

CONDUCTA DE NEGOCIO EN MERCADOS INCLUSIVOS DE SEGUROS

Access to Insurance Initiative (A2ii)

Patricia Inga, Coordinadora Regional del proyecto
conjunto del BID y la A2ii

XVI Conferencia Anual de ASSAL
San José, Costa Rica. Abril 13-16,
2015



1. Principios Básicos de Seguros (PBS) relevantes
2. Retos relacionados con el tipo de cliente
3. Cadena de valor: los modelos de negocio tradicionales vs. modelos de seguros inclusivos
4. Diseño de producto
5. Divulgación y proceso de ventas
6. Tramitación de reclamaciones y solución de conflictos
7. Información adicional



PBS 19: Conducción del negocio.

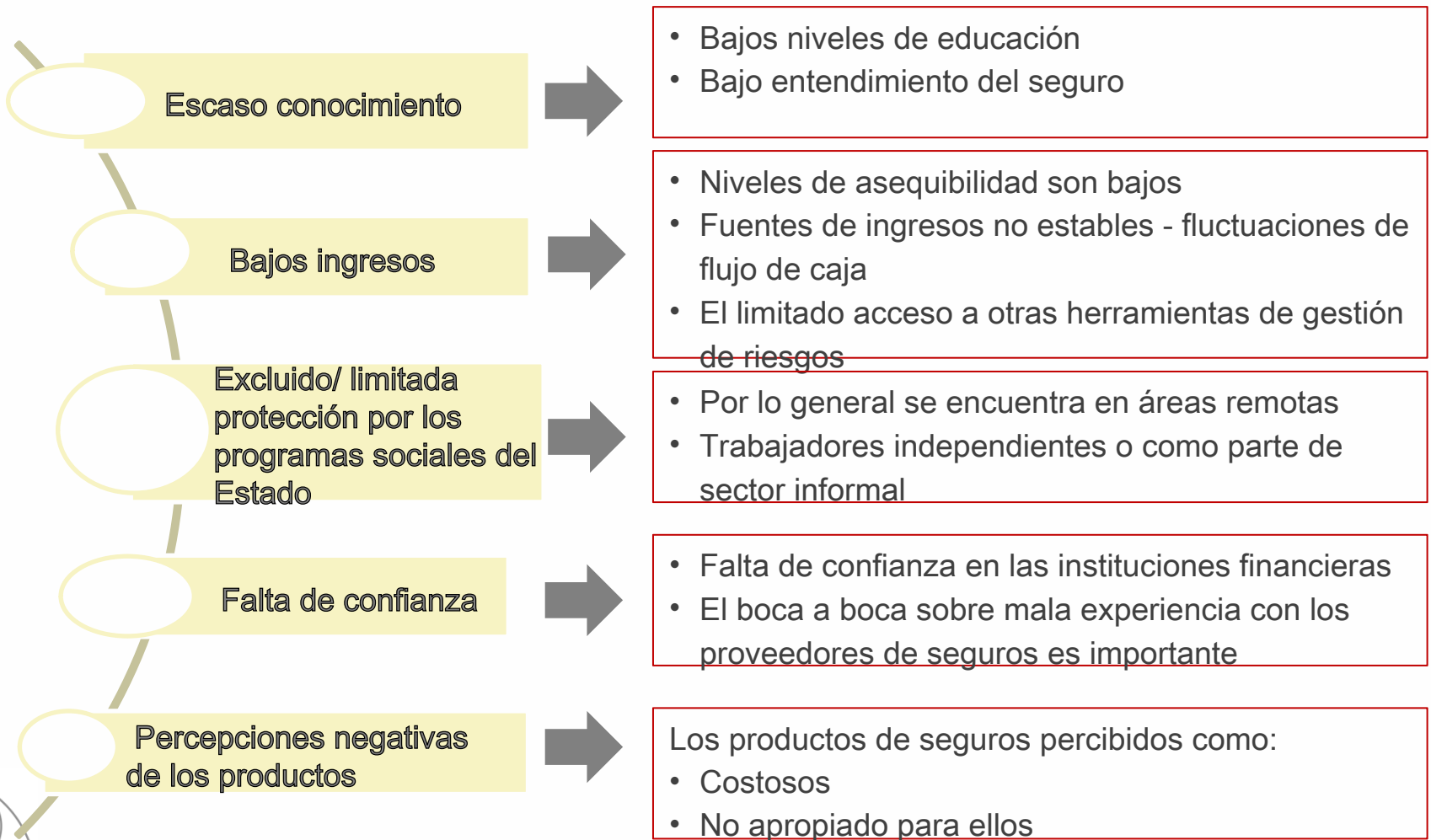
La autoridad supervisora establece requisitos para la conducción de la actividad aseguradora **a fin de garantizar que los clientes reciban un trato justo**, antes de celebrar el contrato, y en todo momento hasta que todas las obligaciones contraídas en virtud del contrato hayan sido satisfechas.

PBS 19.0.3

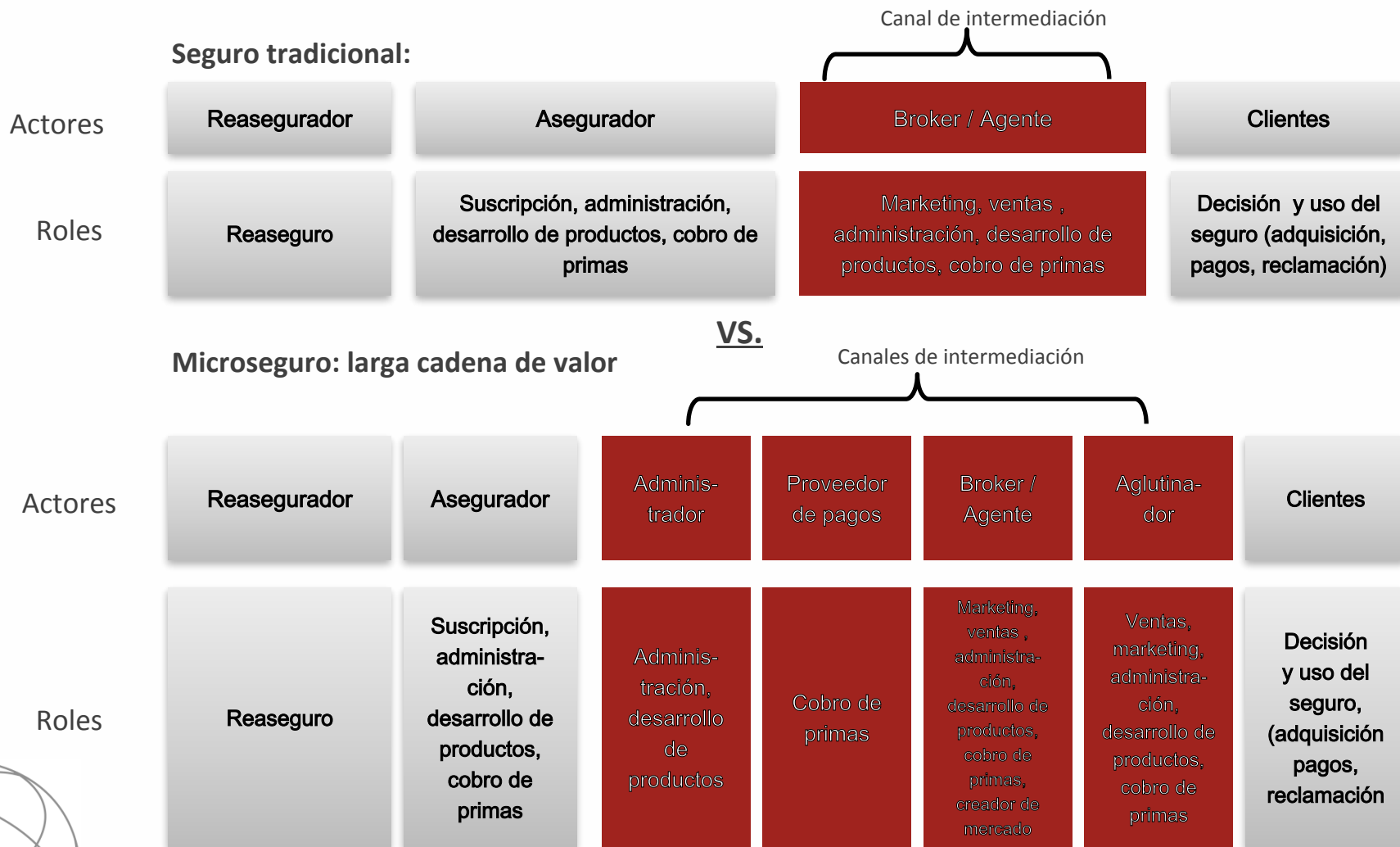
Los requisitos para la conducción de la actividad aseguradora pueden diferir según **la naturaleza del cliente** con quien la aseguradora interactúa y **el tipo de seguro provisto**. El alcance de los requisitos para la conducción de la actividad aseguradora deberá reflejar la probabilidad y el impacto combinados del riesgo resultante de un trato injusto hacia los clientes, teniendo en cuenta la naturaleza del cliente y el tipo de seguro suministrado.



Retos relacionados con el tipo de cliente



Cadena de valor: los modelos de negocio tradicionales vs. modelos de seguro inclusivo



Criterios

- Adecuado para atender las necesidades del público objetivo (riesgos cubiertos, plazo, precio y estructuración)
- Toma en cuenta las condiciones y características de la población objetivo

Características encontradas

Primas relativamente bajas
Cobertura definida y limitada
Plazos de pólizas cortos para limitar riesgos
Pocas -si algunas - exclusiones
Preferencia por suscripción grupo

Temas relacionados con el modelo de negocio

Productos de seguros de vida-no vida (bundled)
Productos de fidelización y productos subordinados (embedded) –conocimiento del cliente

Retos

Productos desarrollados de acuerdo a los riesgos e intereses de los canales

Consideraciones para supervisión y regulación

La regulación del producto: requisitos y condiciones mínimas

Aprobación del producto o enfoque de depósito de póliza (“file and use”)

Considerar las implicancias de las diferencias en los productos (ej. pagos semanales y coberturas mensuales)

Especial atención a los seguros obligatorios como ancla para otros productos

Los requisitos prudenciales en productos que combinan seguros de vida y no vida



Criterios

- Información completa, pero a la medida: simple, idioma, directo
- Oportuna

Temas relacionados con el modelo de negocio

Vendido por agentes de canales
Etiquetado con la marca de canales
Pagos administrados por canales

Retos

Impacto de la divulgación en los costos
La divulgación a nivel de grupo no se replica a nivel individual
Intervención de canales: confusión sobre quién proporciona el seguro
Formación adecuada para los agentes de canales
Medios de aceptación diferentes a la aceptación escrita
Efectos del retraso en los pagos por responsabilidad de canales

Consideraciones para supervisión y regulación

Requisitos específicos de divulgación deben ser proporcionales

Equilibrio entre establecer requisitos de ingreso para la intermediación de seguros y mejorar la protección eficaz de los consumidores

Regulación puede requerir aclarar la relación contractual entre asegurador, asegurado y terceros (canales)

¿Cómo lidiar con una amplia gama de canales de distribución:

Coordinación entre agencias con otras autoridades de supervisión (Coop, autoridades de telecomunicaciones (MNO), banco central, etc.)

Responsabilidad de los canales: regulación funcional de su rol es incorporada bajo la jurisdicción del supervisor de seguros

Supervisión delegada: asegurador mantiene la responsabilidad por la acción de todos los que intervienen en la venta de sus pólizas de seguros

Aceptar otros medios de contratación que no sean escritos

Complementar divulgación con campañas de educación y sensibilización en seguros

Permitir la comparación de productos: información básica a disposición del público

Criterios

- conocimiento
- disponibilidad
- acceso
- sencillez
- oportunidad

Características encontradas

Necesidad de procesos de reclamación rápidos
El acceso es un elemento clave
Preferencia por medios alternativos de resolución de conflictos

Temas relacionados con el modelo de negocio

Reclamación recibida a través de canales se considera recibida por la aseguradora
Pagos a través de canales

Retos

Evaluación de las reclamaciones en un modo costo-efectivo
El pago oportuno en una cadena larga para procesar el pago



Consideraciones para la supervisión y regulación

La documentación para reclamaciones debe reducirse al mínimo
Necesidad de balance entre acelerar el proceso y evaluar la validez de las reclamaciones

Períodos máximos para el procesamiento y pago de reclamaciones

Seguimiento:

Ratio de reclamaciones y pagos: valor para el cliente

Ratios de aprobación de reclamaciones

Tiempo de aprobación de reclamaciones

Analizar las quejas contra las aseguradoras e intermediarios para identificar una conducta inapropiada o procesos inadecuados para tramitar las reclamaciones

Reto: Quejas y reclamaciones no llegan a los supervisores y las sanciones (multas) no llegan al bolsillo de todos los afectados

IAIS Documento de aplicación sobre Regulación y Supervisión en apoyo de mercados inclusivos de seguros

Evolving Microinsurance Business Models and their regulatory implications –cross country synthesis note 1 and Regulatory approaches to inclusive insurance market development –cross country synthesis note 2 (<https://a2ii.org/en/knowledge-centre/reports>)

Próxima guía: Issues Paper on Market Conduct in inclusive insurance – en preparación por la IAIS en cooperación con la A2ii y Microinsurance Network

Llamadas de consulta bimensuales de la A2ii - en español. La próxima será en enfoques actuariales en seguros inclusivos - Mayo 2015

GRACIAS!

The Initiative is a partnership between:



Hosted by:

