

Estimulando la demanda: El rol del supervisor para aumentar la conciencia sobre seguros

A2ii – IAIS Llamada de Consulta

18 de julio de 2019

Oradoras



Andrea Camargo
Director “Inspowering”,
Experta Técnica, A2ii



Carlos Francisco Izaguirre Castro,
Superintendente
Superintendencia de Banca y Seguros de
Perú - SBS

A2ii, Moderadora



**Regina
Simoes**
Iniciativa
de Acceso
a los
Seguros
(A2ii)



García Schilling Daniel Ernesto,
Intendente de Seguros de la CMF/Chile

1. Marco conceptual
2. ¿Es un mandato para los supervisores?
3. Concientización sobre seguros y los PBS
4. La importancia de la concientización sobre seguros en seguros inclusivos
5. Directrices de la IAIS en el contexto de un consumidor vulnerable
6. Recomendaciones para los supervisores para promover la sensibilización sobre seguro

Marco conceptual (1)

- ¿Cuáles son los factores que estimulan la demanda de seguros?

Determinant	Evidence available	Effect on first sales	Effect on renewals
Trust	😊😊😊	↗ High	↗ Medium
Liquidity constraints	😊😊😊	↗ High	↗ Medium
Value proposition (and its perception)	😊	↗ Medium-high	↗ High
Behavioural factors	😊	↗ Medium-high	↗ High
Understanding insurance	😊😊	↗ Low-medium	↗ Medium-high
Access to other coping mechanisms	😊	↗ Medium	↗ Medium

- *M. Matul, The complexity of increasing demand what we can do about it, State of Microinsurance, 2015*

Un marco conceptual (2)

- La confianza, las limitaciones de liquidez y la comprensión del seguro pueden estimular la demanda.
- La creación de conciencia sobre los seguros cumple un rol importante en el desarrollo de mercados de seguros, ya que estimula la demanda y además es esencial para proteger de manera apropiada al consumidor.
- Las autoridades de supervisión pueden cumplir un papel vital para promover el conocimiento de seguros, y por ende promover el desarrollo de mercado de seguros y proteger al consumidor.
 - **PREGUNTA:** ¿Qué más cree que podrían hacer los supervisores para fomentar la demanda?

El marco conceptual (3)

- ¿Qué es exactamente la sensibilización sobre seguros?
La habilidad de conocer y comprender los seguros - qué son, cuáles son los beneficios, cómo funcionan, cuál es la manera para obtener los beneficios, entre otros.

- Exposición al riesgo y niveles de vulnerabilidad
 - Herramientas de gestión del riesgo
 - El seguro como herramienta de gestión del riesgo
 - Fundamentos del seguro
 - ¿Cómo funciona?
 - ¿Quién protege a los consumidores y cómo?
-
- Marketing específico para los productos
 - Términos y condiciones específicos de la póliza adquirida
 - Uso específico del producto

¿Dónde está la línea entre educación financiera, marketing y cumplimiento de las obligaciones de divulgación por parte de los aseguradores e intermediarios?

Un marco conceptual (4)

- Las poblaciones subatendidas o mal atendidas saben a qué riesgo están expuestas...
- Sin embargo, generalmente subestiman las pérdidas que sufren, lo cual genera un problema mayor con respecto a la comprensión del valor de protegerse...
- Efectivamente, si no tienen una idea clara del impacto económico de los riesgos, las probabilidades de protegerse de manera adecuada serán limitadas
- Ahora bien, esto no quiere decir que no adopten estrategias inteligentes de gestión de riesgos muy a pesar de la escasez de sus condiciones ...
- En este contexto el desafío consiste:
 - Comunicar de una mejor manera el valor de la protección,
 - promover conocimiento sobre los mecanismos disponibles para gestionar los riesgos y
 - considerar al seguro como una herramienta apropiada de transferencia de riesgos.



Campesino en Bangladesh distrito de (Kurigram) muestra el nivel de la última inundación (2017)





Algunas herramientas de preparación para el riesgo antes de la inundación en Kurigram....

¿Un mandato para los supervisores?

- Todos los supervisores de seguros tienen el objetivo de proteger los intereses de los asegurados, y la concientización del seguro es esencial para lograrlo.
- Algunos supervisores han reconocido otros mandatos, como promover el acceso a seguros en sus jurisdicciones.
- **PREGUNTA: ¿Se reconoce un mandato para promover el acceso a seguros en su país?**

Concientización sobre seguros y los PBS

- PBS 19 – Conducción de los negocios

“El supervisor exige que, en la conducción de los negocios, las aseguradoras y los intermediarios traten a los clientes de manera justa, tanto antes de que se firme un contrato como hasta el momento en el que se hayan cumplido todas las obligaciones en virtud de un contrato”.

- ICP 18:

“El supervisor establece y hace cumplir los requisitos para la conducta de los intermediarios de seguros, a fin de que realicen negocios de una manera profesional y transparente”.

- El papel de los intermediarios en la promoción de la confianza pública en el sector de seguros.
- El papel de los intermediarios en la promoción de la conciencia financiera.

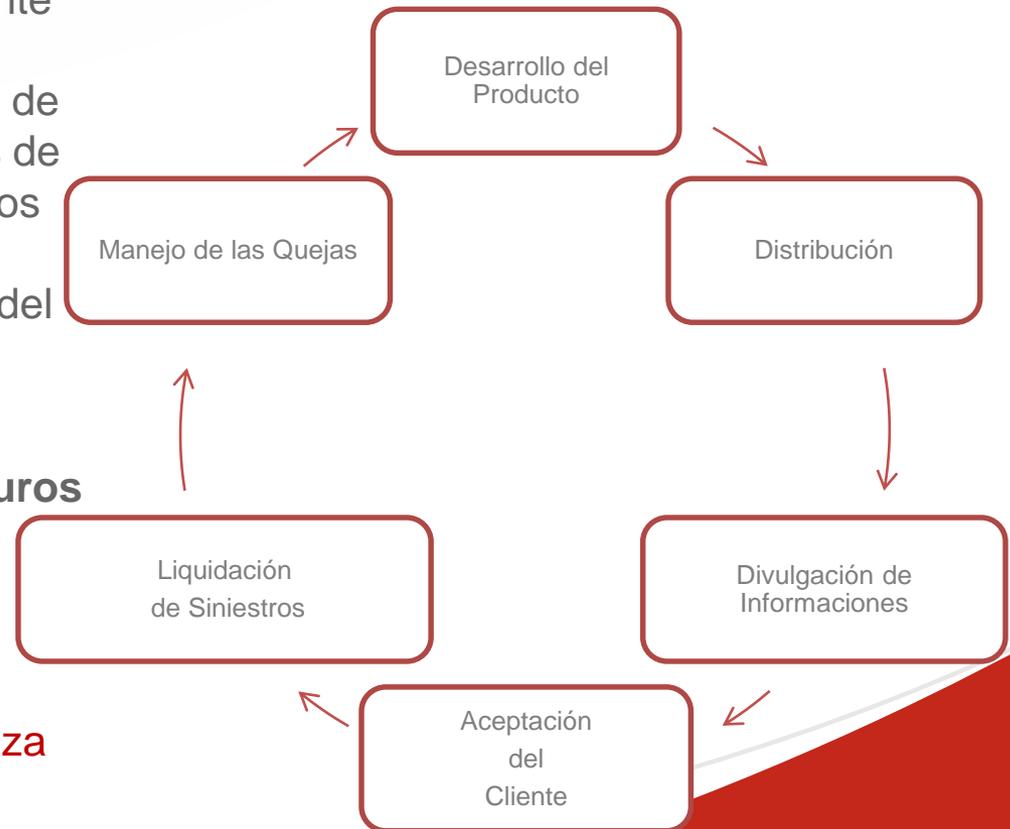
La importancia de la sensibilización sobre seguros en los seguros inclusivos

1. Protección especial al consumidor considerando el perfil del consumidor de seguros inclusivos
 - Bajos niveles de educación - altas asimetrías de información
 - Baja conciencia y confianza del seguro
 - Bajos niveles de renta disponible
 - Asimetría de alta potencia
 - Difícil de alcanzar
2. La necesidad de fomentar la demanda de seguros para alcanzar objetivos clave de políticas públicas.
 - Inclusión financiera
 - Reducción del riesgo de desastres y adaptación al cambio climático
 - Desarrollo rural
 - Seguridad alimentaria
 - Desarrollo de PyMES, etc...

La orientación de la IAIS en el contexto de un consumidor vulnerable

IAIS, Documento de Cuestiones sobre la Conducta de Negocios en seguros inclusivos, 2015

Los riesgos aumentan considerablemente debido al grado de separación entre el asegurador y el asegurado, la variedad de entidades involucradas, las habilidades de los vendedores que se encuentran en los modelos utilizados en los seguros inclusivos y la vulnerabilidad particular del consumidor



Seis riesgos en los modelos de seguros inclusivos:

1. Riesgo prudencial
2. Riesgo agregador
3. Riesgo de ventas
4. Riesgo de sensibilización de la póliza
5. Riesgo de los pagos
6. Riesgos de postventa

Recomendaciones para los supervisores para promover la sensibilización sobre seguros (1)

1. La sensibilización del seguro debe promoverse no solo entre los consumidores finales, sino también a otras entidades que están en posición de desbloquear la demanda para desarrollar resiliencia

- Otras entidades gubernamentales
 - Ministerios de Finanzas, Agricultura, Medio Ambiente, Gestión del Riesgo, etc...
 - Otros supervisores
- Agregadores clave
 - IMFs
 - Cooperativas
 - ONGs
 - Agronegocios

El supervisor como líder para abogar por los beneficios del seguro. Algunos pasos podrían ser tomar las medidas necesarias para que la sensibilización del seguro sea un componente clave de las estrategias de inclusión y educación financiera.

Recomendaciones para los supervisores para promover la sensibilización sobre seguros (2)

2. Coordinación de partes interesadas públicas y privadas con el objetivo de promover la sensibilización sobre riesgos y seguros, y la protección del consumidor, tales como:

- Supervisores
- Aseguradoras y asociaciones de seguros
- Autoridades de Gestión de Riesgos de Desastres
- Asociaciones de Protección al Consumidor

Es imprescindible evitar reinventar la rueda y adoptar enfoques eficaces:

- Diálogo y coordinación para adoptar programas basados en evidencias (programas M&E)
- Definir claramente quién hace qué y quién paga qué (roles y responsabilidades)
- Distinguir claramente sobre educación financiera, marketing y cumplimiento de obligaciones sobre divulgación

Recomendaciones para los supervisores para promover la sensibilización sobre seguros (3)

3. Adopción de enfoques proporcionales por parte de los supervisores para:
 - Garantizar que las aseguradoras, los intermediarios y los canales de distribución entiendan las distinciones entre educación financiera, marketing y divulgación de obligaciones
 - Permitir el uso de tecnología para promover la sensibilización del seguro.
 - Permita el uso de herramientas didácticas e innovadoras para comercializar y cumplir con las obligaciones de divulgación: esta es la mejor manera de crear un poco de espacio para probar modelos que podrían desafiar las formas tradicionales de proteger a los consumidores.
 - ¿Cómo?
 - ¿Cuándo?
 - ¿qué?

Recomendaciones para los supervisores para promover la sensibilización sobre seguros (4)

3. Adopción de enfoques proporcionales por parte de los supervisores para:
 - Garantizar que el cumplimiento de las obligaciones de divulgación también se tome en cuenta en el contexto del seguro colectivo.
 - Sensibilización especial sobre gestión de reclamaciones y resolución de conflictos.
 - Garantizar que los canales de distribución tengan las habilidades y la competencia necesaria para respaldar a los consumidores.
 - La clave yace en la experiencia, ¡por lo tanto lo mejor es permitir la oferta de productos innovadores en el mercado y monitorearlos cuidadosamente!

Gracias.

Follow us on Twitter [@a2ii_org](#), Youtube and LinkedIn