex de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, Año XXII, N° 33, (2024-I): 311 y sgts.

independientes e imparciales, descartando a la vez limitaciones económicas de acceso a dicho medio como a la fecha se establece como son los siniestros a partir de 20 UITs

REFERENCIAS

- Alexy, Robert. *Teoría de los derechos fundamentales*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1993.
- Espinoza Espinoza, Juan. *Derecho de los Consumidores*. Lima Perú: Editorial Rodhas, 2º Edición, marzo, 2012.
- Jaramillo Salgado, Patricia. “La Protección del Consumidor de Seguros en Colombia”. *Revista Iberoamericana de Seguros*, Vol. 21, N° 37, (julio-diciembre 2012). Colombia: editada por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.
- Signorino Barbat, Andrea. “Derecho del Consumidor y Derecho de Seguros. Una convivencia pacífica”. *Revista Iberoamericana de Seguros*, Vol. 31, N° 56, (julio 2022). Colombia: editada por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.ris56.dcds>
- Stiglitz, Rubén, S. “Cláusulas y Prácticas Abusivas”, artículo incluido en la obra *Estudios sobre el Contrato de Seguro*. Universidad de Piura: Instituto Pacífico, Primera Edición, 2017.
- Tirado Barrera, José Antonio. “Protección del Consumidor”. Colección *Lo Esencial del Derecho*, N° 53. Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial 2022, primera reimpresión, agosto 2022.
- Torres Gamero, Rolando Javier. “El Contrato de Seguro en el Perú, Comentarios a la Ley N° 29946”. *Lex*, revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, Vol. XI, N° 11, 2013-I. <https://doi.org/10.21503/lex.v11i11.8>
- Torres Gamero, Rolando Javier. “Cláusulas y prácticas abusivas en la Ley del Contrato de Seguro del Perú a doce años de su promulgación”. *Lex*, revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, Año XXII, N° 33, 2024-I. <https://doi.org/10.21503/lex.v22i33.2652>
- Valdivieso López, Erika. “Los Mecanismos de solución de conflictos en materia de protección al consumidor”. *Revista Diálogo con la Jurisprudencia, Gaceta Jurídica*, N° 148, (enero 2011) Lima, Perú.
- Zegarra Mulánovich, Álvaro, “Marcos y Principios interpretativos de la Regulación y Contratación de Seguros Privados”. *Estudios sobre el Contrato de Seguro*. Universidad de Piura: Instituto Pacífico, 2017, Perú.

Recibido: 30/10/2024

Aprobado: 20/11/2024

ANEXO

LEY DEL CONTRATO DE SEGURO

LEY 29946

(artículos que refieren implícitamente al principio pro asegurado)

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo I. La presente Ley se aplica a todas las clases de seguro y tiene carácter imperativo, salvo que admita expresamente lo contrario. **No obstante, se entenderán válidas las estipulaciones contractuales que sean más beneficiosas para el asegurado.**

En el caso de seguros obligatorios y aquellos que se encuentren regulados por leyes especiales, esta ley es de aplicación supletoria.

En los seguros de caución son aplicables las disposiciones específicas contenidas en esta ley así como las normas sobre la materia dictadas por la Superintendencia.

En los contratos de seguro en los que el contratante o asegurado tengan la condición de consumidor o usuario es de aplicación el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley 29571, y demás normas pertinentes, en lo no expresamente regulado por esta ley. **No obstante, en caso de conflicto son de aplicación las normas más favorables al consumidor o usuario.**

Artículo II. El contrato de seguro se rige por los siguientes principios:

- a) Máxima buena fe.
- b) Indemnización.
- c) Mutualidad.
- d) Interés asegurable.
- e) Causa adecuada.
- f) **Las estipulaciones insertas en la póliza se interpretan, en caso de duda, a favor del asegurado.**

Artículo IV. En la interpretación del contrato de seguro se aplican las reglas siguientes:

Tercera. Los términos del contrato que generen ambigüedad o dudas son interpretados en el sentido y con el alcance más favorable al asegurado. La intermediación a cargo del corredor de seguros no afecta dicha regla ni la naturaleza del seguro como contrato celebrado por adhesión.

Artículo 26. Contenido de la póliza El asegurador está obligado a entregar al contratante una póliza debidamente firmada por el representante de la empresa, con redacción clara, en caracteres legibles y en caracteres destacados para el caso del artículo 27. La póliza, además de las condiciones generales y especiales del contrato, debe contener como mínimo lo siguiente:

- a) Nombre, denominación o razón social y domicilio del asegurador y, cuando los haya, de los coaseguradores; del contratante y, si el seguro se celebra por cuenta ajena, del asegurado o del beneficiario, según sea el caso.
- b) Persona, bien o prestación asegurada.
- c) Riesgos cubiertos y exclusiones.
- d) Fecha de emisión y plazo de vigencia material.
- e) El importe de la prima, los recargos e impuestos, indicando su vencimiento, forma de pago y, cuando corresponda, los criterios y procedimientos para la actualización de las primas, así como una estimación de la evolución del importe de estas.
- f) Valor declarado, suma asegurada o alcance de la cobertura y, cuando corresponda, los criterios para la actualización de la suma asegurada, así como una estimación de la evolución de esta.
- g) Franquicias y deducibles pactados.
- h) Cuando corresponda, el número del registro oficial del corredor de seguros y la comisión que este ha de percibir; así como de la comisión que corresponde a la venta realizada a través de bancaseguros, comercializadores y otros, de acuerdo a la norma pertinente emitida por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.
- i) En caso de haber fraccionamiento de la prima, o un cronograma de cuotas de esta que incluya intereses, la indicación de la tasa de costo efectivo anual aplicable (TCEA) que refleje el costo financiero a cargo del contratante.
- j) En los casos de seguros de vida y de accidentes personales con cobertura de fallecimiento o de muerte accidental, la indicación de que el contrato forma parte del Registro Nacional de Información de Contratos de Seguros de Vida y de Accidentes Personales con Cobertura de Fallecimiento o de Muerte Accidental, creado mediante la Ley 29355.
- k) En los casos de seguros de daños patrimoniales, la indicación de que la existencia de dos o más pólizas cubriendo el mismo riesgo implica la aplicación del artículo 90, estando obligado el contratante a actuar conforme a lo establecido en el primer párrafo de dicho artículo.
- l) Las demás condiciones particulares del contrato y anexos de la póliza.
- m) Otras que determine la Superintendencia.

En caso el asegurador incumpla con incluir en la póliza la información mínima establecida en este artículo, cualquier interpretación del contrato se efectúa a favor del asegurado.

Artículo 31. Diferencias entre la publicidad y la póliza

Cuando existan diferencias entre las condiciones del seguro ofrecidas mediante sistemas de publicidad y el contenido de la póliza, relativas al mismo seguro, prevalecen las condiciones más favorables para el asegurado.



Guerreros, óleo sobre lienzo 80 x 60 cm.

Juan Carlos Ñañake Torres, pintor peruano (Lambayeque, Chiclayo, 1971)

Correo electrónico: nanakejc@hotmail.com / [Instagram.com/juancarlosnanake/](https://www.instagram.com/juancarlosnanake/)

Blogs: <http://nanaketorres.blogspot.com> / [facebook.com/nanakejc](https://www.facebook.com/nanakejc)