



**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

# Iniciativa de acceso a seguros

Un programa global para marcos regulatorios y de supervisión sólidos

**Llamada de consulta de la IAIS-A2ii: 26 de noviembre de 2015**

"Respuestas de supervisión a los riesgos del consumidor en seguros móviles"

**PASCAL SIMON**

Director Amarante Consulting





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

Esta presentación se basa en un estudio realizado por  
Advision Finance B.V. and Amarante Consulting  
encargado por

**NIC** NATIONAL  
INSURANCE  
COMMISSION





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Agenda

- 1. Introducción**
- 2. Funciones y responsabilidades de las diferentes partes interesadas**
- 3. Ejemplo de interacción de los riesgos en el modelo “Free-mium”**
- 4. Análisis de riesgos**
- 5. Ejemplo de respuestas para el monitoreo y manejo de riesgos**





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 1. Introducción

### ¿Qué es un seguro móvil?

*Definición: "El seguro móvil se basa en el ecosistema y la infraestructura móvil para apoyar las funciones del proceso de seguros. En pocas palabras, el seguro móvil se refiere a seguros vendidos a través o con cierta asistencia por los operadores de redes móviles. Las funciones proporcionadas por la infraestructura móvil y el dispositivo pueden variar."*

**BMZ/GIZ: Discussion Paper "Responsible Mobile Insurance"**





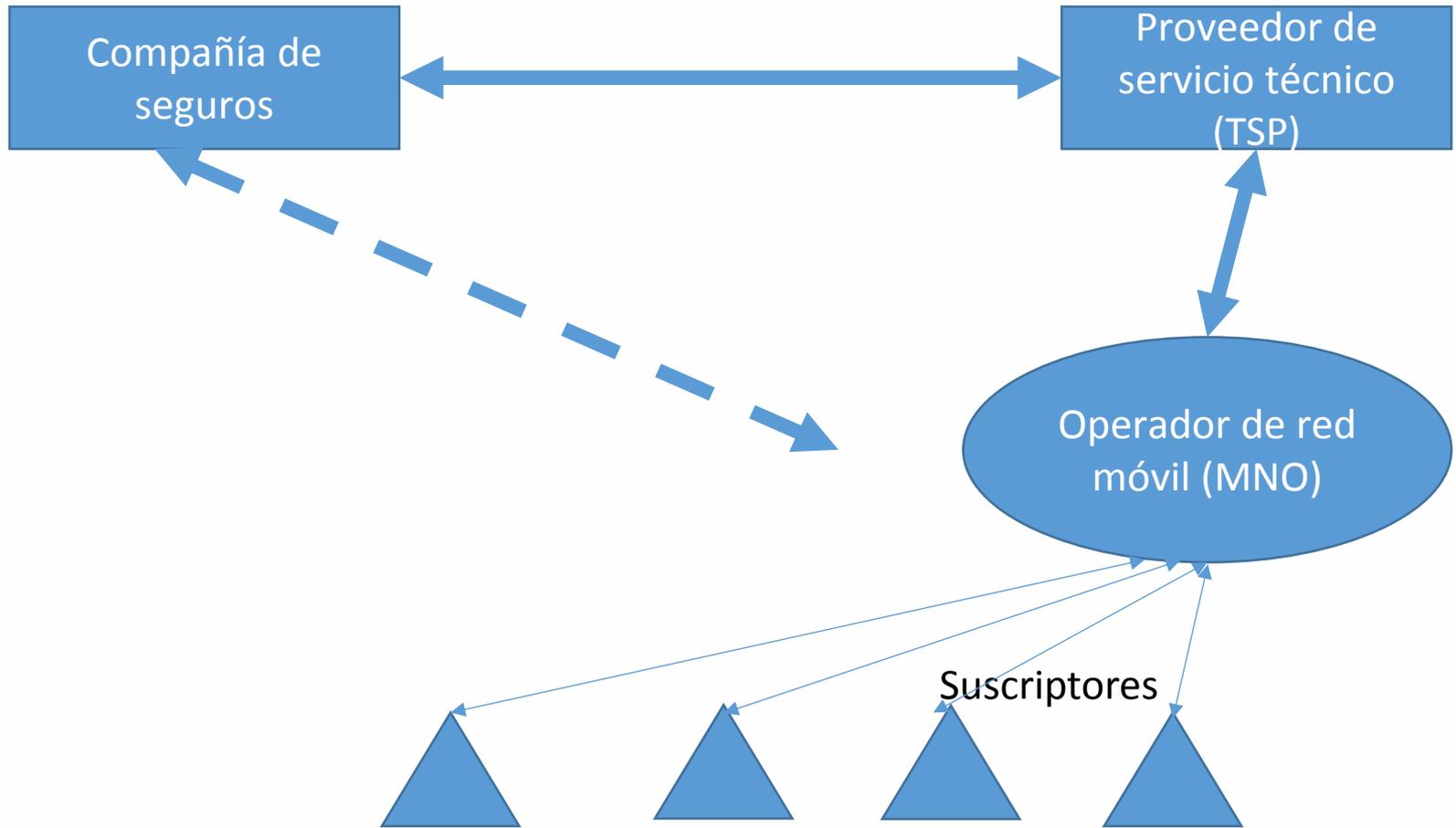
**IAIS**

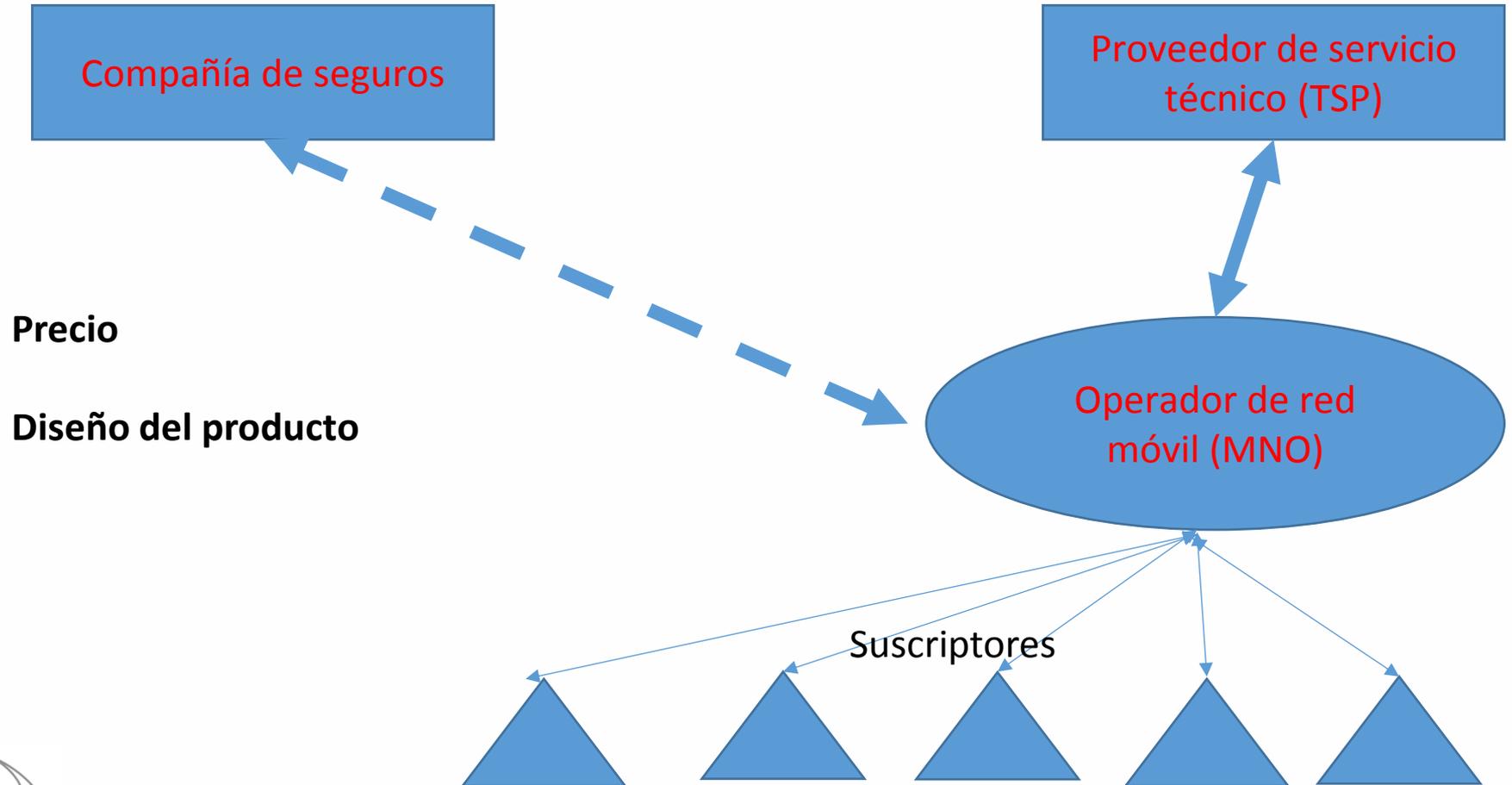
INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

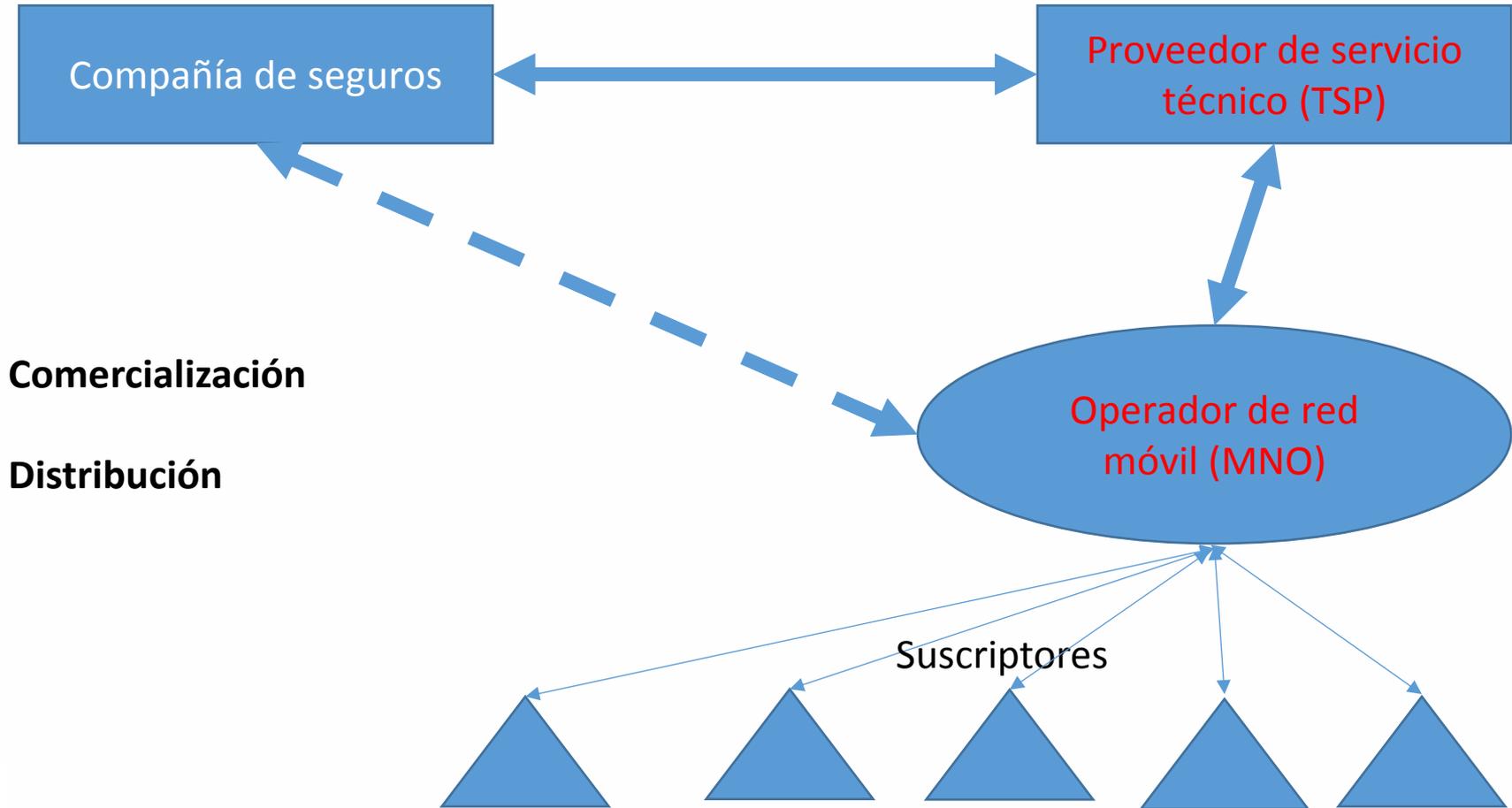
- El seguro móvil tiene un enorme potencial en la promoción de los mercados de seguros inclusivos; debido a que hacen los productos y servicios de seguros atractivos, accesibles y económicamente viables.
- La alta penetración de telefonía móvil en todas las regiones del mundo dan lugar a un rápido crecimiento de seguros móviles en los últimos años
- El documento de aplicación de la IAIS recomienda que la regulación y supervisión deberían reconocer una amplia gama de modelos de negocio, los posibles participantes en el mercado y los proveedores de servicio y permitir estos enfoques mientras se protege a los asegurados.
- Sin embargo, actualmente poca información disponible sobre seguros móviles para los supervisores....

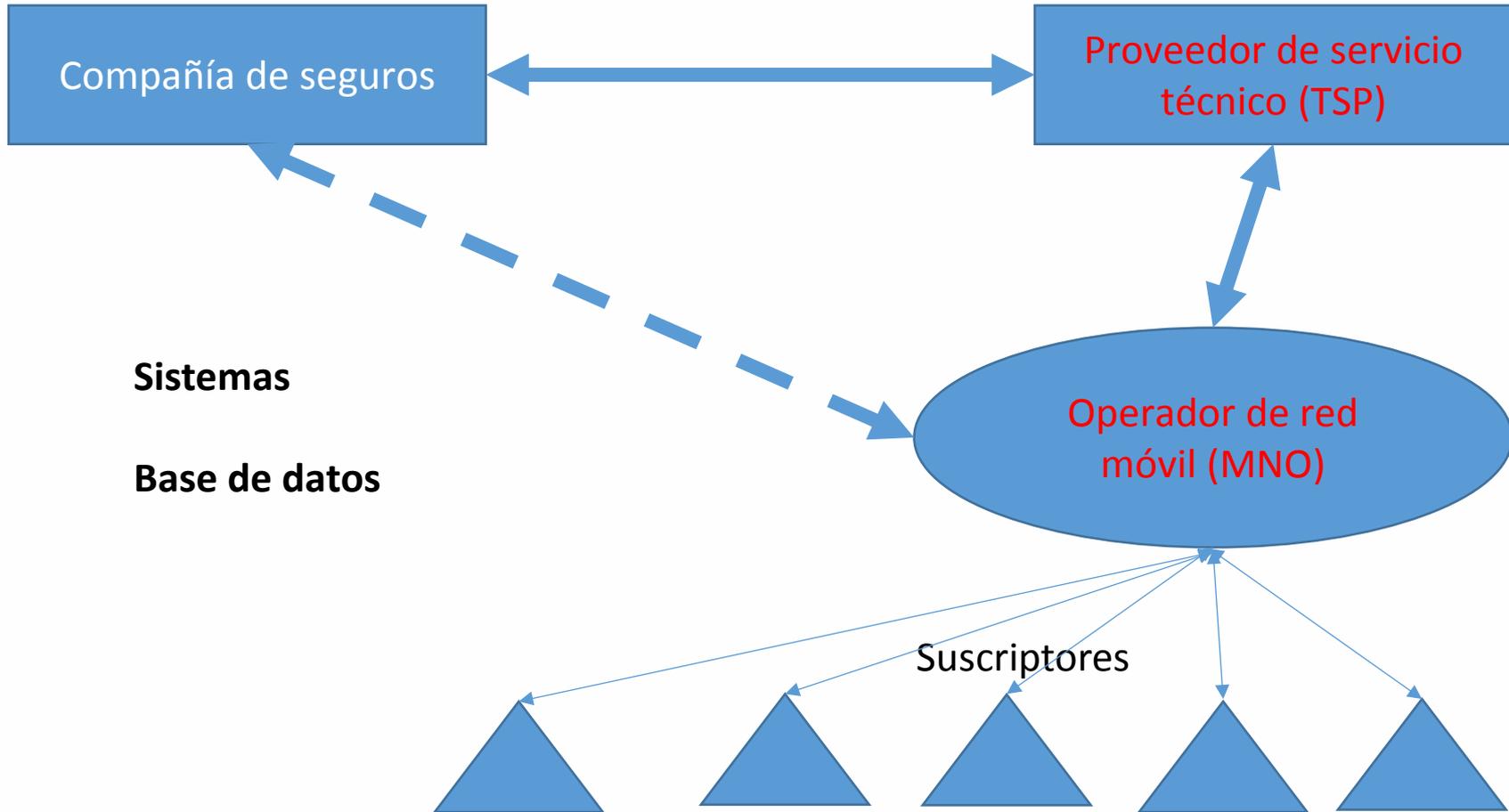


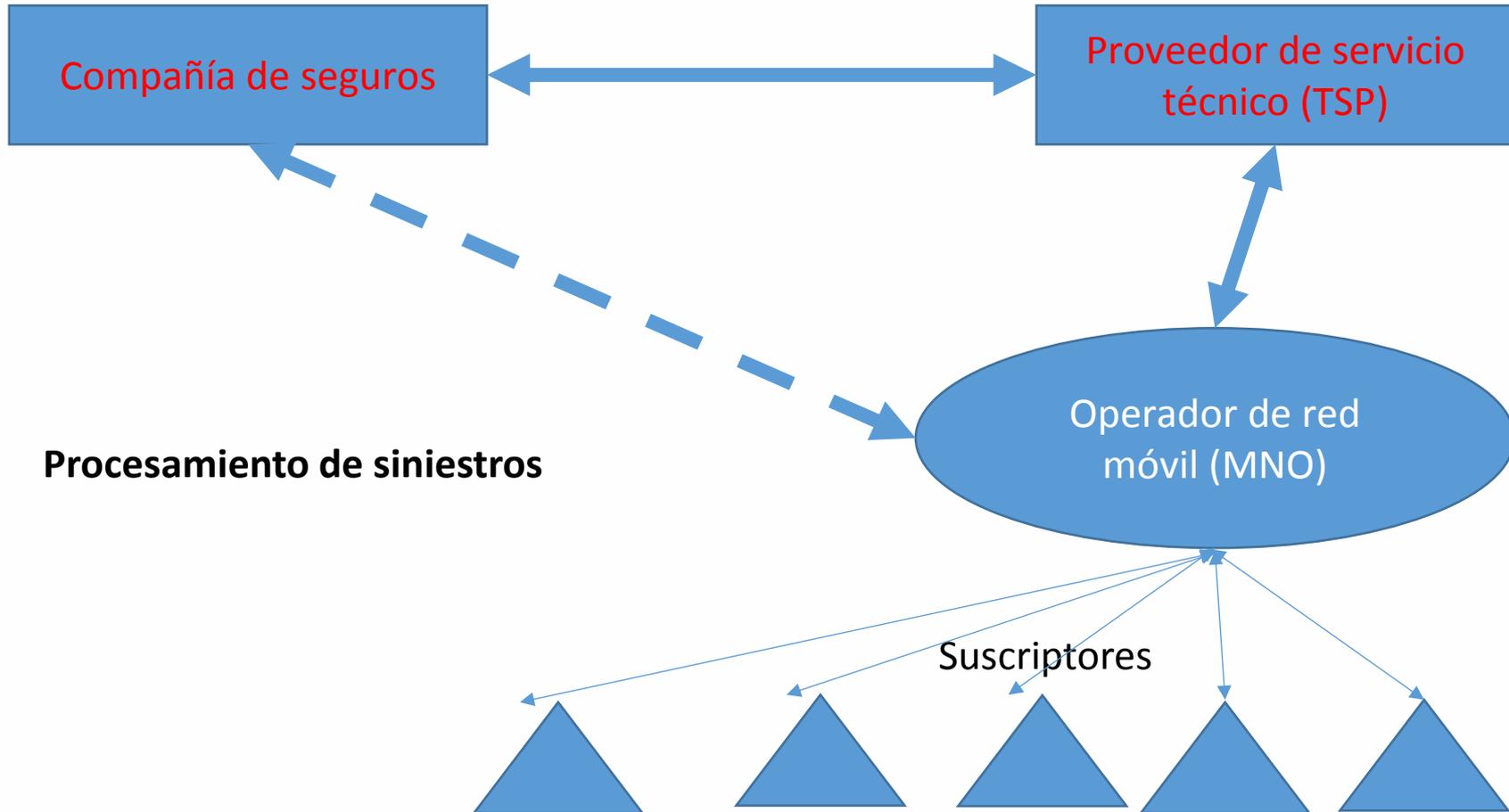
## 2. Funciones y Responsabilidades

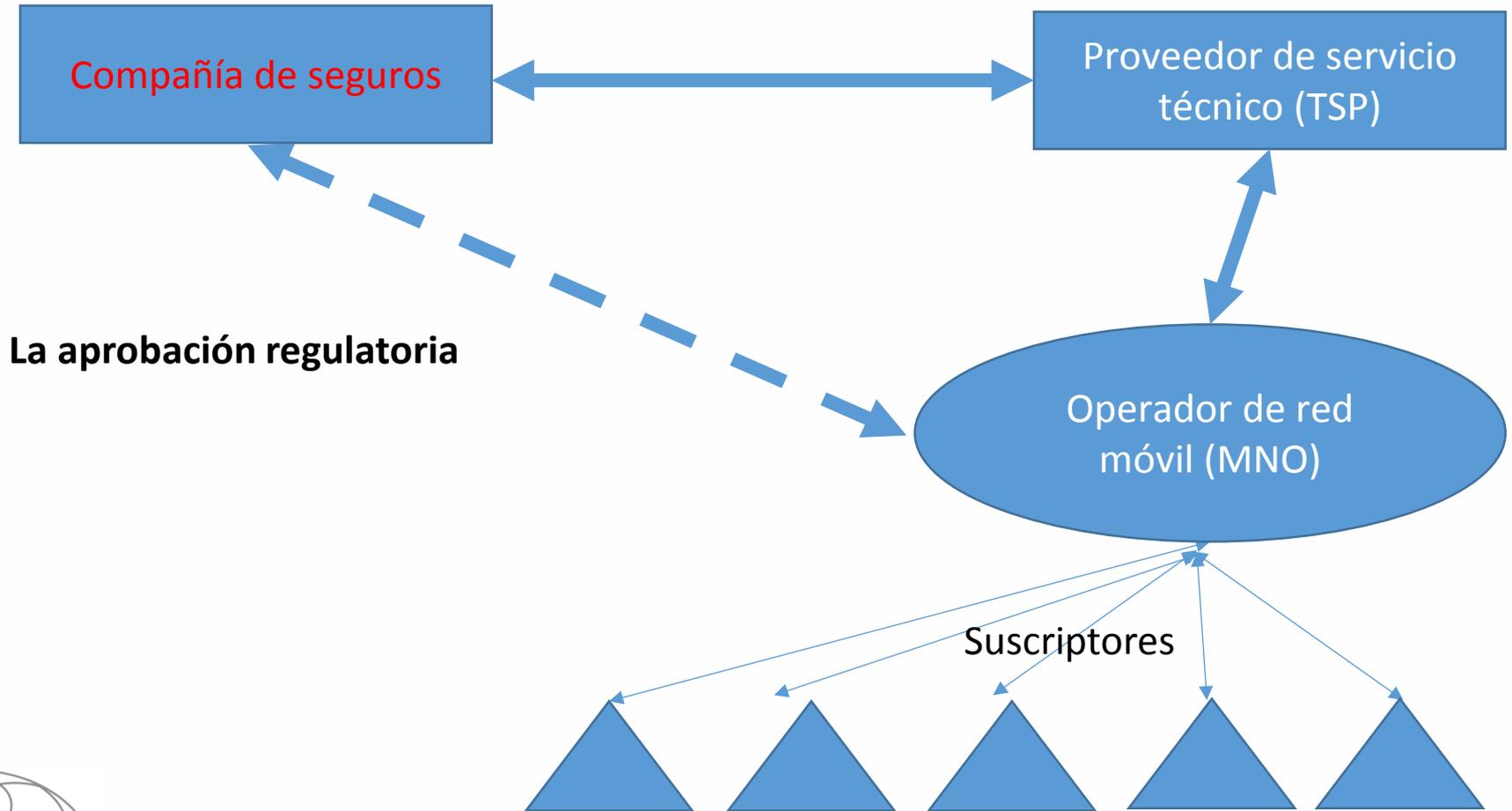






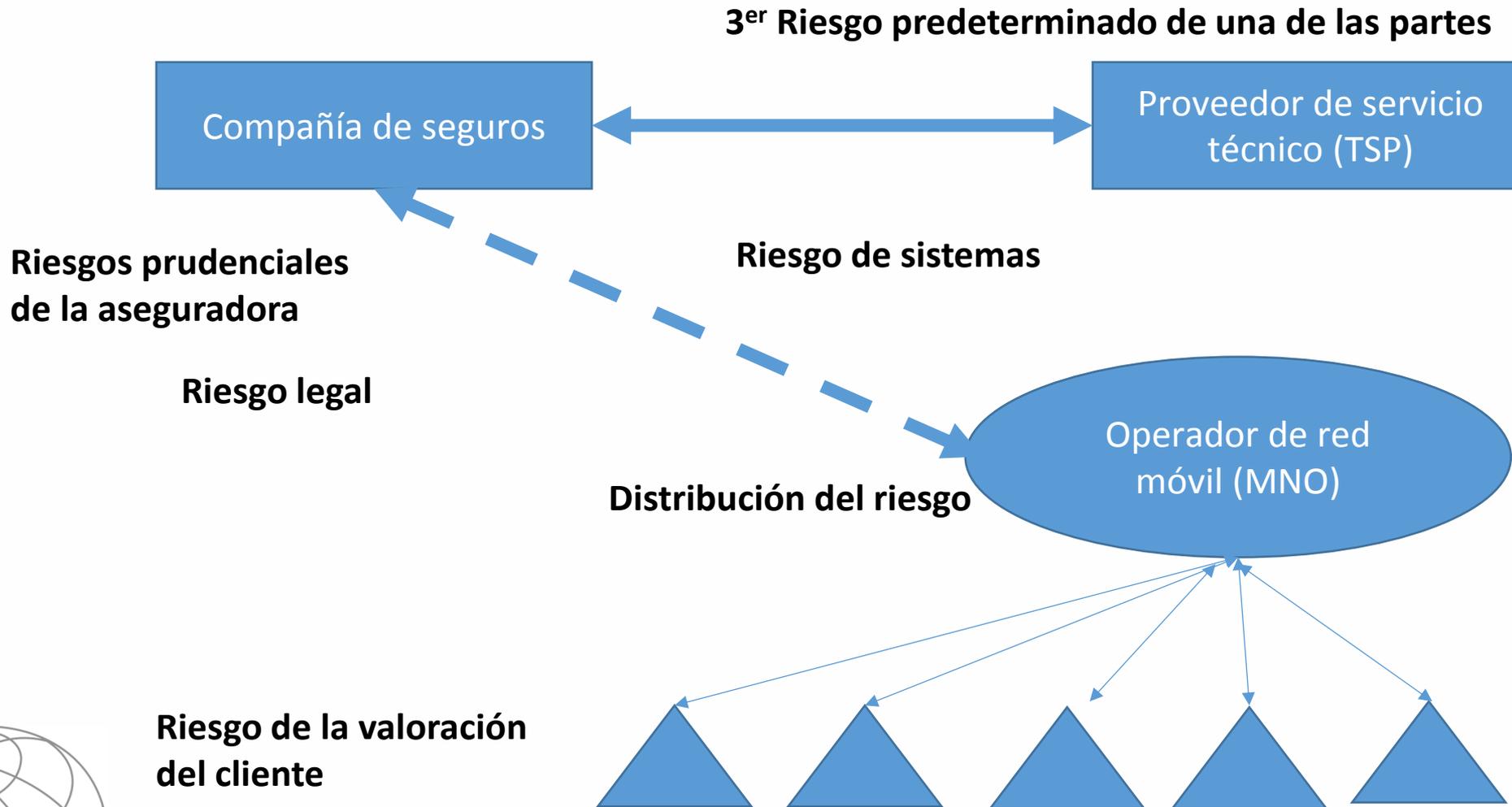




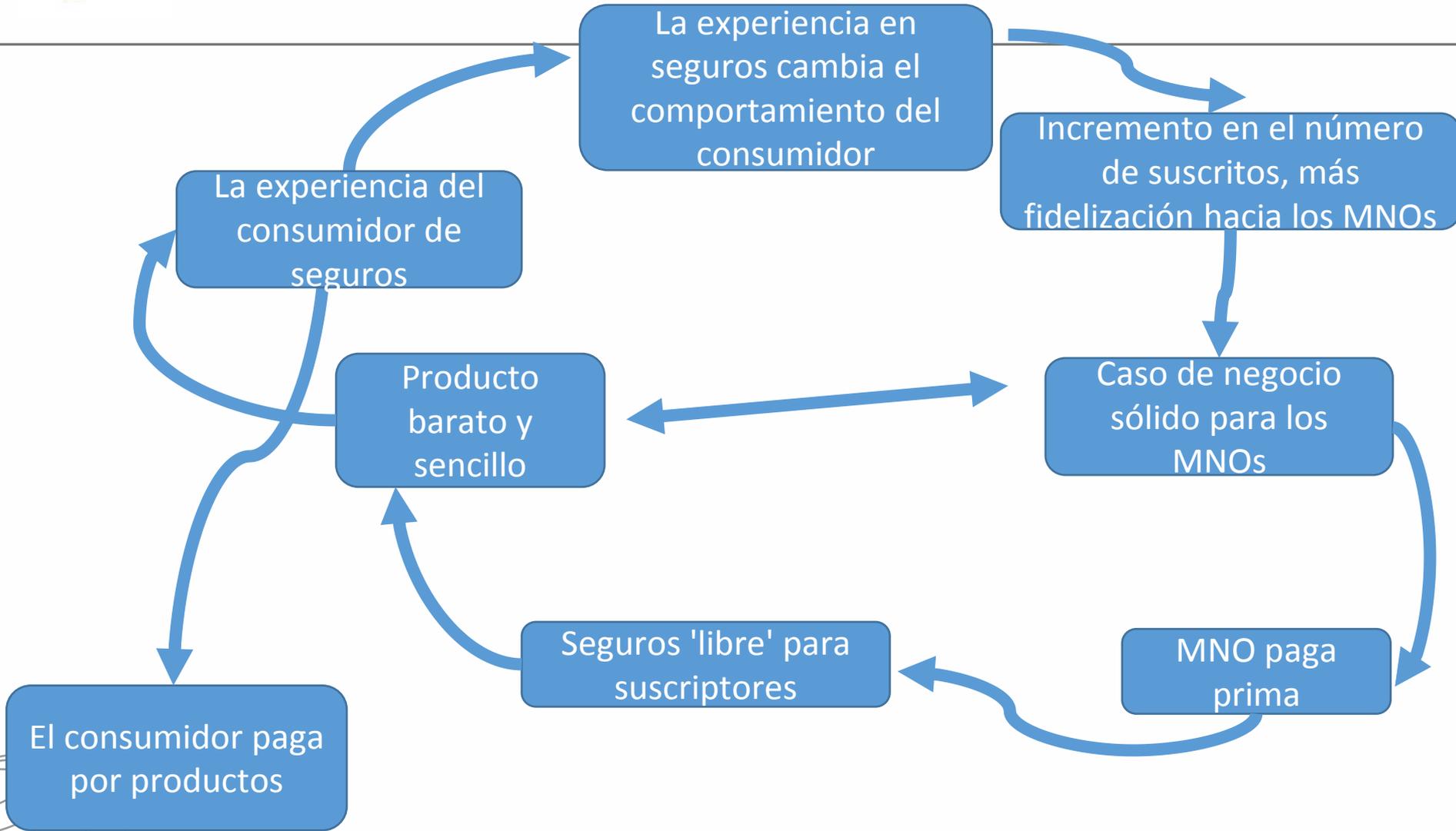




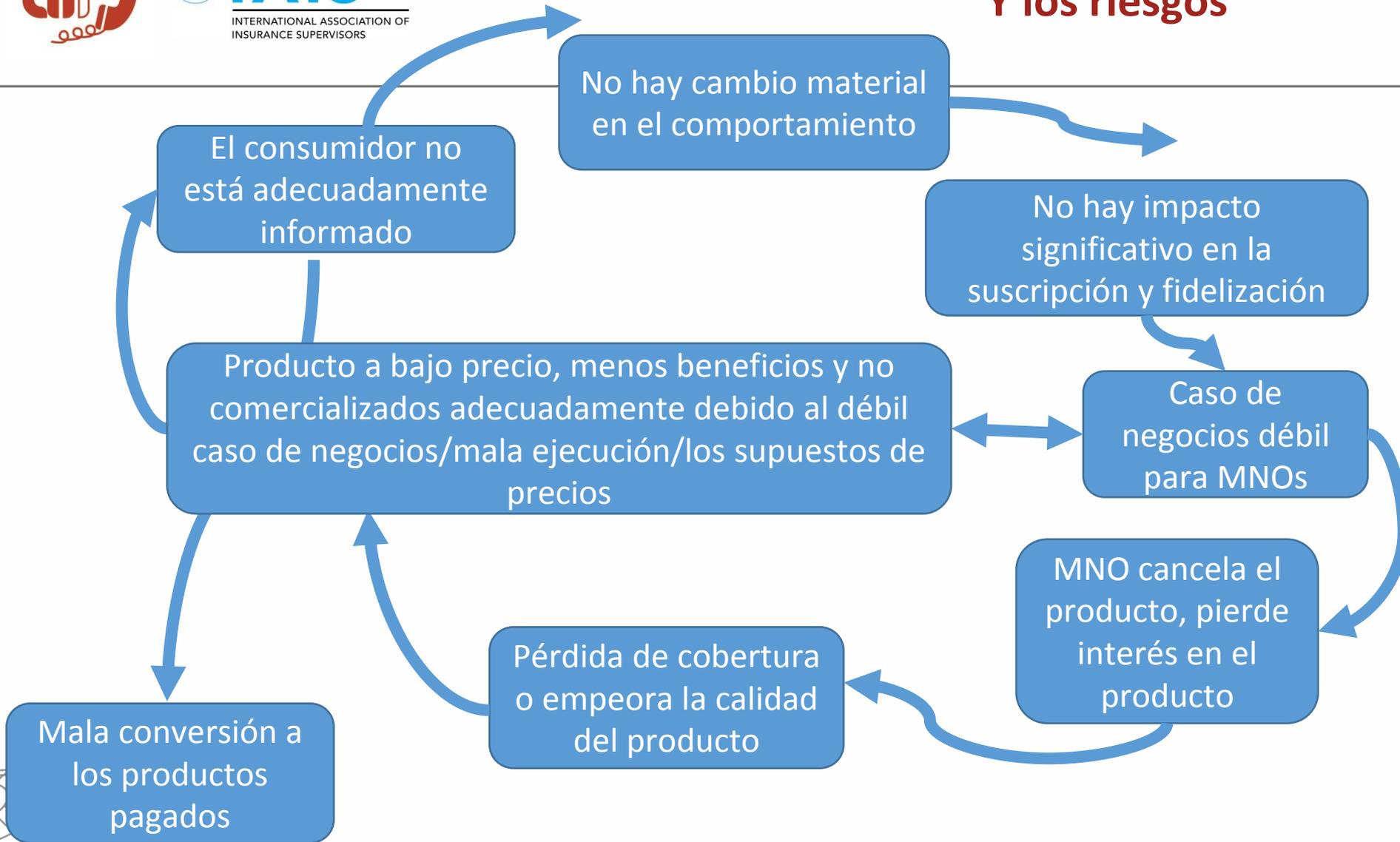
## Resumen de riesgos



### 3. La Teoría Free-mium...



## Y los riesgos





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 4. Análisis de riesgos - Riesgo de valor del cliente

1. Los suscriptores pueden no ser conscientes del producto (particularmente productos de fidelización)- por lo tanto, muy baja frecuencia de siniestros, muy bajas tasas de siniestralidad.
2. Los miembros de la familia del suscriptor pueden estar incluso menos conscientes del producto, de ahí los pocos siniestros por muertes de suscriptores;
3. Aun cuando son conscientes, los suscriptores pueden no comprender plenamente la cobertura del producto y T&Cs;
4. La suma asegurada no es suficiente en comparación con el costo incurrido por los clientes;
5. A los clientes no se les brinda opciones para la inscripción o el método de pago de la prima no es popular.
6. El cliente no puede cancelar fácilmente el producto;
7. Las quejas y consultas de los clientes no son adecuadamente tratadas.
8. Los siniestros son rechazados debido a la discrepancia entre las expectativas razonables del asegurado (PRE) y las directrices de la aseguradora;
9. El proceso del siniestro es complicado, oneroso y prolongado;
10. Los clientes perciben un valor pobre si la utilización es baja o muy pocos siniestros han sido pagados.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Riesgos prudenciales de la aseguradora

- 1.** La prima de riesgo está a bajo precio (se asume la conciencia baja del cliente);
- 2.** La aseguradora no cumple con las obligaciones;
- 3.** Demora en la recogida de la prima;
- 4.** Anti-selección y fraude;
- 5.** Los gastos (Operacionales o Fijos) superiores a lo esperado.
- 6.** Volúmenes más bajos/superiores a lo esperado y mezclados de manera diferente a lo esperado.
- 7.** Reaseguros inadecuados;
- 8.** Reservas y Capital inadecuados.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Riesgo del canal de distribución

1. La prima tiene que ser muy baja para el producto de fidelización y así crear sentido de negocio para el MNO (no justificable desde el punto de vista actuarial)- dependiente de las notificaciones de siniestros;
2. El caso de negocios actual no es tan sólido como se esperaba (por ejemplo, para productos de fidelización);
3. La reputación del MNO fue afectada debido a las disputas del producto;
4. Salir del plan o plan de transición fuera de lugar/no funciona correctamente cuando los productos son modificados o discontinuados;
5. El MNO está pagando un alto % desproporcionado de gastos (puesta en marcha y operativa);
6. La pérdida de datos si el producto se cancela, como datos que permanecen con el MNO;
7. El MNO no comprende plenamente las consecuencias de la modificación/cancelación de los productos de seguros- percibe los seguros como una herramienta única del marketing en lugar de un servicio financiero relativamente a largo plazo;





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Riesgo de marketing

- 1. El producto no se explicó correctamente;**
- 2. El personal de ventas no ha sido capacitado lo suficiente;**
- 3. Concientización del cliente durante la transición de fidelidad a los productos pagados;**
- 4. La literatura de marketing no está clara/ engañosa;**
- 5. Los gastos de comercialización superior a lo esperado.**





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Riesgo legal

- 1. Recurrir a la solución de controversias que no están claras.**
- 2. Insuficiente supervisión regulatoria;**
- 3. Percepción del propietario del producto y la responsabilidad;**
- 4. Protección de datos.**
- 5. Derechos del suscriptor vs MNO;**
- 6. Documentación de la póliza;**
- 7. Uso de los medios de difusión para el pago de la prima.**





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Riesgo de sistemas

- 1. Los sistemas son incapaces de crecer.**
- 2. Los datos nunca más estarán disponibles si la asociación colapsa.**
- 3. Colapso tecnológico;**
- 4. Los datos no se mantienen correctamente. Errores de los datos.**





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Riesgo de incumplimiento de la tercera parte

- 1.** Medir la dependencia del seguro co en los asociados (TSP, banco...)
- 2.** Capacidad de los asociados para manejar el negocio en nombre de la aseguradora: manejo de siniestros, administración....
- 3.** Falta de capacidad/entendimiento entre las aseguradoras locales.





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Impacto potencial de los riesgos- 1

Riesgo	Impacto potencial
<b>Riesgo de la valoración del cliente</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Caídas de la demanda;</li><li>b) Los MNO no perciben valor;</li><li>c) Producto discontinuado;</li><li>d) Las controversias con el asegurador.</li><li>e) Riesgo de reputación;</li><li>f) Puede afectar la confianza que tiene el mercado en el seguro, y también afectar la inclusión financiera</li></ul>
<b>Riesgos prudenciales de las aseguradoras</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) La aseguradora no puede cubrir sus obligaciones;</li><li>b) El producto tiene que ser revalorizado o rediseñado, causando la reducción en los volúmenes/ confianza;</li><li>c) La aseguradora cancela el producto;</li><li>d) La aseguradora no innova más.</li><li>e) El interés de la (re)aseguradora en el sector se reduce</li></ul>
<b>Riesgos de distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Producto discontinuado/cancelado;</li><li>b) Transición del producto (ej. fidelización a lo pagado) pero sin clientes siendo conscientes;</li><li>c) Riesgo de negocio de la aseguradora debido a las perturbaciones del producto;</li><li>d) La falta de acceso a los datos en caso de cancelación del producto.</li></ul>





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## Impacto potencial de los riesgos- 2

Riesgo	Impacto potencial
Riesgos de marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Las disputas sobre los productos;</li><li>b) Mala reputación de las partes interesadas y seguros en general.</li><li>c) Los productos son cancelados debido a las disputas y a la falta de impacto en el negocio para los MNOs</li></ul>
Riesgos legales	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Las mejores prácticas no son seguidas en ausencia de supervisión.</li><li>b) Desajuste de la responsabilidad por ejemplo los MNOs son percibidos como productos 'propios' pero no regulados;</li><li>c) Datos del cliente utilizados incorrectamente.</li><li>d) Las controversias no han sido resueltas claramente;</li></ul>
3er Riesgos de una de las partes	<ul style="list-style-type: none"><li>a) El producto expuesto a la ineficiencia de TSP.</li><li>b) La aseguradora no desarrolla la capacidad de innovar.</li><li>c) El producto afectado por la salida de o cambio de estrategia de TSP</li></ul>
Riesgos de sistemas	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Datos no disponibles;</li><li>b) Riesgos de las covariables con colapso tecnológico;</li><li>c) Los sistemas incapaces de seguir con el crecimiento;</li><li>d) Los errores de los sistemas pueden conducir a la brecha/discontinuidad de la cobertura</li></ul>





**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

## 5. Ejemplo de respuestas para el monitoreo y manejo de riesgos

- Etapa de aprobación del producto : para monitorear antes de que el producto haya sido lanzado al mercado
- Después de la etapa de lanzamiento : Rendimiento del producto
  - Medición cuantitativa de los indicadores de rendimiento clave
  - Medición cualitativa de los indicadores de rendimiento clave
- Enfoque multi-regulatorio:  
coordinación entre diversas autoridades regulatorias. Por ejemplo, Regulador de seguros, Regulador móvil, Banco Central





**NIC** NATIONAL  
INSURANCE  
COMMISSION



# Evaluación del riesgo del seguro móvil en Ghana

Jueves 26 de Noviembre de 2015



## Esquema

- Antecedentes
- Productos de seguros y grupos de interés en Ghana
- Riesgos

# Antecedentes



- 2,7 millones de asegurados para productos de m-seguros (Junio 2015), 5m prima GHS (2014), el 60% de todos los asegurados MI (2014);
- Tres tipos de participantes:
  - Tres MNOs (Tigo, Airtel, MTN) actualmente activos en el mercado
  - Las aseguradoras activas en el mercado son Prudential, Enterprise Life y UT Life
  - Los proveedores de servicios técnicos, tales como BIMA y MicroEnsure también operan en el mercado, también plataformas IT así como MFS África
- 6 productos actualmente en el mercado
- 3 autoridades reguladoras, Comisión Nacional de Seguros, Autoridad Nacional de Comunicación y Banco de Ghana
- Instrumentos reguladores en el mercado son- Reglas de Conducta del Mercado de Microseguros,2013; Regulaciones de la Banca sin Sucursales y Directrices de Dinero Electrónico(BoG, Junio 2015)



## Resumen de los productos actuales de seguros M

Asociaciones	Tipo de producto	Los riesgos asegurados	Año en que comenzó	Los asegurados estimados
Asociación A	Pagado	Funeral (suscriptor y familiares)	2011	8.000
Asociación B	Pagado	Funeral (suscriptor y familiares)	2010	550.000
	Pagado	Gastos por hospitalización	2013	700.000
	Fidelización	Funeral	2010	70.000
Asociación C	Fidelización	Vida, Accidente, Invalidez, Gastos por hospitalización	2014	1.400.000
	Pagado	Vida, Accidente, Invalidez, Gastos por hospitalización	2015	94.000

# Marco del riesgo



Algunos modelos funcionan mejor que otros, algunos productos están en transición de la fidelidad a un producto a un producto pagado (El caso de negocio no es lo suficientemente sólido).

Los riesgos clave que han surgido son;

- Riesgo de la valorización del cliente
  - Los suscriptores pueden no ser conscientes del producto (en particular, productos de fidelización)- por lo tanto, muy baja frecuencia de siniestros, muy bajas tasas de siniestralidad;
  - Aun cuando son conscientes, los suscriptores pueden no comprender plenamente la cobertura del producto y T&Cs;
- Riesgos prudenciales de las aseguradoras
  - Gran proporción de la prima se destina a MNOs (para productos pagados) por ejemplo para algún producto pagado el asegurador recibe menos del 15% del total de la prima bruta.
  - El volumen actual del producto comprado ha sido mucho menor que el esperado dando como resultado ingresos más bajos que los esperados
  - Para algunos productos de alto nivel comprados de selección adversa y también el fraude ha sido observado, lo que lleva a tasas de siniestralidad en exceso del 80% ,por lo tanto, conduce a productos deficitarios para la aseguradora



- **Canal de distribución de riesgo**
  - El caso de negocios para continuar con productos basados en la fidelización no es suficiente para MNO's( ningún incremento significativo en ARPU ni reducción del Churn)
  - La reputación de los MNOs afectados cuando hay conflictos de clientes sobre el producto/servicio;
- **Comercialización y riesgo de ventas**
  - Para un producto de fidelización con más de un millón de clientes 80%-90% de los suscriptores pueden haber sido inconscientes de que estaban asegurados. Uno de los principales motivos de este bajo nivel de concientización de los clientes es la falta de un plan efectivo de comercialización.
  - Un MNO ha parado de invertir en el proceso de comercialización, lo que lleva a una baja conciencia del producto entre el personal MNO, en consecuencia, el personal no esta describiendo el producto a los suscriptores o no esta describiendo el producto correctamente, esto conduce a un conflicto entre las expectativas razonables del asegurado y los términos y condiciones del seguro.
- **Riesgo legal.**
  - La falta de participación de otros organismo reguladores como NCA y BOG
  - Los procesos no son claros para abordar las controversias entre los suscriptores y los MNOs/aseguradores, en algunos casos, las diferencias son llevados a un tribunal o sólo al referido a la NIC



- Los Riesgos de Sistemas
  - Ocasionalmente problemas de sistemas fueron denunciados por algunos MNOs, tales como "inactividad" de la cobertura de la red. Esto llevó a que los clientes no sean notificados de sus primas correspondientes.
  - Los datos nunca más disponibles si la asociación colapsa
- 3<sup>er</sup> Riesgo predeterminado de una de las partes
  - La mayoría de las aseguradoras no están involucradas en las áreas técnicas y de operaciones de negocio de seguros m, el riesgo es que el TSP y MNOs pueden cambiar fácilmente de asegurador.

Utilizando el riesgo clave identificado , los seis productos de seguros m fueron analizados mediante la puntuación de riesgo de cada producto. La puntuación fue hecha en una escala del 1-5, siendo 1 riesgo muy bajo y 5 riesgo muy alto. De todos los riesgos identificados.



- Los Riesgos de Sistemas
  - Ocasionalmente problemas de sistemas fueron denunciados por algunos MNOs, tales como "inactividad" de la cobertura de la red. Esto llevó a que los clientes no sean notificados de sus primas correspondientes.
  - Los datos nunca más disponibles si la asociación colapsa
- 3<sup>Rd</sup> Parte de riesgo predeterminado.
  - La mayoría de las aseguradoras médicas no están involucrados en las esferas técnica y operaciones de m-negocio de seguros, el riesgo es que el TSP y MNO pueden cambiar fácilmente de un asegurador.
- Utilizando el riesgo clave identificado , los seis productos de seguros m fueron analizados mediante la puntuación de riesgo de cada producto.La puntuación fue hecha en una escala del 1-5, siendo 1 riesgo muy bajo y 5 riesgo muy alto.De todos los riesgos identificados.
- Para la mayoría de productos el riesgo de la distribución , 3<sup>er</sup> Riesgo predeterminado de una de las partes y de comercialización y ventas, se obtuvo un riesgo muy alto (puntuación del riesgo 4 o superior)
- De los 6 productos en el mercado,3 productos consiguieron en general un nivel alto de riesgo



## Recomendaciones

- Etapa de aprobación del producto : para monitorear antes de que el producto haya sido lanzado al mercado
- Después de la etapa de lanzamiento: : Rendimiento del producto
  - Medición cuantitativa de los indicadores de rendimiento clave
  - Medición cualitativa de los indicadores de rendimiento clave
- Enfoque multi-regulatorio: coordinación entre las autoridades regulatorias.



**IAIS**

INTERNATIONAL ASSOCIATION OF  
INSURANCE SUPERVISORS

Muchas gracias por su atención!

Sus preguntas/comentarios:

- Pascal Simon ([pascal.simon@amaranteconsulting.com](mailto:pascal.simon@amaranteconsulting.com))
- Michael Kofi Andoh, NIC Ghana [kandoh@nicgh.org](mailto:kandoh@nicgh.org)
- A2ii [consultation.call@a2ii.org](mailto:consultation.call@a2ii.org)

Informes de las llamadas de consulta se pueden encontrar aquí: <https://a2ii.org/en/knowledge-centre/iais-a2ii-consultation-calls>

