

SEGUROS COMERCIALIZADOS POR RETAIL

Medidas de autorregulación



SUPERINTENDENCIA
VALORES Y SEGUROS



15 DE SEPTIEMBRE DE 2011

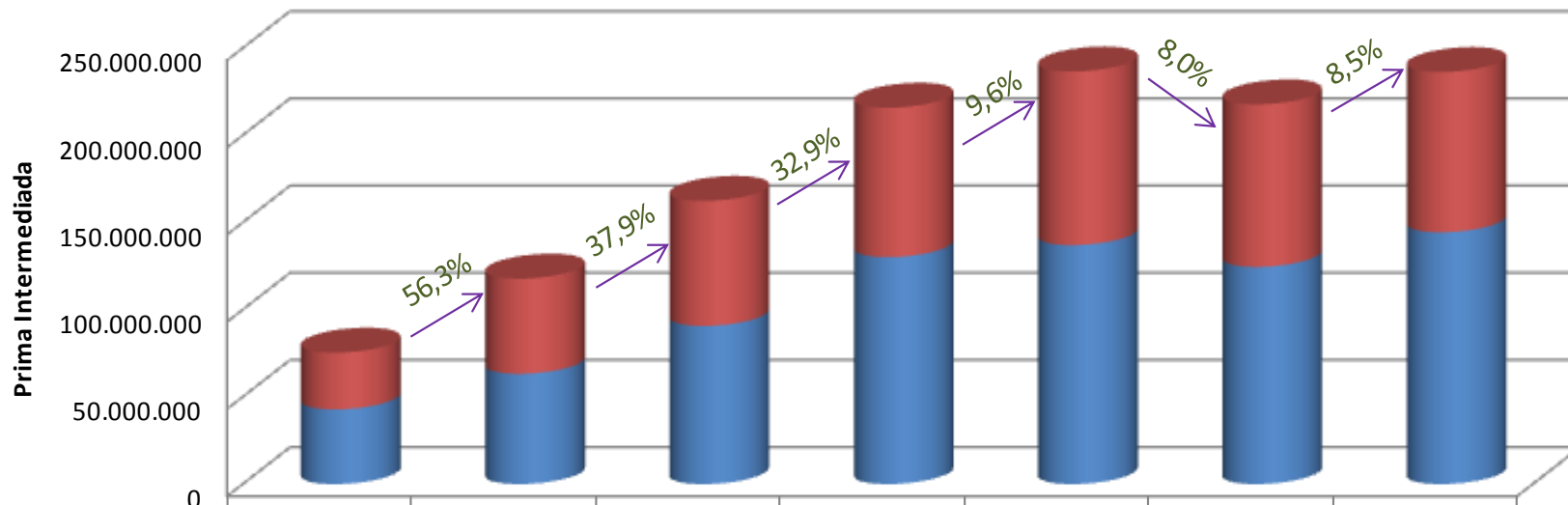
- Mayo:
 - Oficio Aseguradoras y Corredores de Seguros
 - Análisis de reclamos vinculados a seguros comercializados a través del retail
- Junio-Julio:
 - Consolidación, análisis y diagnóstico de antecedentes
- Agosto:
 - Reunión e inicio de trabajo con Comité de Retail Financiero y Corredores de Seguros para definir agenda de autorregulación en problemas detectados

Evolución prima intermediada Corredores Retail

(Millones de pesos de diciembre 2010)



Evolución Prima Intermediada Retail



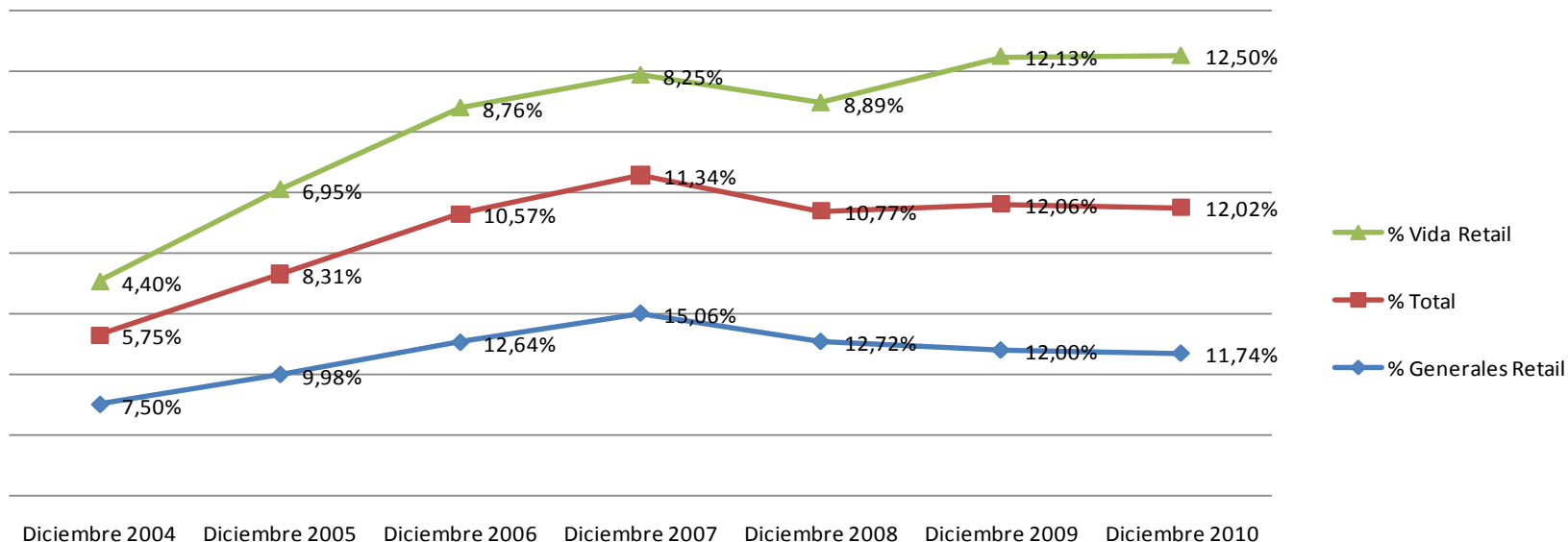
	Diciembre 2004	Diciembre 2005	Diciembre 2006	Diciembre 2007	Diciembre 2008	Diciembre 2009	Diciembre 2010
■ vida	32.553.479	54.548.750	71.739.228	85.653.323	99.562.866	93.193.210	91.904.589
■ generales	42.861.296	63.291.311	90.721.416	130.198.384	137.076.619	124.596.033	144.440.973

75.414.775 117.840.061 162.460.644 215.851.707 236.639.485 217.789.243 236.345.562

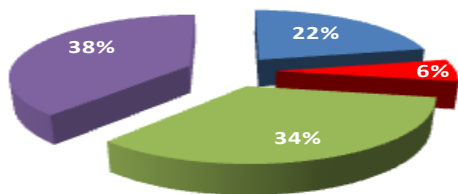
**El crecimiento real anual promedio entre Dic. 2004 y Dic. 2010 fue de 22,86%.
En Seguros generales el promedio asciende a 24,44%, y en vida a 21,16%.**

Evolución participación de mercado

(Prima intermediada Retail /Prima intermediada corredores, equivalente al 46% de mercado de seguros)

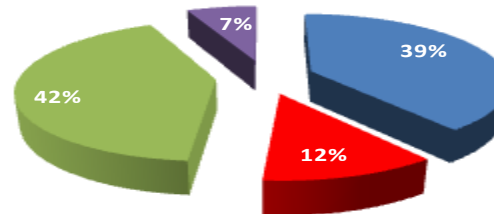


Diciembre 2004



■ Filiales Bancarias ■ Retail
■ Otras Sociedades ■ Personas Naturales

Diciembre 2010



■ Filiales Bancarias ■ Retail
■ Otras Sociedades ■ Personas Naturales

Al 31 de Diciembre de 2010

Tipo de Corredora de Seguros Persona Jurídica	Prima Intermediada (M\$)
Filiales Bancarias Asociadas	772.775.212
Retail	236.345.562
AGENCIAS BRINER CORREDORES DE SEGUROS LTDA.	18.919.644
CORREDORA DE SEGUROS FALABELLA	86.472.672
CORREDORA DE SEGUROS PRESTO LTDA.	29.582.588
CORREDORA DE SEGUROS RIPLEY LTDA.	20.880.330
PARIS CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA	57.115.367
ABCDIN CORREDORES DE SEGUROS LTDA.	9.810.058
LA POLAR CORREDORA DE SEGUROS LIMITADA	13.564.903
Otras Sociedades	823.734.333
Personas Naturales	132.950.171
Total general	1.965.805.278
(*) Información a Diciembre 2010	

Fuente: Compañías de Seguros

Principales Ramos Intermediados Retail

A Diciembre 2010



Descripción Ramos	% Prima Intermediada
Seguro de Desgravamen. Colectivo	19,35%
Terremoto	13,14%
Otros seguros	8,42%
Seguro Temporal de Vida. Colectivo	7,14%
Daños fisicos vehiculos motorizados G1	6,20%
Incendio	5,74%
Seguro de Salud. Colectivo	5,71%
Accidentes personales	3,87%
Daños fisicos vehiculos motorizados G2	2,77%
Responsabilidad civil vehiculos motorizados	2,56%
Responsabilidad civil general	2,55%
Robo	1,75%
Todo riesgo construccion y montaje	1,65%
Seguro obligatorio de accidentes personales	1,44%
Accidentes Personales. Individual	1,24%
Otros Seguros con CUI Individual	1,20%
Seguro de Accidentes Personales. Colectivo	1,18%
Transporte maritimo	1,07%
Equipo contratista	1,00%
<i>Otros Varios</i>	12,02%
Total general	100,00%

Otros Varios corresponde a aquellos ramos intermediados con un porcentaje menor al 1%

Principales Ramos Intermediados Retail

A Diciembre 2010



Tienda Retail	% Nº de Asegurados
Accidentes Personales	35,97%
Desgravamen	29,75%
Otros Seguros	8,11%
Robo	8,08%
Temporal de Vida	7,17%
Vida Entera	3,62%
Desempleo	2,87%
Salud	1,30%
Vehículos Motorizados	1,19%
Incendio	0,98%
Protección Dctos.	0,75%
Resp. Civil	0,18%
Multiriesgo	0,03%
Hogar	0,00%
Total general	100%

Fuente: Compañías de Seguros

- Deficiencias en la entrega de información
- Contratación de seguros no deseados
- Dificultades para renunciar a seguros contratados
- Deficiencias en la venta telefónica
- Deficiencias en la información sobre la renegociación y su efecto en los seguros contratados

Medidas de autorregulación

- **Derecho a retracto:** 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 suscripción del seguro, retractarse de la contratación, sin expresión de causa. El asegurado deberá expresar su voluntad de retractarse mediante la firma del formulario respectivo, o por medio de solicitud telefónica para aquellos seguros contratados por esta vía.
 - El derecho de retracto será incorporado en las pólizas colectivas suscritas por los Retailers, y será informado tanto en las propuestas de seguros firmadas por los asegurados, en la folletería escrita y en páginas WEB de cada corredora de seguros
- **Monitorear la entrega inmediata del certificado de cobertura al cliente al momento de incorporarlo a una póliza colectiva:** entrega a los asegurados de pólizas colectivas, un certificado de cobertura que dé cuenta de las características y condiciones del seguro.
- **Mejorar la información general a los asegurados:** Los del Comité acordaron mejorar y simplificar la información que se entrega a los asegurados:
 - Mailing bimensual con contenidos de interés para asegurados
 - Mención en estado de cuentas mensual incorporando contenidos de interés
 - Folletería emitidos con frecuencia trimestral en puntos de ventas del retailer que informen contenidos de interés
 - Instruir a las áreas comerciales y de marketing de los retailers para que las denominaciones comerciales de los productos de seguros no induzcan a error respecto de las verdaderas propiedades o coberturas del seguro.
 - En los estados de cuentas de las tarjetas de crédito, usar denominación comercial que no induzca a error, de forma que el tarjetahabiente pueda verificar con exactitud el cobro de la prima.
- **Perfeccionamiento del procedimiento de venta telefónicas:**
 - 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.
 - Impulsar un Acuerdo de Buenas Prácticas para las ventas telefónicas.
 - 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.
 - Entregar un código de verificación de la venta a los clientes al terminar la grabación de la venta telefónica.
 - 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.
 - La auditoría acerca del cumplimiento de estas proposiciones se encomendará a los auditores externos, como parte de sus obligaciones periódicas.

- **Información del efecto en los seguros que tienen las renegociaciones y/o repactaciones de créditos:**

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:

 - 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.
 - 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.

- **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.
 - La primera auditoría deberá efectuarse no más allá del 30 de marzo de 2012.
 - Las empresas se comprometen a impulsar un plan correctivo dentro de 45 días en conformidad a las observaciones realizadas por los auditores.