



CONDUCTA DE MERCADO DEL SECTOR ASEGURADOR EN CHILE

LA EXPERIENCIA DEL RETAIL EN CHILE

CLAUDIO ORTIZ

25 de julio 2014

Industria con gran potencial

- A partir de fines de los 90, la industria chilena del retail decidió ingresar a un mercado altamente atractivo y con mucho potencial de desarrollo: el corretaje de seguros.
- Carteras consolidadas y el modelo de negocio, permitió un rápido crecimiento en segmentos sociales que, al igual que en la industria crediticia , no estaban siendo atendidos a esa fecha con productos ajustados a sus necesidades.
- Hoy, después de 15 años, a pesar de su gran desarrollo, estimamos que el mercado todavía tiene mucho espacio para seguir creciendo.

MERCADO ASEGURADOR A NIVEL MUNDIAL PRIMAS INTERMEDIADAS SOBRE HABITANTES Y COMO PORCENTAJE DEL PIB



Seguros del Retail

- **Masificación: El Primer Gran Paso.**
- **Dificultades en el Camino.**
- **Acuerdos de Auto Regulación: Impulso Fiscalizador y Voluntad de Regulados.**
- **Nueva regulación del Contrato de Seguro.**
- **Nuevos Desafíos de la Industria.**

Masificación: ① Las Coberturas

Mono Producto

Seguro de Desgravamen de
la Tarjeta de Crédito



Multiproducto

- Desgravamen
- Pérdida de Ingresos
- Vida
- Auto
- Catastrófico de Salud
- Complementario de Salud
- Viajes
- Accidentes Personales
- Hogar
- S.O.A.P.
- Invalidez

Masificación: ② Los Canales de Venta

Único Canal

Sólo venta Presencial
en locales

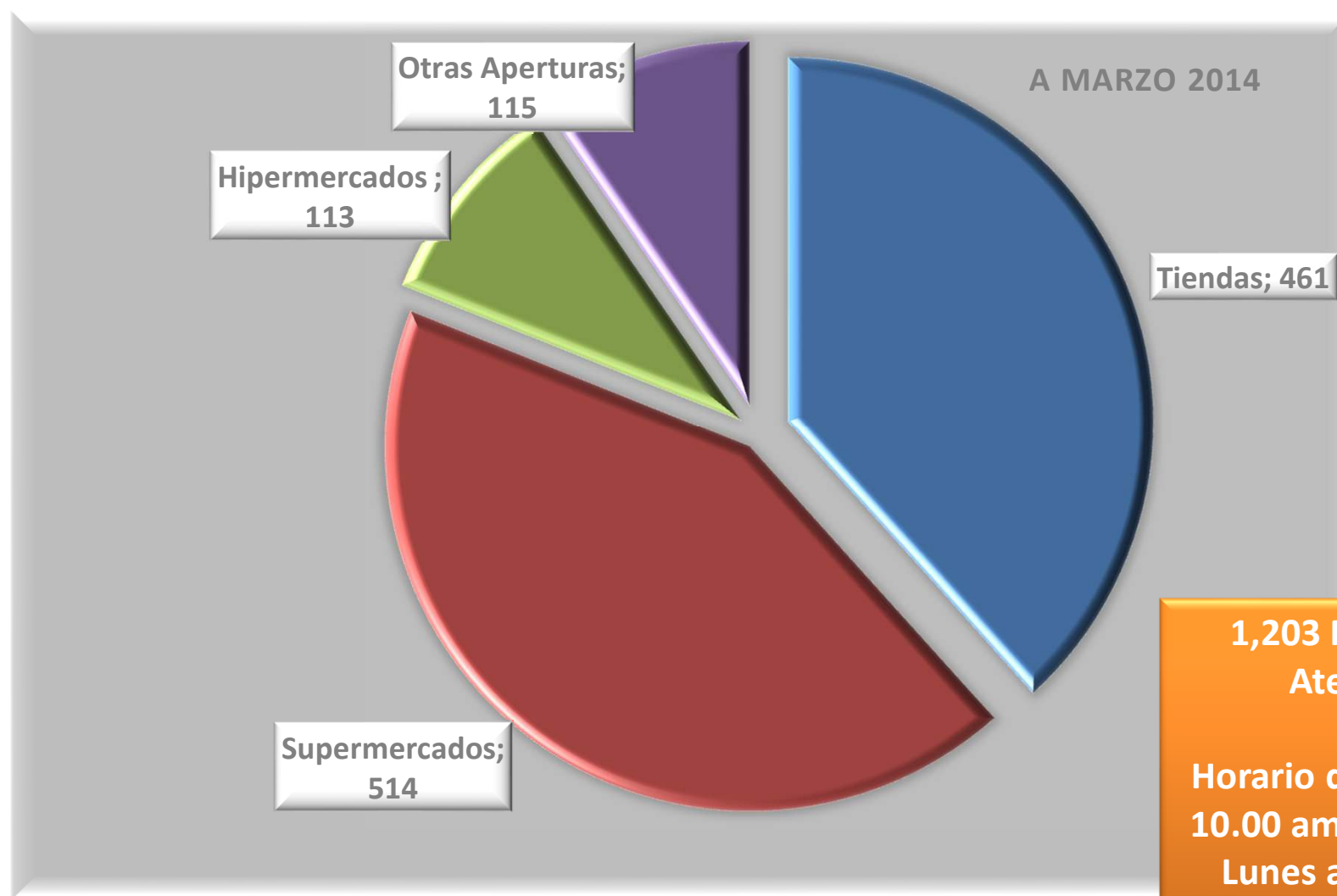


Multicanal

- Fuerza de Ventas
- Internet
- Telemarketing
- Presencial

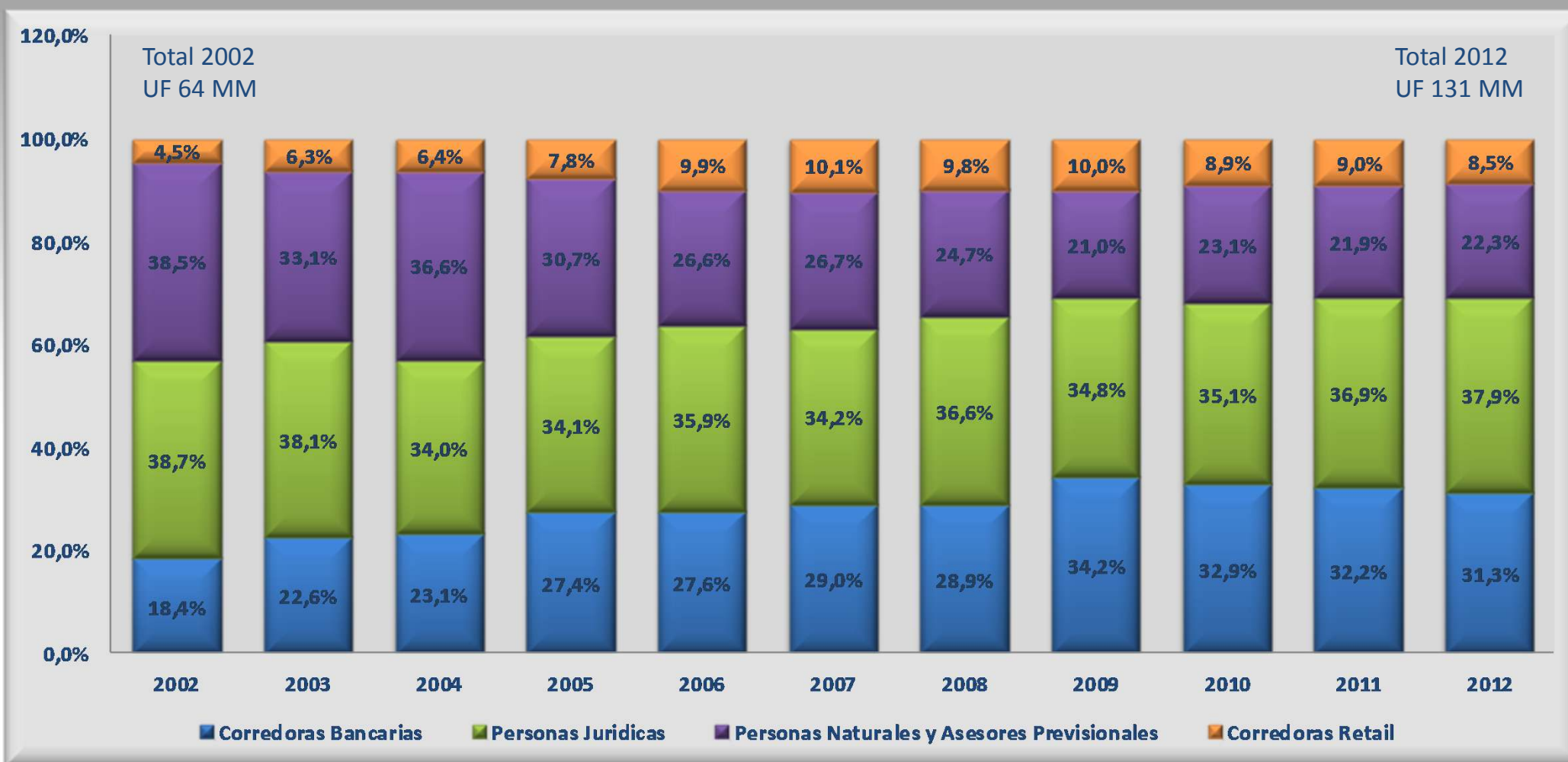
Masificación: ③ Cobertura Geográfica

PUNTOS DE ATENCIÓN A CLIENTES

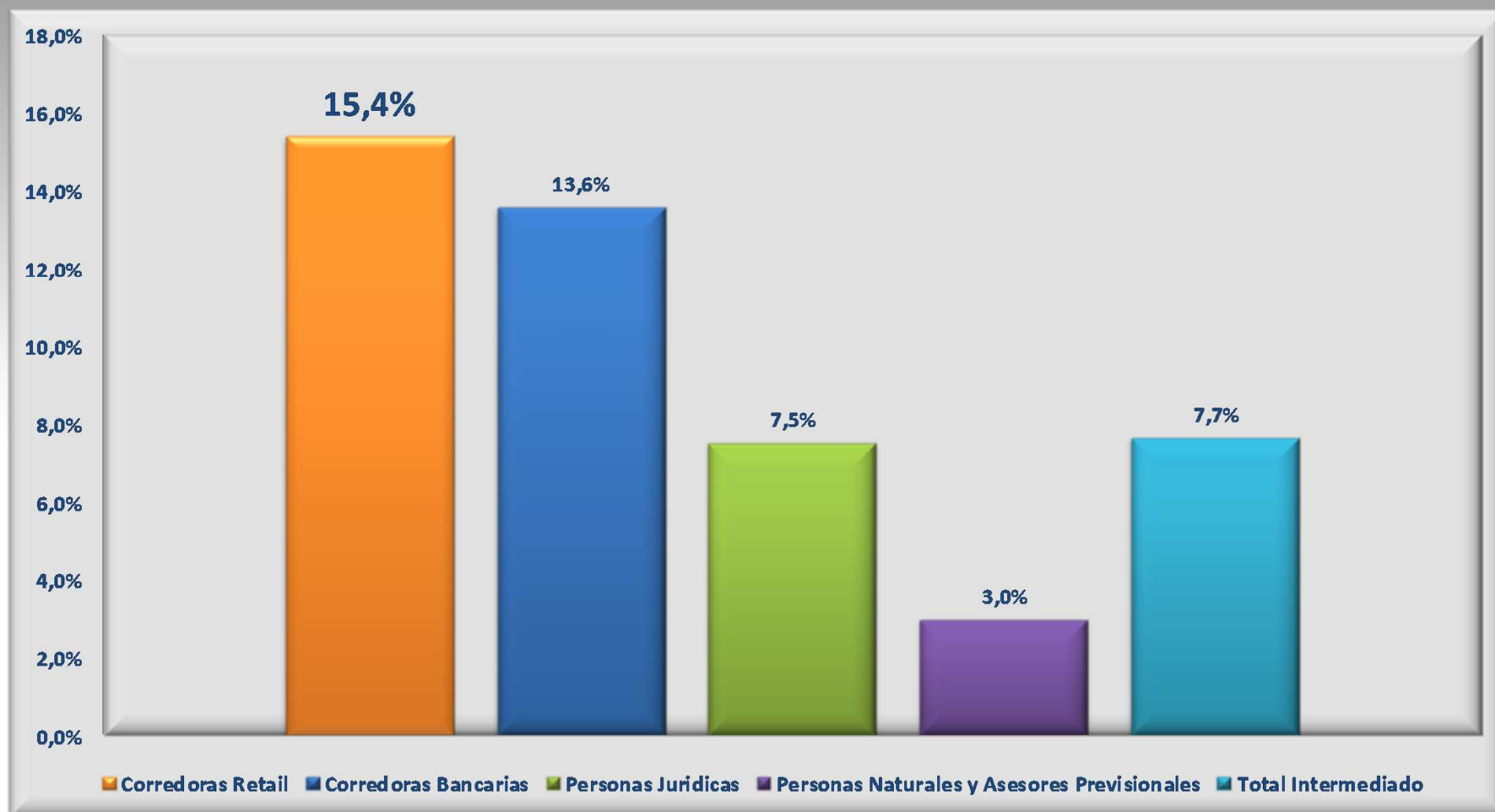


Fuente: Elaboración propia en base Press Release y Memoria Empresas.

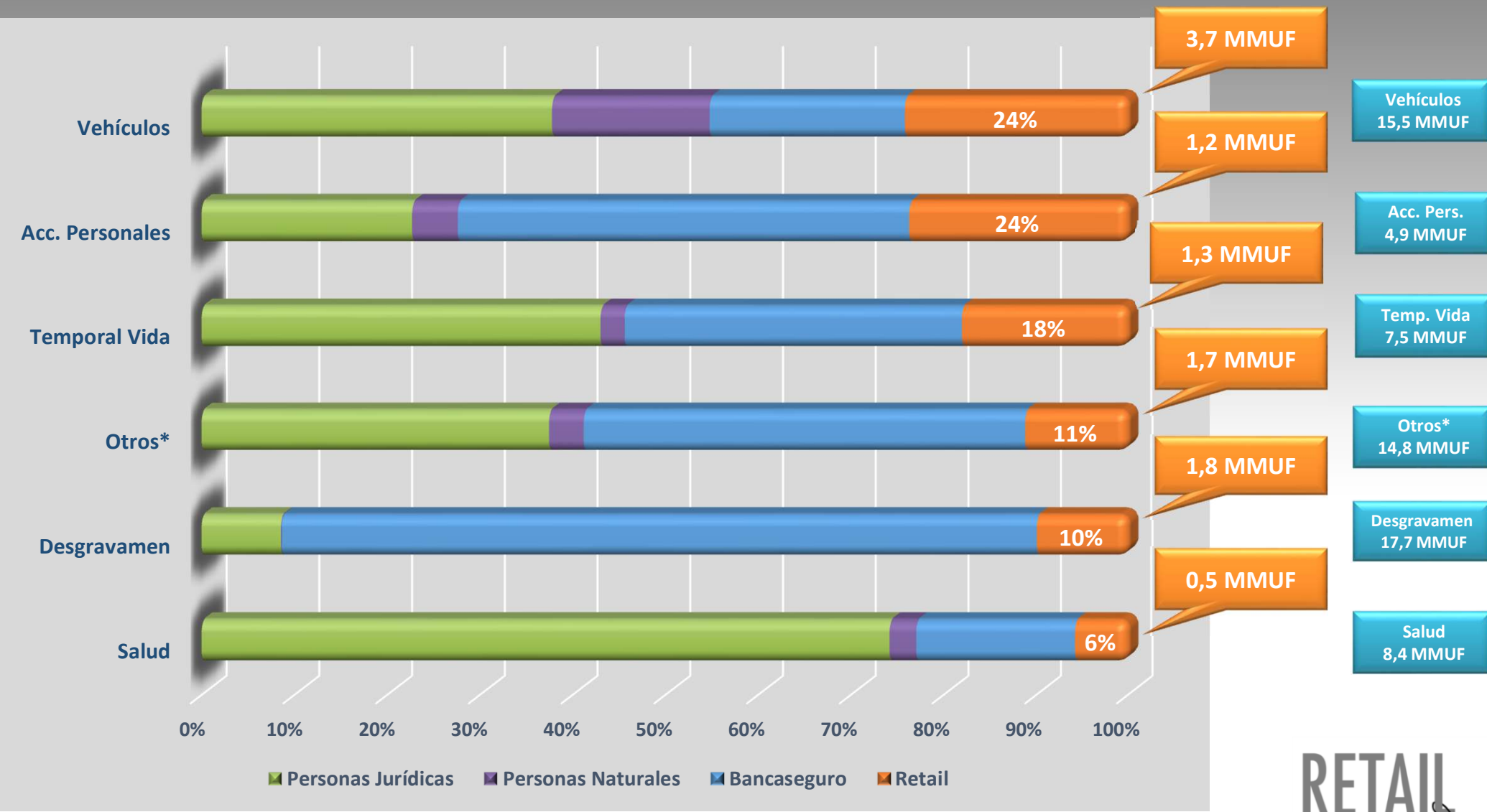
PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR CANAL MONTOS DE PRIMAS INTERMEDIADAS



TASAS DE CRECIMIENTO (PROMEDIO) PRIMAS INTERMEDIADAS POR CANAL PERIODO 2002 A 2012



PRINCIPALES RAMOS
PARTICIPACIÓN EN PRIMA INTERMEDIADA
AÑO 2012



*Otros: Incluye principalmente Seguros Generales con coberturas de Cesantía, Título, y Asistencia



Dificultades en el Camino



Dificultades en el Camino

- Necesidad de simplificar las condiciones legales de las pólizas para facilitar su comprensión por los asegurados.
- Mejoramiento de las prácticas de ventas presenciales y telefónicas.
- Perfeccionamiento de la denominación de los productos.
- Necesidad de mejorar la capacitación de nuestra fuerza de venta
- El seguro como un requisito de la colocación de un crédito.

Los Acuerdos de Autorregulación

¿Por qué y Para qué?

- Porque la normativa no siempre logra reconocer adecuadamente las necesidad de regulación de cada mercado.
- Para que las empresas profundicen su relación con los clientes.
- Para mejorar los niveles de calidad de servicio.
- Para eliminar toda práctica que pueda afectar los derechos de los asegurados y la confianza del público

Nuestros consumidores están exigiendo mayor transparencia e información para tomar decisiones más acertadas...

Las Primeras Propuestas



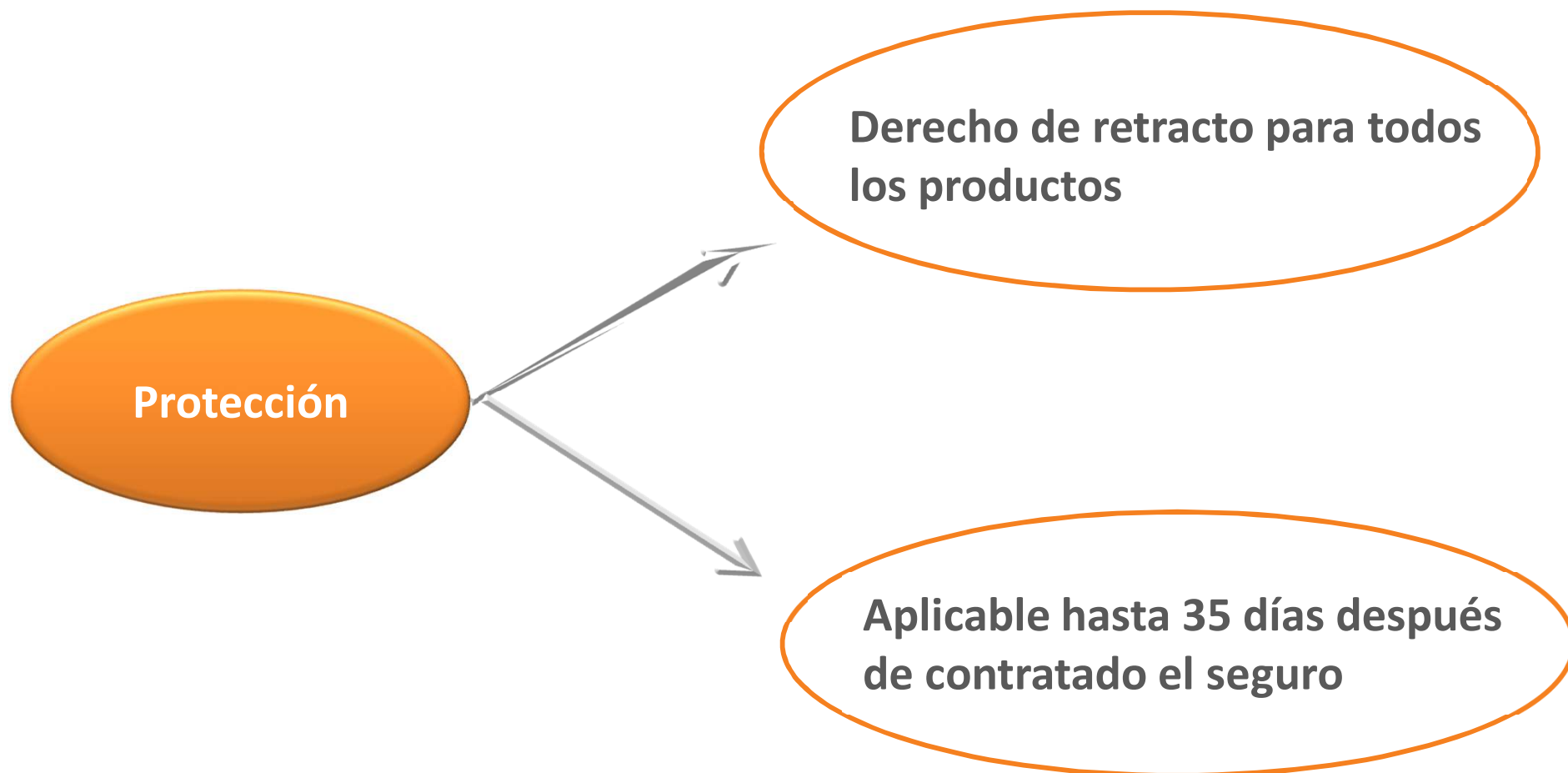
Acciones Realizadas



Información periódica recordatoria de los seguros contratados (mailing bimestral, información en estados de cuenta, dípticos, etc.)

Clarificar denominaciones de los seguros

Acciones Realizadas



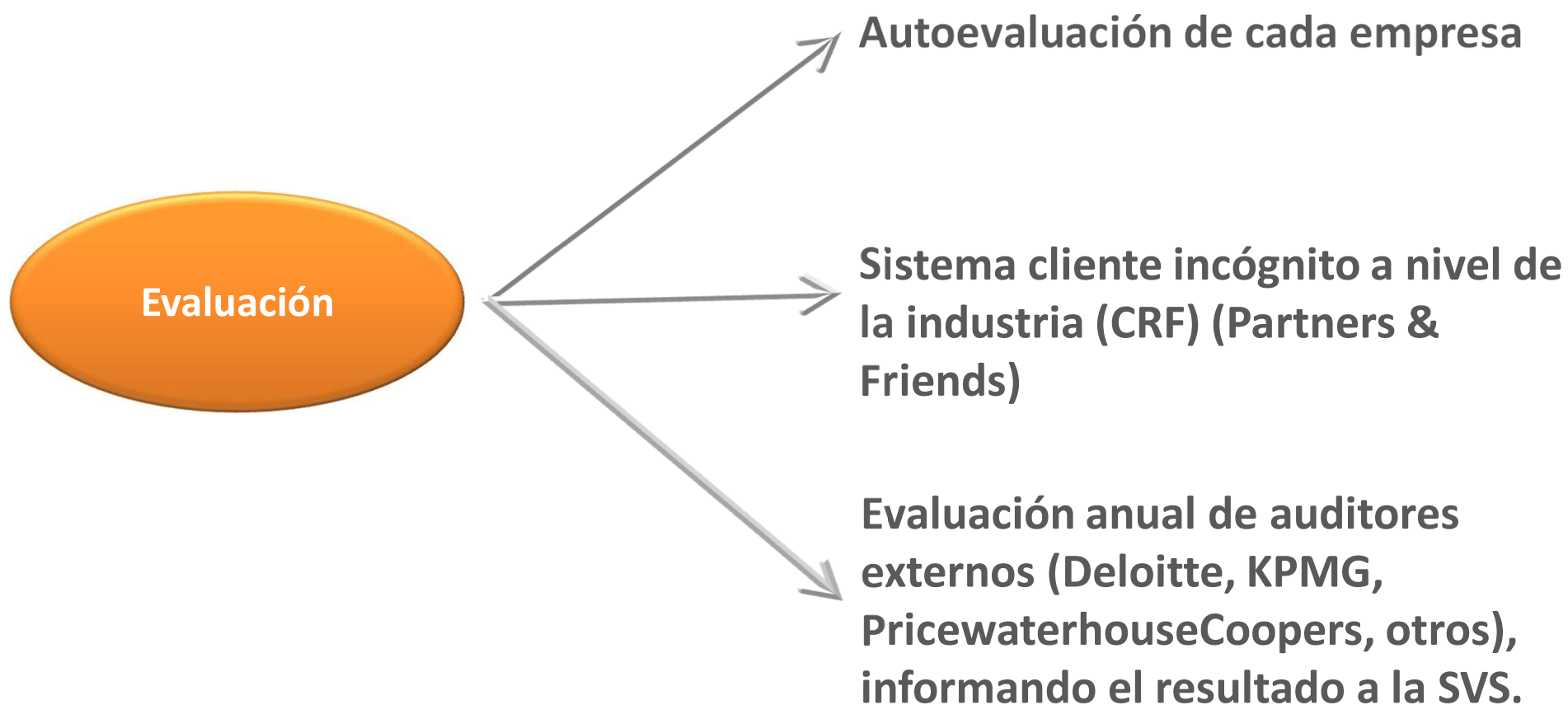
Acciones Realizadas



Acciones Realizadas



Acciones Realizadas



Acciones Realizadas



Instrucción a Supervisores de los términos de los acuerdos de auto regulación.

Entrega y difusión de Script para las FFVV.

Implementación de herramientas de Educación a Distancia
E- learning.

Nueva Regulación del Contrato de Seguro

- Se actualizó la normativa legal reconociendo practicas comerciales ya existentes, como por ejemplo: Uso de póliza colectivas, Ventas por Canales a Distancia, etc.
- Se reguló legalmente aspectos que sólo tenían regulación administrativa, como por ejemplo, derecho a retracto en ventas a distancia, devolución de primas por término anticipado de la póliza, etc.
- Contempló una decidida protección al asegurado, por medio de:
 - Establecer que las normas son irrenunciables.
 - Modificación de los plazos de prescripción .
 - Devengamiento proporcional de la prima.
 - Derecho a la renuncia de la póliza por parte del asegurado
 - Restricciones para que el asegurador ponga termino anticipado a la póliza

Nueva Regulación del Contrato de Seguro



EL FOCO ESTÁ EN EL CLIENTE

Nuevos Desafíos

- Mejorar la coordinación entre los corredores y las compañías para lograr liquidaciones mas rápidas para los clientes.
- Diseño de más productos de fácil entendimiento y contratación.
- Mejorar la información que se entrega a los asegurados y desarrollar programas de educación al asegurado.

Nuevos Desafíos



- Consolidar al Retail como área multiproducto y multicanal, donde la clase media pueda cubrir todas sus necesidades de aseguramiento.
- Profundizar la relación con el regulador, de manera de mejorar continuamente los desafíos que se vayan planteando.