



RESUMEN EJECUTIVO DEL INFORME DE TENDENCIAS DE CONSUMO DE 2021

<https://www.eiopa.europa.eu>

#INSURANCE #PENSIONS #CONSUMERS #COVID19



eiopa

European Insurance and
Occupational Pensions Authority

RESUMEN EJECUTIVO

El sector de los seguros se ha demostrado resiliente al seguir prestando un servicio fluido a los consumidores a pesar de las perturbaciones causadas por la persistente pandemia mundial. Este hecho ha acelerado la digitalización y subrayado las oportunidades, pero también ha puesto de manifiesto posibles motivos de inquietud.

➤ **Persistencia de los problemas relacionados con los “unit-linked” o seguros vinculados a fondos de inversión (híbridos)**

El descenso (-10 %) de la prima bruta suscrita (PBS) con participación en los beneficios dio lugar a un descenso general de dichas primas en los seguros de vida. Este es el resultado del continuo entorno de tipos de interés bajos a largo plazo, que está acelerando la transición de los productos tradicionales con garantías a los “unit-linked” o seguros vinculados a fondos de inversión (+2 %).

Si bien esta transición permite a los consumidores lograr mayores rendimientos, se siguen observando una serie de problemas de conducta. En particular, los consumidores siguen teniendo un conocimiento limitado de estos productos, algunos de los cuales son muy complejos. Por otra parte, una serie de productos “unit-linked” o seguros vinculados a fondos de inversión que presentan costes altos y estructuras complejas con comisiones elevadas no hacen sino aumentar aún más las preocupaciones suscitadas por posibles ventas abusivas y la relación calidad-precio.

➤ **La aceleración de la digitalización brinda oportunidades, pero también plantea retos**

La aceleración de la digitalización observada al inicio de la pandemia ha continuado. Las autoridades nacionales competentes (ANC) han notificado un aumento de las innovaciones a lo largo del ciclo de vida de los productos, y las ventas y la distribución siguieron siendo las fases más digitalizadas:

- Las ventas a través de canales electrónicos se mantienen sólidas de forma constante en la parte del negocio no vida, mientras que crecieron sustancialmente en el negocio de vida. Trece Estados miembros informaron de que las ventas a través de canales electrónicos aumentaron o aumentaron significativamente en los últimos tres años.
- La transformación digital también repercutió en los precios y la suscripción, al permitir a los consumidores utilizar plataformas digitales para personalizar sus productos y, al mismo tiempo, utilizar cada vez más las prácticas de optimización de los precios.
- Si bien el riesgo de exclusión digital no debe subestimarse, la mayoría de los consumidores encuestados por la AESPJ en el marco de su investigación en materia de consumo declararon preferir y valorar las herramientas digitales que les permiten mantener una relación bajo demanda con su intermediario y su aseguradora.
- Los problemas relacionados con los conflictos de interés y la limitación de las opciones de productos en las plataformas digitales requieren un seguimiento ulterior;
- Por otra parte, las ANC comunicaron un incremento de evidencias de fraude y estas dirigidas tanto a los consumidores como a las empresas de seguros.

➤ **Perjuicio a los consumidores debido a una tramitación deficiente de las reclamaciones, aunque se observan avances positivos gracias a la digitalización**

Se han observado mejoras en el proceso de tramitación de las reclamaciones. La innovación tecnológica parece ser el factor impulsor más importante, ya que da lugar a la automatización y a la simplificación de algunas partes de los procesos de tramitación de las reclamaciones, en particular en lo que atañe a las reclamaciones de baja cuantía y alta frecuencia.

No obstante, siguen notificándose ciertos problemas, y nueve ANC han señalado la tramitación de las reclamaciones como un motivo de preocupación. En particular, las ANC comunicaron problemas relacionados con: unos pagos inferiores a los previstos, unos procesos de liquidación largos y complicados y una falta de justificación adecuada para las denegaciones de reclamaciones. Esto se refiere principalmente a los seguros de automóviles, de viaje y de hogar.

➤ **Riesgos emergentes que hacen aflorar problemas estructurales existentes en materia de exclusiones y lagunas en la protección**

La actual pandemia y el aumento de los riesgos de catástrofes naturales hicieron aflorar problemas relacionados con la complejidad de los contratos de algunos productos, al tiempo que plantearon nuevos retos para el sector y los consumidores.

Tras el significativo aumento tanto de los ratios de siniestralidad como de los ratios de gastos para los seguros contra la interrupción de la actividad y los seguros de viaje, muchas aseguradoras han introducido también exclusiones a determinados productos o han retirado dichos productos del mercado, con la consiguiente ampliación de las brechas en la protección. Tal situación se ve contrarrestada por el hecho de que, como consecuencia de la pandemia, los consumidores han buscado adquirir más seguros de viaje, y han surgido nuevos productos anunciando que ofrecen cobertura contra la COVID-19.

El aumento de los riesgos sistémicos ha puesto de relieve que los problemas relacionados con la falta de claridad en las exclusiones, la limitada comprensión de las exclusiones por parte de los consumidores y los casos de cambios unilaterales en las condiciones persisten y trascienden más allá de los productos relacionados con los viajes y la interrupción de la actividad. Las ANC notificaron problemas con los seguros de hogar y de salud, y se observaron aumentos particularmente elevados en el total de reclamaciones rechazadas en las ramas de actividad relacionadas con los gastos médicos (más de 25 puntos porcentuales), y las líneas de negocio de incendios y otros daños materiales (casi 30 puntos porcentuales).

➤ **Aumento del uso de las prácticas de optimización de los precios**

Aunque esta tendencia no está aún generalizada en toda Europa, más del 50 % de las ANC observaron que cada vez un mayor número de fabricantes de productos de seguros ajustan las primas utilizando una serie de técnicas diferentes que son en gran medida independientes del perfil de riesgo de los consumidores. Se conocen como prácticas de optimización de los precios y se refieren principalmente a productos de seguro de automóviles (59 % de los casos notificados) y de hogar (29 % de los casos notificados).

Estas prácticas son principalmente el resultado de los altos niveles de competencia en el mercado unidas a la aparición de nuevas y modernas técnicas habilitadas gracias al tratamiento y el análisis de datos.

La principal consecuencia de estas prácticas es el aumento de las primas para los clientes antiguos/leales y los clientes vulnerables. También se han observado casos de discriminación indirecta ilícita, lo que, a largo plazo, podría dar lugar a un aumento de la exclusión financiera.

➤ **Aumento de las pensiones privadas**

Un futuro adecuado y sólido para los ciudadanos europeos jubilados está estrictamente relacionado con una contribución equilibrada de los tres pilares del sistema de pensiones. Sin embargo, no todos los Estados miembros de la UE cuentan con sectores de pensiones bien desarrollados y equilibrados que combinen las pensiones estatales (primer pilar), las pensiones de empleo (segundo pilar) y los productos de pensiones individuales (tercer pilar) para garantizar unos ahorros de jubilación futuros adecuados. Todos los sectores relacionados con las pensiones están sujetos a cambios, que podrían y deberían utilizarse para beneficiar a los consumidores, promover una planificación activa de la jubilación y diseñar soluciones de pensiones adaptadas a las necesidades de los ciudadanos europeos.

Debido al entorno económico y a las opciones políticas de los Estados miembros, se observa un traslado de la carga de las pensiones estatales a los proveedores de fondos de pensiones privados, que cada vez desempeñan un papel más significativo a la hora de proporcionar una renta de jubilación adecuada a los ciudadanos europeos.

- En cuanto a los fondos de pensiones de empleo (FPE), el número total de afiliados y beneficiarios en el EEE aumentó, siguiendo una tendencia ya consolidada. Sigue siendo digno de mención el paso de los planes de pensiones de prestaciones definidas a los planes de aportación definida, una tendencia ya detectada en años anteriores.
- Del mismo modo, los productos de pensiones individuales aumentaron en la mayoría de las jurisdicciones. DE, IT y ES son los mayores mercados de la UE.
- Con el único producto paneuropeo de pensiones individuales estándar (PEPP) pendiente de su puesta en marcha, las tendencias de comercialización en los mercados de pensiones personales varían significativamente, ya que los productos son heterogéneos entre los Estados miembros.

➤ **Tendencias ASG en el sector de las pensiones**

El ahorro en pensiones a largo plazo puede financiar la economía real y permitir que los ahorradores participen en un crecimiento económico sostenible a largo plazo. Además, los ahorros de jubilación pueden constituir una fuente esencial de financiación sostenible y exigen, debido a la perspectiva de inversión a largo plazo, que se consideren los riesgos medioambientales y los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ASG).

A la luz del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros de la UE (SFDR por sus siglas en inglés), que entró en vigor en mayo de 2021, los agentes que intervienen en el mercado están adaptando sus políticas internas de inversión y sus documentos de divulgación. Asimismo, están revisando su oferta de productos para satisfacer el creciente interés por los activos sostenibles. En la mayoría de los casos, la aplicación de dicho Reglamento ha comenzado conforme a lo previsto, aunque es demasiado pronto para ofrecer una evaluación exhaustiva de sus repercusiones, en particular sobre el denominado blanqueo ecológico.

➤ **De cara al futuro**

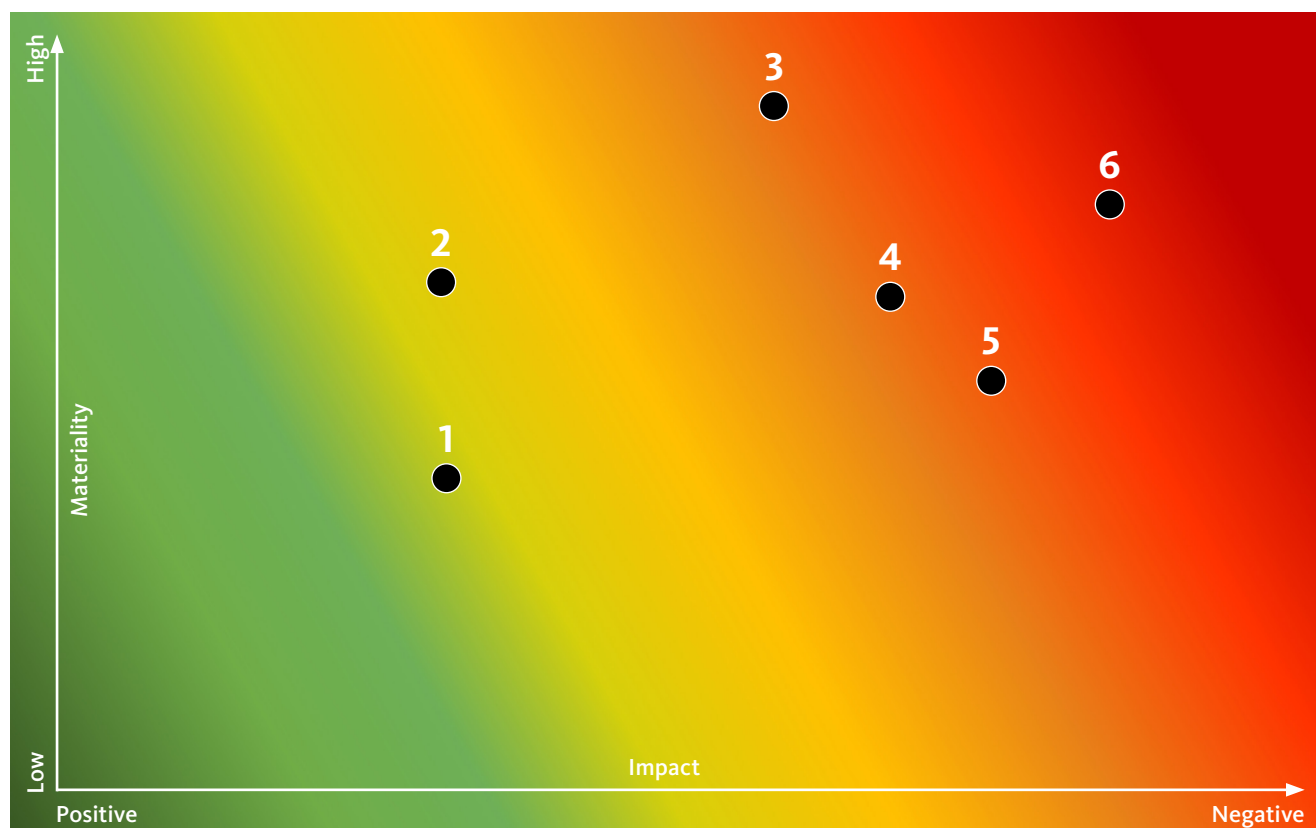
La AESPJ continuará con sus actividades de vigilancia del mercado y promoverá el uso de prácticas de supervisión coherentes para garantizar que las oportunidades y los riesgos señalados en el presente informe se aborden debidamente. Esto implica un trabajo analítico en relación con el blanqueo ecológico, la optimización de los precios y las exclusiones por riesgos sistémicos. Por otra parte, las actividades de supervisión de la AESPJ seguirán centrándose en el seguimiento de la aplicación de la declaración de la supervisión sobre la revisión temática sobre Relación calidad-precio y Bancaseguro, a la luz de los problemas que persisten en relación con los seguros vinculados a fondos de inversión y los seguros de protección crediticia, respectivamente.



PROYECTO DE MAPA DE CALOR DE TENDENCIAS DE CONSUMO 2021

#INSURANCE #PENSIONS #CONSUMERS #COVID19

PRESENTACIÓN RESUMIDA DE LOS RESULTADOS CLAVE DEL INFORME DE TENDENCIAS DE CONSUMO DE 2021



LÍNEA DE IMPACTO

Impacto positivo: el resultado tiene un impacto positivo para los consumidores

Impacto leve: el resultado requiere supervisión y actualmente tiene un impacto leve para los consumidores

Impacto negativo: el resultado tiene un impacto negativo para los consumidores que puede resultar muy perjudicial

PERSPECTIVA

Perspectiva al alza (↗): el resultado se ha observado en el pasado pero la incidencia/evidencia aumentó en 2020

Perspectiva estable (→): el resultado se ha observado en el pasado y la situación no ha cambiado en 2020

Perspectiva a la baja (↘): aunque la incidencia/evidencia del resultado ha disminuido, sigue representando una tendencia/un resultado importante para 2020

LÍNEA DE MATERIALIDAD

Materialidad baja: el resultado afecta a un número relativamente pequeño de consumidores

Materialidad media: el resultado afecta a un número considerable de consumidores

Materialidad alta: el resultado afecta a un número grande de consumidores

El mapa de calor, que tiene en cuenta los datos recogidos para el informe y el juicio del supervisor pertinente, representa los resultados reales a escala europea; puede que no sea un reflejo preciso específico de los riesgos en los distintos Estados miembros.

1

PERSISTENCIA DE PROBLEMAS RELACIONADOS CON LOS PRODUCTOS DE SEGUROS VINCULADOS A FONDOS DE INVERSIÓN (UNIT-LINKED)

- a. Los productos de seguros vinculados a fondos de inversión (Unit-linked) se presentan una vez más como los «más» preocupantes debido a su complejidad y a su falta de claridad en cuanto a costes y beneficios;
- b. Aunque los problemas detectados no atañen a todos los productos vinculados a fondos de inversión (Unit-linked), los productos de este tipo mal diseñados pueden ejercer un impacto negativo significativo en los consumidores;

Perspectiva: estable, ya que este problema lleva notificándose varios años.

2

ACELERACIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN

- a. La crisis de la COVID-19 ha acelerado la digitalización en el sector de los seguros, lo que ha dado lugar a algunas oportunidades como la optimización de los procesos a lo largo del ciclo de vida del producto, la posible reducción de los costes a largo plazo que genera una mayor inclusión financiera, una oferta más amplia, la personalización de los productos y el potencial de aprovechamiento de la IA.
- b. Pese a esto, el impacto para los consumidores puede ser tanto positivo como negativo. Algunos retos relacionados con el uso ético de la tecnología, la resiliencia cibernética e informática, el fraude y las estafas dirigidos a consumidores y empresas, y las posibles exclusiones de los menos expertos en tecnología digital pueden afectar negativamente a los consumidores.

Perspectiva: al alza, ya que esta tendencia ha aumentado tras la crisis de la COVID-19.

3

TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES

- a. Cuestiones como las demoras en la tramitación de las reclamaciones, el bajo nivel de pagos, el complicado proceso de liquidación, las exclusiones y la transparencia siguen siendo motivos de preocupación.
- b. Sin embargo, se han observado algunos avances positivos, que reducen los efectos negativos generales para los consumidores, en particular la innovación digital que mejora el proceso de reclamación (es decir, más eficiente, más fácil de usar, facilitación de las interacciones entre proveedores y consumidores).

Perspectiva: a la baja, ya que las prácticas generales de tramitación de reclamaciones están mejorando lentamente en toda la UE.

4

RIESGOS EMERGENTES QUE PLANTEAN NUEVAS PREOCUPACIONES RESPECTO A LAS EXCLUSIONES Y LA BRECHA EN LA PROTECCIÓN

- a. La COVID-19 y los riesgos del cambio climático pusieron de relieve cuestiones relacionadas con las exclusiones, como la falta de claridad de las condiciones generales, los cambios unilaterales en las condiciones generales y la limitada comprensión de los consumidores. Los riesgos inasegurables también aumentan, lo que contribuye a ampliar la brecha en la protección.
- b. En general, la falta de claridad de las cláusulas de exclusión puede tener efectos negativos significativos para los consumidores. No obstante, su materialidad sigue siendo limitada, dado que no afecta a todas las líneas de negocio ni a todos los productos;

Perspectiva: al alza, ya que las aseguradoras están revisando sus productos tras grandes eventos combinados con el aumento previsto de las catástrofes naturales.

5

OPTIMIZACIÓN DE LOS PRECIOS

- a. La optimización de los precios lleva unos años notificándose en algunos mercados y está creciendo; sin embargo, su materialidad sigue siendo limitada. Algunas empresas optimizan la prima utilizando diversas técnicas, a menudo basadas en la inteligencia artificial, que son en gran medida independientes del perfil de riesgo del consumidor.
- b. Esta práctica perjudica a los consumidores al aumentar la prima para los consumidores antiguos o leales o al aumentar el riesgo de discriminación indirecta.

Perspectiva: al alza, ya que las aseguradoras esperaban seguir recurriendo a estas técnicas, incluso a través de asociaciones con grandes propietarios de datos llegando a ser ellos mismos aseguradores.

6

TENDENCIAS RELACIONADAS CON FACTORES ASG/SOSTENIBILIDAD QUE DIFIEREN DE LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON LAS EXCLUSIONES

- a. Las empresas están añadiendo nuevas ofertas de productos «sostenibles», especialmente en relación con los productos de seguros vinculados a fondos de inversión (Unit-Linked), lo que tiene como consecuencia un aumento de las comunicaciones de marketing.
- b. Aunque se trata de una evolución positiva, siguen existiendo ciertos motivos de preocupación en relación con el blanqueo ecológico. Comunicación engañosa, problemas con la evaluación del grado de sostenibilidad de los productos vendidos dada la heterogeneidad de las etiquetas ASG y las preferencias de los clientes por las inversiones sostenibles.

Perspectiva: al alza, dada la mayor atención prestada a los factores ASG por el sector de los seguros, se prevé que esta tendencia vaya en aumento.

LEARN MORE



Visit the dedicated webpage:

https://www.eiopa.europa.eu/content/consumer-trends-report-2021_en

CONTACT US

Westhafen Tower, Westhafenplatz 1

60327 Frankfurt – Germany

Tel. + 49 69-95119-20

info@eiopa.europa.eu

<https://www.eiopa.europa.eu>

© EIOPA, 2022; Image copyright: Adobe Stock

Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2022

PDF ISBN 978-92-9473-376-4 doi:10.2854/892831 EI-01-22-150-ES-N