



ENCUENTRO ASOCIACIÓN CORREDORES BANCA, SEGUROS Y CANALES MASIVOS

Conducta de Mercado en los Seguros

Osvaldo Macías Muñoz
Intendente de Seguros
Superintendencia de Valores y Seguros

25 – 26 de Octubre de 2012
Viña del Mar

- 1. Estadísticas Mercado Asegurador**
- 2. Licitación seguros asociados a créditos hipotecarios**
- 3. Implementación buenas prácticas en Retail
(Autoregulación)**
- 4. Buenas prácticas internacionales de conducta de
mercado**

1. Estadísticas Mercado Asegurador

MMUS\$ Junio de 2012 (1)	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (2)
Prima Directa	4.671	4.976	4.902	5.813	5.921	3.569
Utilidades	440	-286	778	930	253	370
ROE (3)	12,42%	-6,92%	24,43%	25,71%	5,55%	15,05%
ROI (3)	5,98%	2,77%	7,02%	6,71%	3,33%	5,38%

(1) Cifras en pesos de junio de 2012 convertidas según US\$ a la misma fecha.

(2) Cifras al 30 de junio.

(3) Ratios anualizados.

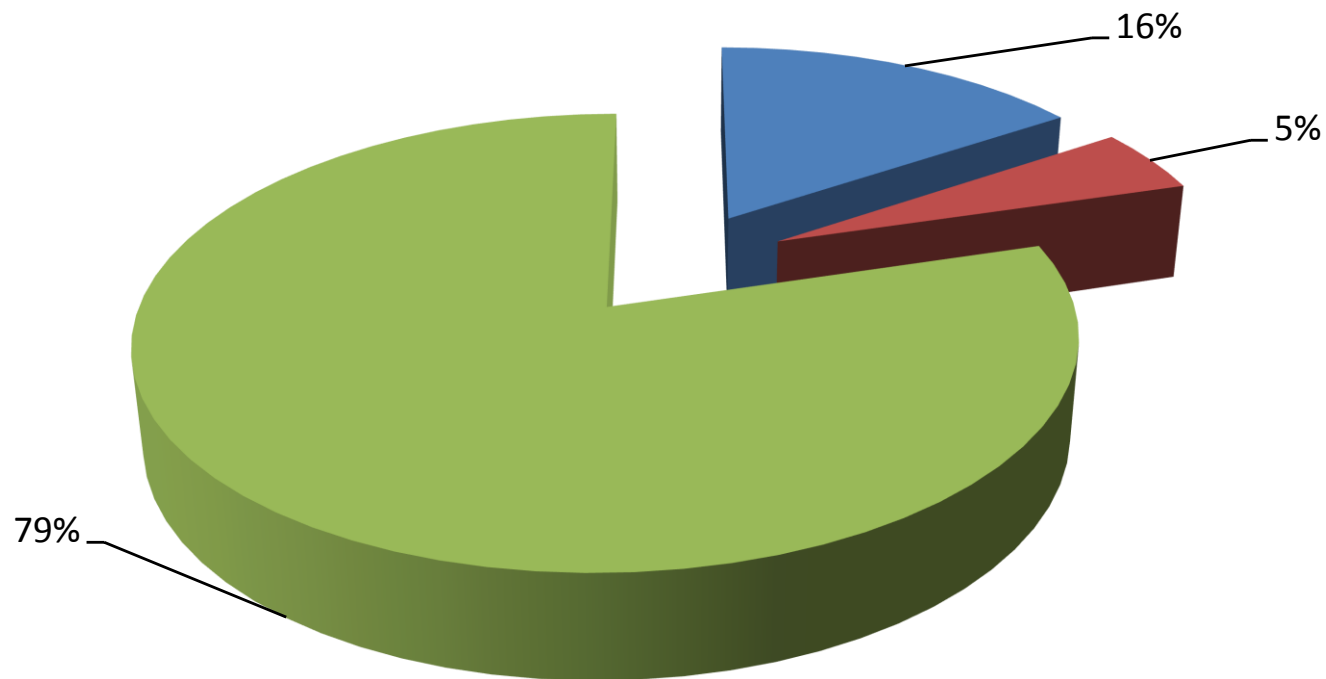
MMUS\$ Junio de 2012 (1)	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (2)
Prima Directa	2.264	2.594	2.532	2.916	3.524	1.761
Utilidades	30	29	51	25	106	67
ROE (3)	5,54%	5,01%	8,10%	3,35%	13,65%	15,02%
ROI (3)	2,76%	2,15%	4,08%	3,09%	2,33%	3,29%

(1) Cifras en pesos de junio de 2012 convertidas según US\$ a la misma fecha.

(2) Cifras al 30 de junio.

(3) Ratios anualizados.

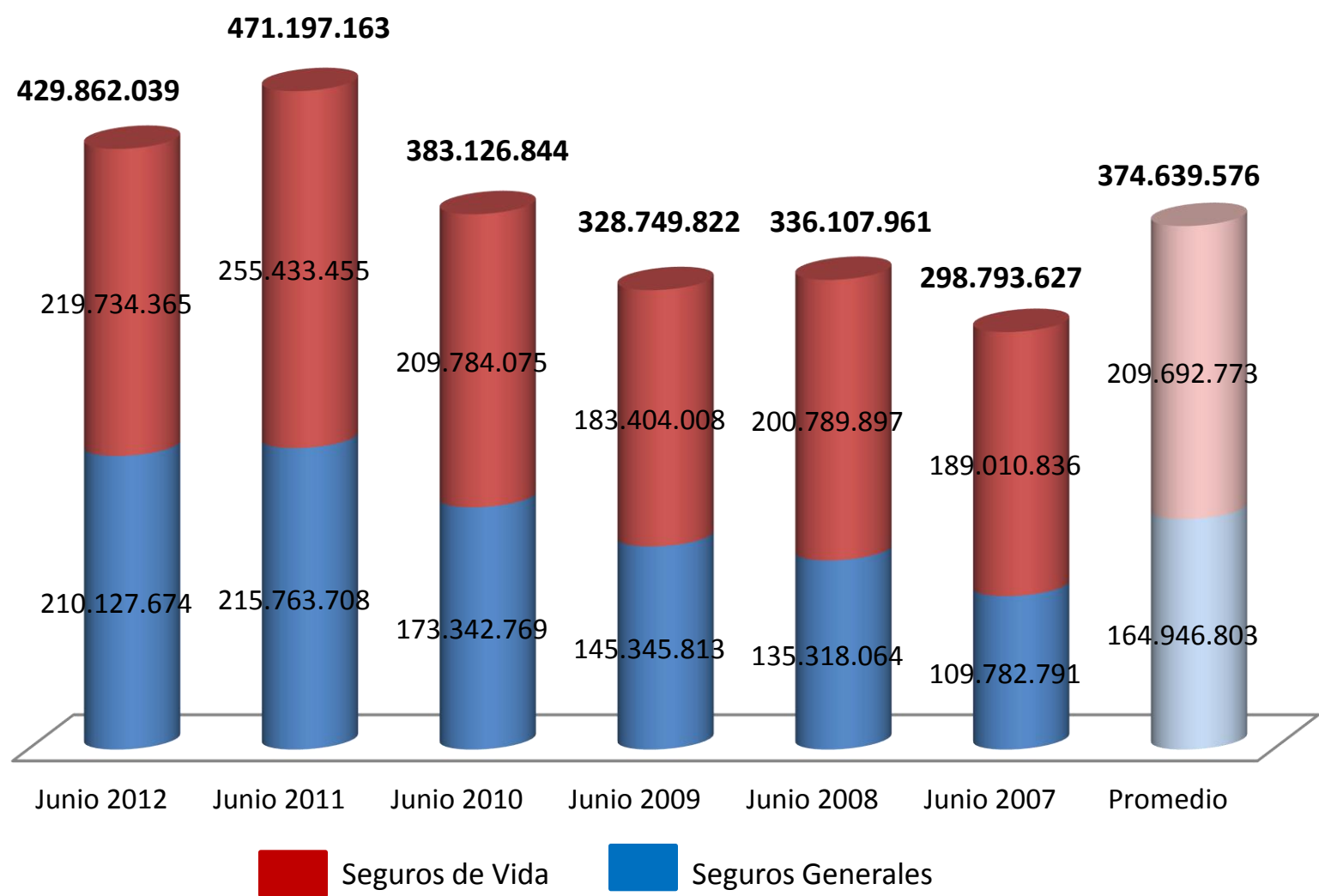
Participación de Mercado a Junio 2012



- Prima Intermediada por Filiales Bancarias
- Prima Intermediada por Grandes Tiendas
- Prima Vendida por Otros Canales y Directo

Total Prima Directa Generales	: M\$ 883.977.407
Total Prima Directa Vida	: M\$1.791.081.038

Evolución Prima Intermediada Filiales Bancarias

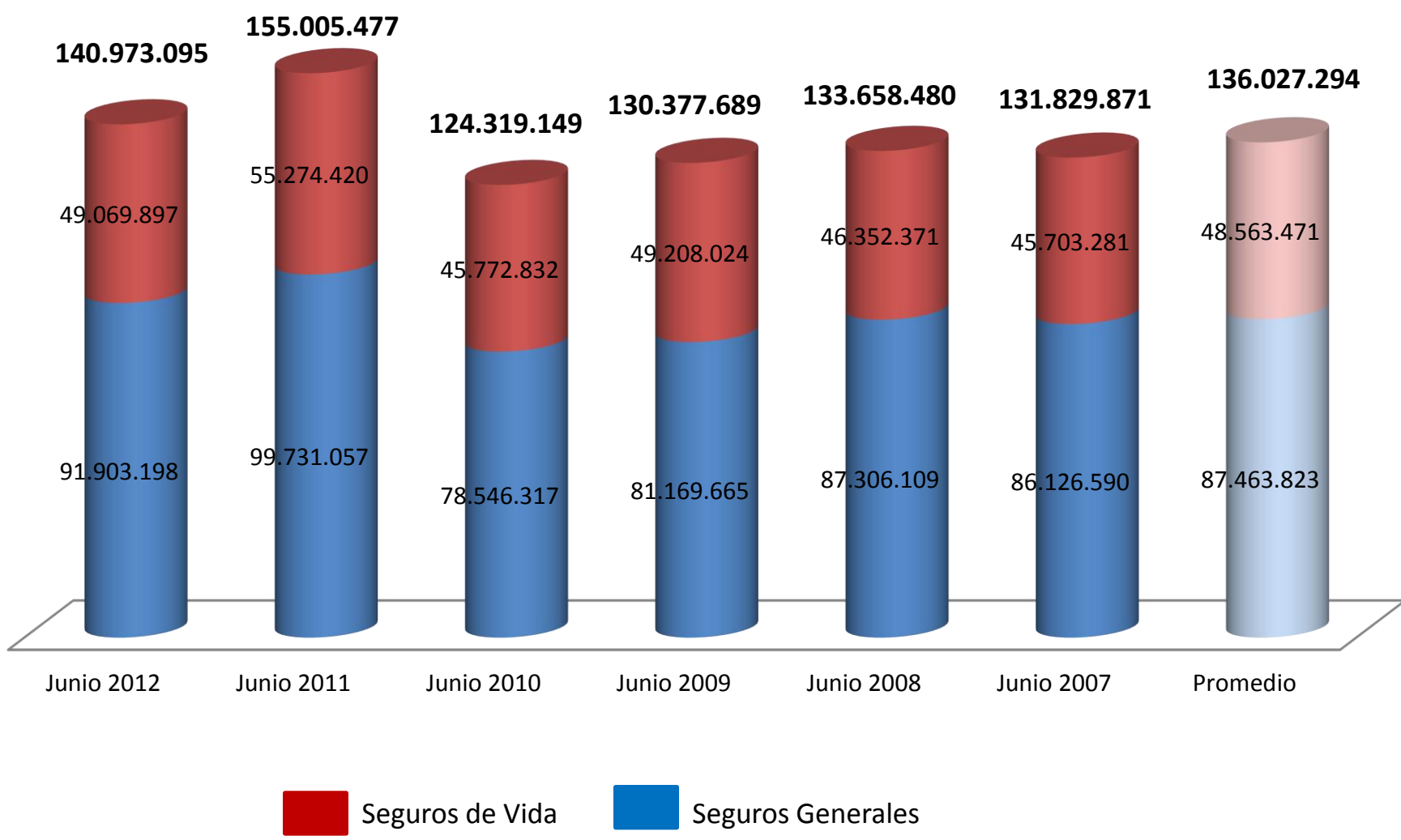


Evolución prima intermediada Corredores Retail

(Miles de pesos de Junio 2012)



Evolución Prima Intermediada Retail



Información por Tipo de Corredora 06/12



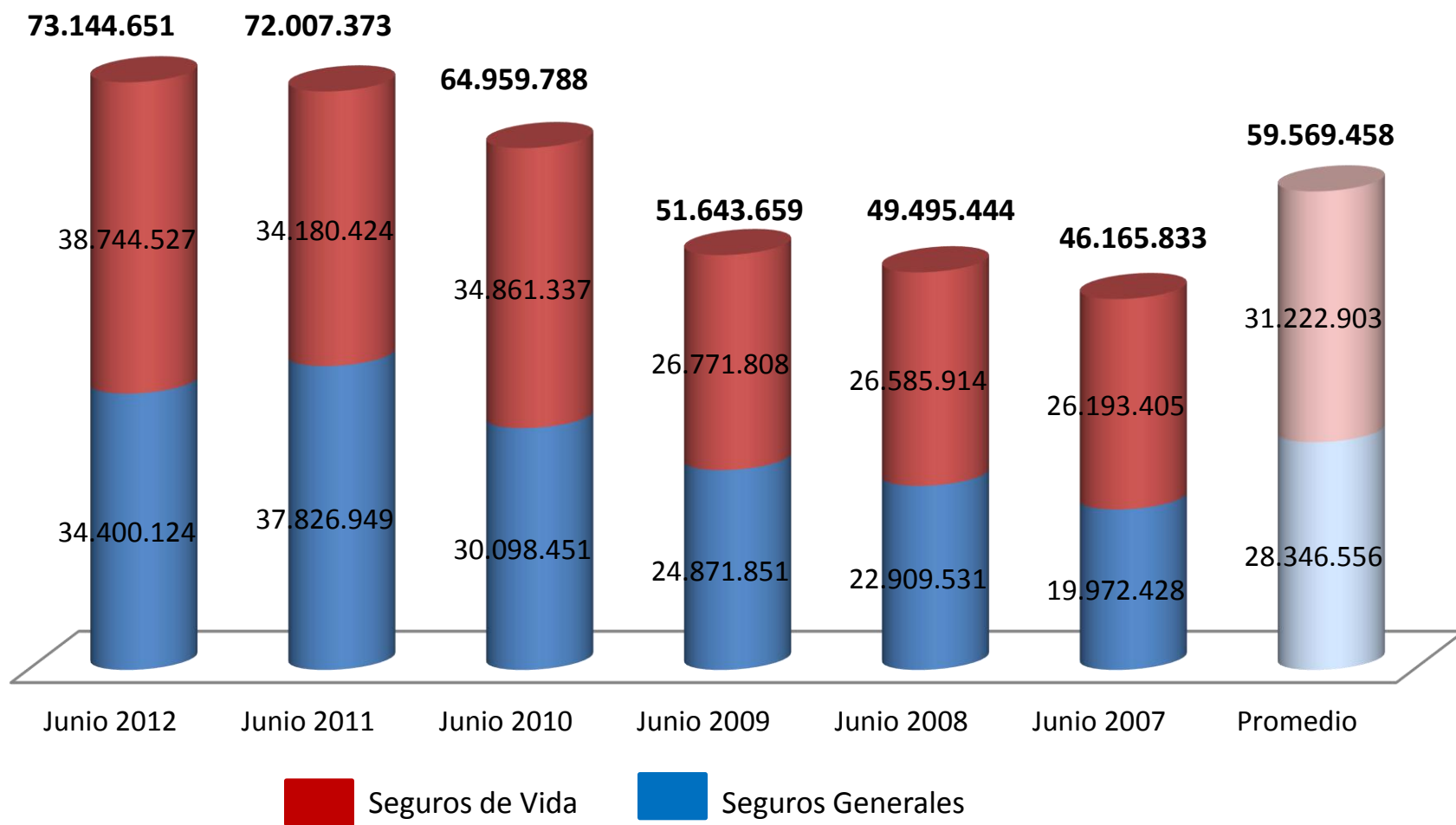
Tipo de Corredora de Seguros Persona Jurídica	Prima Intermediada (M\$)
Filiales Bancarias	429.862.039
BANCOFALABELLA	10.725.606
BANPARIS	2.367.584
BANRIPLEY	5.651.391
BANCHILE	72.290.083
ITAU CHILE	11.774.491
BANCOESTADO	70.628.426
SCOTIA	21.140.301
CORPBANCA	19.192.726
BCI ex GENERA	66.502.100
BICE	5.329.247
BBVA	39.204.572
ZURICH SANTANDER	105.055.512
Retail	140.973.095
PRESTO CORREDORES DE SEGUROS Y GESTION FINANCIERA S.A.	21.869.474
SEGUROS FALABELLA CORREDORES LIMITADA	60.070.615
CENCOSUD CORREDORES DE SEGUROS Y SERVICIOS LIMITADA	29.148.497
CORREDORA DE SEGUROS RIPLEY LIMITADA	13.214.839
ABCDIN CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA	5.380.697
LA POLAR CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA	2.537.018
AGENCIAS BRINER CORREDORES DE SEGUROS S.A.	8.751.955
Total general	570.835.134

Fuente: Corredoras de Seguros

Evolución comisión intermediada Corredores Filiales Bancarias (Miles de pesos de Junio 2012)



Evolución Comisiones Filiales Bancarias

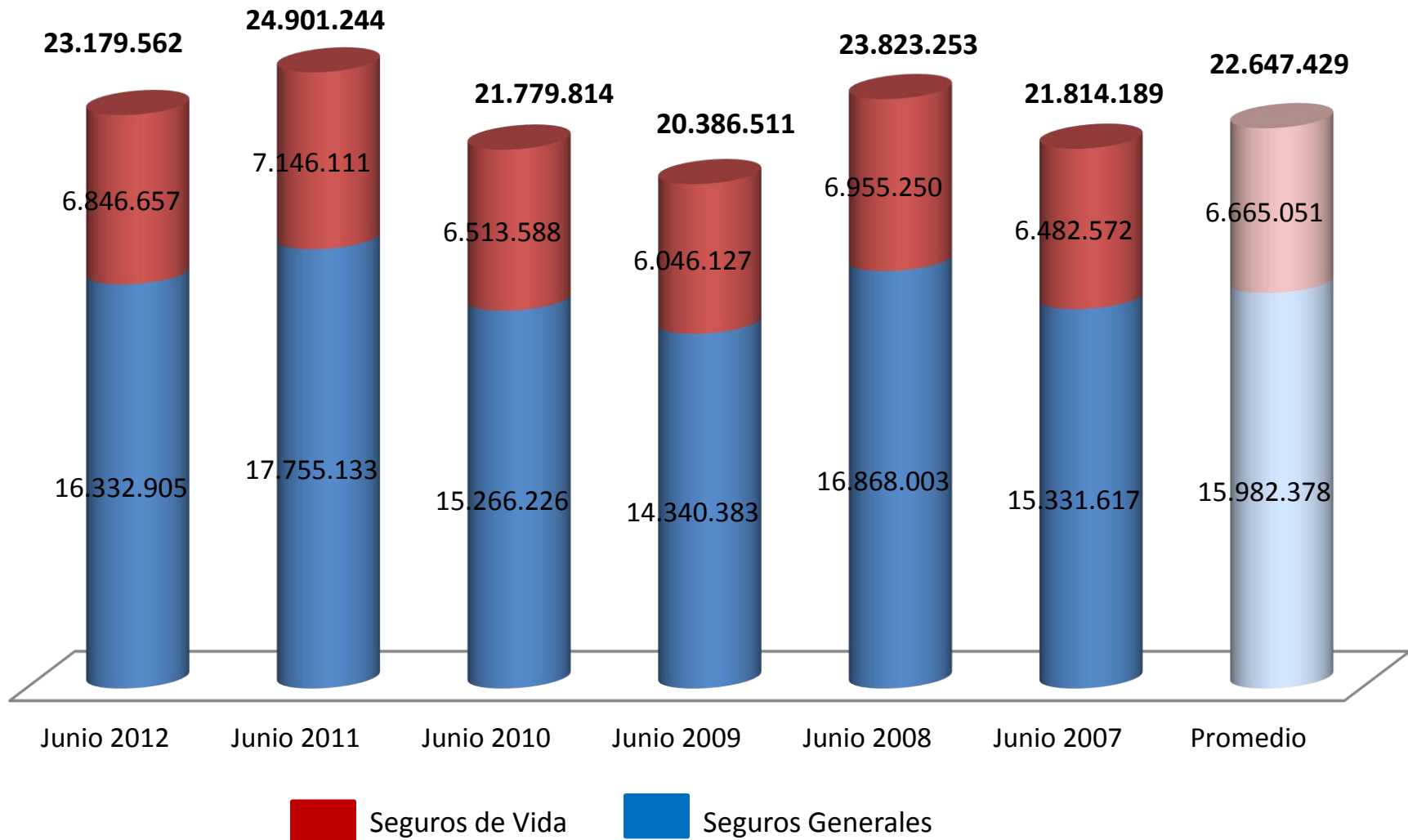


Evolución comisión intermediada Corredores Retail

(Miles de pesos de Junio 2012)



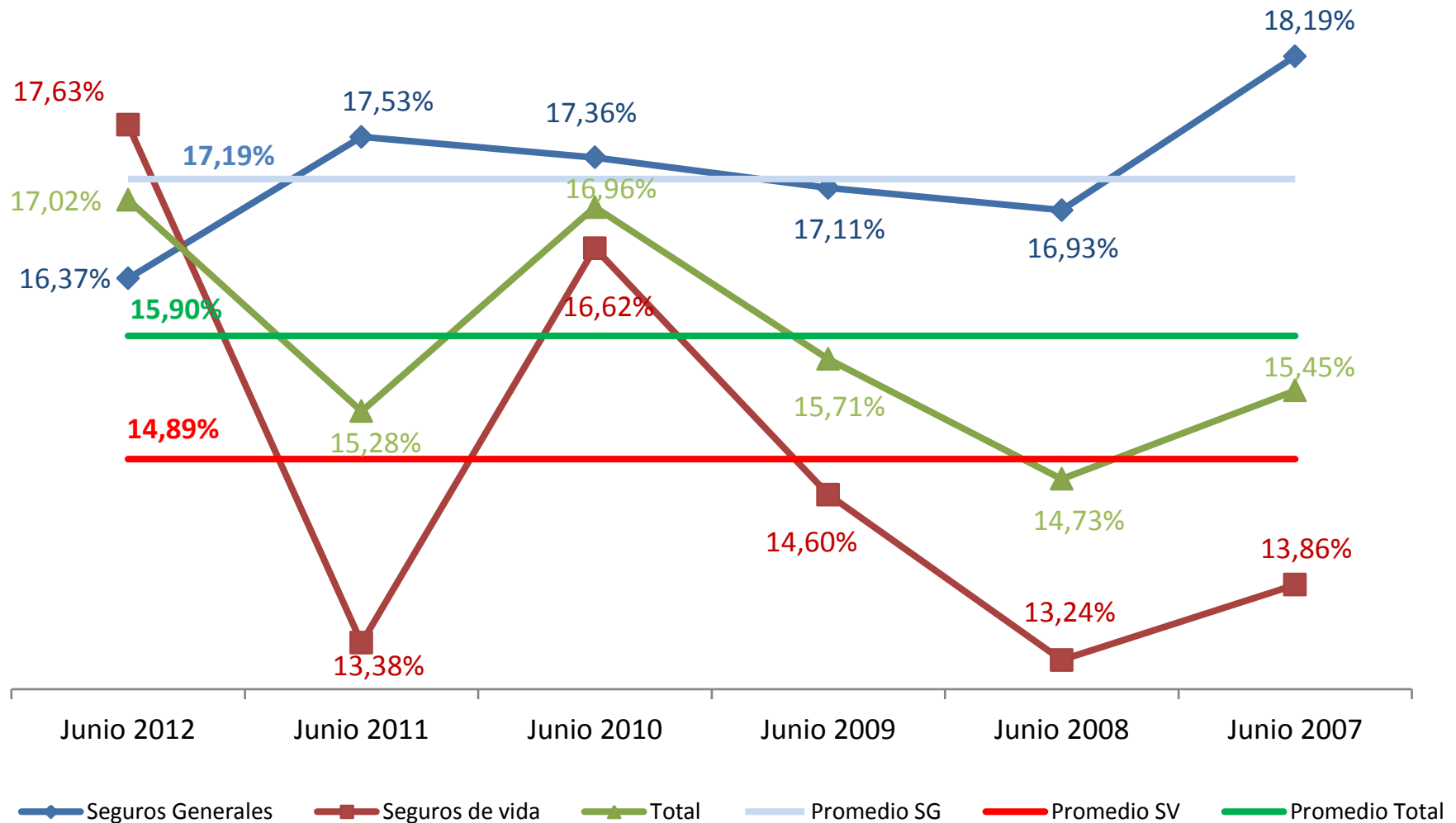
Evolución Comisiones Retail



Evolución comisión Corredores Filiales Bancarias SVS

(Comisión/Prima intermediada)

Comisión / Prima Intermediada Corredores Filiales Bancarias (Vida - Generales)

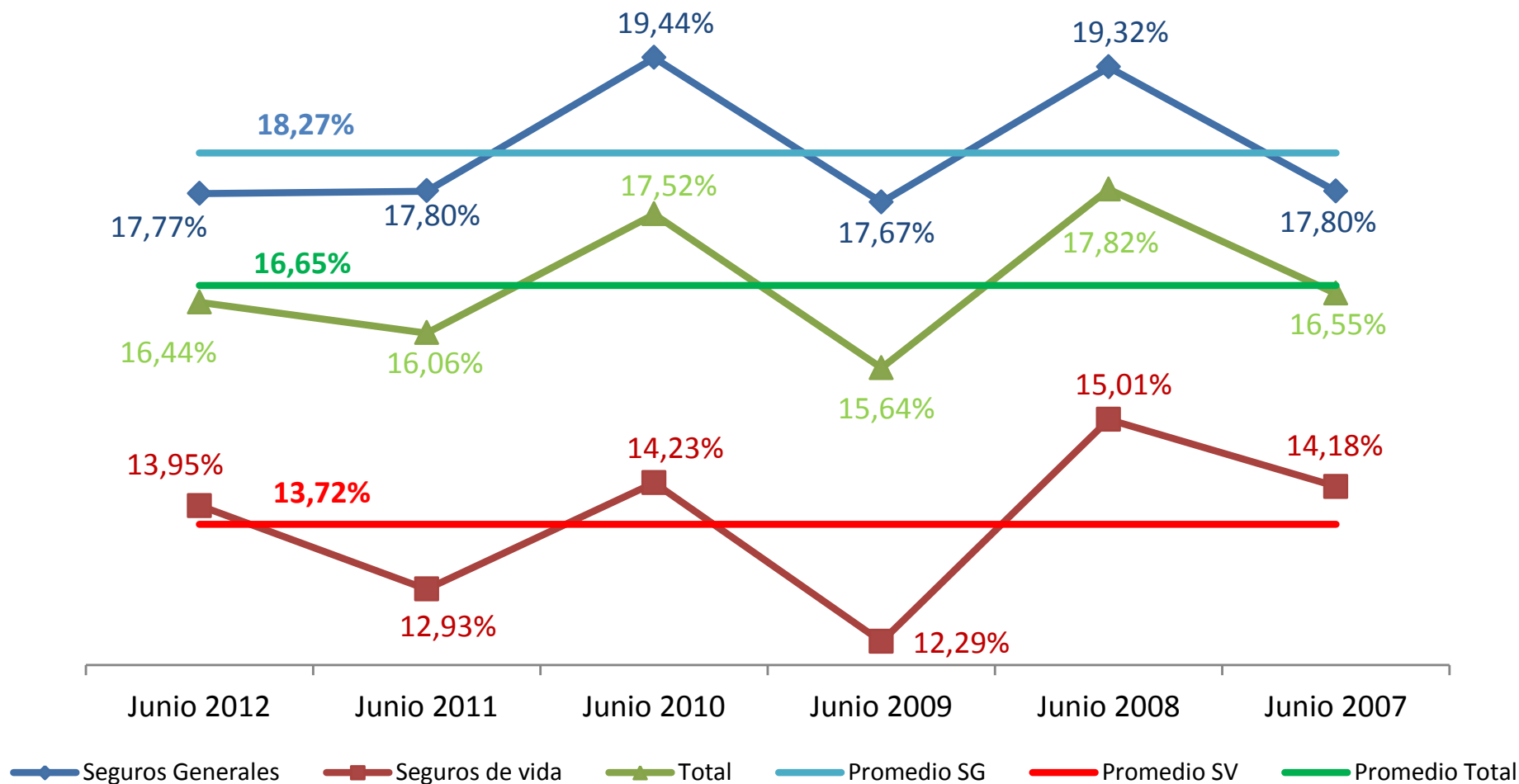


Evolución comisión Corredores Retail

(Comisión/Prima intermediada)



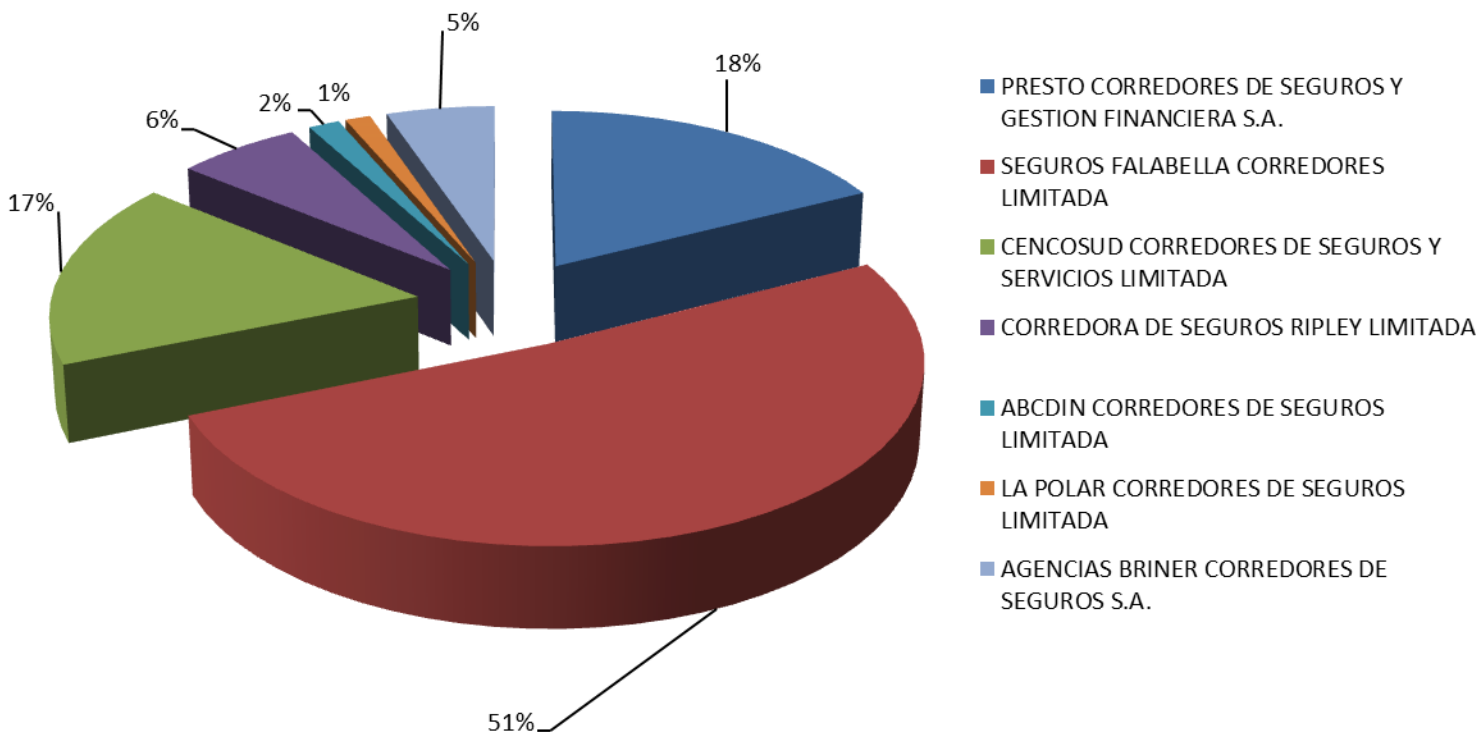
Comisión / Prima Intermediada Corredores Retail (Vida - Generales)



Participación de mercado Corredoras Retail Seguros Generales



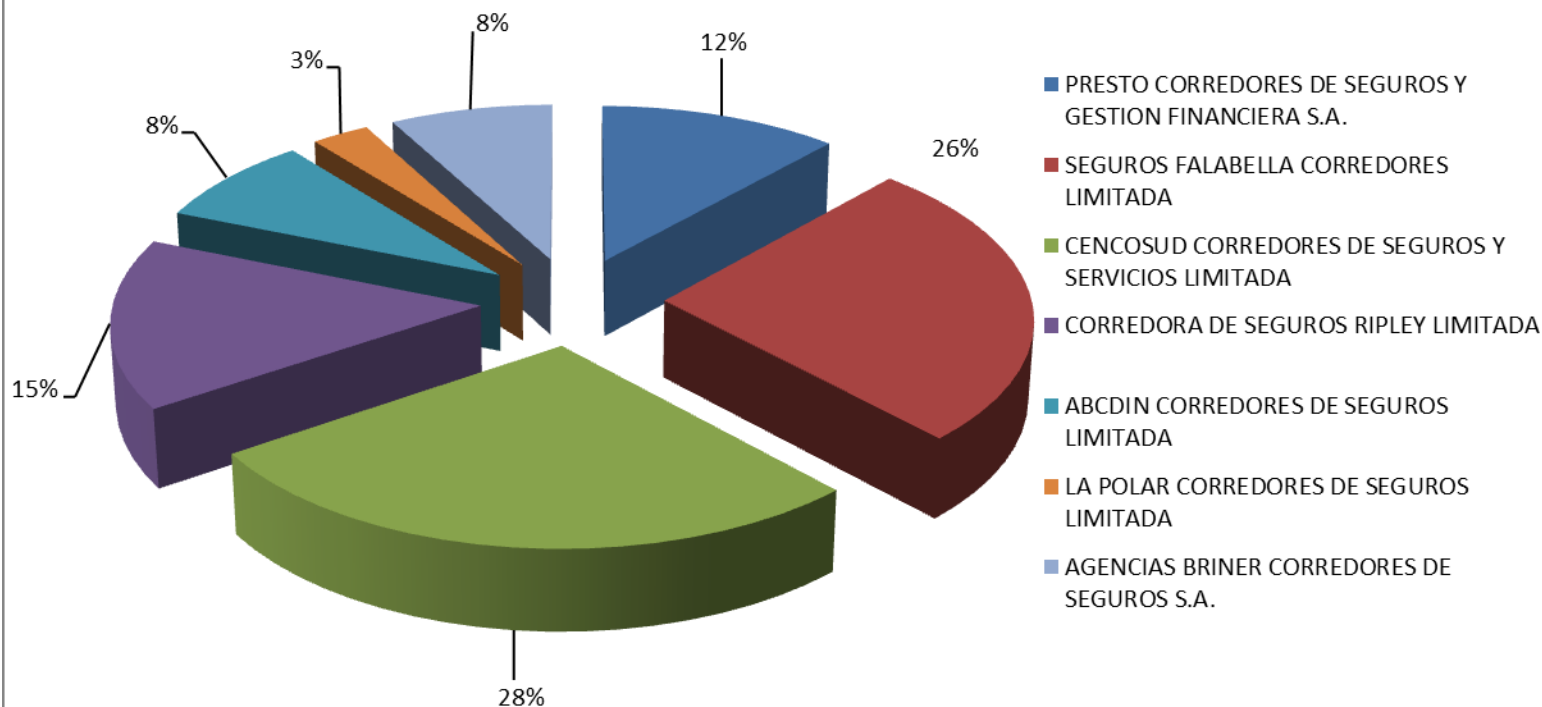
Participación de Mercado Intermediarios a Junio 2012 (Seguros Generales)



Participación de mercado Corredoras Retail Seguros de Vida



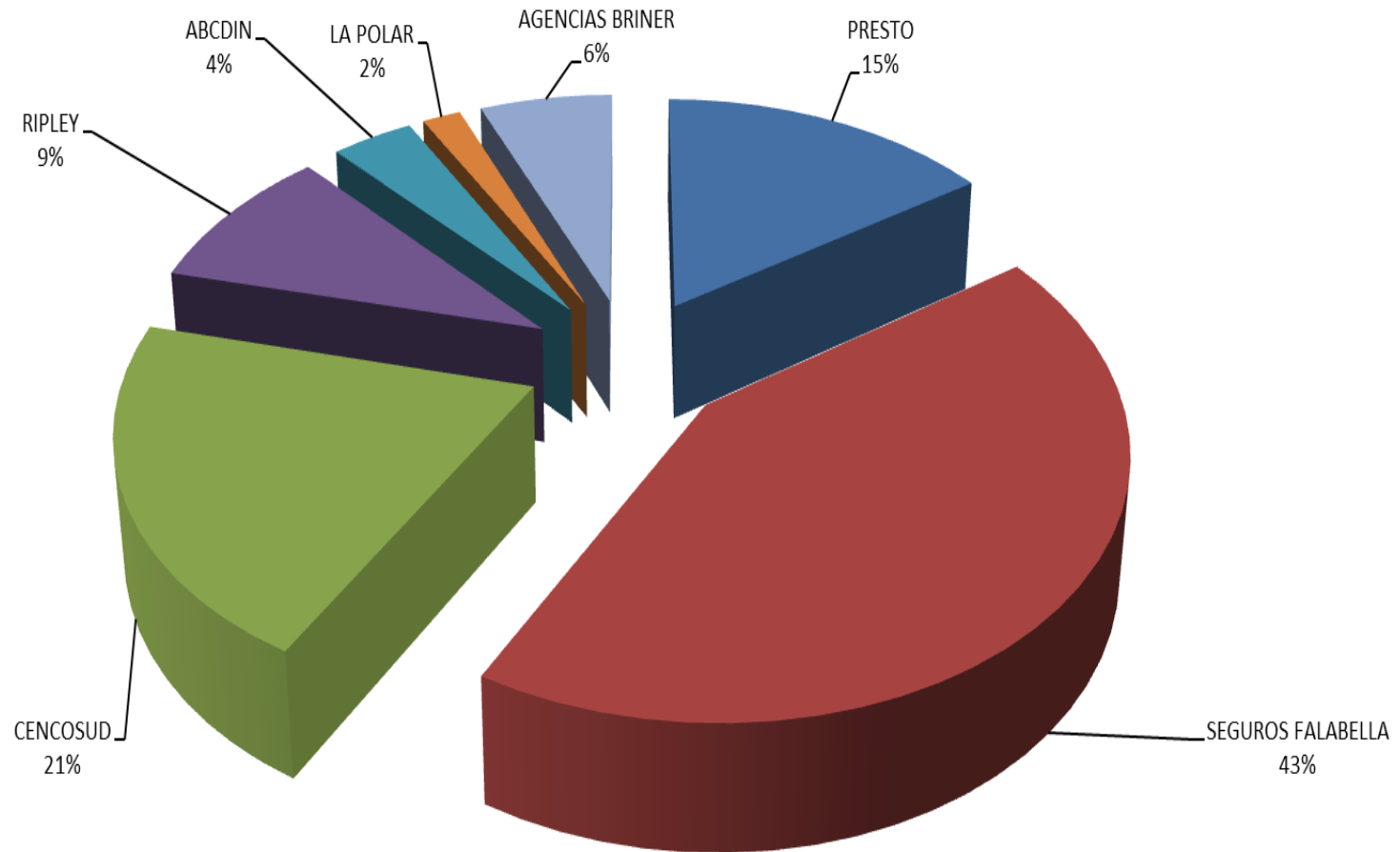
Participación de Mercado Intermediarios a Junio 2012 (Seguros de Vida)



Participación de mercado Corredoras Retail Seguros Generales y de Vida



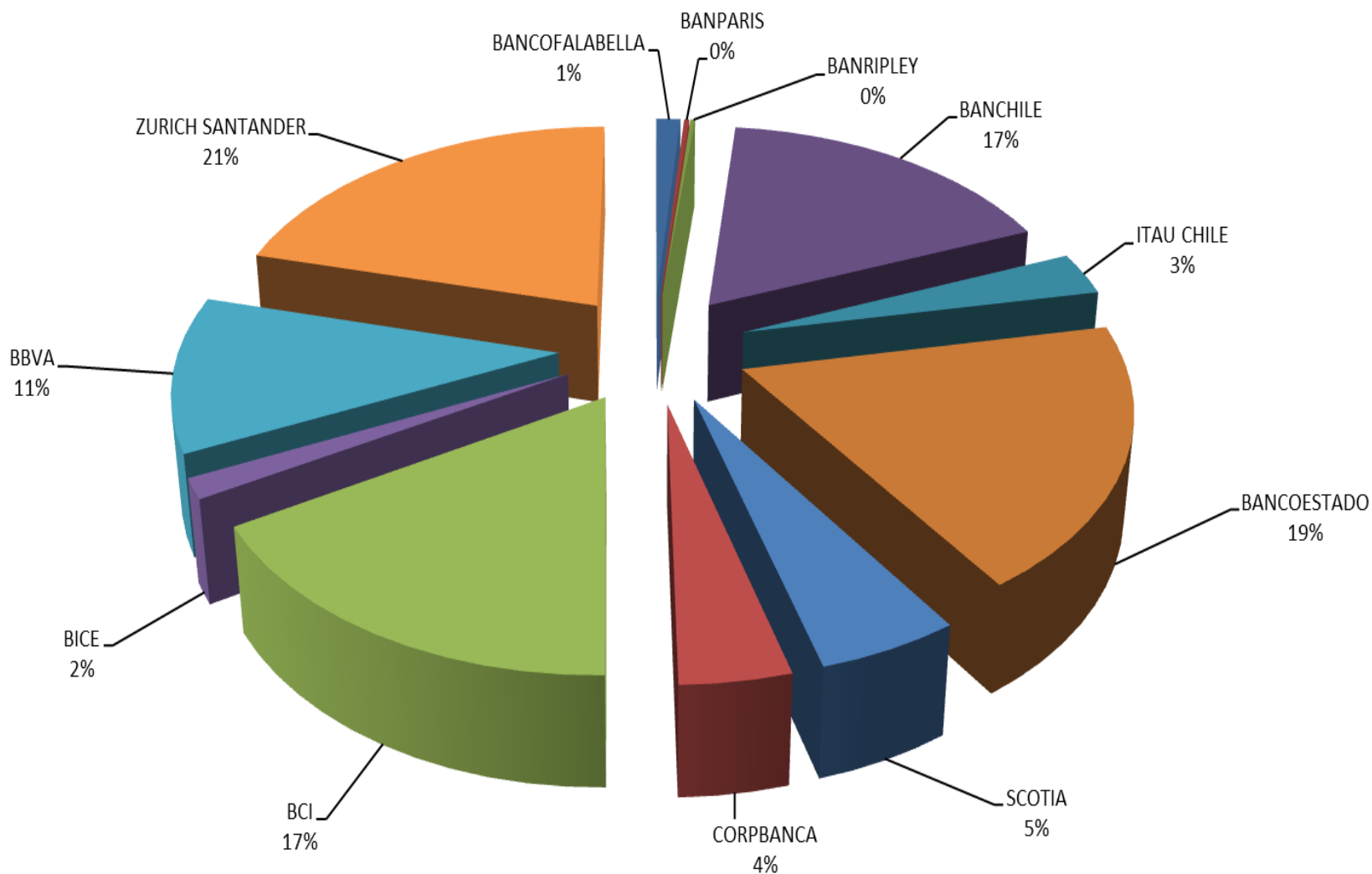
Participación de Mercado Intermediarios a Junio 2012 Seguros Generales y de Vida



Participación de mercado Corredoras Bancarias Seguros Generales



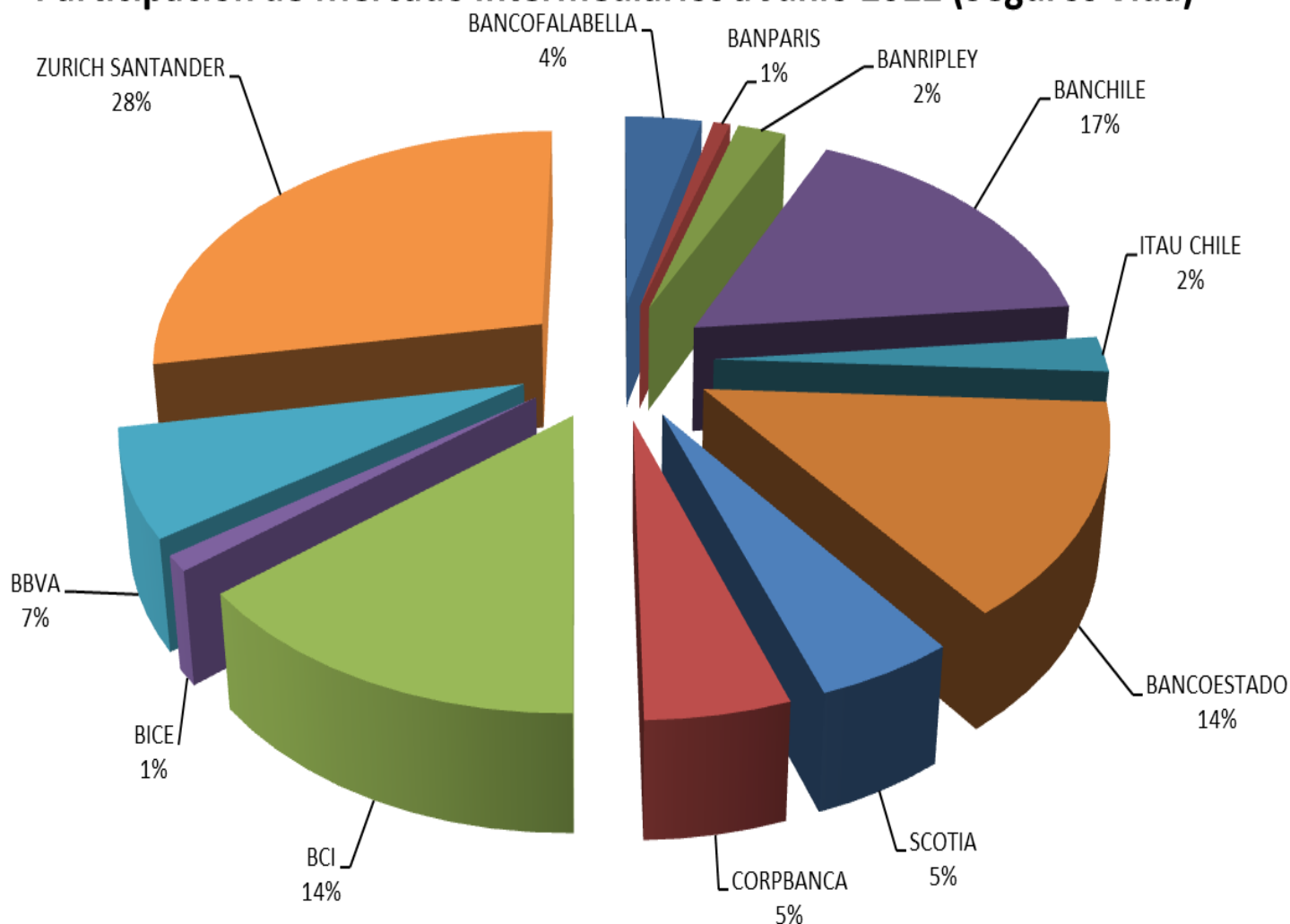
Participación de Mercado Intermediario a Junio 2012 (Seguros Generales)



Participación de mercado Corredoras Bancarias Seguros de Vida



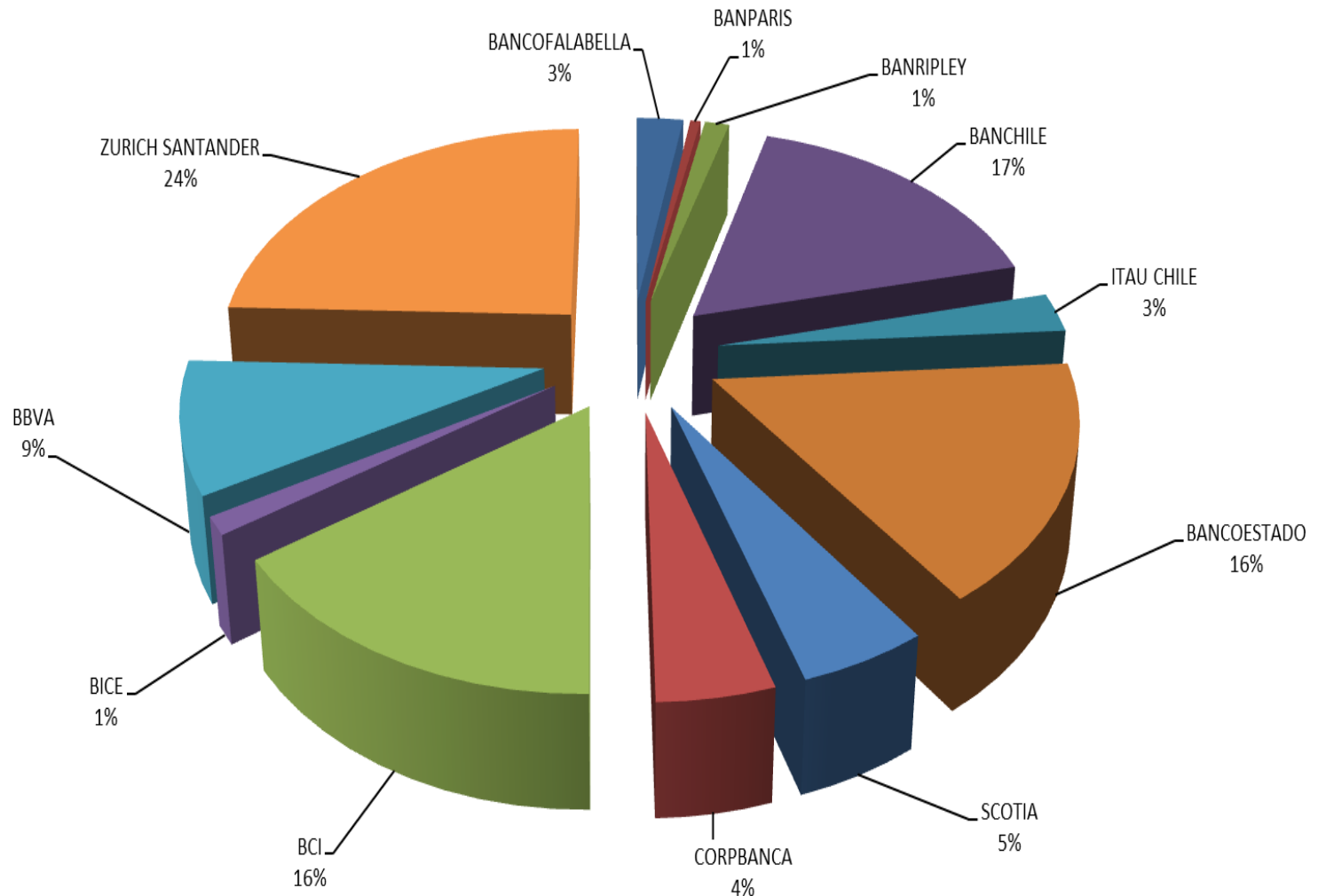
Participación de Mercado Intermediarios a Junio 2012 (Seguros Vida)



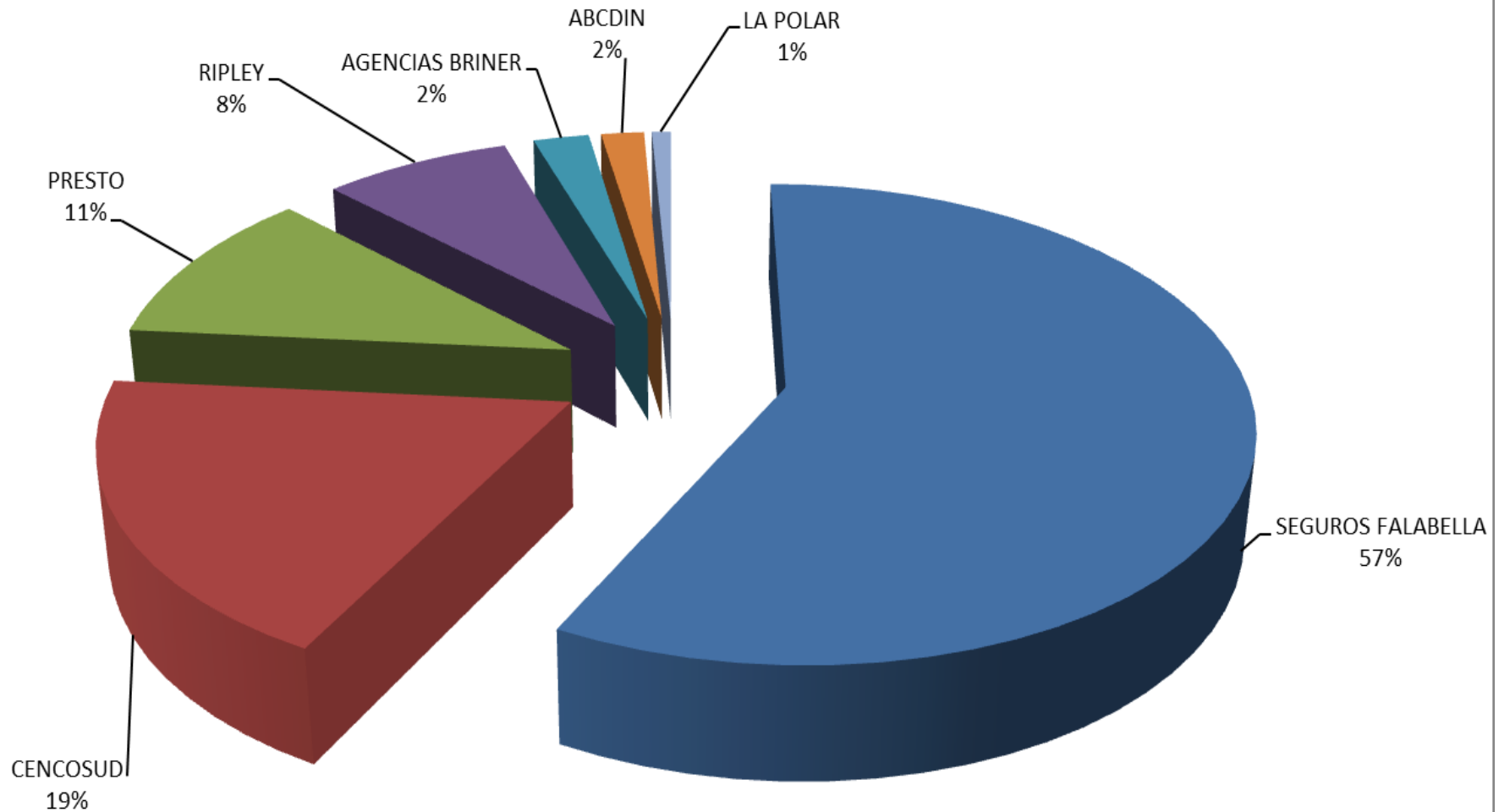
Participación de mercado Corredoras Bancarias Seguros Generales y de Vida



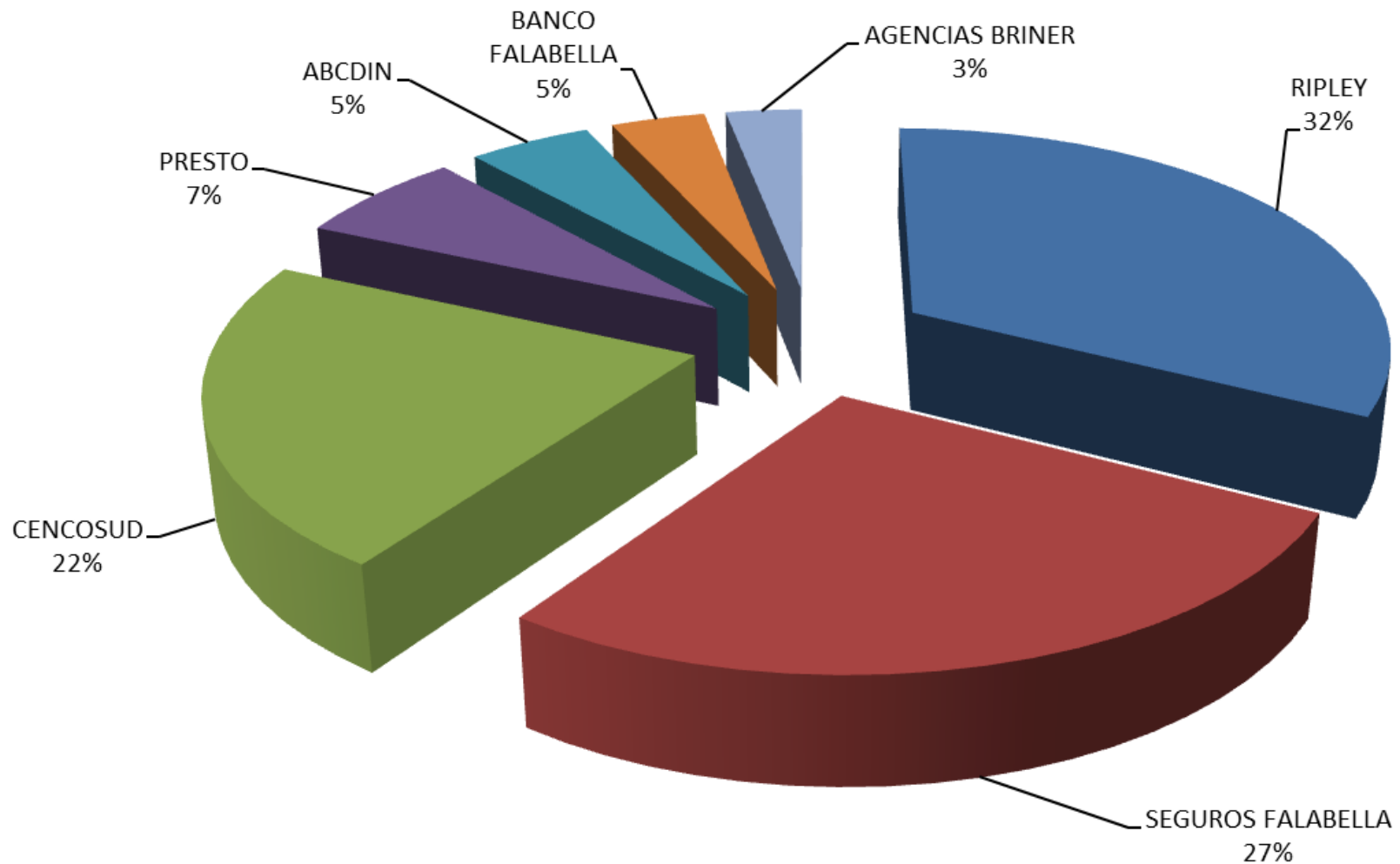
Participación de Mercado Intermediario a Junio 2012 (Seguros Generales y de Vida)



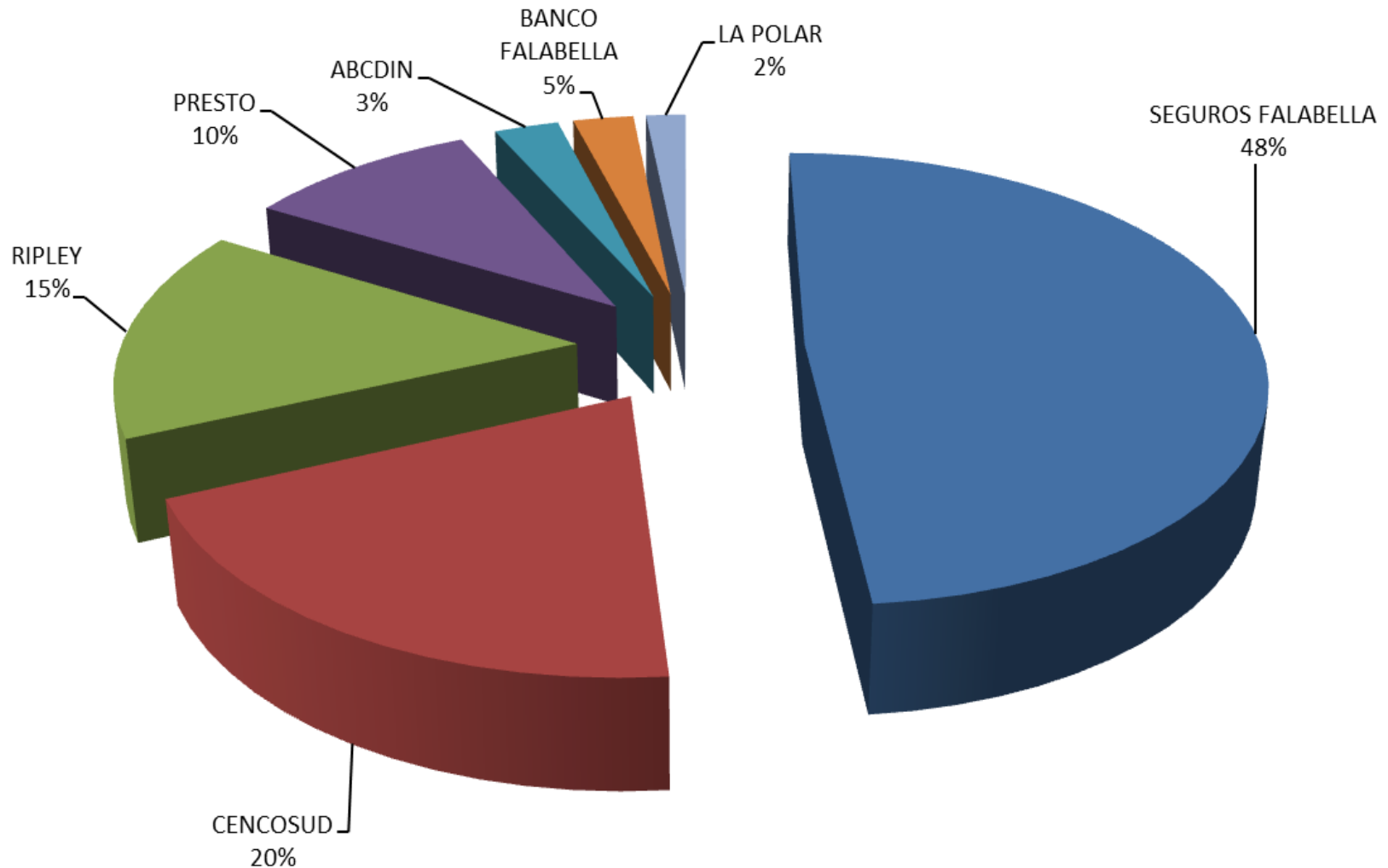
Participación de mercado Corredoras Retail Comisiones en Seguros de Generales



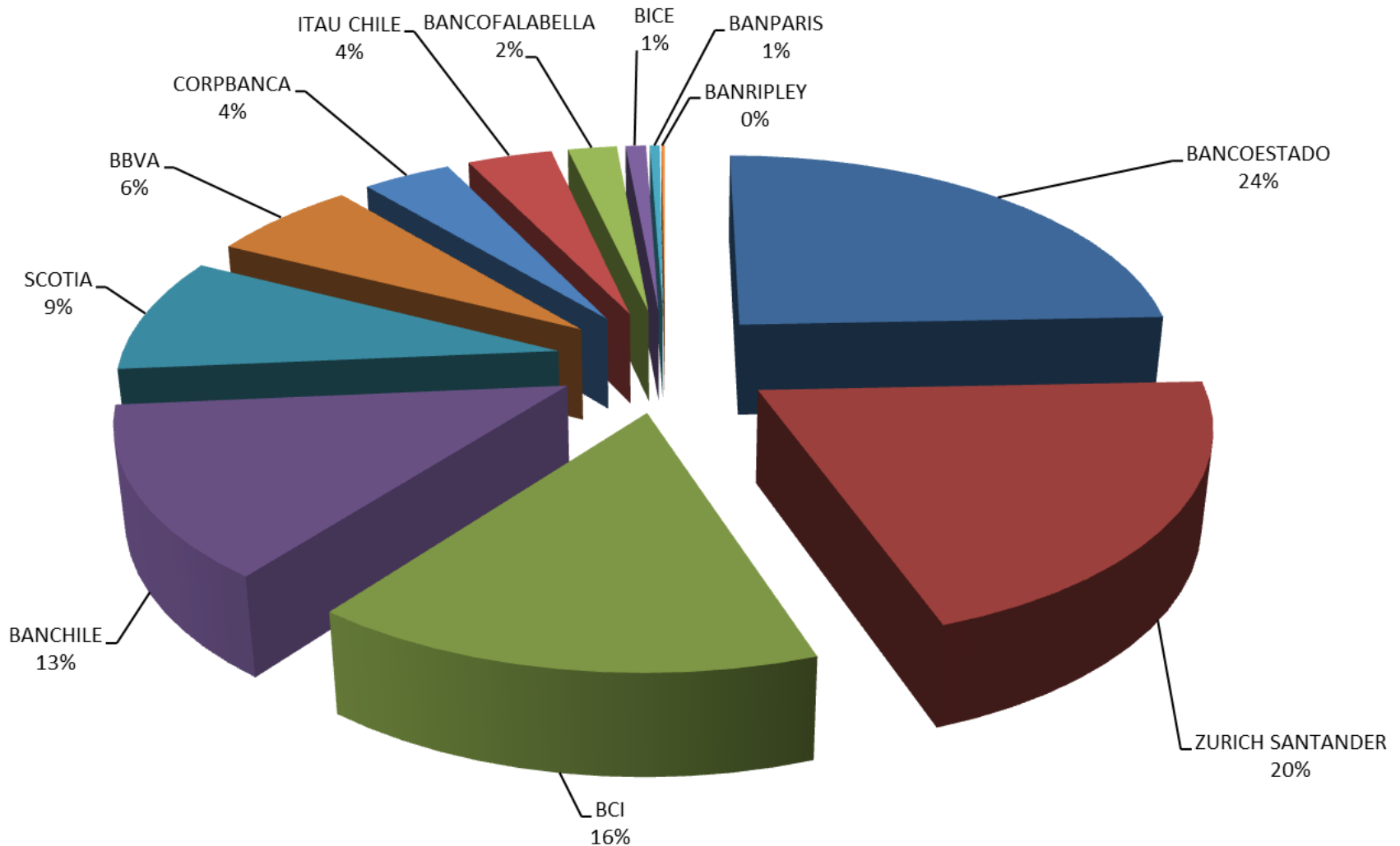
Participación de mercado Corredoras Retail Comisiones en Seguros de Vida



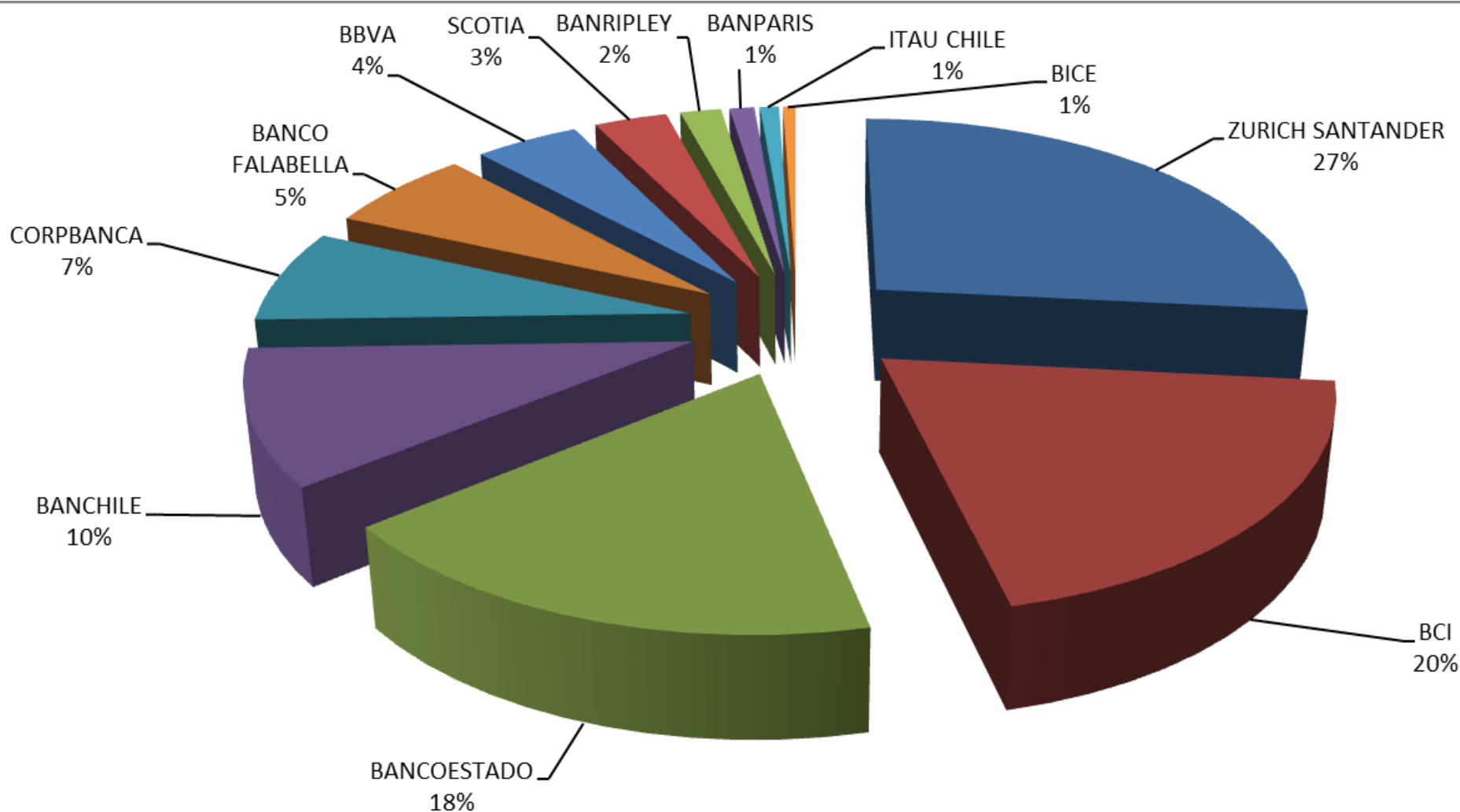
Participación de mercado Corredoras Retail Comisiones en Seguros Generales y de Vida



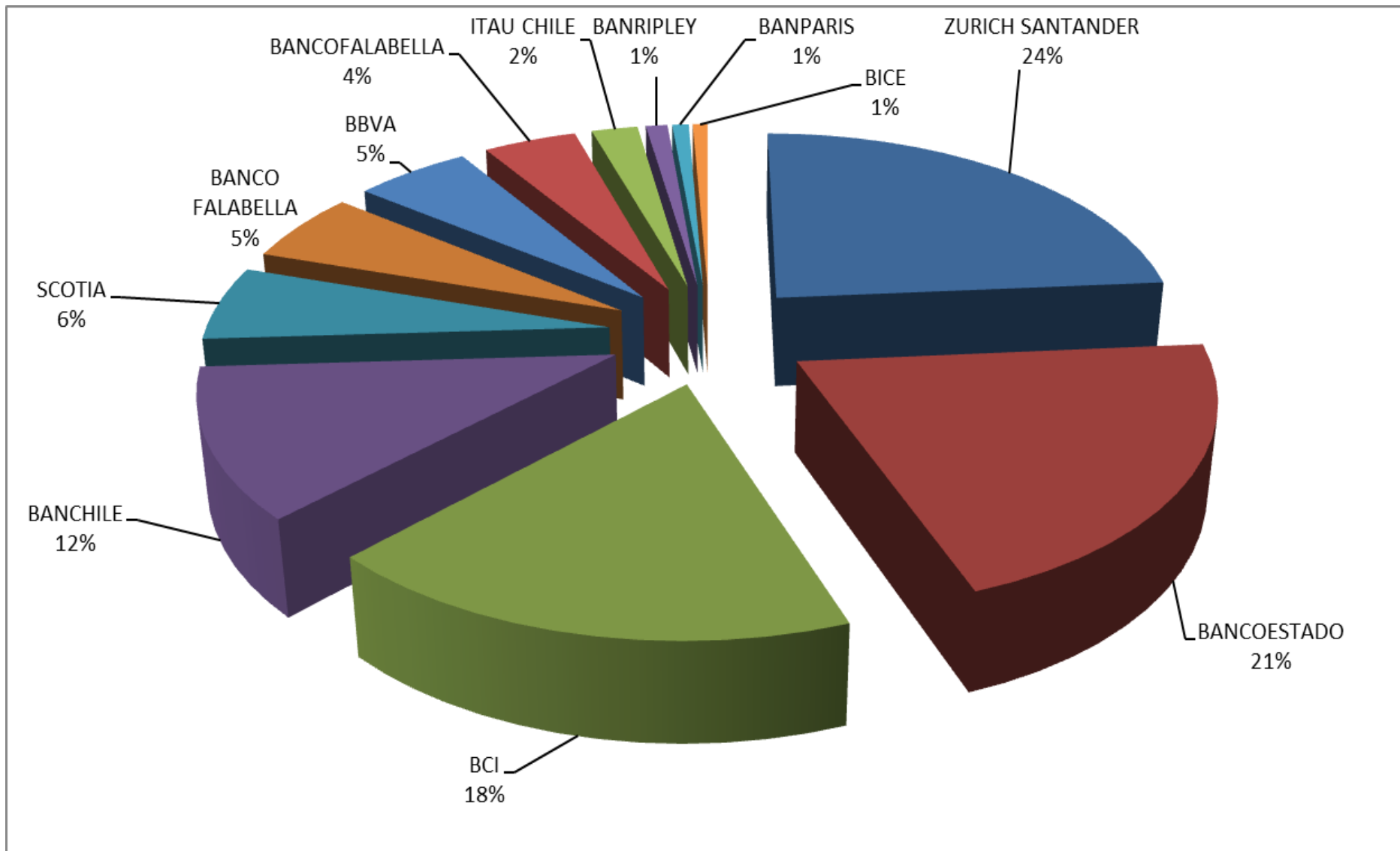
Participación de mercado Corredoras Bancarias Comisiones en Seguros de Generales



Participación de mercado Corredoras Bancarias Comisiones en Seguros de Vida



Participación de mercado Corredoras Bancarias Comisiones en Seguros Generales y de Vida

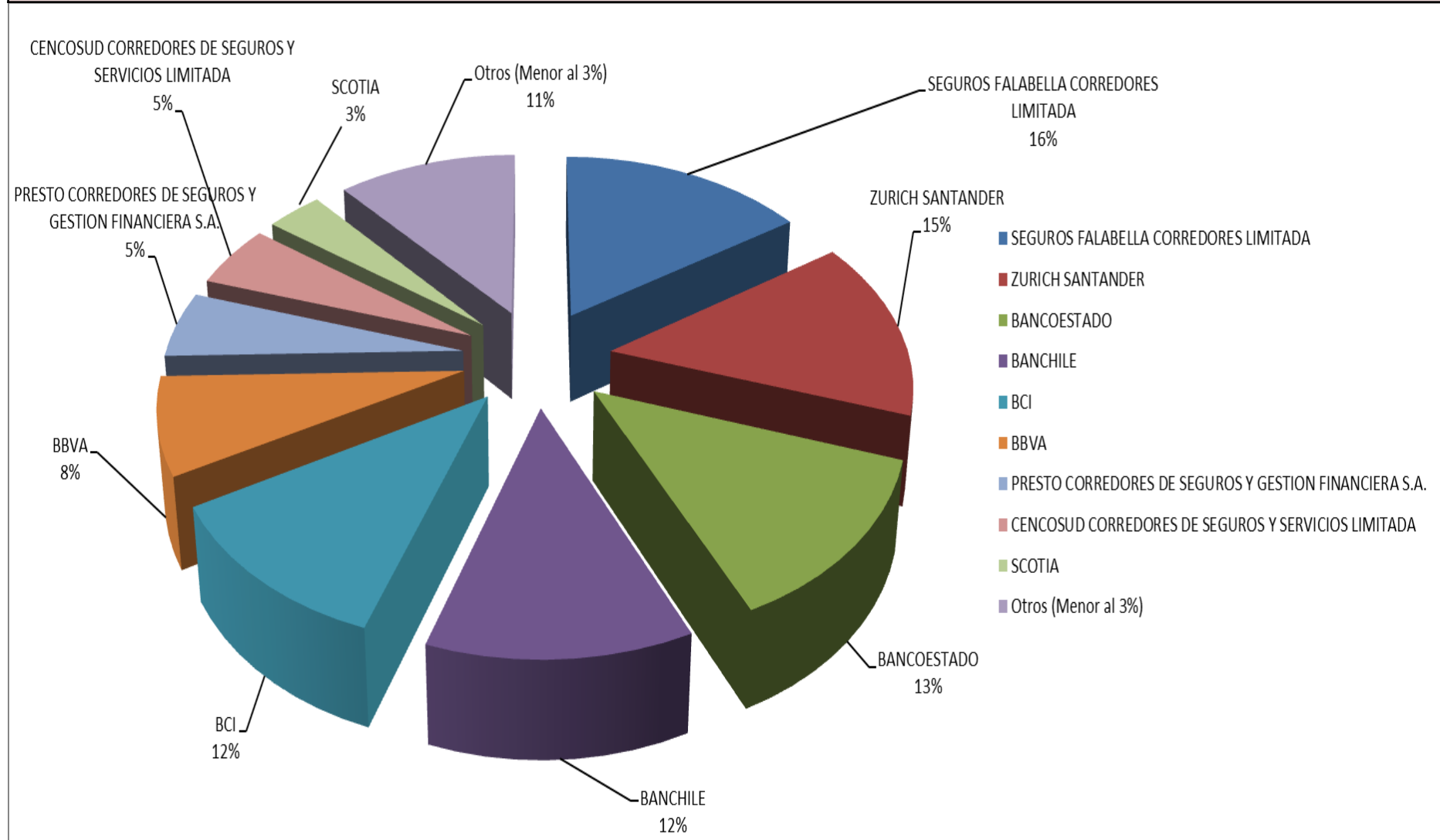


Participación de mercado Retail – Bancarias

(Prima intermediada por cada actor / Total Prima intermediada por actores)



Prima intermediada Retail y Filiales Bancarias – Seguros Generales

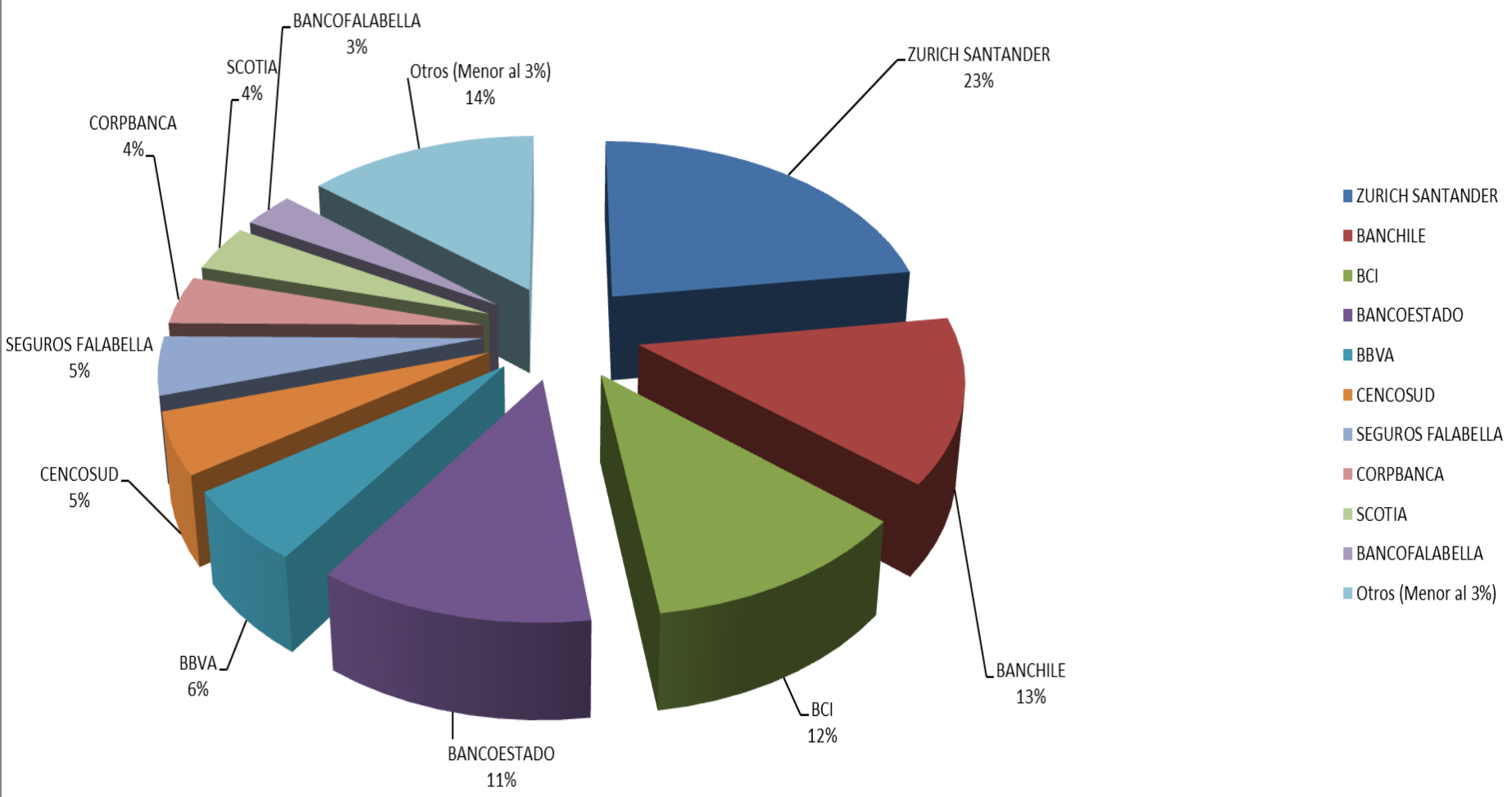


Participación de mercado Retail - Bancarias

(Prima intermediada por cada actor / Total Prima intermediada por actores)



Prima intermediada Retail y Filiales Bancarias – Seguros de Vida

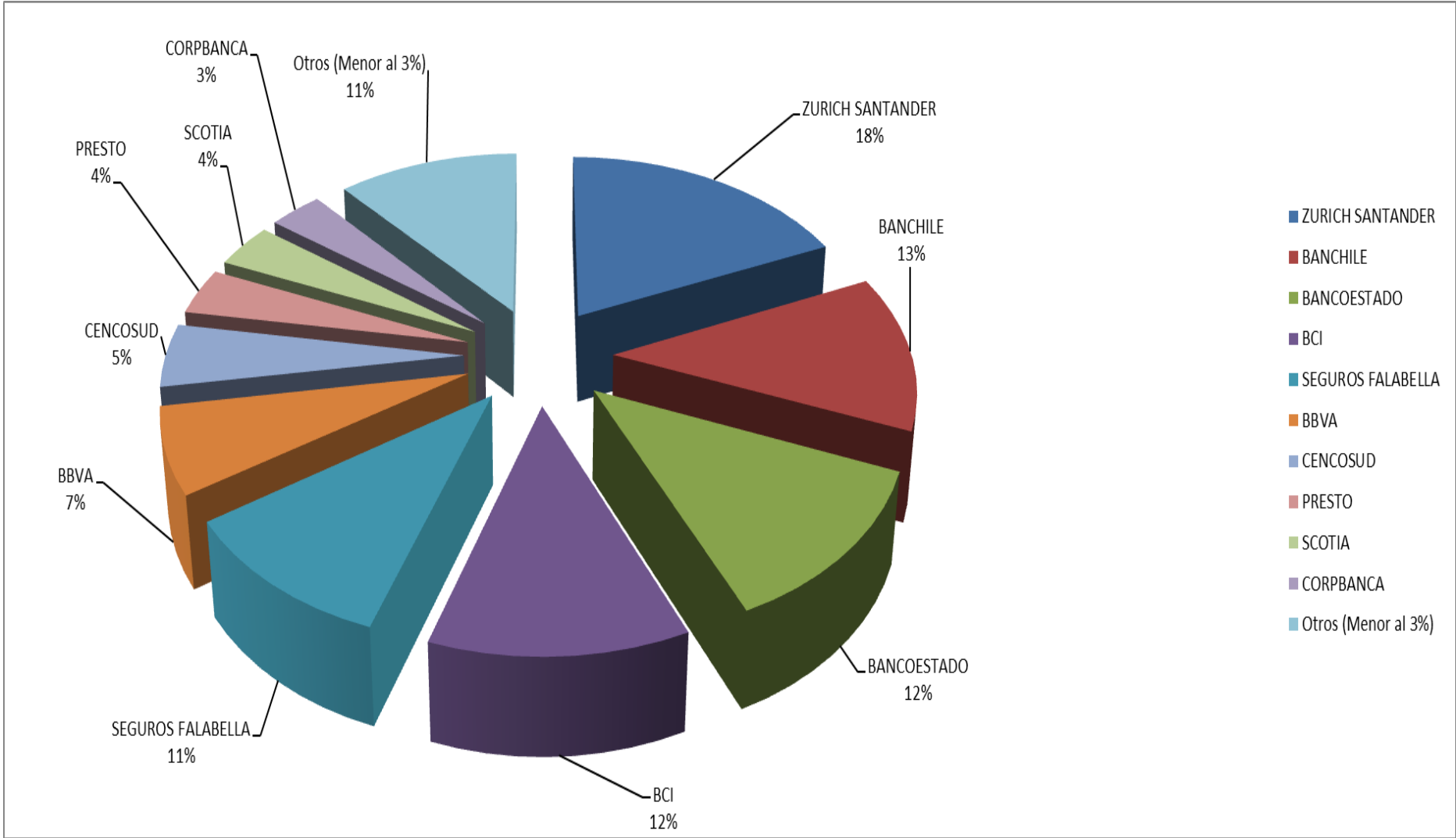


Participación de mercado Retail - Bancarias

(Prima intermediada por cada actor / Total Prima intermediada por actores)



Total Prima intermediada Retail y Filiales Bancarias – Seguros Generales y de Vida

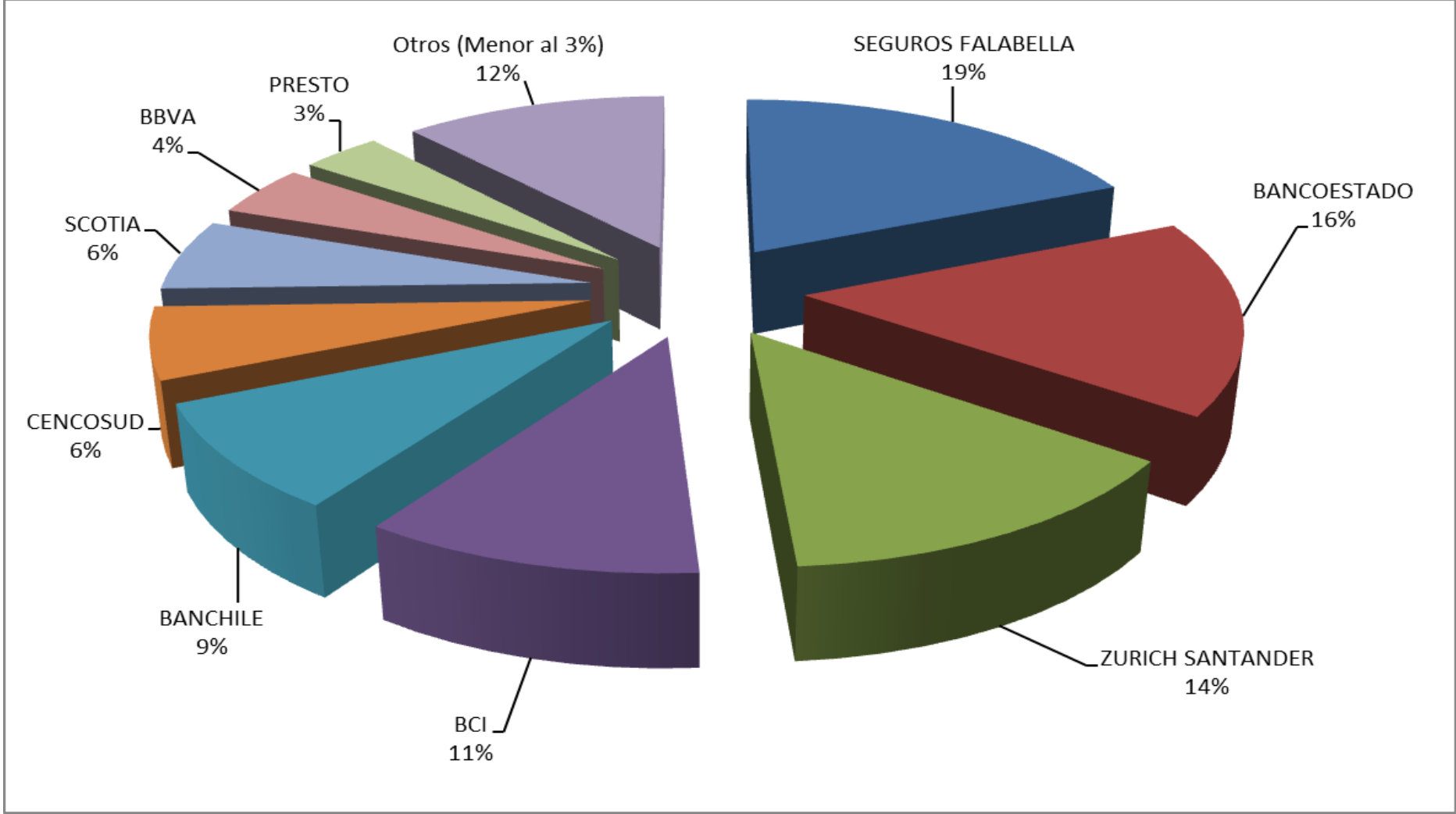


Participación de mercado Retail - Bancarias

(Comisión de cada actor / Total comisión por actores)



Comisión de intermediación Retail y Filiales Bancarias – Seguros Generales

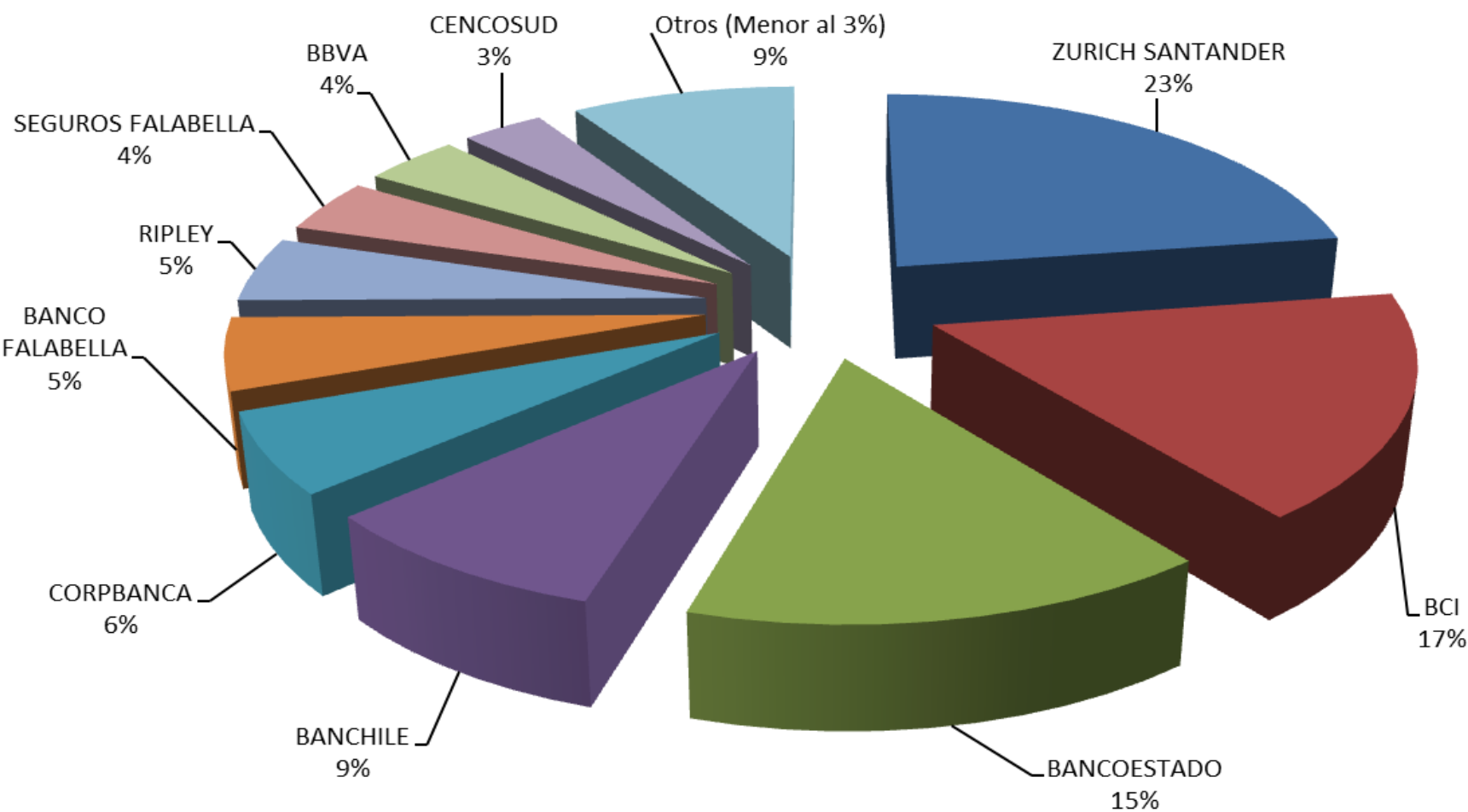


Participación de mercado Retail - Bancarias

(Comisión de cada actor / Total comisión por actores)



Comisión de intermediación Retail y Filiales Bancarias – Seguros de Vida

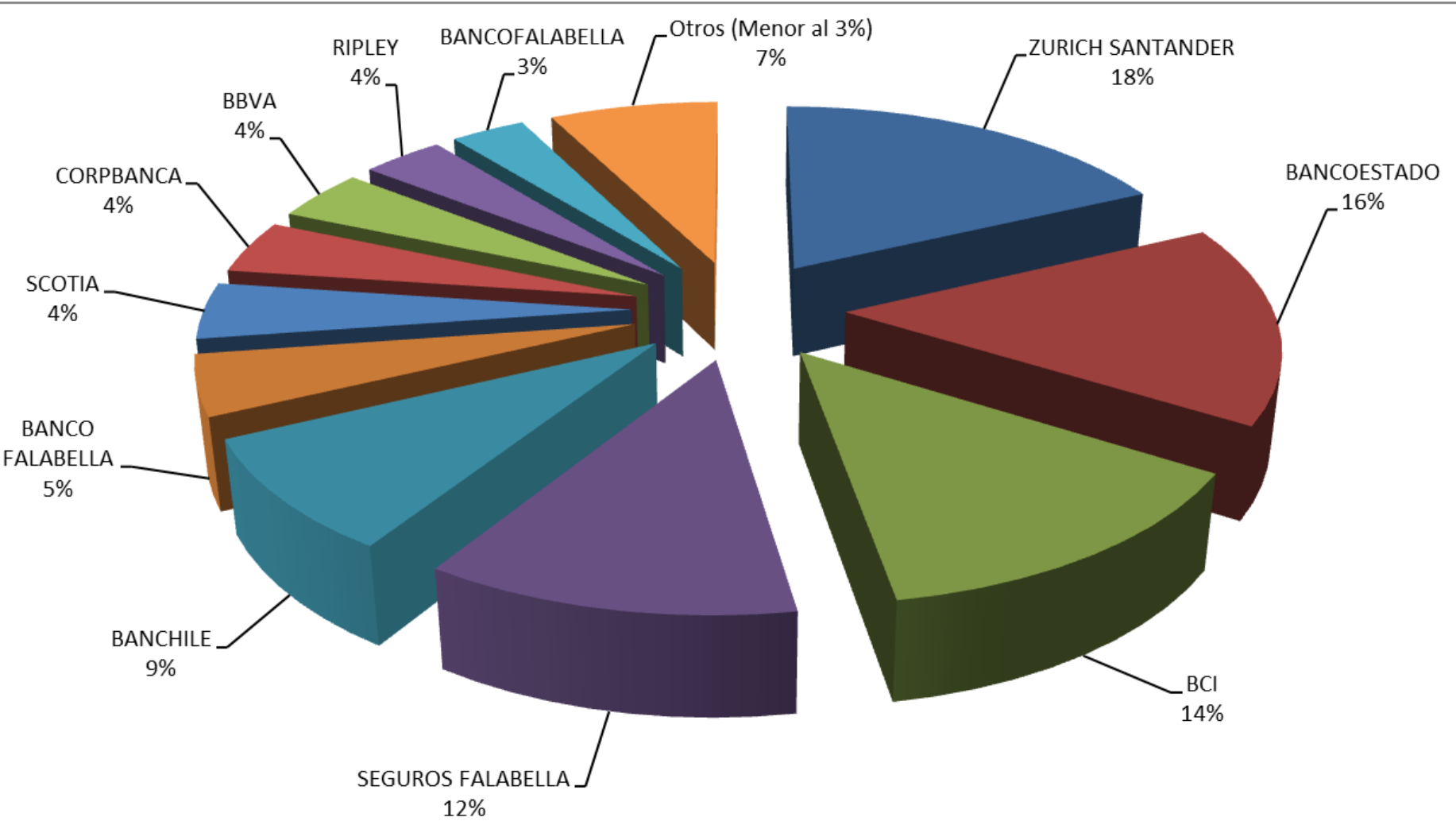


Participación de mercado Retail - Bancarias

(Comisión de cada actor / Total comisión por actores)



Total Comisión de intermediación Retail y Filiales Bancarias – Seguros Generales y de Vida



2. Licitación seguros asociados a créditos hipotecarios

Ley 20.552 – Vigencia 01/07/2012

- 2.a) Características nuevas pólizas licitadas**
- 2.b) Resultado licitaciones efectuadas**

2.a) Características nuevas pólizas licitadas

Cambios en las condiciones mínimas y coberturas de las pólizas de incendio y sus adicionales



- ✓ **Se eliminó la práctica de ajustar la indemnización por antigüedad u otras consideraciones, en caso de siniestros parciales.**
- ✓ **Se eliminó el prorrateo por infraseguro.**
- ✓ **Se eliminó la práctica de asegurar sólo el saldo insoluto de la deuda.**
- ✓ **Se estableció un plazo de 6 días hábiles para el pago de la indemnización.**
- ✓ **Se estableció la devolución de la prima pagada no devengada, por terminación del seguro por otro motivo distinto al pago del siniestro por pérdida total.**

Cambios en las condiciones mínimas y coberturas de las pólizas de incendio y sus adicionales



- ✓ **La cobertura de inhabitabilidad contempla el pago de un monto mensual cuando la vivienda haya sido declarada inhabitable y se acredite el gasto. En caso de eventos catastróficos procederá el pago acreditada la imposibilidad del uso de la vivienda sin otra exigencia.**
- ✓ **Se estableció como beneficiarios del seguro a la entidad crediticia por el saldo insoluto de la deuda y al deudor hipotecario por la diferencia entre el monto asegurado y el saldo insoluto.**
- ✓ **Se estableció que ante un evento de carácter catastrófico en que se haya dañado al mismo tiempo a más de un bien asegurado por el mismo asegurador, éste podrá designar para su liquidación a liquidadores que no figuren expresamente nominados en la póliza, en caso de haberse pactado la inclusión de alguno.**

Cambios en las condiciones mínimas y coberturas de las pólizas de desgravamen y adicional invalidez 2/3



- ✓ **Se estableció que la prima se determinará como un % del saldo insoluto de la deuda a la fecha de pago de ésta. Antes se podía establecer libremente (como % del valor de tasación, % del valor comercial, etc).**
- ✓ **Se estableció que transcurridos 2 años de cobertura continua, el asegurador no podrá invocar la reticencia o inexactitud de las declaraciones efectuadas por el deudor asegurado, excepto dolo.**
- ✓ **Se estableció un plazo de 6 días hábiles para el pago de la indemnización.**
- ✓ **Se estableció la devolución de la prima pagada no devengada, por terminación del seguro por motivos distintos al pago del siniestro.**
- ✓ **Se estableció que el adicional invalidez 2/3 cubre la invalidez que se produce durante la vigencia de la póliza, independientemente de la fecha en que se haya originado el accidente o enfermedad.**

2.b) Resultado licitaciones efectuadas

A la fecha se han realizado 25 licitaciones

- 10 relativas a seguros de desgravamen
- 15 relativas a seguros de incendio y sismo

El precio promedio de los seguros de desgravamen e incendio y sismo han experimentado una baja promedio de 62,68% y 33,29%, respectivamente.

Se han beneficiado 120.768 deudores asegurados por un monto total asegurado de UF 211.224.211.

Durante este año se realizarán unas 12 licitaciones más, siendo las más significativas en cuanto a volumen las del Banco Santander, Banco de Chile y BCI. Las dos primeras corresponden a seguros de desgravamen e incendio y sismo y la última sólo a desgravamen.

Resultado licitación seguro de desgravamen



ENTIDAD	Cobertura de Póliza	Monto Asegurado Total en UF	N° de Deudores	COMPAÑÍA ADJUDICATARIA	Tasa Adjudicada	Disminución Porcentual
BANCO CONSORCIO	Desgravamen	16.748.179	8.000	Metlife	0,00600%	59,24%
SCOTIABANK	Desgravamen	2.377.492	4.715	BBVA	0,01830%	51,84%
RIPLEY	Desgravamen	2.938.541	4.557	Itaú	0,01500%	62,50%
CCAF LA ARAUCANA	Desgravamen con ITP 2/3	32.524	68	BCI	0,01010%	61,97%
M & V	Desgravamen con ITP 2/3	460.983	1.453	Mapfre	0,00700%	23,08%
SAN SEBASTIAN INMOBILIARIA S.A.	Desgravamen con ITP 2/3	985.314	2.095	BICE	0,00780%	60,61%
BANCO BICE	Desgravamen	18.030.648	5.220	BICE	0,00650%	76,79%
BANCO PARIS	Desgravamen	967.789	1.508	BBVA	0,00750%	62,50%
Mapsa	Desgravamen	24.668	47	Aseg Magallanes	0,01290%	21,82%
Securitizadora Security	Desgravamen	3.438.779	7.469	Aseg Magallanes	0,01330%	19,39%
Totales		46.004.917	35.132			

*El promedio ponderado se calculó con base en los montos asegurados en UF.
ITP: Invalidez Total Permanente*

Disminución	
Promedio	62,68%
Ponderada	

**La mayor baja fue la del Banco Bice con una caída de 76,79%.
Estas entidades recibieron un promedio de 9 ofertas en cada licitación.**

Resultado licitación seguro de incendio y sismo



ENTIDAD	Cobertura de Póliza	Monto Asegurado Total en UF	N° de Deudores	COMPAÑÍA ADJUDICATARIA	Tasa Adjudicada	Disminución Porcentual
BCI	Incendio y Sismo	94.890.872	42.000	BCI	0,02152%	29,45%
BANDESARROLLO	Incendio, Sismo y Cesantía	4.564.584	7.520	Mapfre	0,04727%	25,62%
RIPLEY	Incendio y Sismo	2.909.306	4.088	Magallanes	0,01563%	58,29%
M & V	Incendio y Sismo	799.820	1.124	Mapfre	0,01725%	4,11%
PRINCIPAL (CRUZ DEL SUR)	Incendio y Sismo	14.081.056	5.733	Penta	0,01990%	7,59%
CCAF LA ARAUCANA	Incendio y Sismo	46.733	68	RSA	0,02144%	23,15%
BICE	Incendio	15.194.127	3.056	Penta Security	0,00293%	77,34%
BICE	Incendio y Sismo	7.473.775	1.794	RSA	0,01556%	37,75%
BANCO INTERNACIONAL	Incendio y Sismo	1.045.163	339	Consorcio Generales	0,01620%	51,40%
PENTA AMH	Incendio	4.376.833	1.360	RSA	0,00177%	46,36%
PENTA AMH	Incendio y Sismo	2.824.352	1.744	RSA	0,01769%	39,00%
Banco Falabella	Incendio	6.232.658	5.762	RSA	0,00220%	36,69%
Banco Falabella	Incendio y Sismo	7.497.781	5.575	RSA	0,01030%	20,16%
Mapsa	Incendio y Sismo	27.469	47	Aseg Magallanes	0,02100%	-7,69%
Securitizadora Security	Incendio y Sismo	3.282.234	5.473	Mapfre	0,01330%	31,86%
Totales		165.246.763	85.683			

El promedio ponderado se calculó con base en los montos asegurados en UF.

Disminución	
Promedio	33,29%
Ponderada	

**La mayor baja fue la del Banco Bice con una caída de 77,34%.
Estas entidades recibieron un promedio de 4,5 ofertas en cada licitación.**

Estimación del impacto en el dividendo



UTILIZANDO CIFRAS DE CREDITO PROMEDIO SEGÚN SIMULADOR SBIF
CREDITO DE 2.000 UF A 20 AÑOS (TASA 4,87% ANUAL)

	CIFRA EN UF	VALOR UF
DIVIDENDO ANUAL PROMEDIO**	170,28	22.645,3
TASA PROMEDIO ANUAL**	4,87250%	

DESCOMPOSICIÓN DEL DIVIDENDO FINAL
CONCEPTO DIV

CONCEPTO DIV	AGRUPACIÓN			OBSERVADO EN LICITACIÓN			AHORRO ANUAL
	CONCEPTO DIV	% COMP*	COMP UF	% BAJA	% COMP	COMP UF	
DIVIDENDO SIN SEGURO	DIVIDENDO SIN SEGURO	91,2%	155,37		95,07%	155,37	0,00
PRIMA NETA DESGRAVAMEN	COSTO DESGRAVAMEN	3,8%	6,41	62,68%	1,46%	2,39	-4,02
PRIMA NETA INCENDIO y SISMO	COSTO INCENDIO Y SISMO	5,0%	8,50	33,29%	3,47%	5,67	-2,83
COMISIÓN DESGRAVAMEN							
COMISIÓN INCENDIO Y SISMO							
	TOTAL DIVIDENDO	100,0%	170,2803	4,02%	100,00%	163,43	-6,85

SUPUESTO	Ahorro Anual Desgravamen (UF)	Ahorro Anual Incendio y Sismo (UF)	Ahorro Total Anual (UF)	Ahorro Anual en Pesos	Valor Presente Ahorro Total en Pesos
Observado	4,02	2,8	6,85	155.093,19	2.049.073

* De acuerdo a distribución promedio obtenida simulador Crédito SBIF

** Dividendo promedio obtenido de simulador SBIF

La disminución promedio ponderada de los seguros de desgravamen e incendio y sismo representaría un ahorro de \$ 2.049.073 en un crédito de UF 2.000 a 20 años a una tasa de 4.87%, que equivale a una baja del 4% en el dividendo.

3. Implementación buenas prácticas en Retail (Autoregulación)

Acuerdos específicos:

1. Mejorar la información general a los asegurados
2. Derecho de retracto
3. Perfeccionamiento del procedimiento de ventas telefónicas
4. Monitorear la entrega inmediata del certificado de cobertura al cliente al momento de incorporarlo a una póliza colectiva
5. Información al cliente asegurado en cuanto al efecto de las renegociaciones
6. Auditoría y control

1) Mejorar la Información General a los asegurados

Los miembros del Comité acordaron mejorar y simplificar la información que se entrega a los asegurados, cuyo detalle se encuentra en el Anexo N° 1 del presente documento.

Fecha de implementación: 1 de noviembre de 2011.

- A) Mailing o E-Mailing enviado con frecuencia bimestral, incorporando contenidos de interés para los asegurados.
- B) Mención en Estados de Cuenta Mensual, enviado con frecuencia semestral, incorporando contenidos de interés para los asegurados.
- C) Dípticos y/o Trípticos emitidos con frecuencia trimestral(en puntos de venta del Retailer o en los lugares en que se ofrezcan los seguros) que informen contenidos de interés de los asegurados como por ejemplo: i/ Proceso y documentos requeridos para la liquidación de los seguros de cesantía; ii/ Proceso y documentos requeridos para la liquidación y pago del seguro de desgravamen; iii/ Glosario de conceptos que contenga una explicación de los términos de regular uso en el comercio de seguros como: monto asegurado, cobertura, deducible, límites, exclusiones, etc.; iv/ Cobertura del seguro automotriz: ¿Qué está cubierto y qué no? robo, accesorios, etc.
- D) Instruir a las áreas comerciales y de marketing de cada una de las empresas del Retail para que las denominaciones comerciales de los productos de seguros no induzcan a error respecto de las verdaderas propiedades o coberturas del seguro, evitando todo tipo de exageraciones.
- E) En los estados de cuenta de las tarjetas de crédito, usar una denominación comercial que no induzca a error, de forma tal que el tarjetahabiente pueda verificar con exactitud el cobro de la prima del seguro contratado cuyo cargo se ha efectuado en la tarjeta de crédito respectiva.

2) Derecho de Retracto

Se ha acordado otorgar a los asegurados un derecho a retracto, por el cual pueden dejar sin efecto la contratación, sin expresión de causa y dentro de los 35 días siguientes a la fecha de contratación de suscripción.

Fecha de implementación: 2 de enero de 2012.

3) Perfeccionamiento del procedimiento de Ventas Telefónicas

- a. Simplificación de la información de venta de los productos: Se desarrollará un nuevo diseño de las características comerciales de los productos, que considere un lenguaje más simple, directo y comprensible para los usuarios.
- b. Impulsar un Acuerdo de Buenas Prácticas para las ventas telefónicas.
- c. Incorporar el Acuerdo de Buenas Prácticas como un anexo obligatorio en los contratos de prestación de servicios que se suscriba con los proveedores de servicios de Call Center.
- d. Entregar un código de verificación de la venta a los clientes al terminar la grabación de la venta telefónica.

- e. Poner las grabaciones de las ventas a disposición de aquellos clientes que lo soliciten. Esto, con el propósito de que los clientes puedan revisar el diálogo y la oferta realizada por el ejecutivo de venta y compararla con la póliza que se le envía al domicilio.

Cada retailer tendrá un plazo máximo de 5 días hábiles para enviar la copia de la grabación a la dirección indicada por el asegurado. La solicitud se podrá efectuar vía telefónica al centro de llamados de cada empresa.

- f. La auditoría acerca del cumplimiento de estas proposiciones se encomendará a los auditores externos, como parte de sus obligaciones periódicas.

Fecha de implementación: 1 de noviembre de 2011.

4) Monitorear la entrega inmediata del certificado de cobertura al cliente al momento de incorporarlo a una póliza colectiva

Entregar a los asegurados de pólizas colectivas, un certificado de cobertura que dé cuenta de las características y condiciones del seguro, tan pronto la compañía de seguros respectiva haya aceptado el riesgo. Los retailers se comprometen a que dicha obligación será asumida tanto por los intermediarios de seguros como por los mismos aseguradores.

La eficacia de esta medida será verificada a través de los auditores externos de las empresas comprometidas en este acuerdo.

Fecha de implementación: 1 de noviembre de 2011.

5) Información al cliente asegurado en cuanto al efecto de las renegociaciones

Se acordó perfeccionar la información que se entrega a los clientes respecto del efecto de las renegociaciones en los seguros de las líneas de créditos asociadas a las tarjetas de crédito. Para ello, cada empresa de Retail deberá:

- a. Poner letreros en lugares visibles y de fácil acceso en todas las áreas de normalización y cobranza acerca de la forma en que la renegociación o repactación de la línea de crédito asociada a la tarjeta de crédito, afecta los seguros contratados por el tarjetahabiente cuyo medio de pago es la misma tarjeta.
- b. Incorporar, ya sea en los documentos de las repactaciones presenciales o en las pautas o script de las repactaciones efectuadas telefónicamente, textos de uso obligatorio que informen acerca del efecto de la renegociación en el uso y aplicación de los seguros.

6) Auditoría y Control

Se acordó requerir a los respectivos auditores externos de las empresas comprometidas con este Acuerdo, que auditen, verifiquen y comprueben anualmente, por todos los medios que la normativa legal vigente les permite, el cumplimiento de los compromisos contenidos en este documento. Esta medida regirá también para los otros acuerdos que se alcancen con la autoridad en el marco de la mesa de trabajo SVS/CRF en etapas posteriores.

En un plazo máximo de 45 días desde su emisión, cada corredor de seguros deberá remitir el informe de auditoría y control a la SVS. Adicionalmente a lo anterior se deberá adjuntar el plan correctivo con los plazos para su implementación, firmado por su representante legal.

Siguiendo los acuerdos de autoregulación, se depositaron 8 pólizas y 4 cláusulas adicionales.

POL 2 12 087	Póliza de Seguros de Vida
POL 3 12 088	Póliza de Seguros de Accidentes Personales
POL 3 12 089	Póliza de Seguros de Renta Hospitalaria
POL 2 12 066	Póliza de Seguros de Vida
POL 2 12 068	Póliza de Seguros de Renta Hospitalaria
POL 2 12 069	Póliza de Seguros de Accidentes Personales
POL 1 12 106	Póliza de Seguro de Hogar
POL 3 12 112	Póliza Renta Hospitalaria
CAD312107	Clausula Renta Diaria Hospitalaria
CAD312108	Clausula Renta Diaria Hospitalaria Accidente Escolar
CAD212109	Clausula Muerte Accidental
CAD312110	Clausula Pago Anticipado por I Invalidez Total y Permanente

En general estas nuevas pólizas tienen un lenguaje más simple y directo, se establece el derecho a retracto, salvo en la Póliza de Seguro de Hogar y Renta Hospitalaria, y una liquidación más simple del siniestro.

Empresas auditoras (N° auditorías realizadas)

- Price Waterhouse (1)
- Ernst & Young (3)
- Deloitte (2)
- BDO Auditores & Consultores (1)

1. Información General al Asegurado

- Verificación de comunicación formal a colaboradores de las áreas comerciales y de marketing a objeto de coordinar denominaciones comerciales.
- Verificación de envío de la información al asegurado mediante muestras aleatorias de estados de cuentas mensuales, verificando la incorporación del contenido acordado con la administración.
- Verificación en terreno de la existencia de la información acordada.

2. Derecho a Retracto

- Muestreo para verificación de incorporación de cláusula.
- Verificación de devolución de primas.

3. Procedimiento Venta Telefónica

- Revisión de Script de venta
- Revisión de muestra (grabación, código de venta y entrega de éste)

4. Certificado de Cobertura

- Verificación por muestra de entrega de certificado, mediante firma o comprobante de despacho

5. Información de efectos en los seguros por renegociación

- Revisión en terreno de la existencia de letreros
- Revisión de muestra en la que se constata la existencia del texto pertinente respecto a la renegociación, en el documento de renegociación.

1. Información General al Asegurado

- No se envió emailing (se incluyó mención en estado de cuenta)
- En la mayoría de los casos, los Díptico y Tríptico no se encontraban visibles en las tiendas.
- No se identificó explícitamente la información mínima que se le debe entregar al asegurado, por ejemplo, exclusiones.

2. Derecho a Retracto

- Se evidenció que en algunas pólizas no se había incorporado el derecho a retracto.

3. Procedimiento Venta Telefónica

- Se detectó en un caso, que no se entregó el código de verificación
- En dos casos, no se obtuvo la grabación de la venta.

4. Certificado de Cobertura

- En algunos casos, no se pudo verificar la entrega del certificado de cobertura al asegurado.

5. Información de efectos en los seguros por renegociación

- En algunos locales no se publica información respecto al efecto de las renegociaciones en los seguros.
- En algunas renegociaciones, no existe evidencia de la inclusión de la información pertinente respecto a dicho efecto.

4. Buenas prácticas internacionales de conducta de mercado

Buenas prácticas internacionales de conducta de mercado



Principales documentos:

IAIS	<i>Insurance Core Principle (ICP) N° 19 – Market Conduct (Oct. 2010)</i>
OECD	<i>G-20 High Level Principles on Financial Consumer Protection (Oct. 2011)</i>
WB	<i>Good Practices for Financial Consumer Protection (Jun. 2012)</i>
IOSCO	<i>A Resolution on International Conduct of Business Principles (Nov. 1990)</i>

IAIS: International Association of Insurance Supervisors

OECD: Organization for Economic Cooperation and Development

WB: World Bank

IOSCO: International Organization of Securities Commissions

Principales temas que tratan estos documentos:

- a. Marco institucional
- b. Trato justo a los consumidores
- c. Promoción y asesoría
- d. Información para el consumidor y educación financiera
- e. Manejo de conflictos de intereses
- f. Protección de los datos y privacidad
- g. Protección frente a fraudes y uso indebido

- ✓ **Mecanismos de protección al consumidor**
 - Sistemas de protección frente a insolvencias (fondos, garantías, etc)
- ✓ **Órganos responsables de la protección al consumidor**
 - Clara definición de estos organismos (responsabilidades, poderes, etc)
 - Cooperación con otros organismos dentro y fuera de la jurisdicción
 - Promover la protección al consumidor
- ✓ **Normas claras de conducta de mercado y sanciones**
 - Mecanismos legales o de supervisión para proteger a los consumidores
 - Sancionar fraudes, abusos
- ✓ **Sistema judicial que entregue credibilidad**
 - El sistema judicial debe entregar credibilidad en la aplicación de reglas de protección al consumidor
- ✓ **Promover la transparencia y competitividad de los mercados**
 - Fomentar comparación de productos. Cuando corresponda, permitir el cambio de manera sencilla y a un costo razonable
 - Fácil acceso a la información por parte de los consumidores

b. Trato justo a los consumidores



- ✓ **Actuar con diligencia y cuidado, cumplir con los requerimientos regulatorios y poner especial atención a grupos vulnerables**
 - Desempeñar sus funciones tal como lo haría una persona prudente en circunstancias similares.
- ✓ **Políticas y Procedimientos para garantizar el trato justo**
 - Deben existir políticas y procedimientos que formen parte integral de la cultura corporativa. Controlar su cumplimiento.
 - El trato justo incluye, entre otros, que:
 1. Los productos se desarrollen/comercialicen considerando los intereses de clientes.
 2. Se les entregue información clara antes, durante y después de la venta.
 3. Se minimicen las ventas que no sean adecuadas a las necesidades de los clientes.
 4. La asesoría que se les entregue sea de gran calidad.
 5. Los reclamos sean manejados de manera justa. Comité de Reclamos.
 6. Se proteja la confidencialidad de la información de los clientes.
 7. Se respondan las expectativas razonables de los clientes.
 8. Se defina un “período de enfriamiento” antes de concretar una venta
- ✓ **Mecanismos para resolver conflictos y reclamos**
 - Deben ser simples, económicos, de fácil acceso y equitativos.

- ✓ **Tener en cuenta los intereses de los consumidores al desarrollar y promocionar los productos**
 - Antes de promocionar los productos las aseguradoras debieran evaluar:
 1. Si el producto es sustentable
 2. Los potenciales consumidores y aquellos que no necesitarían el producto
 3. Los potenciales riesgos del producto que podrían perjudicar a los consumidores
 4. Que los canales de distribución sean adecuados y si es necesario dar asesoría
 5. Que el producto siga cumpliendo con las necesidades de los consumidores (post venta)
- ✓ **Promoción clara, justa y no engañosa**
 - La información debe:
 1. Ser fácil de comprender
 2. Ser consistente con las expectativas razonables de los consumidores
 3. Establecer las bases para el pago de las indemnizaciones y limitaciones
 4. No ocultar ni minimizar afirmaciones o advertencias importantes
 - Procedimiento formal para “Conocer al Consumidor” antes de dar asesoría
 1. Conocimiento financiero y experiencia del consumidor
 2. Necesidades, prioridades y circunstancias que llevan a contratar el producto
 3. Evaluar la posibilidad de que el consumidor pueda pagar el producto en el futuro
 4. Analizar su perfil de riesgo
 - Competencia profesional y capacitación continua

d. Información para el consumidor y educación financiera



- ✓ **Plazo, forma y contenido de la información a entregar**
 - Se debe informar sobre los beneficios, riesgos y plazos de los productos
 - Potenciales conflictos de intereses
 - Evaluar la efectividad de los sistemas de información al consumidor
- ✓ **Mecanismos para corregir errores en la información**
 - Medios que permitan cuestionar la precisión de la información
- ✓ **Notificar con suficiente antelación las renovaciones**
- ✓ **Fácil acceso a información de protección al consumidor. Derechos y obligaciones**
- ✓ **Educación financiera. Evaluación de su impacto.**
 - Establecer programas de educación financiera con especial énfasis en los grupos más vulnerables.
 - Evaluar la efectividad de los programas

- ✓ **Evitar conflictos de intereses y manejarlos adecuadamente**
 - Se deben evitar los conflictos
 - Cuando no se puedan evitar, se deben manejar adecuadamente:
 1. Informar al consumidor del conflicto de interés
 2. No actuar si no se puede evitar el conflicto
 3. Establecer políticas y procedimientos para manejar conflictos de intereses
 4. Verificar su cumplimiento

f. Protección de los datos y privacidad

g. Protección frente a fraudes y uso indebido



- ✓ **Establecer políticas y procedimientos para proteger los datos de los consumidores y la privacidad. Evitar fraudes.**
 - Estas medidas incluyen:
 1. Establecer políticas y procedimientos que formen parte de la cultura organizacional
 2. Capacitar a todo el personal
 3. Establecer sistemas de control interno
 4. Contar con tecnología adecuada para prevenir incumplimientos y fraudes
 5. Verificar cumplimiento y aplicar sanciones cuando corresponda
 6. Evaluar la efectividad de las políticas y procedimientos
 - Poner especial atención en actividades terciarizadas (outsourcing)
 - Definir claramente en que casos se puede compartir información de los consumidores con terceros.
 1. Notificar previamente al consumidor
 2. Indicar qué información y con quién se podría compartir



ENCUENTRO ASOCIACIÓN CORREDORES BANCA, SEGUROS Y CANALES MASIVOS

Conducta de Mercado en los Seguros

Osvaldo Macías Muñoz
Intendente de Seguros
Superintendencia de Valores y Seguros

25 – 26 de Octubre de 2012
Viña del Mar