

Conducta de Mercado:

Avances regulatorios en Chile y
desafíos para la supervisión de
seguros

El entorno en el que se mueve el sector asegurador

En la actualidad existe un debate político, técnico y social, tanto en Chile como a nivel internacional, respecto de tendencias globales que están generando transformaciones importantes en la actividad aseguradora y, en consecuencia, en la agenda de los reguladores.

- ✓ Cambios demográficos (longevidad), desarrollo de las nuevas tecnologías (Insurtech), un entorno cambiante (climáticos, etc.) y la convergencia regulatoria a nivel internacional.
- ✓ **Especial relevancia tiene profunda transformación que ha tenido lugar en los últimos años en los hábitos de consumo e intermediación financiera.**



Hidekichi Miyazaki, récord mundial de 100 metros en la categoría de más de 90 años

Una década de fuerte expansión del mercado asegurador en Chile

Principales actores mundiales están en Chile

75% CSG y **32% CSV**

Desde 2016, **6** compañías han solicitado licencia y **6** han cambiado controlador

Mensualmente se pagan **580 mil** rentas vitalicias

Prima Directa

130% aumento en 10 Años

Prima directa **USD 13.4 Bn** en 2017 (USD 6.8 Bn en 2007)

USD 64.3 Bn

Inversiones

88% de crecimiento en 10 años

Prima per Cápita: **4.6%** PIB en Chile

USD 731 en 2017 (USD 290 en 2006)

1,5% PIB

Sin Rentas Vitalicias

Líder en Latam
Brecha frente a mercados desarrollados (EEUU USD 4.100 7,3% del PIB)

Esquema tradicional: Cumplimiento normativo

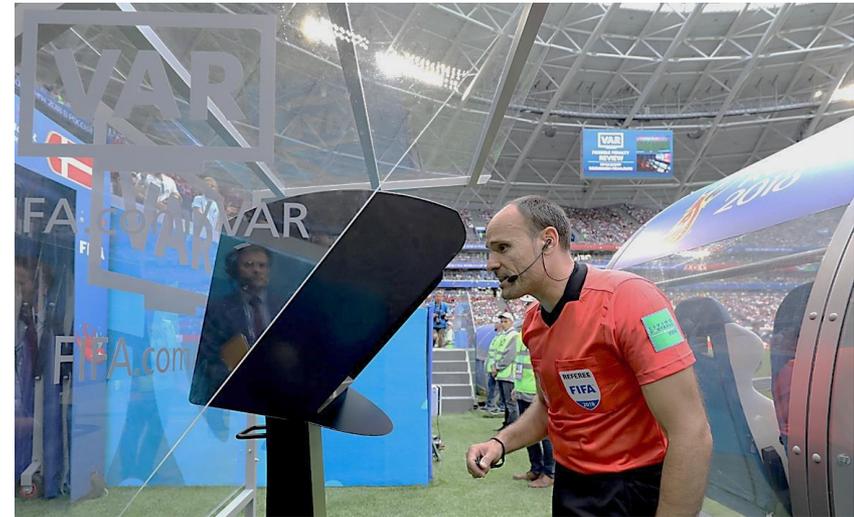
En el marco tradicional, el regulador monitorea que los fiscalizados cumplan con los requisitos y exigencias para:

- ✓ Mantenerse inscritos en los registros que lleva la CMF,
- ✓ Cumplan la normativa aplicable para las actividades que desarrollan y
- ✓ En caso de detectarse incumplimientos se procede a aplicar las medidas y/o sanciones que correspondan.

Esto usualmente se conoce como un
"Modelo de supervisión basado en normas".

Objetivos principales de supervisión de CdM en Chile

- ✓ Oferta de Seguros y Depósito de Pólizas.
- ✓ Obligaciones sobre publicidad, promoción e información al asegurado y contratante.
- ✓ Actuación de agentes de ventas, corredores de seguros y asesores previsionales.
- ✓ Proceso de liquidación de siniestros.
- ✓ Resolución de conflictos entre compañías, contratantes y asegurados y de atención de reclamos.



Pero el foco principal está...

En la comercialización de los siguientes seguros:

- ✓ **Rentas Vitalicias** y Sistema de Consulta y Ofertas de Montos de Pensión (SCOMP).
- ✓ Seguros Asociados a Créditos Hipotecarios y sus licitaciones.
- ✓ **Seguro de Invalidez y Sobrevivencia** para los afiliados al sistema de AFP y sus licitaciones.

Deber de asesoría de las aseguradoras en la comercialización

Cuando el seguro fuere contratado en forma directa, sin intermediación de un corredor, es obligación del asegurador:

- ✓ Prestar **asesoría al asegurado**
- ✓ Ofrecerle las **coberturas más convenientes** a sus necesidades e intereses,
- ✓ Ilustrarlo sobre las **condiciones del contrato** y
- ✓ Asistirlo **durante toda la vigencia**, modificación y renovación del contrato y al momento del siniestro.



Esta norma legal impone una fuerte responsabilidad a las aseguradoras en asesoría en la comercialización

Limitaciones del enfoque de supervisión basado en normas

- ❖ Dificultad de normar ante la creciente complejidad de los mercados y productos, líneas de negocios, tipos de seguros, canales de comercialización.
- ❖ Escaso efecto preventivo.
- ❖ No atiende a la calidad de la gestión del fiscalizado para prevenir incumplimientos o evitar malas prácticas.
- ❖ No permite priorizar y focalizar adecuadamente los recursos escasos de supervisión.

Orientación de la agenda de supervisión de CdM en Chile: Principios IAIS

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 18: Intermediarios

El supervisor establece y exige requerimientos para el comportamiento de intermediarios de seguros, a fin de garantizar que conduzcan su negocio de una manera profesional y transparente.

¿Respuesta? Fortalecer un esquema de supervisión basado en las mejores prácticas



El objeto es **prevenir y gestionar**, cuando no es posible la prevención, los riesgos que surgen de que una **aseguradora o corredor realicen sus actividades de manera inadecuada** con los asegurados, afectando la integridad de la actividad de seguros y la confianza pública en el sector en su conjunto.

Nuevo esquema de Supervisión de CdM

**Nivel 1
Regulatorio**



**Requerimientos
mínimos de CdM**

Estándares a partir de:

- ✓ Legislación del contrato de seguros, DFL N° 251.
- ✓ Regulación administrativa.
- ✓ **Principios y buenas prácticas de Conducta de Mercado.**

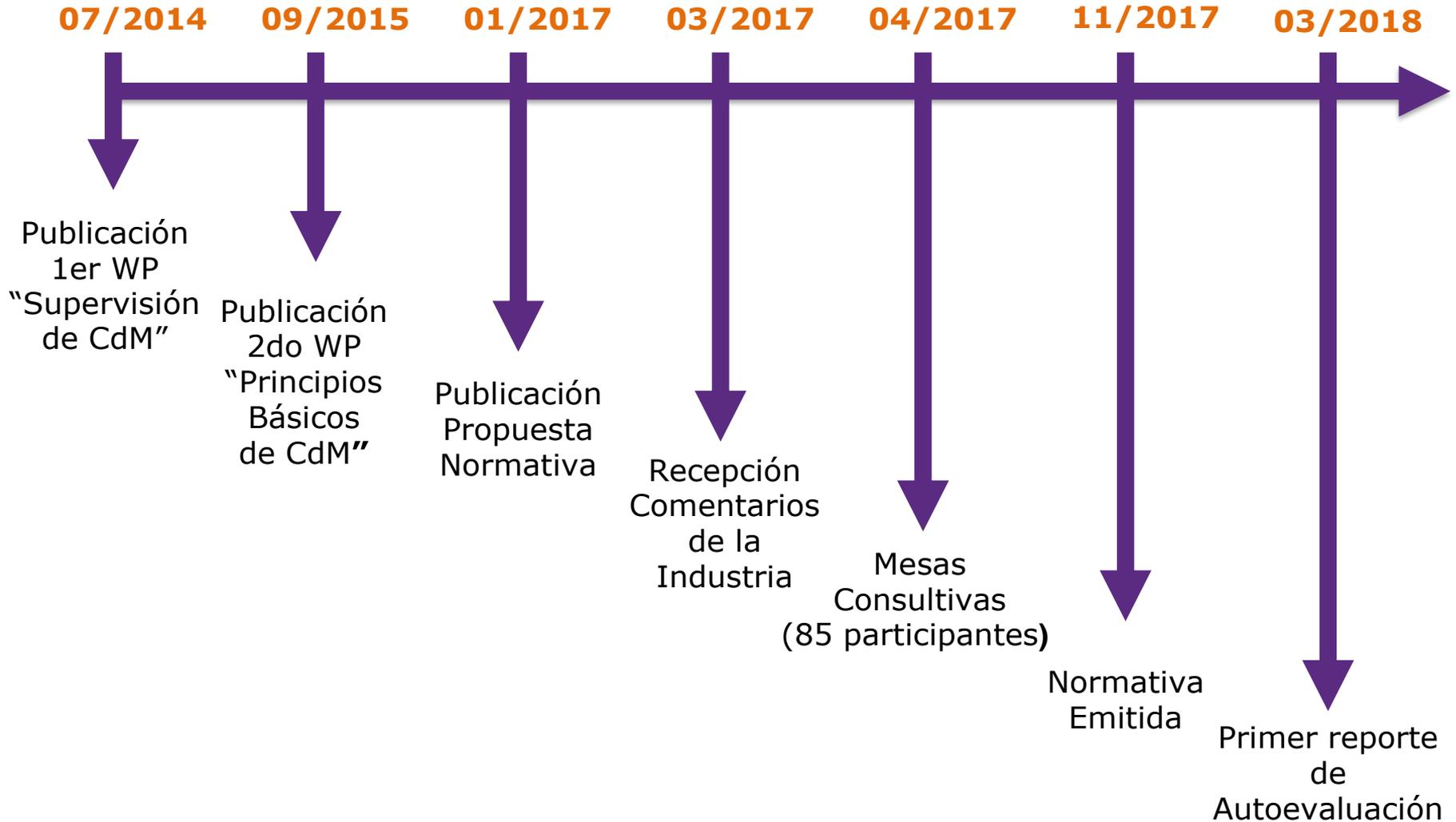
**Nivel 2
Supervisión**



**Proceso de
evaluación de
riesgos y
actividades de
mitigación**

**Enfoque de supervisión
basado en riesgo para
CdM.**

Línea de tiempo: desarrollo del proceso regulatorio basado en principios de CdM



Primer paso: autoevaluación

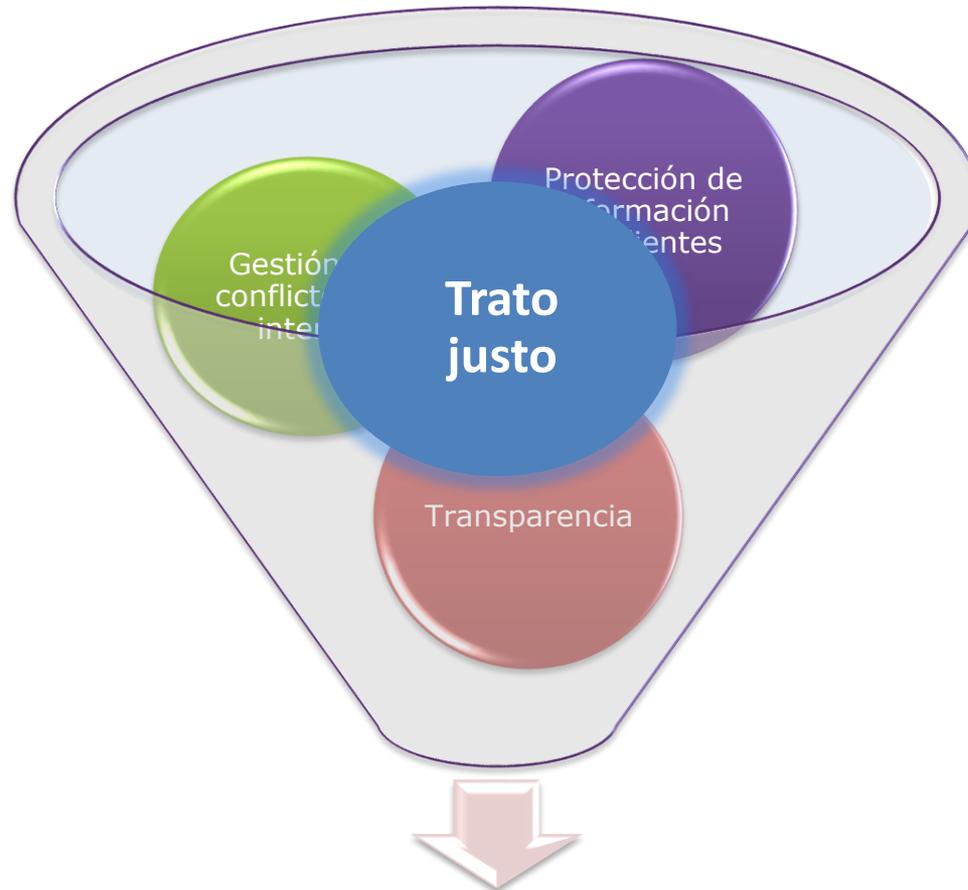
En octubre de 2017 la CMF emitió la NCG N° 420 que establece la autoevaluación sobre los principios básicos y buenas prácticas en materia CdM de la industria aseguradora.

- ✓ Herramienta de diagnóstico.
- ✓ Determinación de brechas en el cumplimiento.
- ✓ Supervisión de los planes de acción de reducción de brechas entregados por las compañías y corredores.



Todos los anteriores inputs constituirán la base para el desarrollo del marco normativo de supervisión en materia de CdM.

Cuatro principios básicos de Supervisión de Conducta de Mercado



Principios a través de una norma de buenas prácticas, que considera un estándar superior al normativo vigente, y que, por lo mismo, constituye una guía de hacia donde debería desarrollarse la actividad, en aras a desarrollar el mercado.

Principio 1: Trato Justo

- ✓ Asesoría de calidad, que tome en cuenta los intereses de los clientes.
- ✓ Proporcionar **información adecuada**, clara, oportuna y veraz para una correcta comprensión de los productos y servicios ofrecidos, antes, durante y después de la venta.
- ✓ Ofrecer productos adecuados a las **necesidades reales** de los clientes.
- ✓ La oferta de seguros dirigida al **segmento de clientes** para el cual se diseñó el producto.
- ✓ Adoptar medidas para garantizar la calidad en la asesoría, y que permita a los clientes **adoptar decisiones informadas**.

Principio 2: Gestión de conflictos de interés

- ✓ **Independencia de los corredores de seguros** respecto a la compañía de seguros en su labor.
- ✓ Se deberán mitigar las hipótesis de conflictos de interés, pero cuando esto no sea posible se deberán gestionar adecuadamente.
 - Una forma de gestionarlos es informar y transparentar al potencial asegurado la existencia del conflicto, antes de brindarle asesoría o venderle un producto, con ocasión de un siniestro, o cuando se tenga conocimiento del mismo si éste ocurre posteriormente.
- ✓ **Evitar establecer acuerdos comerciales**, metas u objetivos con las compañías de seguros, **que limiten su función independiente.**

Principio 3: Protección de la información de los asegurados

- ✓ En la actividad aseguradora, la seguridad de la información es importante dado que la recopilación, almacenamiento y procesamiento de la información involucra una cantidad significativa de información financiera, médica y personal.
- ✓ **La salvaguardia de datos financieros y personales es una de las principales responsabilidades de la industria de servicios financieros.**
- ✓ Las entidades deberán adoptar todas las medidas necesarias para proteger la información personal y financiera de sus clientes, resguardando su confidencialidad.



Principio 4: Promoción del desarrollo del mercado a través de la transparencia

- ✓ **Prácticas de negocio transparentes**, de acuerdo a criterios éticos.
- ✓ Contribuir a su educación financiera en materia de seguros, a través de la entrega de una asesoría de calidad que contemple una detallada **explicación de los componentes técnicos y financieros de los productos vendidos**.



Elemento central: Involucramiento del gobierno corporativo de la aseguradora

- ✓ El **Directorio y la alta gerencia** de las aseguradoras y corredores de seguro, según corresponda, **serán los responsables del cumplimiento de los cuatro principios** mencionados.
- ✓ Deberá **aprobar las políticas que los implementan y monitorear su cumplimiento**, de modo de velar por que los clientes reciban un trato justo, mientras que la administración deberá establecer los procedimientos para una correcta implementación de dichos principios.

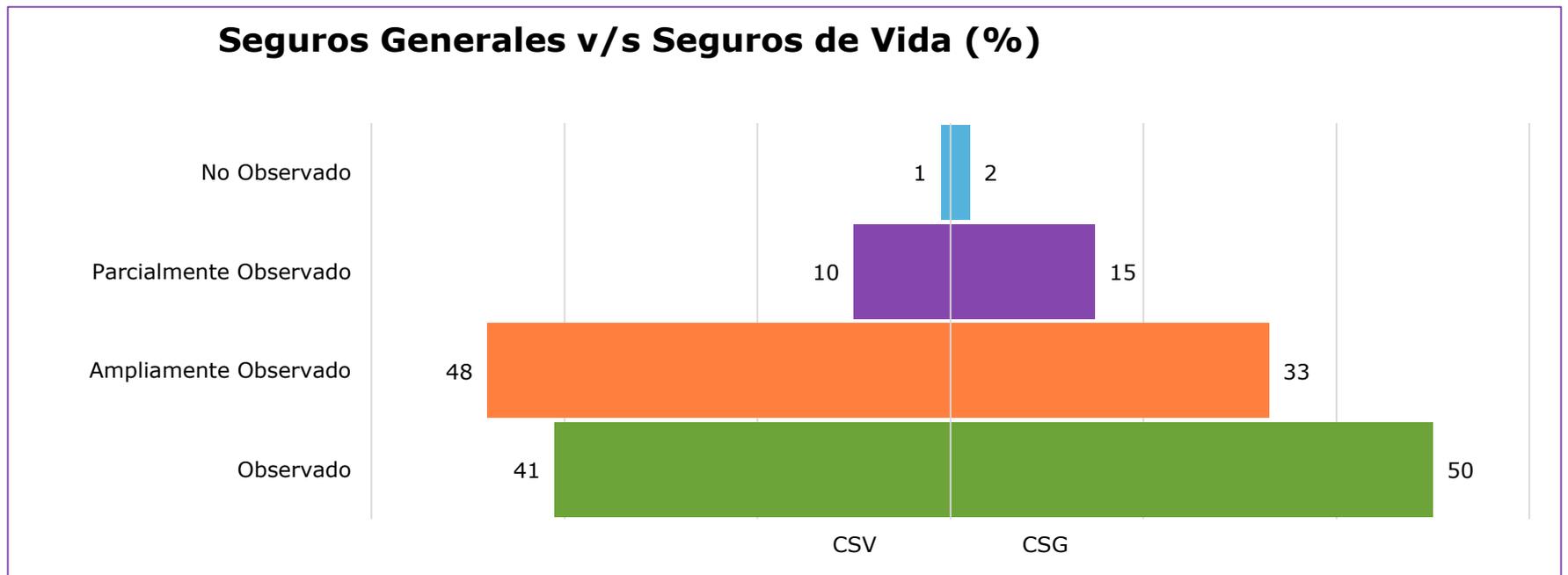
Primer ejercicio de autoevaluación de Conducta de Mercado

Entidades participantes en el proceso de Autoevaluación

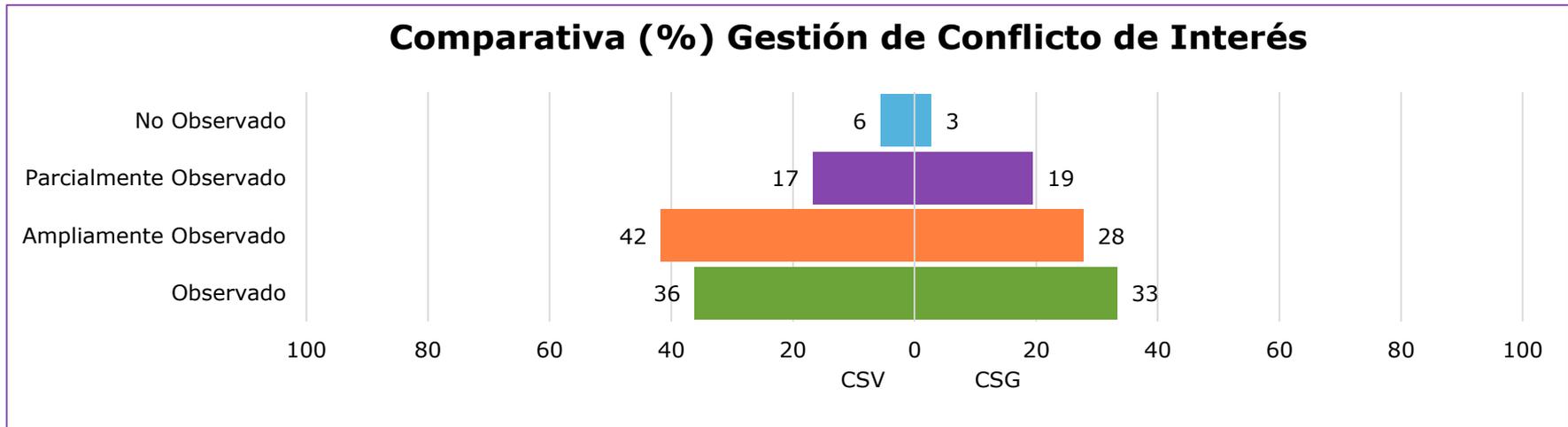
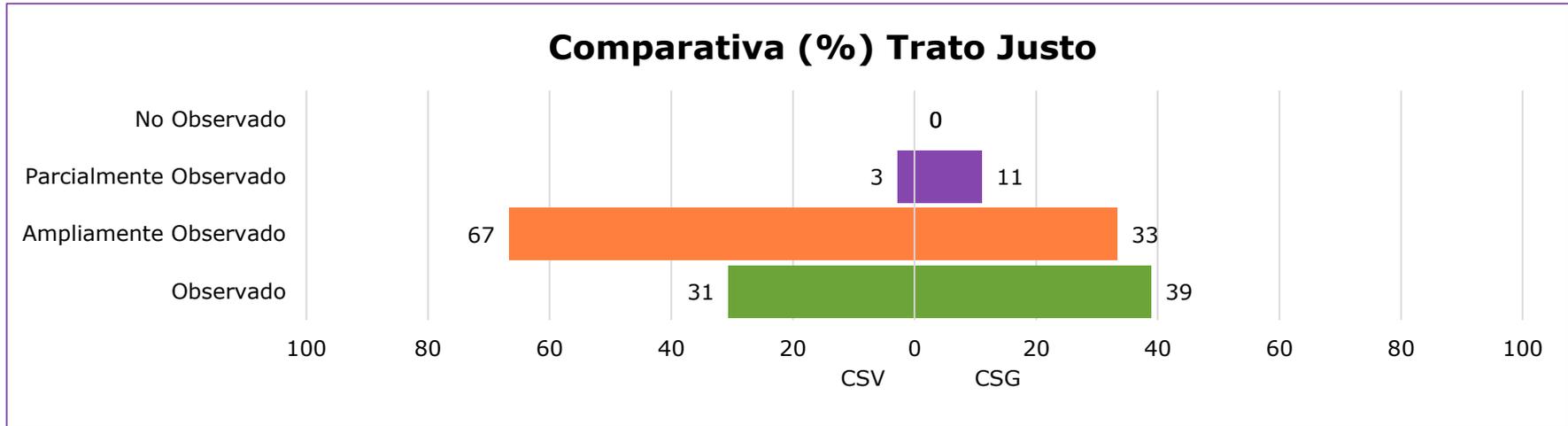
Entidades	Obligadas a Reportar	Que reportaron	% Participación
Compañías de Seguros	66	66	100%
Corredores de Seguros	36	34	94%
Total	102	100	98%

Entidades quedaron fuera del proceso estadístico, por falta de información o fusiones.

Resultados comparativos Seguros Generales v/s Vida (%)

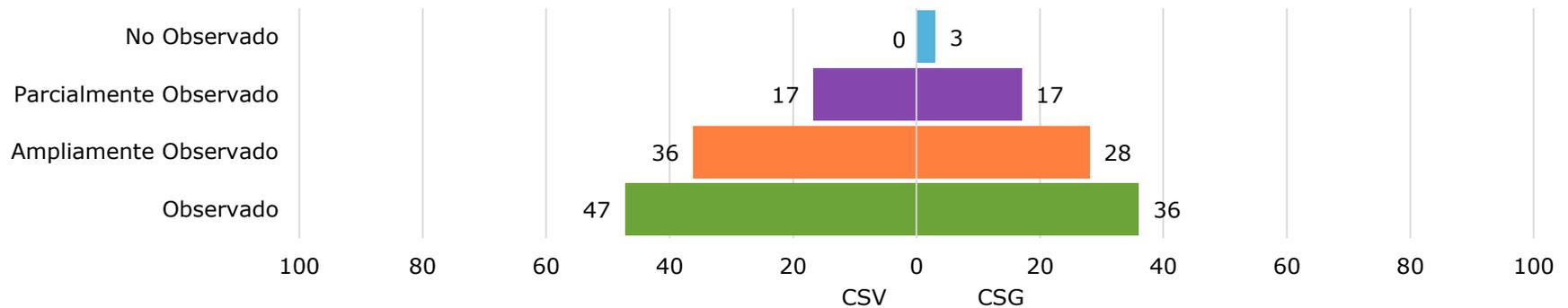


Resultados comparativos Seguros Generales v/s Vida por principios (%)

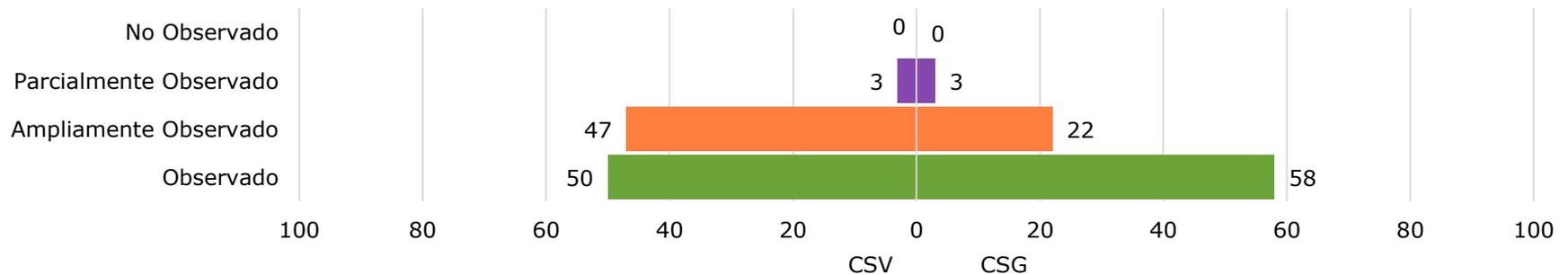


Resultados comparativos Seguros Generales v/s Vida por principios (%)

Comparativa (%) Protección de la Información del Cliente

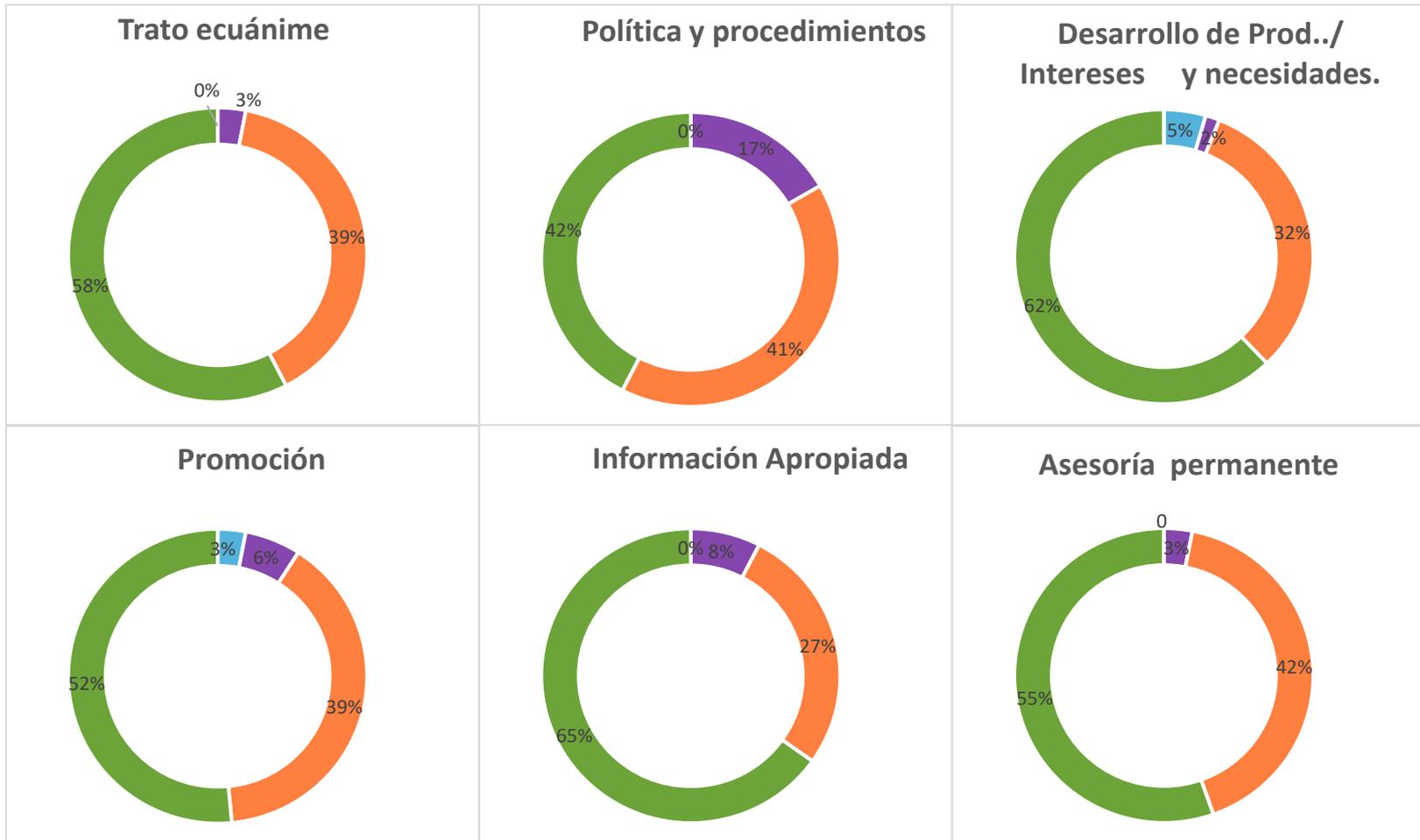


Comparativa (%) Promoción del desarrollo de Mercado a través de Transparencia



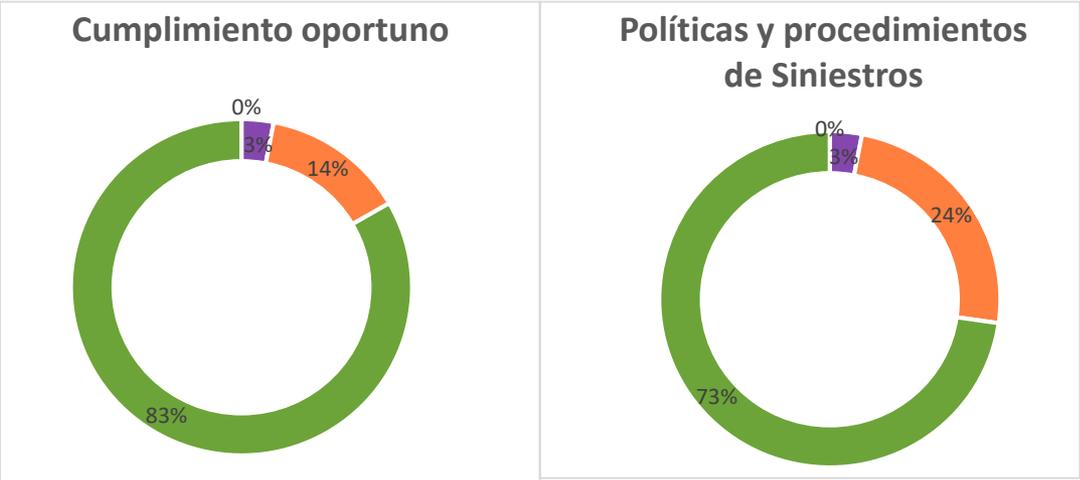
Zoom de respuestas aplicadas por principio

Trato Justo



Zoom de respuestas aplicadas por principio

Trato Justo



Zoom de respuestas aplicadas por principio

Gestión de Conflicto de Interés

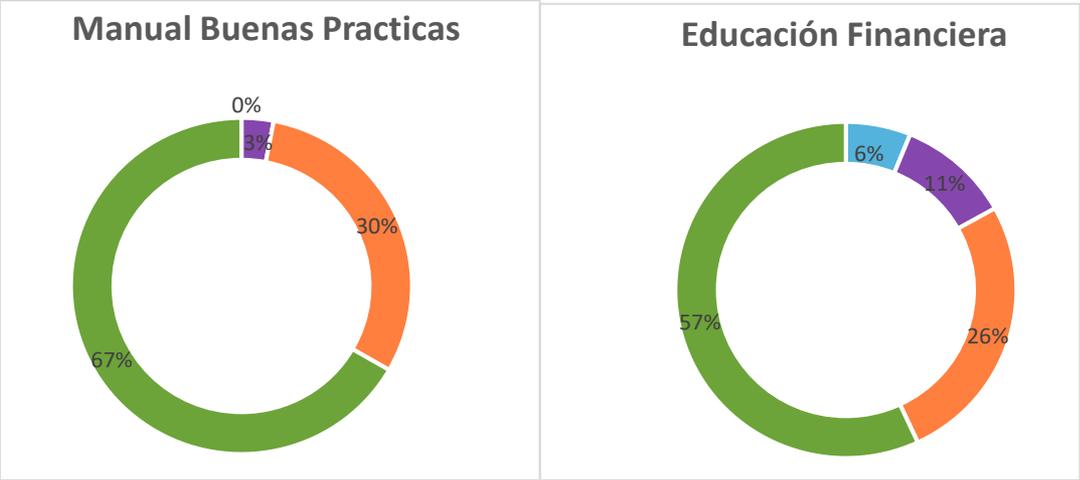


Protección de la Información del Cliente



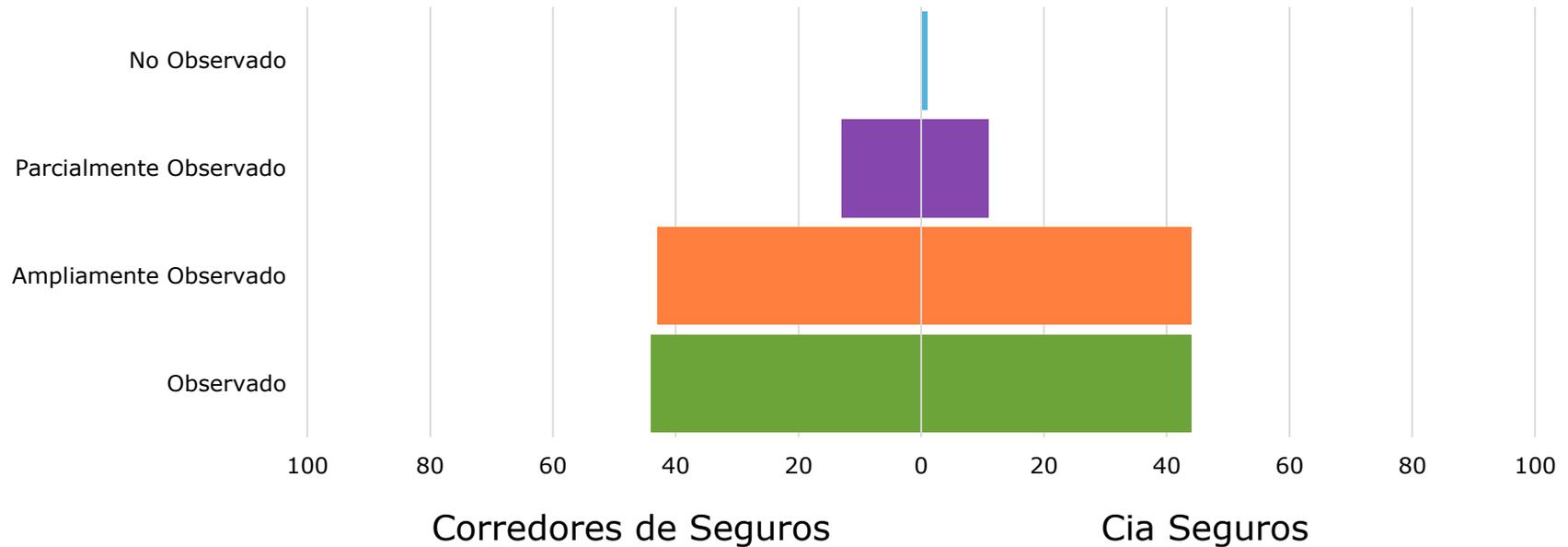
Zoom de respuestas aplicadas por principio

Promoción del desarrollo de Mercado a través de Transparencia

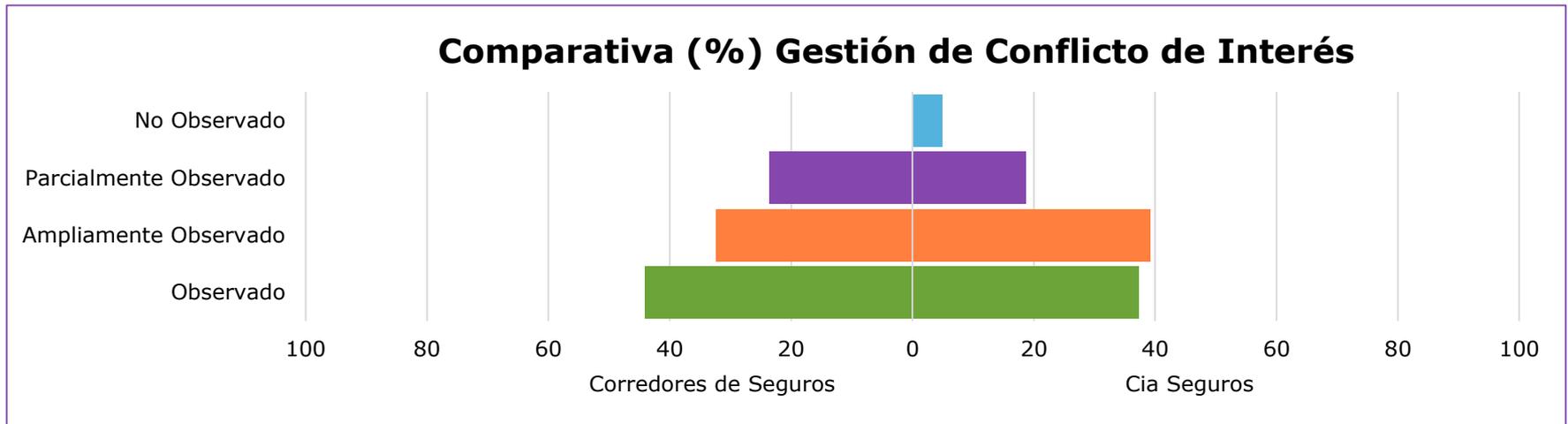
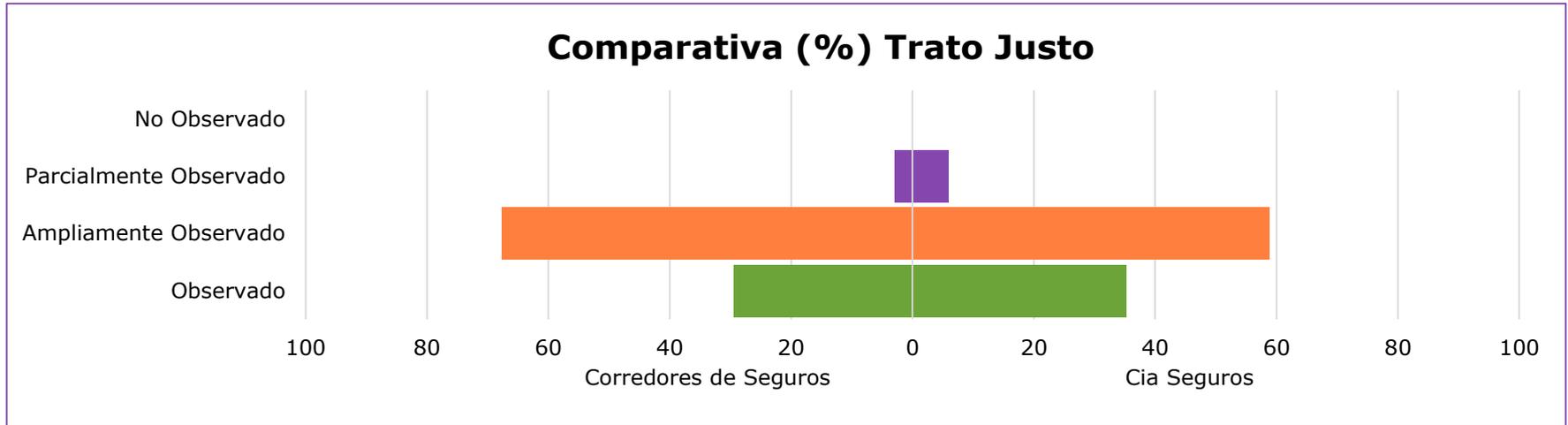


Resultados comparativos compañías y Corredores de Seguros (%)

Comparativa (%) Cía Seguros vs Corredores de Seguros (%)

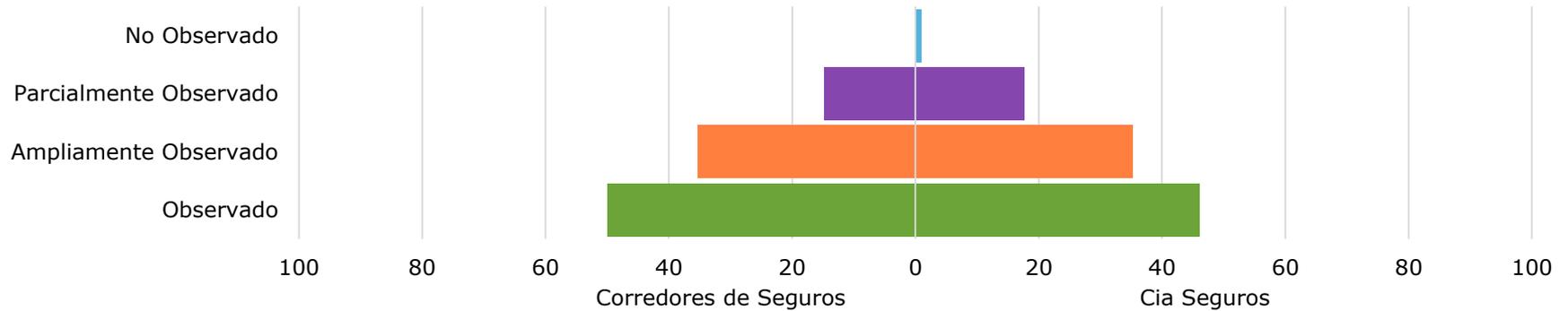


Resultados comparativos compañías y Corredores de Seguros por principios (%)

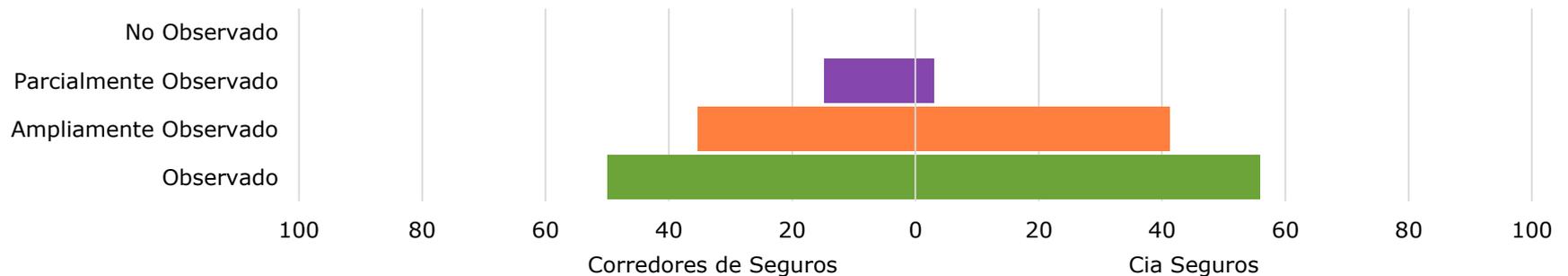


Resultados comparativos compañías y Corredores de Seguros por principios (%)

Comparativa (%) Protección de la Información del Cliente



Comparativa (%) Promoción del desarrollo de Mercado a través de Transparencia



Primeras aproximaciones de este ejercicio

Participo el **98%** de las entidades. (102 Entidades obligadas a reportar).

Se detectaron **brechas** entre lo esperado y la información recibida de algunas entidades.

Se percibió una **favorable autoevaluación en las respuestas** de las entidades en base a lo visto en la actualidad en el mercado, especialmente en:

Metodología utilizada inapropiada

Justificaciones incompletas.

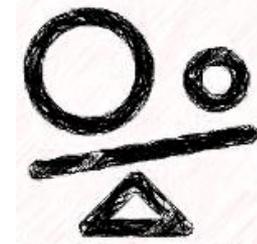
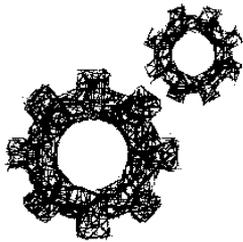
Planes de acción sin profundidad

Rentas vitalicias

Asesoría a los asegurados

Conflictos de interés

¿Qué viene?



Establecer metodología que permita supervisar y alinear a las distintas entidades con el objetivo reducir las brechas entre su situación actual y las buenas prácticas a nivel internacional.

- ✓ El desarrollo de un modelo de supervisión de CdM es un desafío muy valioso para la CMF. El ejercicio de autoevaluación, levantamiento de brechas y revisión de planes de acción serán importantes insumos para desarrollar una metodología.
- ✓ A través de esta agenda de CdM la CMF no persigue eliminar las normas y la obligación de su cumplimiento que tienen los agentes, sino complementar dicho marco, y llevar a cabo una evaluación de la calidad de la gestión, del gobierno corporativo y, en un contexto más amplio, de la cultura aseguradora, a objeto de desarrollar un modelo preventivo y flexible en materia de conducta de mercado.

- ✓ Lo anterior, no implica renunciar a la potestad de enforcement de la CMF, que continuará aplicándose en las situaciones y casos que correspondan.
- ✓ El mejoramiento de las prácticas de CdM a lo largo de todos los ciclos del negocio, permitirá a las compañías atender las necesidades de un consumidor empoderado, cada vez más consciente de su influencia personal y la que ejerce en el colectivo, lo que le permite incidir en su entorno, sobre todo a través del uso de nuevas tecnologías.

- ✓ Un salto en la percepción de la ciudadanía en lo que se refiere a la CdM de las aseguradoras e intermediarios contribuye a mejorar la confianza de la industria como un todo, pilar fundamental para impulsar las tasas de crecimiento del mercado asegurador.
- ✓ Adecuados sistemas de gestión de riesgos y gobiernos corporativos involucrados en CdM, deberían disminuir los casos en que estos riesgos se materialicen, deriven en sanciones y, más grave que eso, deterioren el activo más relevante de la industria: la confianza.

Conducta de Mercado:

Avances regulatorios en Chile y
desafíos para la supervisión de
seguros