

Situando al consumidor en el centro de la digitalización de la cadena de valor de los seguros

Informe sobre la Llamada de Consulta de la A2ii – IAIS



Las Llamadas de Consulta son organizadas conjuntamente por la Iniciativa de Acceso a los Seguros (A2ii) y la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) para proporcionar a los supervisores una plataforma de intercambio de experiencias y lecciones aprendidas en la ampliación del acceso a los seguros.

Introducción

La tecnología digital está introduciendo cambios en el sector de los seguros con el uso de tecnología que posibilita mitigar los riesgos de manera más eficiente y efectiva y que también permite desarrollar nuevos modelos de negocios. La digitalización en los seguros está cambiando cada vez más los tipos de riesgos que cubren los aseguradores y la forma en que estos suscriben, distribuyen, administran y gestionan los reclamos.

Los seguros se están centrando cada vez más en el cliente, y tienen el potencial de reducir la brecha de protección. El uso de dispositivos digitales y plataformas transaccionales digitales está eliminando las barreras que antiguamente solían obstaculizar la posibilidad de ofrecer productos valiosos a los segmentos desatendidos y subatendidos de la población. Han surgido nuevos proveedores, modelos de negocio, productos y procesos, que están generando un nuevo ecosistema que está transformando la manera en que el sector asegurador interactúa con los consumidores.

Si bien la aplicación de modelos de seguros digitales ofrece nuevas oportunidades, también puede introducir nuevos riesgos y preocupaciones. Es sumamente importante que los supervisores garanticen la adopción de enfoques regulatorios y de supervisión proporcionales para fomentar el desarrollo de modelos de seguros digitales responsables que al mismo tiempo aseguren la protección del consumidor.

El contenido de esta Llamada se basó en un diálogo interactivo entre los supervisores sobre una serie de preguntas (ver más abajo). Entre los participantes estaban los siguientes supervisores: Elias Omondi de la Autoridad Reguladora de Seguros de Kenia (IRA), Khai Sheng Tang del Banco Negara de Malasia (BNM), y Paulo Miller y Gustavo Caldas de la SUSEP, Brasil. Andrea Camargo (Directora de Inspowering y Experta Técnica de la A2ii) moderó los diálogos durante todas las sesiones.



El potencial de la digitalización para los seguros inclusivos

Los seguros inclusivos digitales – ‘son seguros que utilizan mecanismos digitales para mejorar el alcance y la entrega’¹. El alcance y la entrega son elementos esenciales para aumentar el acceso al seguro para los desatendidos. El documento de aplicación de la IAIS proporciona más detalles, indicando que los consumidores de seguros inclusivos son más vulnerables debido a las privaciones que enfrentan a causa de la pobreza y el acceso limitado a servicios financieros y seguros.

Las características mencionadas a continuación conforman el perfil del consumidor de seguros inclusivos, y son fundamentales para comprender cómo la digitalización puede fomentar el acceso a los servicios de seguros. El perfil detallado abajo también proporciona una indicación de su vulnerabilidad y las implicancias de protección del consumidor para los clientes de seguros inclusivos:

- Bajos niveles de educación y bajos niveles de alfabetización financiera
- Bajos niveles y flujos irregulares de ingresos disponibles
- Bajos niveles de documentos formales de identificación
- Un entorno de vida que dificulta el acceso/alcance a productos de seguros inclusivos
- Falta de confianza en los proveedores de seguros y una percepción negativa de los seguros.

Digitalisation is rapidly transforming the insurance sector with digital technologies having an impact on the insurance sector. La digitalización está transformando rápidamente al sector asegurador con tecnologías digitales que tienen un impacto en toda la cadena de valor del seguro, desde la distribución y el diseño del producto hasta la liquidación de los reclamos y los pagos de primas. Por lo tanto, la digitalización está teniendo un impacto en cómo los aseguradores desarrollan, diseñan y suscriben sus productos. El avance logrado en algunas de las tecnologías enumeradas a continuación puede permitir el desarrollo de productos hechos a medida y puede usarse para superar los desafíos que enfrentan los consumidores de seguros inclusivos.

- **Las plataformas peer-to-peer** reúnen a las personas para absorber los riesgos de los demás, y cada miembro de un grupo contribuye con primas para asegurar las pérdidas de los demás. El formato es similar al de las mutuales, excepto que la tecnología permite un alcance y una escala mucho más amplios para conectar a las personas.
- **Las plataformas digitales** reemplazan los elementos cara a cara de la cadena de valor de los seguros con un servicio en línea, como corredores en línea, aseguradores en línea o incluso servicios backend para aseguradores.

1 Ver ‘Application Paper on the Use of Digital Technology in Inclusive Insurance’ (IAIS, 2018). Disponible en <https://www.iaisweb.org/page/supervisory-material/application-papers/file/77815/application-paper-on-the-use-of-digital-technology-in-inclusive-insurance>

- **Las asociaciones habilitadas por la tecnología** son asociaciones tripartitas entre un asegurador, un socio de distribución (ya sea un minorista, una plataforma de comercio digital de un Operador de Red Móvil (ORM), u otro tipo), y un proveedor de servicios técnicos (PST).
- **Los nuevos datos y análisis** recaban y analizan datos para informar a los aseguradores y PST sobre las necesidades y los patrones de comportamiento de los consumidores. Esta categoría se compone de chatbots, telemática, aprendizaje automático e inteligencia artificial (IA) y contratos inteligentes.
- **Los seguros a pedido:**
 - a) Los seguros a pedido cuya cobertura dura un período de tiempo predefinido o cubre un evento específico (como un seguro de viaje), y
 - b) Los seguros de pago por uso, en los que se le cobra al cliente una prima en función a cuánto él/ella usan el activo (actualmente la mayoría todavía se limitan al seguro del automóvil). Estos se basan en tecnologías como la telemática, el aprendizaje automático y el teléfono móvil. En ocasiones se utilizan contratos inteligentes para garantizar el pago automático.
- **Los seguros paramétricos/basados en índices** se utilizan principalmente en la agricultura y los seguros relacionados al riesgo climático y tienen impacto especialmente en los grupos vulnerables a este tipo de riesgo. Esta categoría utiliza dos tipos de tecnologías: equipos de medición de datos y tecnología de libro mayor distribuido para activar pagos basados en el índice. También puede usar el teléfono móvil para interactuar con el consumidor.

Consideraciones sobre protección del consumidor y conducción del negocio para los

Si bien la digitalización y la aplicación de tecnologías digitales tienen el potencial de beneficiar a los consumidores, también genera riesgos importantes que los supervisores deben tomar en cuenta de conformidad con el PBS 19 (Principio Básico de Seguro sobre Conducción del Negocio). Estos incluyen los posibles impactos provocados por la merma del contacto cara a cara, comprensión insuficiente del consumidor sobre el producto o servicio y el proveedor, los riesgos de seguridad de los datos, inclusive el uso incorrecto de los datos del consumidor y la potencial exclusión de algunos consumidores que no están tan alfabetizados digitalmente².

Algunos de los riesgos asociados con los seguros móviles y, en general, con otros modelos de seguros digitales se encuentran ilustrados en la Figura 1, a seguir:

2 Ver 'Issues Paper on Increasing Digitalisation in Insurance and its Potential Impact on Consumer Outcomes Consumer outcomes' (IAIS, 2018). Disponible en <https://www.iaisweb.org/page/supervisory-material/issues-papers/file/77816/issues-paper-on-increasing-digitalisation-in-insurance-and-its-potential-impact-on-consumer-outcomes>

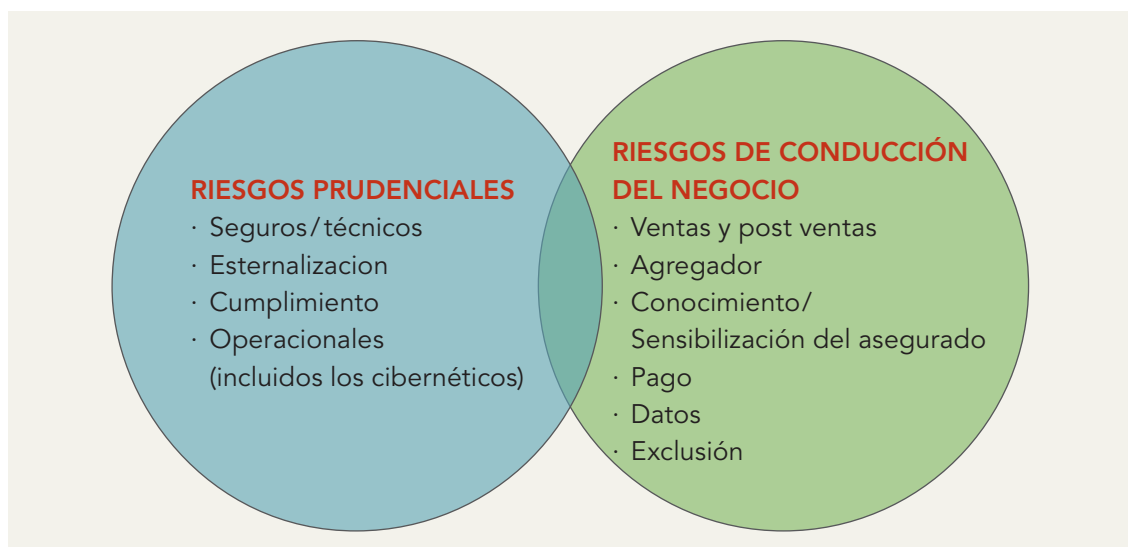


Figura 1: riesgos asociados con los modelos de seguros móviles (ver 'Application paper on the use of Digital Technology in Inclusive Insurance' (IAIS, 2018) y 'Regulating Mobile Insurance' (A2ii, 2018)³

Para garantizar la protección efectiva del consumidor y, en particular, teniendo en cuenta el perfil de los consumidores de seguros inclusivos, es importante que los supervisores mantengan una conducción del negocio adecuada con respecto a:

- Desarrollo y fijación de precio de los productos
- Distribución
- Divulgación
- Aceptación del cliente y cobranza premium
- Liquidación de reclamos

Como parte de su conducción del negocio, los aseguradores e intermediarios deben tratar a los clientes de manera justa, tanto antes de celebrar un contrato y hasta el momento en que se hayan cumplido todas las obligaciones estipuladas en el mismo. Debe informarse expresamente a los clientes cuáles son los riesgos a que se exponen, y si los seguros pueden jugar un rol y cuál sería. Este principio debe aplicarse en todo el ciclo del producto desde la educación y asesoramiento del cliente hasta el desarrollo del producto y la gestión de los reclamos⁴.

Uno de los desafíos clave que enfrentan los supervisores es la adopción de un enfoque equilibrado que facilite la innovación manteniendo, al mismo tiempo, la protección del consumidor. Al implementar el enfoque regulatorio más adecuado – “los requisitos y las reglas deben basarse en el principio de proporcionalidad, tomando en cuenta el contexto de cada jurisdicción y los objetivos estratégicos nacionales, realizando todas las adaptaciones necesarias para garantizar

³ Disponibles aquí: <https://a2ii.org/en/media/125/download>

⁴ Ver 'Issues paper on Conduct of Business Risk and its Management' (IAIS, 2015). Disponible aquí: <https://www.iaisweb.org/page/supervisory-material/issues-papers/file/57927/issues-paper-on-conduct-of-business-risk-and-its-management>

que se atienda a las necesidades de los clientes de seguros de la manera más apropiada y que sus intereses queden debidamente protegidos”⁵.

Síntesis del diálogo de supervisión

La siguiente sección es una síntesis de los puntos clave del diálogo de supervisión que tuvo lugar durante los webinars.

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

En Kenia existen asociaciones habilitadas por la tecnología entre aseguradores y operadoras de redes móviles, comúnmente utilizadas tanto por los proveedores como los consumidores. Algunos ejemplos incluyen:

- M-Pesa, la plataforma de dinero móvil de Safaricom, tiene una tasa de penetración del 106% y se utiliza para cobrar primas y liquidar reclamos. M-pesa se ha utilizado en programas de seguros agrícolas basados en índices para cobrar primas cuando los agricultores compran semillas y fertilizantes y, en casos de condiciones climáticas extremas, los pagos se realizan directamente en las cuentas de M-Pesa de los teléfonos móviles de los agricultores⁶.
- M-tiba, es una “billetera de salud” instalada en el teléfono móvil que usan los prestadores de servicios de salud y permite que los consumidores reserven fondos para tratamientos médicos, mejorando de esta forma su capacidad financiera para acceder a los servicios de atención médica.

En Malasia, la industria aseguradora tradicional ha dependido de los canales de agencias y bancaseguros, que tienden a atender a los segmentos de ingresos más altos de la población. Con el fin de promover mayor accesibilidad, especialmente para los segmentos subatendidos, el BNM lanzó dos iniciativas que incluyen:

- Ampliar los canales de distribución para que los aseguradores puedan distribuir sus productos a través de canales directos en línea. Desde 2018, las compañías de seguros de vida comenzaron a ofrecer distribución directa de productos de protección pura⁷. Los productos principales son productos para enfermedades críticas y productos para la salud que están diseñados para que los consumidores los entiendan fácilmente. Tampoco se imponen comisiones a los productos, ya que no intervienen intermediarios.

5 Ver 'Issues paper on Conduct of Business in Inclusive Insurance' (IAIS, 2015). Disponible aquí:

<https://www.iaisweb.org/page/supervisory-material/issues-papers/file/57850/issues-paper-on-conduct-of-business-in-inclusive-insurance>

6 Ver 'Kilimo Salama – Index-based Agriculture Insurance' disponible aquí: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/963291468039041424/pdf/947940WP0Box380ture0Insurance0Final.pdf>

7 Ver: <https://www.bnm.gov.my/index.php?ch=57&pg=140&ac=722&bb=file>

- Emitir un borrador de proyecto sobre el negocio de agregación de seguros para brindar más orientación, especialmente para los sitios web que comparan productos⁸.

En Brasil, desde 2004 la SUSEP ha estado fomentando el uso de la digitalización y la distribución remota, principalmente a través de la tecnología de telefonía móvil. Esto ha incluido permitir el uso de firmas electrónicas y fomentar el uso de nuevos canales de distribución a través de los teléfonos móviles. La penetración móvil es muy alta en Brasil, donde el 92% de los brasileños tiene un teléfono móvil y el 99% accede a la Internet a través de su teléfono. La SUSEP está muy interesada en fomentar este mecanismo de distribución debido a su importante potencial de crecimiento. En 2013, la SUSEP introdujo reglas para el marketing remoto que también cubrían el uso de tecnología biométrica en reemplazo del inicio de sesión y las contraseñas. Más recientemente, la SUSEP ha iniciado el "seguro abierto", que esperan estimule la competencia, y han realizado una consulta pública sobre un sandbox regulatorio (desde que se grabó el webinar, ese sandbox se puso en marcha y la SUSEP anticipa que tendrá diez empresas en su primera cohorte). El proyecto pretende aumentar la penetración del mercado asegurador brasileño y reducir el costo para el consumidor mediante el uso de productos y servicios innovadores y nuevas tecnologías⁹.

¿Cuáles son los principales riesgos de estas innovaciones y cómo están abordando estos riesgos para garantizar que se proteja a los consumidores de manera efectiva?

En Malasia, los principales riesgos para los consumidores son los relacionados con la compra incorrecta de productos y la tergiversación en los sitios web de comparación de productos. Para garantizar la protección del consumidor, el BNM ha introducido ciertos requisitos mínimos: en estas plataformas, los productos deben ser simples, la información debe presentarse en un lenguaje sencillo y simple y, dado que los clientes compran directamente sin ningún consejo o asistencia de los agentes, las compañías de seguros deben contar con herramientas apropiadas disponibles para asistir a los clientes, por ejemplo, autoevaluación de la idoneidad del producto para satisfacer las necesidades del cliente. Para minimizar el riesgo de tergiversación, se requiere que los sitios web de comparación de productos garanticen transparencia y la presentación imparcial de los productos de seguros. Por ejemplo, al organizar los productos por orden alfabético, las empresas no pueden manipular la forma en que se ordenan o filtran los elementos para favorecer los productos de ciertos proveedores y, además, tampoco se permite recomendar productos a los consumidores.

En Kenia, los principales riesgos son los riesgos relativos a las ventas indebidas y la protección de datos. Para abordar estos riesgos, la IRA-Kenia ha emitido lineamientos¹⁰ de microseguros que requieren que los aseguradores revelen los beneficios a los que los consumidores tienen derecho al comprar un producto, y el tipo de riesgos que este producto cubrirá. El lenguaje utilizado debe ser corriente y simple. Para abordar los riesgos de protección de datos y evitar posibles resultados negativos para el consumidor, a nivel sectorial, las pautas de conducta de mercado de la IRA garantizan una protección adecuada del consumidor contra el aumento de los riesgos de datos, que también se complementa a nivel nacional con la Ley de protección de datos de Kenia de 2019¹¹.

8 Ver: <https://www.bnm.gov.my/index.php?ch=57&pg=150&ac=806&bb=file>

9 Ver: <http://novosite.susep.gov.br/>

10 Ver: http://kenyalaw.org/kl/fileadmin/pdfdownloads/LegalNotices/2020/LN26_2020.pdf

11 Ver: http://kenyalaw.org/kl/fileadmin/pdfdownloads/Acts/2019/TheDataProtectionAct_No24of2019.pdf

En Brasil, la SUSEP se centró en el riesgo de los supervisores y su necesidad de poder comprender la nueva tecnología. Al comprender esta nueva tecnología y cómo se aplica, los supervisores podrán entender mejor los riesgos sin por ello crear obstáculos a la innovación y la inclusión financiera. Sin embargo, se agregó que, a medida que los consumidores comienzan a operar en línea, existen mayores riesgos derivados de la protección de datos y los ataques cibernéticos.

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

Este es un desafío clave para los supervisores y dependerá del mandato de la autoridad de supervisión. Es importante que los reguladores aprovechen los beneficios tecnológicos a la vez que establecen mecanismos que garanticen la protección del consumidor. Además, es de vital importancia que se realicen controles y cotejos internos. Por ejemplo, el BNM cuenta con departamentos dedicados a analizar temas relacionados a la protección del consumidor, la seguridad y la solidez de los actores de la industria. El mandato de la IRA-Kenia abarca la protección del consumidor y el desarrollo del mercado. En su plan estratégico 2018 – 2022¹², la IRA ha incorporado un proyecto de centro de innovación (el laboratorio BIMA y la caja BIMA) que busca aprovechar la innovación y al mismo tiempo proteger a los consumidores, y conlleva cuatro cuestiones: conectar, acelerar, probar y escalar. La SUSEP recomendó que los supervisores se concentren en el desarrollo del mercado y en la necesidad de promover la competencia para desarrollar un mercado más inclusivo. La SUSEP defendió, en particular, el uso del sandbox regulatorio, ya que esto brinda más libertad a las empresas para establecer sus productos, al mismo tiempo que protege a los consumidores. Esto previene daños al consumidor y brinda a los supervisores una mayor comprensión de las nuevas tecnologías y les impide obstruir la innovación y una mayor inclusión financiera.

Mensajes clave

Los supervisores pueden fomentar el desarrollo responsable de la digitalización del ciclo de vida de los seguros mediante la adopción de los siguientes enfoques regulatorios y de supervisión:

- Permitir la divulgación en múltiples formatos y modos más allá del papel, pero garantizando que estas herramientas logren el impacto esperado.
- Permitir el uso de firmas electrónicas, pólizas electrónicas y pago electrónico, pero garantizando que los riesgos implícitos se gestionen de manera adecuada: riesgos como fraude, robo de datos, acceso no autorizado, malversación de fondos, averías, etc.
- Permitir el uso de plataformas y dispositivos tecnológicos pero garantizando que se apliquen protocolos adecuados de protección de datos de los consumidores.

12 Ver: <https://www.ira.go.ke/images/updates/IRA-STRATEGIC-PLAN--Abridged-Version.pdf>

- Permitir modelos de negocio innovadores y canales de distribución alternativos asegurándose de que sean confiables, apropiados, transparentes y capacitados de acuerdo a los servicios que ofrecen y de que, en última instancia, la responsabilidad recaiga en los aseguradores.
- Seguimiento constante del impacto de la innovación en espacios contenidos
- Compromiso y colaboración constante con las partes involucradas
- Colaboración con otros supervisores
- Seguimiento constante del impacto de la innovación en espacios contenidos
- Aplicar un enfoque proporcionado a la regulación y supervisión

Preguntas y discusión

A menudo se afirma que los seguros son solo para los ricos. ¿Cree que la tecnología o la digitalización de los seguros pueden ayudar a superar este desafío?

Las iniciativas lanzadas por los reguladores, como la expansión de los canales de distribución o la introducción de marcos de microseguros, tienen como objetivo llevar productos de seguros más asequibles y accesibles a los segmentos vulnerables y de bajos ingresos que a menudo se ven tradicionalmente excluidos de la industria de seguros. La tecnología es un factor clave para aumentar la accesibilidad y el acceso a los productos de seguros, especialmente en lo que respecta a ofrecer canales de distribución alternativos, incorporar nuevos clientes y reducir los costos de procesamiento de los reclamos.

¿Cómo hacen los agentes de microseguros en Kenia para asegurarse de que los reclamos sean válidos antes de realizar el pago?

Tomando como ejemplo los productos de seguros basados en índices, se emite un pago cuando se activa un índice, lo que impide que un reclamo pueda manipularse fácilmente. En lo que respecta a los productos de seguros convencionales, los materiales de divulgación son un elemento clave para garantizar que los consumidores conozcan los beneficios a los que tienen derecho y cómo se llevará a cabo el proceso de reclamo. Las compañías de seguros también deben contar con un proceso de validación de reclamos holístico, en lugar de validar cada reclamo individualmente. En general, los procesos de reclamos impulsados a través de canales digitalizados proporcionarán valor de forma tal que los proveedores podrán validar los reclamos fácilmente.

Socio de Implementación:



Auspiciado por:



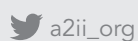
Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands

Acogidos por:



Iniciativa de Acceso a los Seguros
Patrocinada por el Sector del Proyecto
de Sistemas Financieros de GIZ
Enfoques para los Seguros
Deutsche Gesellschaft für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5
65760 Eschborn, Germany

Teléfono: +49 61 96 79-1362
Fax: +49 61 96 79-80 1362
E-mail: secretariat@a2ii.org
Internet: www.a2ii.org



Promoviendo el acceso a los seguros responsables e inclusivos para todos.