

El consumidor en el centro de la digitalización de la cadena de valor del seguro

**Llamada de Consulta
19 de marzo de 2020**

Andrea Camargo | A2ii



Andrea Camargo
experta de la A2ii y
directora de Inspowering



Gustavo Adolfo Araujo Caldas
Analista Técnico
SUSEP, Brazil



Natalia Escobar
International Association of
Insurance Supervisors (IAIS)



Regina Simoes
Access to Insurance Initiative
(A2ii)

Qué es el Seguro Inclusivo?

Microseguros

*“Seguros al que tiene acceso la **población de bajos ingresos**, ofrecido por una diversidad de entidades diferentes, pero que se maneja según las prácticas de seguros generalmente aceptadas” (IAIS, 2007)*

Seguros Inclusivos

*“Todos los productos de seguros destinados al **mercado excluido o subatendido**, y no solo a los destinados a los pobres o a un segmento de mercado de bajos ingresos concebido estrechamente” (IAIS, 2015)*

*Ver los documentos de la IAIS: (1) Issues in Regulation and Supervision of Microinsurance (2007), (2) Application Paper on Regulation and Supervision supporting Inclusive Insurance Markets (2012), y (3) Issues Paper on Conduct of Business in Inclusive Insurance (2015)

El consumidor de seguros inclusivos: el excluido y subatendido



El consumidor de seguros inclusivos

El caso de Gana

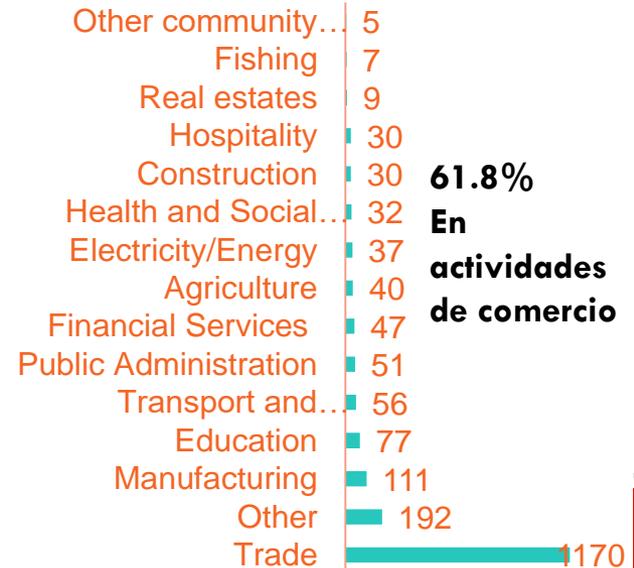
Descripción de grupo objetivo del microseguro



57,6%
Recibe 600 Cedi o menos por mes



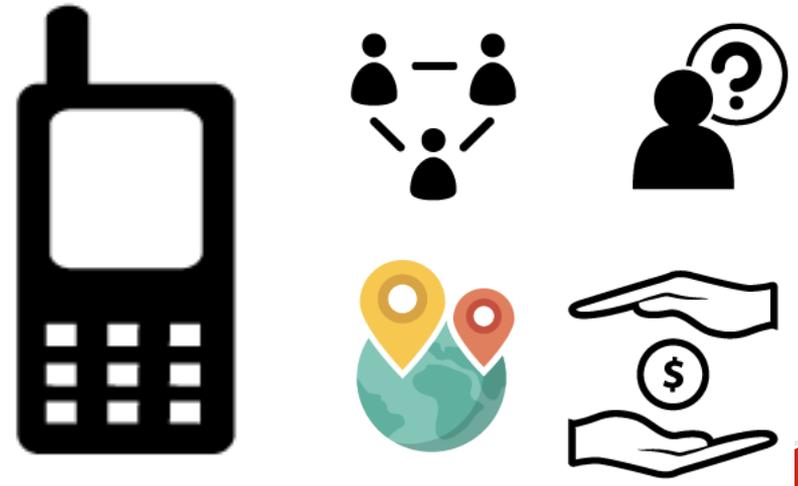
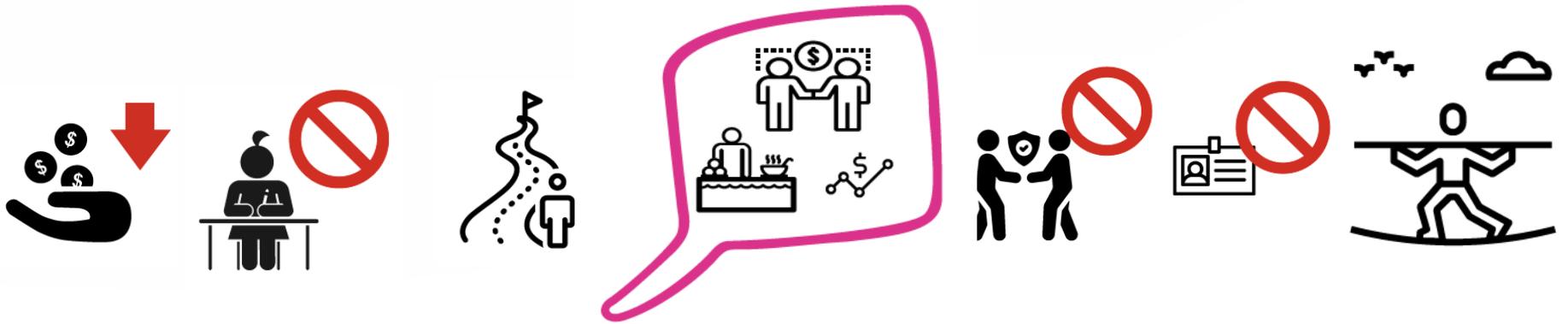
54.4%
Mujeres



Como manejan sus riesgos?



El potencial de la digitalización para los seguros inclusivos



Pregunta 1

¿Cuáles son las innovaciones que los proveedores han adoptado en su país para enfrentar los obstáculos de la última milla y ofrecer seguros?

El potencial de la digitalización para los seguros inclusivos



Modelos de InsurTech en mercados emergentes

Seguro P2P

Las plataformas P2P reúnen a las personas para absorber los riesgos de los demás, y cada miembro del grupo contribuye con primas para asegurar las pérdidas de los demás. El atractivo básico es similar al de las mutuales, excepto que la tecnología permite un alcance y una escala mucho mayores para conectar a las personas

Plataformas Digitales

Reemplazan elementos la cadena de valor del seguro que requieren apoyo al consumidor, tales como servicios en línea, corredores en línea, aseguradores en línea o, incluso, servicios de apoyo para aseguradores.

Asociaciones tecnológicas

Asociaciones entre una aseguradora, un socio de distribución (ya sea un minorista, OTMs, plataforma de comercio digital o de otro tipo) y un Proveedor de Servicios Tecnológicos (PST)

Modelos de InsurTech en mercados emergentes

Nuevos datos y análisis

Recopilación y análisis de datos para informar a las aseguradoras y a los PST sobre las necesidades de los consumidores y los patrones de comportamiento. Esta categoría se compone de *chatbots*, telemática, aprendizaje automático e inteligencia artificial (IA), y contratos inteligentes

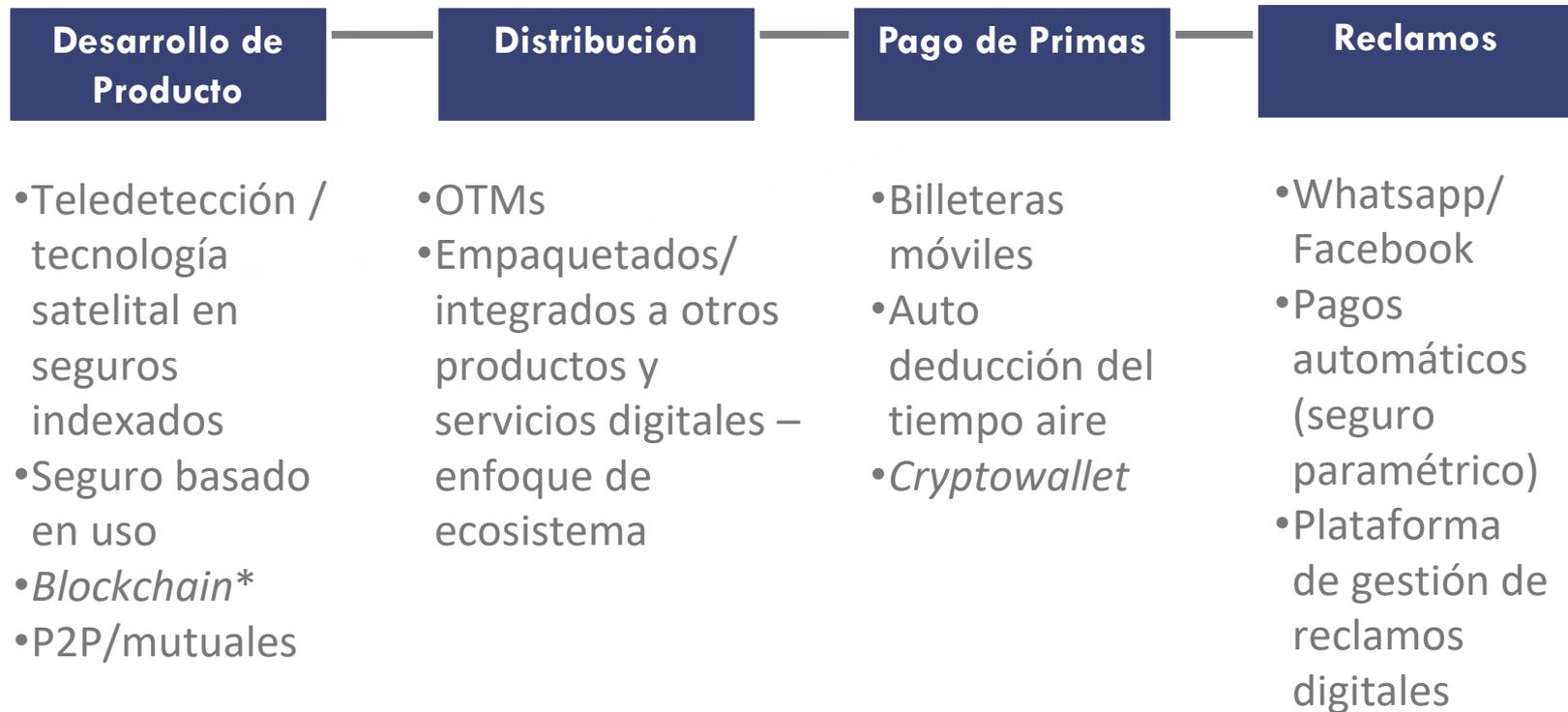
Seguro bajo demanda

(a) seguro bajo demanda, donde la cobertura dura un período de tiempo predefinido o para un evento específico (como un seguro viaje); y (b) seguro de pago por uso, que cobra al cliente una prima basada en cuánto él/ella usa un activo (todavía limitado al seguro de vehículos). Se basan en tecnologías como la telemática, el aprendizaje automático y el teléfono móvil. Los contratos inteligentes se utilizan a veces para garantizar el pago automático

Seguro paramétrico/basado en índice

Su principal uso es la agricultura y el seguro relacionado con el clima; es especialmente impactante para los grupos vulnerables al riesgo climático. Utiliza dos tipos de tecnologías: equipos de medición de datos y tecnología de registro distribuida (DLT, por su sigla en inglés) como disparadores para pagos basados en un índice. Puede usar aún el teléfono móvil para interactuar con el consumidor

Digitalización en seguros inclusivos



Muchos modelos son una combinación de diferentes tecnologías, tanto fuera de línea como en línea; algunos modelos están regresando parcialmente de lo digital

Enfoques regulatorios y de supervisión: la necesidad de un enfoque específico

1. Para garantizar la protección efectiva del consumidor, hay que tener en cuenta:

- ✓ La vulnerabilidad particular del consumidor del seguro inclusivo
- ✓ Los desafíos de los mecanismos de protección tradicionales

2. Para promover el desarrollo de un mercado de seguros inclusivo, tenga en cuenta:

- ✓ Innovaciones que amplifican las asimetrías de información y de poder ...
- ✓ Nuevas partes interesadas y modelos donde los profesionales no aseguradores participan activamente



Foto: Andrea Camargo

El desafío: un acto de malabarismo

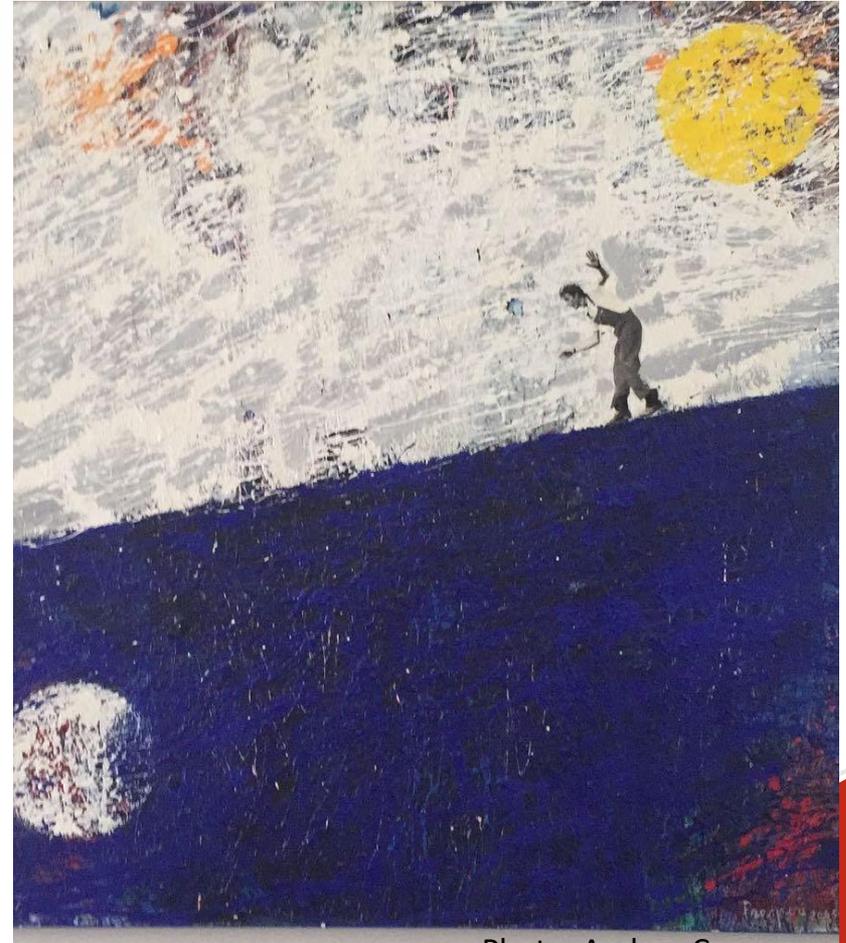
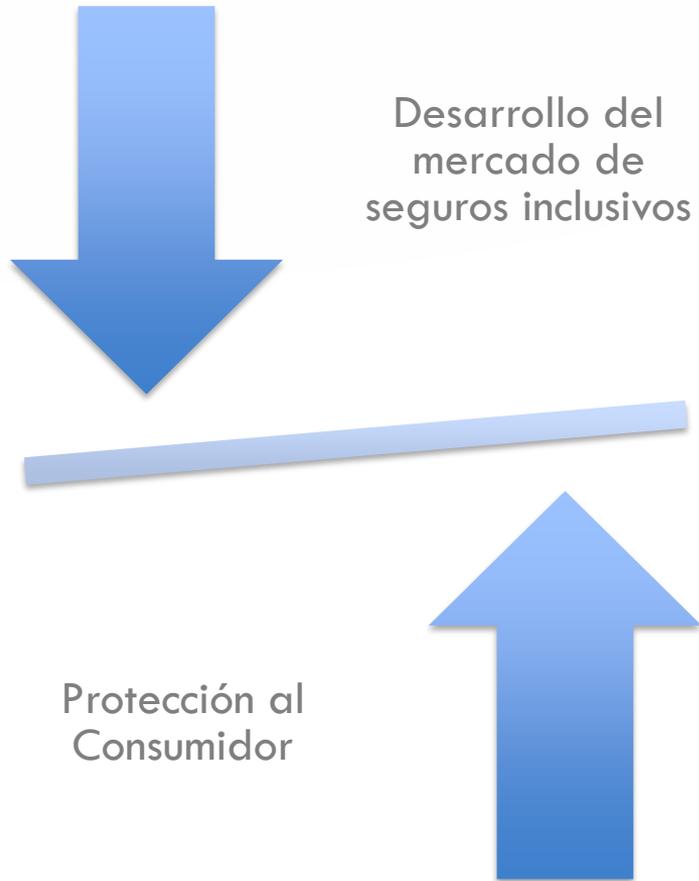


Photo: Andrea Camargo

Proporcionalidad: una herramienta para abordar este desafío

“Los supervisores deben ajustar ciertos requisitos y acciones de supervisión de acuerdo con la naturaleza, escala y complejidad de los riesgos que representan las aseguradoras individualmente”

IAIS, Application paper on regulation and supervision supporting inclusive insurance markets, 2012



¡"Un enfoque basado en la evidencia "rompe la idea de lo obvio"!

Pregunta 2

¿Cuáles son los principales riesgos de estas innovaciones?

y

¿Cómo el supervisor aborda esos riesgos para garantizar que los consumidores estén efectivamente protegidos?

Ejemplo: riesgos del seguro móvil

Riesgos Prudenciales

- Seguros / técnico
- Subcontratación (Outsourcing)
- *Compliance*/conformidad
- Operacional (incluye ciber)

Riesgos de Conducta de Mercado

- Ventas y postventas
- Agregador
- Conciencia del asegurado
- Pagos
- Datos
- Exclusión

- Consumidores no saben que tiene cobertura
- Clientes no entienden el producto
- Producto de bajo valor para el cliente
- Los productos pueden retirarse abruptamente y tener una vida útil limitada
- Venta inadecuada por parte del PST y/o agentes de OTM o personal de ventas

*Ver: *Application Paper on the use of Digital Technology in Inclusive Insurance (IAIS, 2018)* and *Regulating Mobile Insurance business via mobile phones: regulatory challenges and emerging approaches (A2ii, 2018)*

Situando al consumidor en el centro de esta revolución



**Ver: Application Paper on the use of Digital Technology in Inclusive Insurance (IAIS, 2018), Regulating Mobile Insurance business via mobile phones: regulatory challenges and emerging approaches (A2ij, 2018) y Issues Paper on Increasing Digitalisation in Insurance and its Potential Impact on Consumer Outcomes (IAIS 2018)*

Enfoque en los retos de conducta de negocios

Desarrollo de producto y fijación de precios

- Falta de interés de la industria en atender el mercado de seguros inclusivos
 - Si los productos existentes no están basados en las necesidades del mercado inclusivo, los consumidores pueden gastar sus pocos ingresos en productos sin valor
 - Asequibilidad de primas y pagos de primas: las primas regulares repartidas durante el año pueden funcionar mejor
 - Adecuación de exclusiones, términos y condiciones del contrato
 - El diseño del producto podría estar impulsado por intereses del canal de distribución (p.ej.: IMF y desgravamen, MNO y seguro móvil)
 - Clientes hacen confusión sobre lo que es/no es seguro en relación a modelos sin licencia, como P2P o modelos basados en *blockchain*
- Efectos de exclusión del análisis de *big data* y inteligencia artificial: ¿cómo eso cambia la situación para los consumidores inclusivos?

Retos de conducta de negocios

Distribución

- Competencia del intermediario en la venta y en el suministro de información clara, precisa y no engañosa.
 - Cadena de valor más larga y riesgo de fracaso de la asociación: más perjudicial para los (nuevos) consumidores de seguros inclusivos
 - Desafío para incentivar la venta debido a la baja remuneración absoluta ...
 - ... Mientras que las altas tarifas/comisiones como % de la prima conducen a un valor más bajo
-
- ¿Qué tan altas deben ir las comisiones y las tarifas para incentivar la venta activa, sin comprometer la asequibilidad y el valor, y distorsionar los incentivos?

Retos de conducta de negocios

Divulgación

- Puede ser necesario un lenguaje muy simple o una divulgación sensible al idioma para garantizar decisiones informadas
- Necesidad particular de divulgación efectiva en el contexto del seguro grupal
 - ¿Las tecnologías como los dispositivos móviles y los *chatbots* ayudarán o dificultarán la divulgación?
 - ¿Qué nuevos requisitos de divulgación se vuelven críticos para los modelos digitales?
 - ¿Debería haber una mayor difusión de cómo funcionan los modelos digitales? Por ejemplo, comisiones y tarifas, deducción de tiempo aire, seguro indexado, algoritmos, mecanismo *blockchain*

Retos de conducta de negocios

Aceptación del cliente y cobro de primas

- Respecto a cuestiones de suscripción, derechos y obligaciones, procesos contractuales
- Imparcialidad en estrategias e incentivos, como los “empaquetados”, seguro obligatorio, opción de eliminación/registro automático – los consumidores pueden no ser conscientes de haber pagado por la cobertura
- Facilidad de cancelar o revertir la opción hecha inadvertidamente/opción de no pagar la prima
- Practicidad de pago y programación: tiempo aire, billetera móvil, tarjeta de crédito/débito, efectivo, cheques?
- Las regulaciones sobre firmas electrónicas, “debida diligencia al cliente” y los procesos ALD/CFT pueden crear barreras involuntariamente
 - ¿Qué preocupaciones tiene sobre las firmas electrónicas y otras alternativas, como los mecanismos biométricos?

Retos de conducta de negocios

Liquidación de Siniestros

- Necesidad particularmente urgente de un proceso de liquidación de reclamos rápido e indoloro, ya que el asegurado tendría poca capacidad financiera
 - La notificación del siniestro, la asistencia, el envío de documentos y el pago de reclamos deben ser fáciles de realizar
-
- Medidas de diligencia debida simplificadas y verificación en el punto de reclamos: ¿es lo suficientemente simple?
 - ¿Cómo puede la digitalización, en general, ayudar u obstaculizar los reclamos, dentro y fuera del seguro?
 - ¿Está de acuerdo con una línea de tiempo de reclamos más corta para productos inclusivos?

Pregunta 3

¿Qué recomendaría a los supervisores para que adopten un enfoque equilibrado que facilite la innovación de la industria, pero al mismo tiempo garantice que los consumidores estén protegidos?

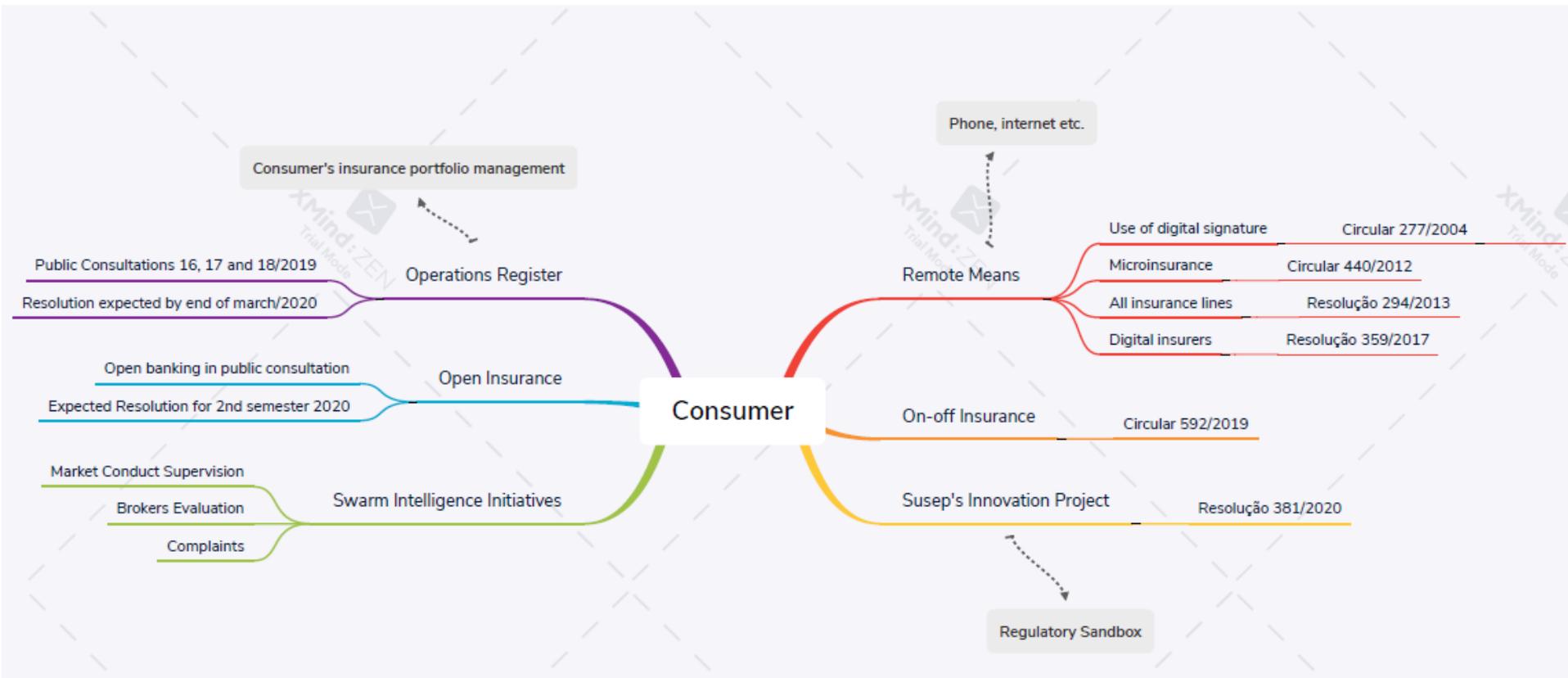
Mensajes Finales Clave

- La digitalización es un facilitador del seguro inclusivo, pero debe ser introducida de manera responsable.
- Existen riesgos prudenciales y de conducta de mercado resultantes del proceso de digitalización.
- Proteger a los consumidores contra las malas prácticas comerciales es esencial, sin embargo, una forma de proteger a los consumidores es proporcionar acceso al seguro
- La innovación de los supervisores es necesaria para encontrar el equilibrio adecuado entre el desarrollo del mercado y la protección del consumidor: el desarrollo responsable del mercado.

Mensajes Finales Clave – Rol de los Supervisores

Los supervisores pueden alentar el desarrollo responsable de la digitalización del ciclo de vida del seguro adoptando los siguientes enfoques regulatorios y de supervisión (ejemplos indicativos):

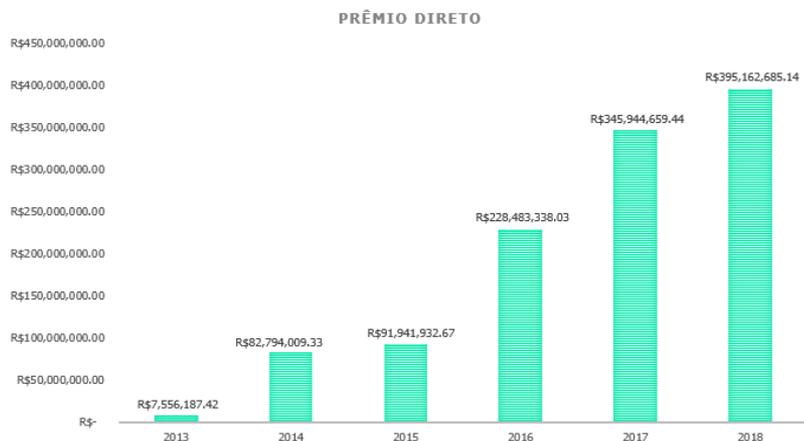
- Permitir la divulgación en varios formatos y modos además del papel, pero asegurarse de que estas herramientas logren el impacto esperado: comprensión del consumidor y consecuente provisión de consentimiento informado
- Permitir el uso de firmas electrónicas, pólizas electrónicas y pagos electrónicos, pero asegurarse de que los riesgos incorporados se gestionan adecuadamente: riesgos como fraude, robo de datos, acceso no autorizado, apropiación indebida de fondos etc.
- Permitir el uso de plataformas y dispositivos tecnológicos, pero garantizar la aplicación de protocolos adecuados de gestión de datos del consumidor.
- Permitir modelos comerciales innovadores y canales de distribución alternativos, pero asegurarse de que sean confiables, adecuados, transparentes y capacitados, dependiendo de los servicios prestados y que las aseguradoras sean responsables.
- Monitoreo constante del impacto de las innovaciones en espacios controlados.
- Constante compromiso y colaboración con las partes involucradas
- Colaboración con otros supervisores.



[Resolução CNSP 381/2020](#)
[Consulta Pública 16/2019](#)
[Consulta Pública 17/2019](#)
[Consulta Pública 18/2019](#)

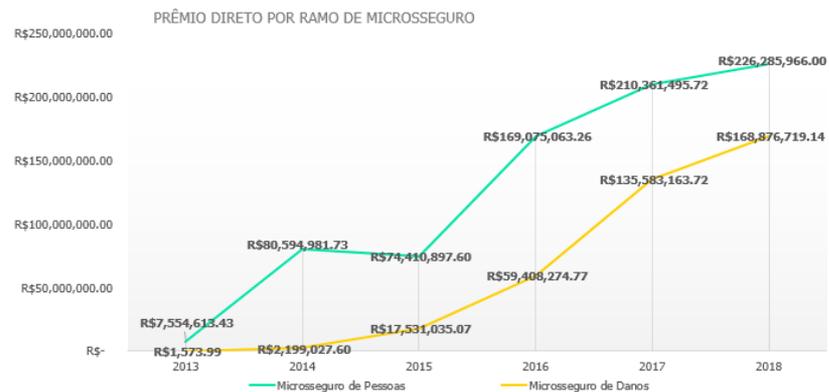
[Circular Susep nº 277/2004](#)
[Circular Susep nº 440/2012](#)
[Resolução CNSP nº 294/2013](#)
[Resolução CNSP 359/2019](#)
[Circular Susep 592/2019](#)

▪ Evolução da Arrecadação dos Prêmios



Fonte: Sistema de Estatísticas da Susep (SES-SUSEP)

▪ Evolução dos Prêmios por Ramo



Fonte: Sistema de Estatísticas da Susep (SES-SUSEP)

Material

- Documentos de la IAIS y de la A2ii:
 - [Issues Paper on Increasing Digitalisation in Insurance and its Potential Impact on Consumer Outcomes](#)
 - [Application Paper on the Use of Digital Technology in Inclusive Insurance](#)
 - [Issues Paper on Conduct of Business in Inclusive Insurance](#)
 - [InsurTech – Rising to the Regulatory Challenge | A summary of IAIS-A2ii-MIN Consultative Forums 2018 for Asia, Africa and Latin America](#)
 - [Regulating Mobile Insurance - Insurance business via mobile phones: regulatory challenges and emerging approaches](#)
- Informes de las Llamadas de Consulta:
 - [Regulating InsurTech: Role of the regulator in managing data risks and protecting consumers](#)
 - [Innovation Hubs and Accelerators](#)
 - [Supervising InsurTech](#)
 - [Supervisory Responses to Consumer Risks in Mobile Insurance](#)

Gracias

Andrea Camargo
andrea.camargo@a2ii.org

Follow us on Twitter @a2ii_org, Youtube and LinkedIn

Implementation Partner:



Supported by:



Ministry of Foreign Affairs of the
Netherlands

Hosted by:

