



SUPERINTENDENCIA  
VALORES Y SEGUROS

# Seminario Supervisión de Conducta de Mercado para Compañías de Seguros, Banca Seguros y Retail

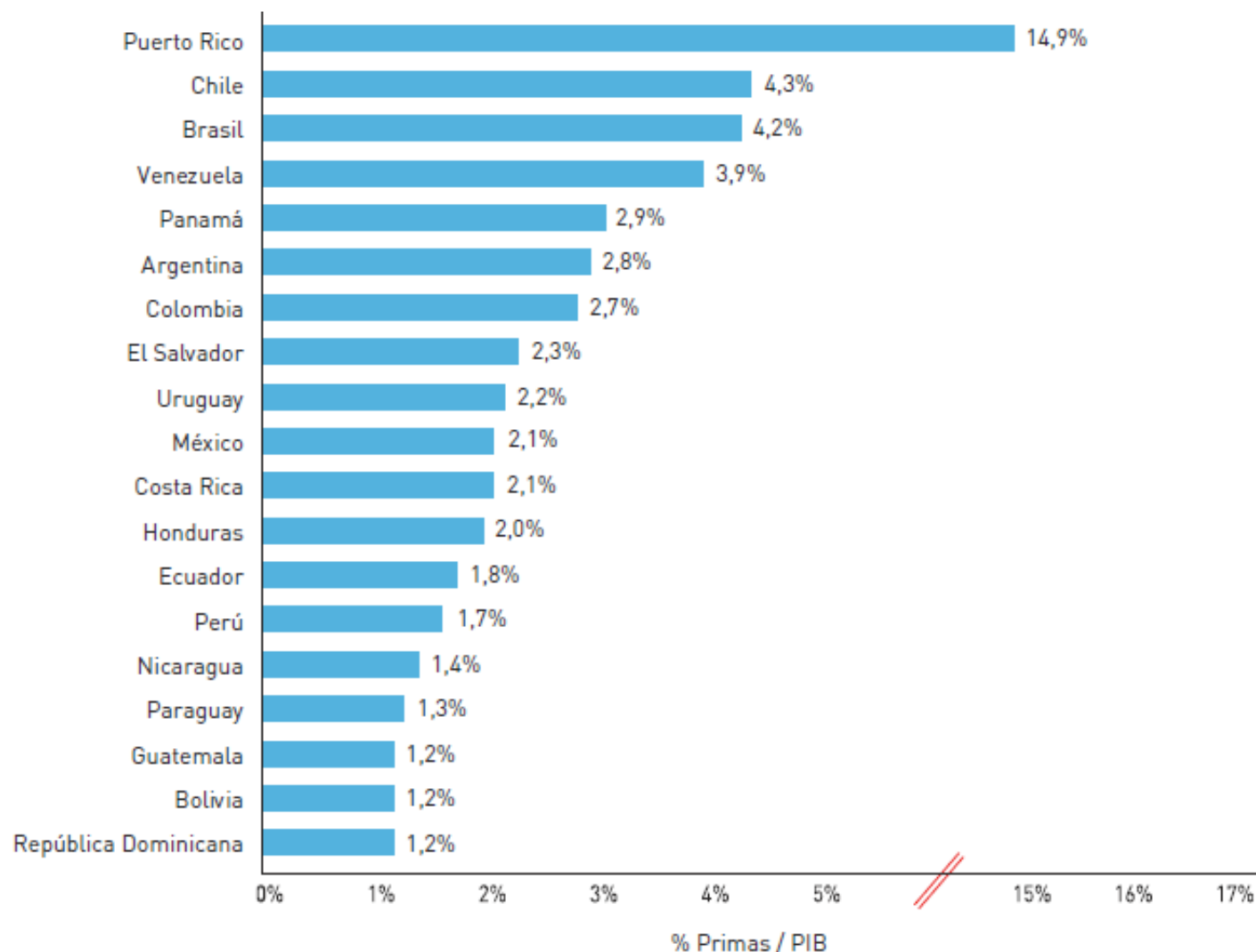
OSVALDO MACÍAS M.  
INTENDENTE DE SEGUROS

Julio 2015

- Introducción
- Regulación y supervisión actual de CdM
- Nuevo enfoque de regulación y supervisión de CdM.
- Observaciones del mercado al documento de CdM.

- **Introducción**

# Penetración del Seguro 2013 L.A.

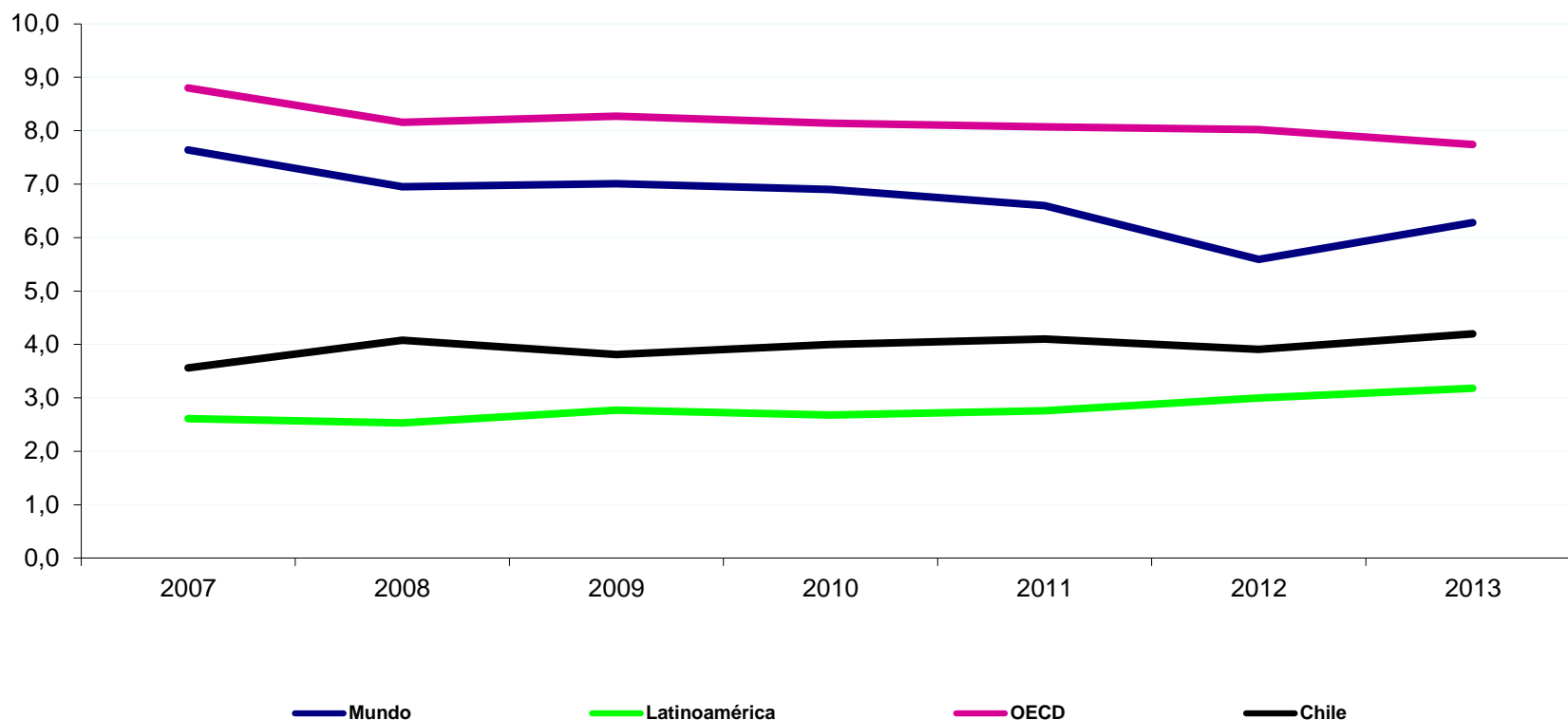


Fuente: Informe "El Mercado Asegurador Latinoamericano. 2013-2014". Fundación MAPFRE.

# Penetración del seguro en países desarrollados y en desarrollo

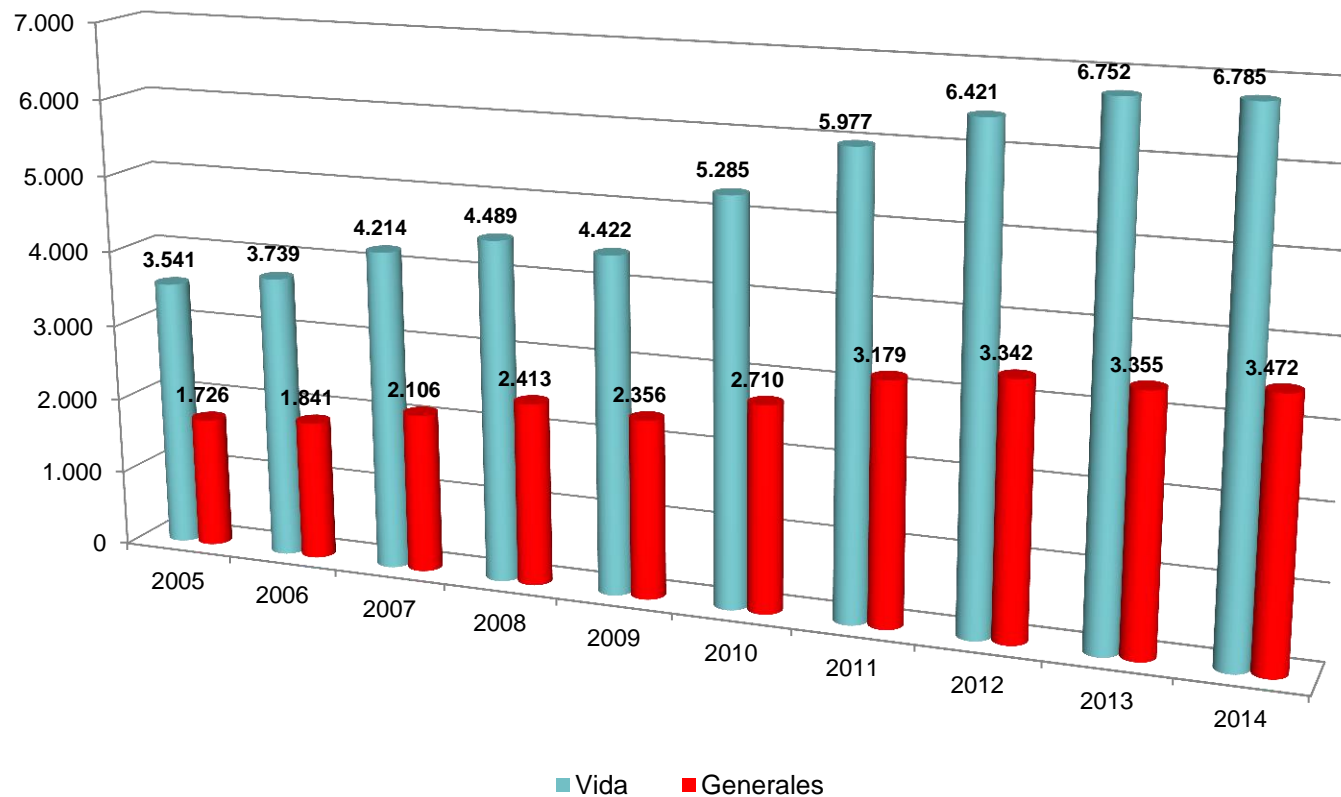


- Penetración del seguro (Prima en % del PIB)



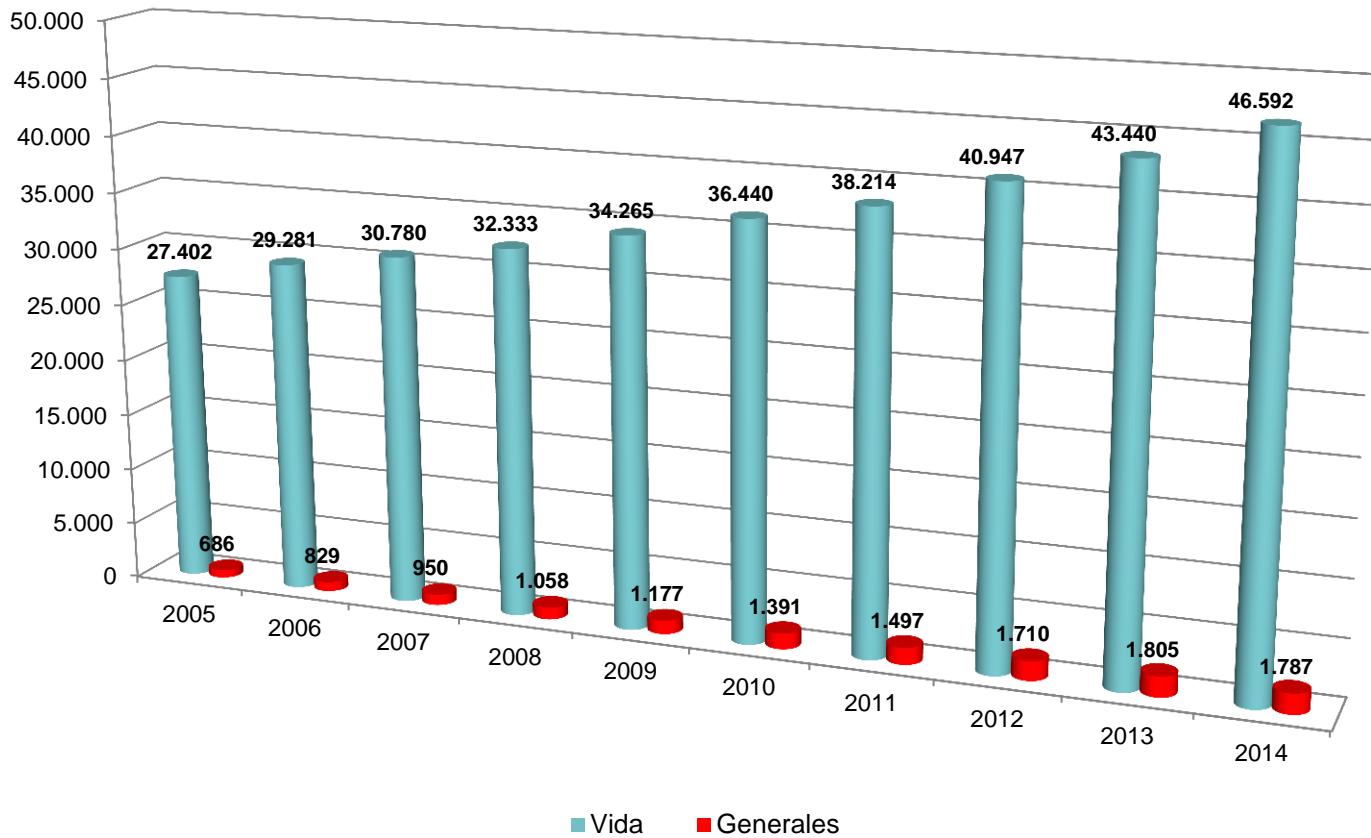
Fuente: Informe Swiss Re "Sigma".

# Primas directas de seguros en MMUSD a dic 2014



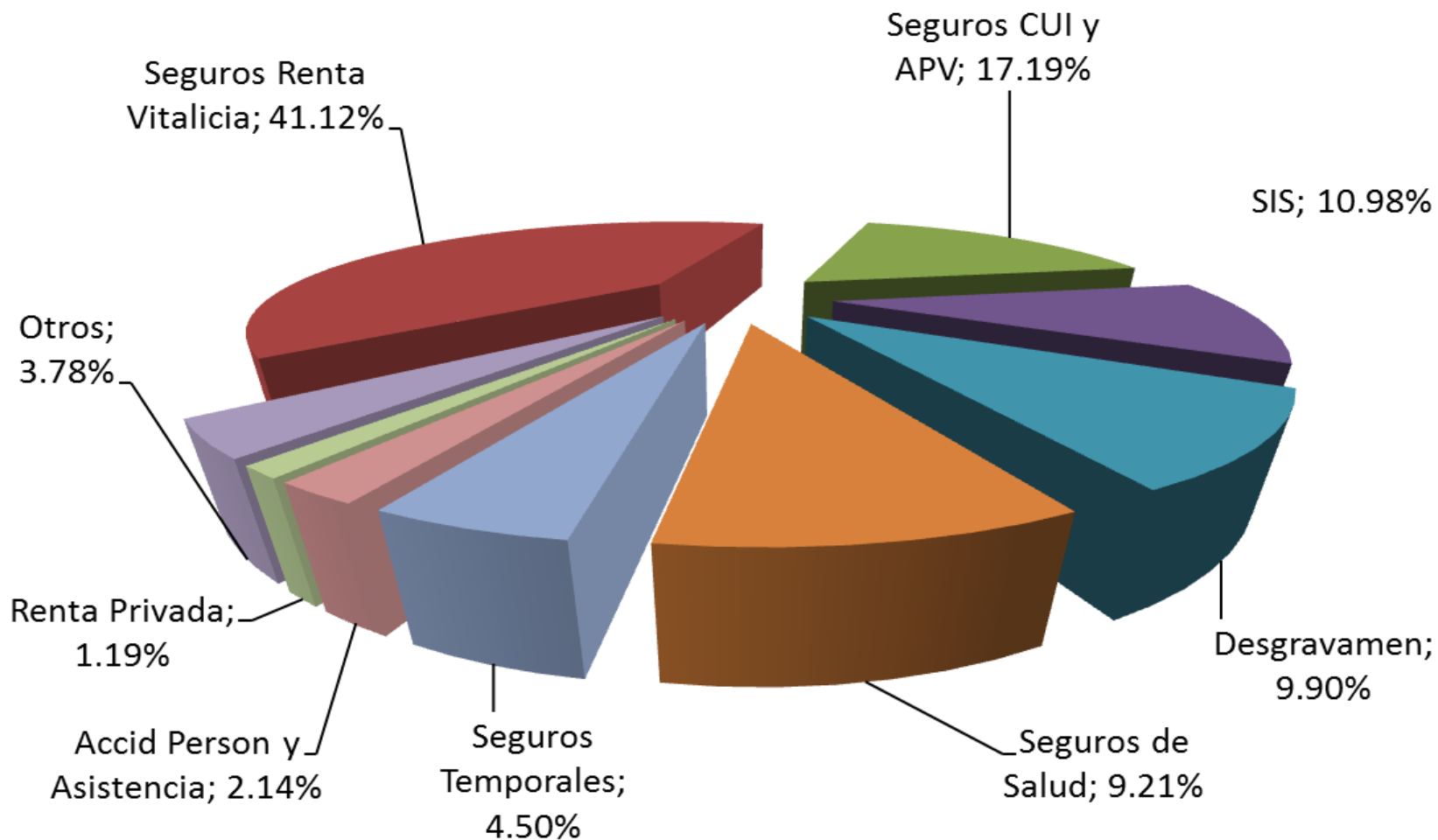
Crecimiento de las Primas Directas 2005-2014	
Vida	91.6%
Generales	101.1%
Total Mercado	94.8%

# Inversiones de aseguradoras en MMUSD a dic 2014



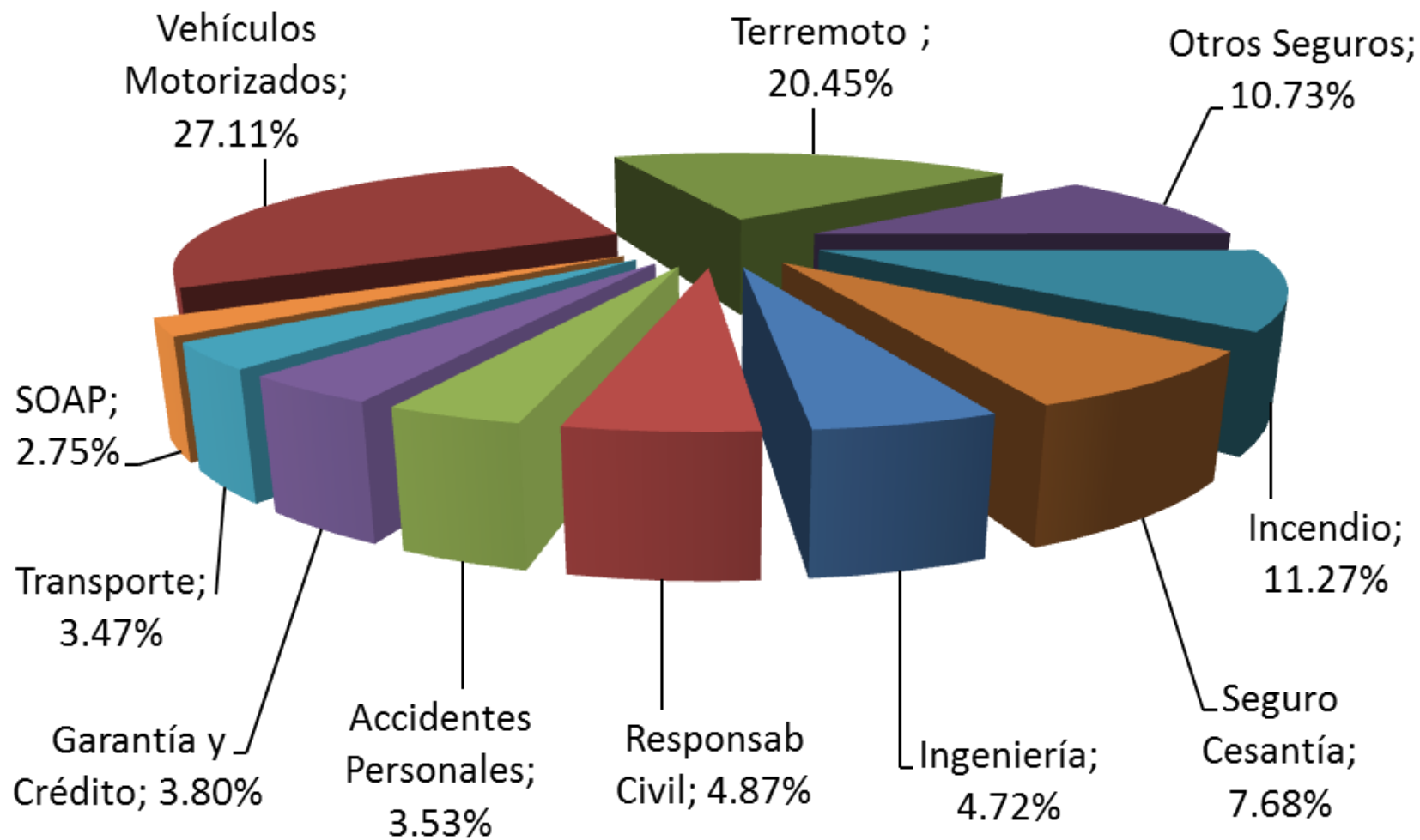
Crecimiento de las Inversiones 2005-2014	
Vida	70.0%
Generales	160.3%
Total Mercado	72.2%

# Distribución de Primas de Vida a dic 2014





# Distribución de Primas Generales a dic 2014

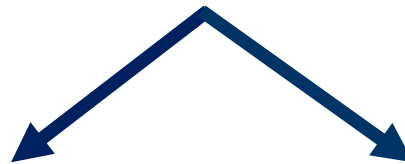


# Introducción

- Mercado en constante crecimiento.
- Regulación y supervisión deben también evolucionar.
- CONFIANZA es fundamental para el desarrollo del seguro.
- Se debe crecer sobre bases sólidas.

- Regulación y supervisión actual de CdM

El sistema de regulación y supervisión de seguros chileno se basa en dos conceptos claves:



## SOLVENCIA

*Las aseguradoras poseen recursos financieros suficientes para cumplir con sus obligaciones con los asegurados dentro de un sistema financiero estable y competitivo*

## CONDUCTA DE MERCADO

*Establecer una regulación y supervisión que permita la protección de los derechos de los asegurados*

# Regulación y Supervisión actual de CdM

- La SVS ha modernizado su enfoque de supervisión de solvencia, estableciendo un modelo de SBR para las compañías de seguros.
- Ha estudiado la experiencia nacional e internacional de CdM para proponer un modelo de supervisión similar al enfoque aplicado en solvencia.

## Definición de CdM:

- Corresponde a las mejores prácticas que deben considerar en el mercado de seguros los diversos agentes que participan en él, tendientes a la protección de los derechos de los asegurados y público en general, considerando aspectos tales como trato justo y transparencia en la comercialización de los seguros, el pago de las indemnizaciones y otros beneficios asociados a éstos.

# Regulación y Supervisión actual de CdM

- En el marco actual de CdM, el regulador monitorea que los fiscalizados cumplan con los requisitos y exigencias para:
  - ✓ Inscribirse y mantenerse inscritos en los registros que lleva la Superintendencia,
  - ✓ 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 se conoce como un  
“modelo de supervisión basado en normas”.**

- Principales regulaciones del modelo actual:
  - ✓ 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.

- Ley de Rentas Vitalicias: Sistema de Consultas y Ofertas de Montos de Pensión (SCOMP); Limitación Comisión de Intermediación; Creación de Asesores Previsionales
- Ley de Licitación Seguros asociados a créditos Hipotecarios
- Ley Sistema de Consultas de Seguros (SICS)
- Decreto Supremo Auxiliares del Comercio de Seguros y Procedimiento de Liquidación de Siniestros
- Legislación del contrato de seguro contenida en el Código de Comercio



# Limitaciones del enfoque actual de supervisión



- 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.

- Nuevo enfoque de regulación y supervisión de CdM.

- Incorpora un conjunto de principios y establece guías para la regulación y supervisión de CdM.
- Considera emitir una norma de buenas prácticas de CdM y Autoevaluación por parte de las compañías y demás agentes del mercado.
- Prioriza la supervisión de agentes o materias con mayor riesgo potencial, por impacto en consumidores, asegurados o público en general.
- Refuerza que los participantes en la industria de seguros establezcan Gobiernos Corporativos efectivos, que integren la protección y trato justo a los asegurados a la Cultura Organizacional.

# Nuevo enfoque de Regulación y Supervisión de CDM

**NIVEL 2  
SUPERVISIÓN**

PROCESO DE EVALUACIÓN DE RIESGOS Y ACTIVIDADES DE MITIGACIÓN

ENFOQUE DE SUPERVISIÓN BASADO EN RIESGOS PARA CONDUCTA DE MERCADO

**NIVEL 1  
REGULATORIO**

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE CONDUCTA DE MERCADO

- ❖ ESTÁNDARES A PARTIR DE:
  - LEGISLACIÓN DEL CONTRATO DE SEGUROS, DFL N° 251 Y DEMÁS LEGISLACIÓN APLICABLE.
  - REGULACIÓN ADMINISTRATIVA.
- ❖ **PRINCIPIOS Y BUENAS PRÁCTICAS DE CONDUCTA DE MERCADO**

- Promover el desarrollo del mercado.
- Fomentar el trato justo a los clientes.
- Mejorar la transparencia y la calidad de la información que se entrega.
- Promover que los agentes del mercado de seguros implementen mecanismos eficientes de gestión de riesgos en materia de CdM.
- Facilitar la supervisión del cumplimiento legal y regulatorio en temas de CdM.

- Promover que los asegurados y consumidores conozcan sus derechos y los procesos para efectuar consultas o reclamos y que reciban un trato justo en todas sus relaciones con los participantes del mercado de seguros.
- Mejorar la comprensión y administración de los riesgos que impactan a la CdM.
- Mejorar la eficiencia en la asignación de recursos del regulador, dando prioridad a aspectos de CdM que pudieran tener un mayor impacto en los consumidores o afectar a un gran número de ellos.

- Facilitar la identificación temprana o preventiva de situaciones o conductas que puedan atentar contra una adecuada CdM.
- Detectar oportunamente situaciones de CdM inadecuadas que pudieran afectar la solvencia de los fiscalizados.
- Dar cumplimiento a los principios internacionales de CdM.

# Principios básicos de supervisión de CdM

- El modelo comprende la definición de principios básicos, de normas aplicables, y de posibles medidas preventivas y correctivas tendientes a prevenir prácticas de conducta de mercado no deseadas o a modificarlas cuando éstas ocurran.

## Principios Básicos de Supervisión de Conducta de Mercado:

1. Trato justo a los clientes.
2. Gestión de conflictos de intereses.
3. Protección de la información de los clientes.
4. Promoción del desarrollo del mercado a través de la transparencia, la contribución a la educación financiera y el acceso al seguro.



## 1. Trato justo a los clientes

- Las entidades deben considerar los intereses y necesidades de sus clientes, adoptando mecanismos para asegurar un trato ético y honesto hacia ellos, dando especial énfasis en la relación con asegurados personas naturales, PyMes y otras organizaciones similares.

Comprende:

- ✓ Actuar con la debida idoneidad, cuidado y diligencia en el trato hacia los clientes.
- ✓ Desarrollar los productos y servicios teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los potenciales asegurados.
- ✓ Promocionar los productos y servicios de manera clara, justa y no engañosa, utilizando un lenguaje que facilite su comprensión.
- ✓ Brindar asesoría de calidad antes, durante y después de la venta.
- ✓ Cumplir las obligaciones del seguro, en forma justa, transparente y oportuna, tomando en consideración las necesidades de los clientes y el fiel cumplimiento de los compromisos asumidos con ellos.

## 2. Gestión de conflictos de intereses

- Se deben evitar los conflictos de intereses, pero cuando esto no sea posible se deben 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, o con ocasión de un siniestro.

## 3. Protección de la información de los clientes

- ✓ Identificando los riesgos y amenazas a la seguridad e integridad de la información.
- ✓ Contando con planes de contingencia que mitiguen los riesgos y el impacto de filtración o uso indebido.
- ✓ Desarrollando políticas y procedimientos de resguardo de la confidencialidad de la información.
- ✓ Capacitando a los colaboradores de las entidades e implementando controles internos para verificar su cumplimiento y contar con tecnología adecuada.

## **4. Promover el desarrollo del mercado a través de la transparencia, la contribución a la educación financiera y el acceso al seguro**

- ✓ Las entidades del mercado asegurador debieran integrar en sus políticas la observancia de prácticas de negocio transparentes.
- ✓ Dentro de su labor de asesoría y entrega de información a los clientes, es deseable que las entidades contribuyan a la educación financiera en materia de seguros y la inclusión o acceso al seguro de sectores tradicionalmente ajenos a sus beneficios.

- Observaciones del mercado al documento de CdM.

# Observaciones del mercado al documento de CdM



- Se recibieron comentarios de 10 entidades del mercado asegurador al primer documento de CdM.
  
- Los principales comentarios son los siguientes:
  - Plantea inquietud por ambigüedad o vaguedad de expresiones tales como “JUSTO” e “INJUSTO”, lo que pide “transformar en algo concreto e irrefutable, sobre bases objetivas”.
  
  - El documento señala que las compañías, además de tener “actuación ética y honorable”, deben “poner especial énfasis en los grupos o sectores más vulnerables”. Al respecto, estima que no corresponde a las compañías determinar, evaluar ni calificar la pertenencia de las personas a grupos vulnerables en la sociedad y que el actuar ético y honesto, debe ser igualitario, independiente de pertenencia o no de la persona a grupos vulnerables.

- Principales comentarios (Cont.):

- Plantea como excesivo que, dentro del concepto “suitability” del trato justo, el deber que el seguro otorgue “beneficios reales a un costo razonable”.
- Impracticabilidad de obligación de “tomar medidas razonables para comprobar la comprensión del cliente” de las recomendaciones entregadas por el intermediario; particularmente respecto a la contratación masiva de seguros o seguros colectivos.
- Educación financiera al asegurado: No es obligación legal que aseguradores y corredores eduquen al asegurado. Esta temática debe ser abordada con mayor detenimiento por su alcance, las responsabilidades que pudieran surgir y los criterios de objetividad para su evaluación.

- Principales comentarios (Cont.):
  - Suitability: Desde lo ético ¿es correcto que el intermediario sea evaluado en el diseño de un producto por la razonabilidad del costo del seguro? ¿Quién puede determinar cuál es el precio razonable? En su visión sólo el mercado define el costo razonable de la prima de un seguro.
  - Proteger y resguardar la información de los asegurados: La Ley del consumidor o la ley de protección de la vida privada no establecen obligación alguna para los proveedores de servicios en materias tales como planes de contingencia, tecnología de encriptación o restricciones para externalización de servicios, por lo que no podría la autoridad fiscalizar el nivel de cumplimiento de obligaciones que los operadores no tienen.
  - Respecto a oferta de seguros: ¿Qué garantías se exigirá a las compañías para demostrar que la venta de un seguro ha cubierto las necesidades reales del asegurado? A contrario sensu, ¿bajo qué parámetros el regulador evaluará que no se han satisfecho las necesidades?.



- Principales comentarios (Cont.):
  - El Informe no define qué se entiende por política de compensación agresiva y cuáles serían los parámetros objetivos y de negocios para su clasificación como tales. Dada la trascendencia del punto se estima que no aparece suficientemente explicitado en el informe, generando interrogantes sobre su alcance y medición.
  - Indicar si la evaluación de CdM será confidencial (como es la evaluación de solvencia según lo establecido en proyecto de modificación de ley de seguros).
  - No debiera ser función del directorio aprobar un procedimiento de desarrollo de productos, parece más adecuado que estos lineamientos y responsabilidades se incorporen en las políticas aprobados por el directorio, incluyendo instancias y mecanismos de control para su cumplimiento.

- Principales comentarios (Cont.):
  - Otros comentarios se enfocan en temas generales tales como fechas en que se implementarán las distintas etapas; solicitud respecto a la claridad de los parámetros de medición y objetivos específicos a fin de poder implementarlos en sus políticas y sistemas; y, una compañía de seguros indica que los principios de CdM no son necesarios dada la actual regulación y que éstos podrían tener efectos negativos en la industria.

- :Principales comentarios (Cont.):

- La propuesta de supervisión de CdM, introduciría elementos de incertidumbre regulatoria, en circunstancias que la SVS ha fiscalizado en base a normas reguladoras específicas, apreciadas y validadas porque promueven la certidumbre, confianza y ordenamiento de los agentes.
- Reconociendo la necesidad de avance en perfeccionar las prácticas, creemos que la forma adecuada de hacerlo es a través de un justo equilibrio entre los principios y normas claras y objetivas para el entendimiento de proveedores, intermediarios, asegurables y fiscalizador en un marco de mayor certeza jurídica.
- La incorporación de los estándares y principios, debe ser gradual, y apuntar a un mayor grado de certeza jurídica respecto a los criterios objetivos de esta evaluación a emplear para medir el cumplimiento de los principios, evitando caer en un ámbito de discrecionalidad que podría afectar a la industria.

¿Próximos pasos?



SUPERINTENDENCIA  
VALORES Y SEGUROS

# **Seminario Supervisión de Conducta de Mercado para Compañías de Seguros, Banca Seguros y Retail**

OSVALDO MACÍAS M.  
INTENDENTE DE SEGUROS

Julio 2015