

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Jurisprudencia

Las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros. Competencia y formalidad frente a los actores regulados.

Yoice Gabriela Masache Carrillo

Jurisprudencia

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito para la obtención del título de Abogada

Quito, 20 de noviembre de 2022

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad Intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Así mismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Yoice Gabriela Masache Carrillo
Código: 00201747
Cédula de identidad: 1724970130
Lugar y Fecha: Quito, 20 de noviembre de 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone Project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

LAS PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS. COMPETENCIA Y FORMALIDAD FRENTE A LOS ACTORES REGULADOS.¹

INSURANCE TECHNOLOGICAL PLATFORMS FOR COMMERCIALIZATION. COMPLIANCE AND FORMALITY WITH REGULATED ACTORS.

Yoice Gabriela Masache Carrillo²
yogabymc@hotmail.com

RESUMEN

La adecuación normativa de las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros (PTCS) surge a partir del Proyecto de Ley Orgánica Reformatoria a Varias Leyes para el Desarrollo, mejor conocido como Ley Fintech presentado a la Asamblea Nacional (pendiente de aprobación del ejecutivo) el 11 de agosto de 2021. Las PTCS pueden ser consideradas como canales alternos de distribución de seguros, sin embargo, aún no cuentan con regulación que operativice su actividad en Ecuador. Por tal razón, el presente trabajo se encarga de analizar el impacto de las PTCS en el mercado de seguros, específicamente en las actividades que despliegan los Asesores Productores de Seguros. La falta de regulación de las PTCS en el Ecuador puede generar inconvenientes para el sector regulado (APS, canales alternos de distribución e incluso para las propias empresas de seguro).

PALABRAS CLAVE

Asesores Productores de Seguro, regulación, desplazamiento.

ABSTRACT

The regulatory adaptation of technological insurance marketing platforms arises from the Draft Organic Law Reforming Various Laws for Development, better known as the Fintech Law presented to the National Assembly (pending approval) on August 11 of 2021. The PTCS can be considered as alternative insurance distribution channels, however, they still do not have regulations that make their activity operational in Ecuador. For this reason, the present work is in charge of analyzing the impact of the PTCS in the insurance market, specifically in the activities carried out by the Insurance Producer Advisors. Since the lack of regulation of PTCs in Ecuador can generate inconveniences for the regulated sector (APS, alternative distribution channels and even for the insurance companies themselves).

KEY WORDS

Insurance Producer Advisors, regulation, displacement.

¹ Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de Abogada. Colegio de Jurisprudencia de la Universidad San Francisco de Quito. Dirigido por Pablo Roberto Cevallos Fonseca.

² © DERECHOS DE AUTOR: Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política. Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad con lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN.- 2. PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS.- 3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE SEGUROS.- 4. MARCO NORMATIVO.- 5. RIESGOS A LOS QUE SE EXPONEN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE SEGUROS TRADICIONALES FRENTE A LAS PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS.- 6. SUGERENCIA NORMATIVA.- 7. CONCLUSIÓN.

1. Introducción

Debido al desarrollo tecnológico, el mundo está en constante cambio, por ende, la tecnología se ha vuelto en una herramienta que facilita el día a día de las personas por medio de los distintos dispositivos y programas que se han desarrollado. Un claro ejemplo, son las derivadas de plataformas *Insurtech*³ que fueron creadas para dinamizar los modelos tradicionales de negocios provenientes del sector asegurador, logrando de este modo un aumento de productividad, la digitalización de procesos internos por medio de la captación de datos, teniendo la capacidad de adaptarse a las necesidades del cliente para brindar un servicio más personalizado.

En cuanto a la comercialización de seguros en Ecuador, dicha actividad la despliegan primariamente y de forma tradicional las propias empresas de seguros y los asesores productores de seguros. Sin embargo, Mediante Resolución No. 660-2021-S la Junta Política y Regulación Financiera expidió una normativa que faculta a canales alternos para la distribución de seguros, de la cual se hablará más adelante.

Las plataformas comercializadoras de seguros (PTCS) nacen como un start-up o emprendimiento digital que ha tenido un gran crecimiento en el mundo a partir de la Pandemia por Covid-19, lo que ha provocado que varios países establezcan un marco normativo para ejercer control, pero ¿es adecuada la regulación impuesta a estas plataformas tecnológicas de comercialización de seguros? Por consiguiente debido a que Ecuador carece de normativa sobre el sector PTCS en contraste con la rigidez normativa para los canales tradicionales de distribución que son clasificados en tres, se analizará

³ Definición- Insurtech es el acrónimo de insurance (seguros) y tech (tecnología) y puede definirse como el desarrollo de soluciones innovadoras y tecnológicas para la industria del seguro. Vargas, Oscar. "Insurtech: Innovación Tecnológica Para La Inclusión Financiera." Revista Fasecolda (2022), Recuperado de <https://revista.fasecolda.com/index.php/revfasecolda/article/view/28>, (último acceso: 30/10/22).

cuáles son los riesgos a los que se exponen los canales de distribución tradicionales, ¿es posible el desplazamiento del mercado tradicional por la falta de regulación?

Este fenómeno de desplazamiento sucede en su mayoría en todos los procesos de disrupción tecnológica, que van ligados a cuestiones demográficas (lo cual genera preocupación no solo a las aseguradoras tradicionales, por prestar servicios similares de calidad, sino también a los asesores productores de seguros), por ejemplo, es el caso de los consumidores del comercio digital que cada vez aumentan, al contrario de lo que sucede con el comercio físico que atiende a un número menor de consumidores. Lo mismo sucedería con los canales de distribución tradicionales que no lleguen a adaptarse a la tecnología, reduciendo de manera considerable el número de Asesores Productores de Seguros existentes en el Ecuador, lo cual se puede prevenir mediante el control de las plataformas tecnológicas que tienen como función la comercialización de seguros, mismo que es necesario inclusive por riesgos adicionales con temas de ciberseguridad.

Con el fin de solventar el potencial desplazamiento de los canales de distribución tradicionales, se ha planteado en este estudio considerar lo previsto en la Resolución No. 660-2021-S⁴ de la Junta de Política Monetaria y Financiera, como base para sugerir a través de su modificación la implementación de normativa especializada y flexible, en conjunto con el Código de Buenas Prácticas promulgada por la Asociación Española de Fintech e Insurtech, que ayude al crecimiento de estas plataformas tecnológicas de comercialización de seguros como al fomento de una competencia adecuada en el mercado.

2. Plataformas tecnológicas de comercialización de seguros

2.1. Antecedentes

En Ecuador existen plataformas tecnológicas de comercialización de seguros (PTCS) que parten de ser un ‘*Start-up*’ o emprendimiento que se define según la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación como aquel que requiere de recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad en donde es fundamental ser organizado para su eventual desarrollo y generación de utilidades⁵. Estas plataformas tal como los Insurtech (empresas enfocadas en la innovación de la industria del seguro, que

⁴ Resolución No. 660-2021-S, Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución, Junta de Política y Regulación Financiera, Registro Oficial 443 de 03 de mayo de 2021.

⁵ Artículo 3, Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. R.O. Suplemento 151 de 28 de febrero de 2020.

desarrollan modelos de negocio eficientes e innovadores⁶) comienzan a tener relevancia en Reino Unido y Estados Unidos a partir del 2010, más adelante logran una expansión masiva en el 2016⁷, esto debido a que la nueva era del mundo digital logra transformar al consumidor y , por ende, sus hábitos de consumo que apuestan a soluciones más fáciles y rápidas.

Sin embargo, en Ecuador logran ser relevantes para entidades como la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros desde el momento en que estas plataformas empiezan a operar en el sin regulación, ocasionando una clara desventaja a los canales de distribución tradicionales. En este sentido, se presentó a la Asamblea Nacional el Proyecto de Ley Orgánica Reformatoria a Varias Leyes para el Desarrollo, mejor conocido como Ley Fintech el 11 de agosto de 2021, que tiene como objetivo regular a las compañías que ofrecen servicios vinculados a iniciativas tecnológicas relacionadas con el mercado financiero, así como a las entidades que brindan servicios tecnológicos para el sistema de seguros privado⁸. Dentro de ello es importante mencionar que por primera vez dicho proyecto hace referencia a las plataformas tecnológicas para la promoción y comercialización de seguros como aquellos sistemas alternativos de transacción⁹ que estarían bajo su regulación.

No obstante, más allá del esfuerzo que ha existido por parte de la Asamblea Nacional por implementar este proyecto de ley, se considera que el mismo no es suficiente para la regulación de estas plataformas, puesto que no se logran establecer inclusive cuales son los requisitos para la calificación de estas compañías, solo dispone que los mismos serán establecidos por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, aguardando una regulación específica que resuelva este tipo de vacíos, que incluyen también la forma de aplicación de los Sandboxes¹⁰ regulatorios la cual no es clara, en

⁶ Marshall Hargrave, “Overview of Insurtech & Its Impact on the Insurance Industry” Investopedia, (2019). Recuperado de: <https://www.investopedia.com/terms/i/insurtech.asp> (último acceso: 30/10/22).

⁷ José Luis Ortuño Cámara, *FINTECH con vocación social, una oportunidad en un entorno Smart City* (España: BOSCH EDITOR, 2021), 217-218.

⁸ Proyecto de ley Orgánica Reformatoria a Varias Leyes para el Desarrollo, Regulación y Control de Servicios Financieros Tecnológicos, Informe para Segundo debate, Asamblea Nacional, Memorando Nro. AN-CDEP-2022-0242-M, 11 de octubre de 2022.

⁹ Proyecto de ley Orgánica Reformatoria a Varias Leyes para el Desarrollo, Regulación y Control de Servicios Financieros Tecnológicos, Memorando Nro. AN-CDEP-2022-0242-M.

¹⁰ Definición- Bancos de pruebas en el sector financiero que permiten a empresas innovadoras operar temporalmente, bajo ciertas reglas. Diego Herrera. “Sandbox Regulatorio en América Latina y el Caribe para el ecosistema FinTech y el sistema financiero” Banco Interamericano de Desarrollo (2028), Recuperado de <https://cdn.crowdfundinsider.com/wp-content/uploads/2018/04/Sandbox-Regulatorio-en-America-Latina-y-el-Caribe-para-el-ecosistema-FinTech-y-el-sistema-financiero-vf.pdf>, (último acceso: 30/10/22).

consecuencia no se daría buen uso a esta figura regulatoria que se considera útil para el desarrollo de nuevas plataformas tecnológicas. Por ello, se sugiere que al momento de tomarlo en cuenta su regulación esté acompañada por el asesoramiento de expertos en estos temas de plataformas tecnológicas como en los Insurtech (que cuentan con elementos destacados como las apps, big data y analytics, que implementen normativa apropiada de supervisión y control, que no provoque la salida de estos start-ups tecnológicos, que lo único que buscan es innovar en el mercado. La innovación es parte fundamental de estas start-up por lo que se considera conveniente establecer su definición, la cual según El Manual de Oslo está definida como “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”¹¹.

2.2. El impacto global de las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros

La tecnología al estar en constante desarrollo tiende a provocar la digitalización de varios servicios, entre ellos los que ofrecen tradicionalmente las aseguradoras que se encargan de asumir los riesgos de sus clientes. Al digitalizarse, estas plataformas logran ofrecer varios beneficios respaldados por un servicio de calidad que los vuelve más eficientes, expandiendo de este modo su competitividad en la cadena de valor y solvencia. Globalmente esta iniciativa ha logrado tener un gran impacto a partir de la pandemia, por la cual los clientes priorizaron la compra de seguros por medios tecnológicos, cambiando su comportamiento frente a las aseguradoras tradicionales. Mediante el informe trimestral de Willis Towers Watson y estudios de la empresa Drake Star (firma de banca de inversión global enfocada al sector tecnológico), se evidencia el impacto de estas PTCS

¹¹ Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, y Oficina Estadística de las Comunidades Europeas, “Manual de Oslo: guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación” La medida de las actividades científicas y tecnológicas (2006), Recuperado de: <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>, (último acceso: 30/10/22). Citado por María Christina López Santillán, “Análisis y perspectiva para el desarrollo de las grandes agencias asesoras productoras de seguros de Ecuador” Universidad Andina Simón Bolívar (2017), Recuperado de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7459/1/T3256-MAE-L%C3%B3pez-Analisis.pdf>, (último acceso: 30/10/22)

por la financiación global que han tenido estos start-ups, la cual ha crecido desde 2012 de \$348 millones¹² a \$22.0 mil millones en el 2020¹³.

Su impacto también se refleja en estudios de mercado, como el que se realizó sobre el fenómeno de las Insurtech (que se desarrollan como plataformas tecnológicas de distribución de seguros) en Hispanoamérica, en abril del 2021, con 157 Insurtech en 12 países en los cuales se incluye Ecuador. En el mismo, se mencionan que existen oportunidades de crecimiento en distintas áreas como la personalización de productos, seguros basados en el uso, micro seguros y seguros P2P (peer-to-peer o seguro colaborativo, son aquellos que reducen los costos del seguro al momento de acordar compartir la prima de su seguro creando de este modo un fondo común)¹⁴, lo cual genera un gran impacto en su cadena de valor atrayendo de este modo a miles de inversionistas. Por el momento los dos países con mayor nivel de madurez en las plataformas tecnológicas como los Insurtech son México y Argentina, por acumular más del 60% de los mismos en la región. Consigo es importante mencionar que su cadena de valor se ha focalizado mayoritariamente en su venta o distribución¹⁵, lo cual es objeto del presente artículo académico, ya que se está evidenciando el crecimiento de esta nueva modalidad que podría desplazar a los canales de distribución tradicionales en el Ecuador.

Se corrobora su impacto también a través de experiencia personales como las de Adriana Roa (Gerente de mejora y Automatización de Procesos de Pacifico), que menciona que después de la pandemia le resulta evidente que los consumidores se encuentran cada vez más informados y exigentes, queriendo inclusive hasta comparar los diferentes servicios digitales que tienen en sus manos, esperando la inmediatez del servicio en los tiempo de respuesta y buscando que sus ofertas cuente con experiencias personalizadas, obligándolo a transformar su modelo de operación volviendo al cliente el centro de su estrategia¹⁶. En este punto podemos observar que la tecnología se ha vuelto

¹² Willis Towers Watson, “Quarterly InsurTech Briefing Q4 2020” WTW (2020). Recuperado de: <https://www.wtwco.com/-/media/WTW/Insights/2020/05/wtw-insurtech-quarterly-briefing-q1-2020.pdf?modified=20200430171610>, (último acceso: 30/10/22).

¹³ Drake Star, “Insurtech Industry Report”, DS: Firma de banca de inversión global enfocada al sector tecnológico (2022), Recuperado de: <https://www.drakestar.com/hubfs/Research/INSURTECH/Global%20InsurTech%20Industry%20Report%202022.pdf>, (último acceso: 25/10/22).

¹⁴ Blanca Pérez Soberón, “Las Insurtechs dedicadas a los seguros colaborativos permiten al consumidor obtener descuentos en su póliza”, CESCO: revista de Derecho de Consumo 19 (2016), 53.

¹⁵ Enrique Fuentes y Gianni Lanzilloti, “El fenómeno de las insurtechs en Hispanoamérica”, *Deloitte: Estudio de mercado* (2021).

¹⁶ Adriana Roa, “INSURTECH - Diseñando el futuro de los seguros”, (Seminario web de Semanaeconómica, 28 de abril de 2022), 6’20”, Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ePVTv7qQjr4>, (último acceso: 30/10/2021).

una herramienta que ha transformado al sector asegurador, sin embargo, ello ha ocasionado que dichas aseguradoras afronten un doble reto, la omnicanalidad y la relación con otros por sus canales tradicionales como los APS, tal como se menciona anteriormente. La omnicanalidad hace referencia a que el conocimiento del cliente reside en todos los canales y sea homogéneo, aunque el servicio sea diferente, ya que las expectativas del cliente cambian constantemente¹⁷. Indistintamente de la situación, la experiencia de compra de seguros se vuelve más ágil por medios digitales a comparación del método tradicional, lo que provoca que el tiempo de contratación de vea reducido inclusive en segundos¹⁸. Evidenciando de este modo el riesgo de desintermediación de los asesores productores de seguros si no se regula al mercado de plataformas de comercialización, esto no quiere decir que aquellos canales tradicionales no puedan llegar a adaptarse, inclusive puede ser respaldados por las mismas plataformas tal como las aseguradoras tradicionales.

3. Canales de distribución de seguros

3.1. Análisis de los canales de distribución de seguros y sus respectivas problemáticas

El seguro al ser un contrato por el cual a través de la cancelación de la prima la aseguradora asume riesgos, como los derivados de la pérdida de patrimonio o de la vida de una persona, se generan ciertas obligaciones entre empresa de seguros y cliente. Sin embargo, esto no significa que quienes tengan como objeto de negocio la distribución de seguros vayan a tener la misma obligación de la aseguradora, ya que solamente son intermediarios, es decir, gestores para la promoción y comercialización de productos que en este caso son las pólizas de seguro y también los de asistencia médica y contratos de prestación de servicios de atención integral de salud prepagada.

En principio la legislación ecuatoriana establece que quienes están a cargo de esta actividad son los asesores productores de seguros que son de tres tipos acorde al artículo 7 del libro III del Código Orgánico Monetario y Financiero¹⁹. El primero es aquel agente de seguros, que como persona natural, trabaja a nombre de una empresa aseguradora en relación de dependencia, mientras que el segundo puede trabajar para

¹⁷ McKinsey, Time for insurance companies to face digital reality (2017). Citado por: Iker de los Ríos Amezuza, Insurtech, Ética Y Seguros: Cómo Las Nuevas Tecnologías Impactan En Los Seguros Desde El Punto De Vista Ético, Boletín de Estudios Económicos 226 (2019) 71-99.

¹⁸ Iker de los Ríos Amezuza, Insurtech, Ética Y Seguros: Cómo Las Nuevas Tecnologías Impactan En Los Seguros Desde El Punto De Vista Ético, Boletín de Estudios Económicos 226 (2019) 71-99.

¹⁹ Artículo 7, Código Orgánico Monetario Y Financiero Libro 3 Ley General Seguros [COMF]. R.O. 403 de 23 de noviembre del 2006.

varias aseguradoras a través del contrato de agenciamiento mercantil. Por último, la tercera clasificación es la de las agencias asesoras productoras de seguros, las cuales son personas jurídicas con organización, que trabajan a nombre de varias empresas de seguros o brindan contratos de financiamiento y prestación de servicios de atención integral prepagada²⁰. Sin embargo, también contamos con canales alternos de distribución (son aquellas personas jurídicas que no forman parte del sistema de seguro privado) que funcionan mediante un contrato tal como se establece en la Resolución No. 660-2021-S²¹ de la Junta de Política Monetaria y Financiera, por el cual, deberán cumplir varios requisitos con el fin de poder brindar estos servicios, tal como lo hacen actualmente varias entidades e inclusive establecimientos comerciales.

El surgimiento de las PTCS demanda que los organismos de control y supervisión adecuen su normativa para regularlos, tal como sucedió con los canales alternos ya regulados por la resolución ibidem. En consecuencia, cabe preguntarse hasta qué punto las plataformas tecnológicas no reguladas podrían llegar a desplazar a los actores regulados como son los asesores productores de seguros en la gestión, promoción y comercialización de seguros.

Para resolver aquella interrogante, cabe analizar con detenimiento a los actores regulados, en contraste con las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros. Ante todo, hay que tomar en cuenta que los asesores productores de seguros tienen varias exigencias que son reguladas por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en la Resolución No. SCVS-INS-2020-0008, que reforma la Norma para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros (APS), peritos de seguros e intermediarios de reaseguros, sin embargo, en el presente artículo académico solo se tomará en cuenta aquellas normas relacionadas con los APS entre esas, las siguientes:

En primer lugar, el artículo 3 y 4 de la Resolución SCVS-INS-2019-0006²² establece que para estar autorizado a ejercer las actividades de APS es indispensable contar con una credencial y certificados (aquellos se caracterizan por ser desmaterializados, por lo que se pueden visualizar en el portal web institucional) que

²⁰ Artículo 7, COMF.

²¹ Resolución No. 660-2021-S, Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución, Junta de Política y Regulación Financiera, Registro Oficial 443 de 03 de mayo de 2021.

²² Expedir la norma para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros, peritos de seguros e intermediarios de reaseguros, Resolución No. SCVS-INS-2019-0006, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Registro Oficial 483 de 8 de mayo de 2019, reformada por última vez el 7 de julio de 2020.

acrediten su profesión. Para su obtención el artículo 1 de la reforma establecida en la Resolución SCVS-INS-008 indica que se deben haber enviado dentro del portal web de la SCVS un formulario de solicitud debidamente cumplimentado, un certificado aprobando un programa de formación de al menos 258 horas, que haya sido dictado por un centro de educación superior o legalmente reconocido; o en su defecto la acreditación de tener 3 años de experiencia en el área técnica o de comercialización de seguros. Dicha experiencia se probará por medio del historial de tiempo de trabajo por empresa del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y el certificado en este caso tiene que ser otorgado por el representante legal de la aseguradora o su respectivo funcionario en el caso de ser una entidad pública. En tercer lugar, el artículo ya mencionado norma que en caso de ser extranjero quien solicite la credencial y el certificado requiere la autorización para laborar en el Ecuador, por último, es importante no mantener obligaciones pendientes con este organismo de control. El artículo 2 de la reforma comprende como siguiente paso dentro de toda esta línea de procesos una vez verificados los requisitos y habiéndose procesado la solicitud, la convocatoria de los postulantes en una determinada fecha y hora para rendir un examen que tiene el fin de evaluar sus conocimientos, en el cual el puntaje mínimo para aprobar es del 75%²³. En el caso de las agencias al momento de su constitución esta deberá tener la expresión “Agencia Asesora Productora de Seguros” y para poder ejercer tendrán que obtener de igual forma con anterioridad las credenciales y certificados de autorización por seguros en los que deseen operar, también deberán contar con el correspondiente contrato de trabajo y el aviso de entrada del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

En este punto es evidente lo rigurosa que es la norma de los APS para poder operar como comercializador de seguros, debido a la existencia de todos estos requisitos dentro de su formación e inclusive en el resto de su regulación, produciendo barreras de entrada a dicho mercado, que solo permite a cierto grupo de personas participar del mismo, a diferencia de las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros que actualmente no se encuentran reguladas. Sin embargo, este start-up podría ser un canal comercial más atractivo para los consumidores de seguros debido a su flexibilidad, rapidez y eficiencia, sin descartar que los propios APS y canales alternos puedan destacar en innovaciones tecnológicas propias.

²³ Reformar la norma para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros, peritos de seguros e intermediarios de reaseguros, Resolución No. SCVS-INS-2020-0008, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Registro Oficial 248 de 17 de julio de 2020.

Los Asesores Productores de Seguros como parte de sus obligaciones acorde al artículo 11 de la Resolución SCVS-INS-2019-0006²⁴, deben comunicar por escrito de manera inmediata cualquier modificación del riesgo, en el caso de que el asegurado haya sido participe de aquello o por tener conocimiento directo del hecho, estar pendiente de la vigencia de los contratos, gestionar su renovación siempre con previa comunicación al asegurado, tomador o beneficiario con 30 días de anticipación; también debe notificar por escrito a la SCVS en el término de 10 días, los cambios de dirección, números telefónicos, correos; como las aperturas o cierres de sucursales y agencias y los cambios de administradores y apoderados de la composición acciona. Entre otras obligaciones como el mantener en reserva las comunicaciones que tienen con sus clientes con el fin de entregarlas a la SCVS, lo cual requiere que el APS tenga amplia disponibilidad para cubrir a todos sus clientes. Sin embargo, resulta casi imposible estar pendiente por completo con cada cliente resolviendo sus inquietudes, es por ello que inclusive los APS dentro del artículo 5 de la reforma establece que tienen que tener obligatoriamente una póliza de responsabilidad civil profesional, porque es probable que incurra en un error u omisión como la de no notificar a la aseguradora la ocurrencia del siniestro de su cliente asegurado²⁵.

En este punto, a pesar de que los APS tengan herramientas que les ayuden a prevenir estas omisiones, esto no minimiza el riesgo de errores u omisiones en cuanto a notificar sobre el vencimiento de la póliza, notificaciones sobre la ocurrencia de siniestros, información sobre beneficios que otorgue la aseguradora e inclusive la generación de paquetes de seguro personalizados que solventen las necesidades del consumidor.

4. Marco Normativo

4.1. ¿Existe actualmente una regulación adecuada para las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros?

Las PTCS apenas cuentan con aproximaciones regulatorias en Latinoamérica (a pesar de su impacto global) que sean específicas para su desarrollo en el sector de seguros. En su mayoría están dirigidas al sector Fintech como México que cuenta con la Ley

²⁴ Expedir la norma para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros, peritos de seguros e intermediarios de reaseguros, Resolución No. SCVS-INS-2019-0006, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Registro Oficial 483 de 8 de mayo de 2019, reformada por última vez el 7 de julio de 2020.

²⁵ Reformar la norma para el ejercicio de las actividades de los asesores productores de seguros, peritos de seguros e intermediarios de reaseguros, Resolución No. SCVS-INS-2020-0008, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Registro Oficial 248 de 17 de julio de 2020.

Fintech (Ley para instituciones de tecnología financiera), Colombia al aplicar la regulación de la banca tradicional en los Fintech²⁶, Uruguay por medio de su Ley 19.820 llamada Fomento del Emprendedurismo que regula el Crowdfunding o Sistema de Financiamiento Colectivo en la Circular 2337 del Banco Central de Uruguay, que de la misma manera se enfoca en Fintech. Esto sucede debido a que las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros como lo Insurtech se desarrollan a partir del crecimiento del Fintech. Sin embargo, como es evidente no llegan a regular al sector de seguros. En Ecuador hoy en día no se cuenta con normativa que se enfoque de manera específica en las plataformas tecnológicas de distribución de seguros, pero contempla la posible aprobación del proyecto de Ley Fintech en el cual se pretende regular a las mismas. Sin embargo, por cómo se encuentra estructurada se considera que dicha regulación no es suficiente para efectuar un control en el mercado, debería al menos establecer puntos clave en cuanto a cómo operarían, cuáles son las cláusulas mínimas que estas plataformas deberían contener en sus contratos, mencionar si la estructura de dicho contrato concibe algún elemento o figura jurídica en especial, sobre cómo se ejecutará el marco regulatorio del Sandbox (aquel procedimiento de autorización tanto ágil como temporal y de supervisión de nuevas actividades, que es útil dentro de los distintos servicios regulados como por ejemplo el sector del Seguro, con el fin de probar la innovación, sin necesidad de pasar por el procedimiento habitual que resulta extenso y complicado en varios casos, por requerir con anterioridad una licencia de actividad regulada²⁷). A pesar de ello Ecuador cuenta con algunas iniciativas regulatoria ligadas a estas plataformas de comercialización de seguros como la referente a Sistema Auxiliar de Pago por medio de la Resolución Nro. JPRM-2022-010-M de la Junta de Política y Regulación Monetaria²⁸ que maneja pagos o transferencias del mercado a través de sistemas tecnológicos, que aunque no regule directamente al mercado de las PTCS esta regulación debería ser aplicable, porque dicha plataforma incluye un método de pago electrónico por el cual se obtendrá un servicio, por ende, se aplicaría la normativa

²⁶ ECIJA, “Sector Fintech en LATAM: Un informe de derecho comparado en la región”, *ECIJA: firma de referencia en España en derecho de TMT* (2021), Recuperado de: https://ecija.com/wp-content/uploads/2021/11/ECIJA_FintechLatamReport_2021_compressed.pdf, (último acceso: 26/10/22).

²⁷ FinReg360, “Sandbox, ¿la solución para que la regulación no sea un obstáculo a la innovación financiera?”, FinReg360: Informe (2017), 3. Recuperado de: https://finreg360.com/wp-content/uploads/2019/07/Informe_sandbox.pdf (último acceso: 06/11/22)

²⁸ Resolución Nro. JPRM-2022-010-M, Normas que regula los sistemas auxiliares de pago, La Junta de Política y Regulación Monetaria, R.O. 33 de 31 de marzo de 2022.

antedicha en todo lo referente al Switch transaccional para servicios de pago en plataformas tecnológicas como las de distribución de seguros.

Es evidente en este punto que la regulación observada hasta el momento no llega a ser eficaz o inclusive completa, porque por lo general se regulan aspectos individuales en las distintas regulaciones y no equiparan de manera global todo lo infiere de dichos canales alternos. De hecho, el FMI se ha pronunciado al respecto desde el 2021, mencionando que las regulaciones deben adaptarse a los potenciales riesgos que comprenden los Fintech, en los que se ven incluidas estas plataformas tecnológicas de comercialización de seguros por estar incluidas en el proyecto de Ley Fintech. Pero hay que entender que al momento de llegar a regularlos se debe pedir apoyo de especialistas en el tema, para evitar la excesiva normativa que llegaría a reprimir la innovación de estos start-ups, tal como lo menciona Arner²⁹.

Su regulación o al menos su reforma es importante por tres razones, la primera para que las PTCS no carezcan de un marco normativo, teniendo que operar de manera informal con el riesgo de ser reprendidos por la Superintendencia de Bancos, Valores y Seguros. En segundo lugar, su normativa debe asegurar la protección del consumidor y la estabilidad del entorno financiero³⁰; y en tercer lugar, para efectos del artículo de investigación, la regulación de estas plataformas tecnológicas de comercialización de seguros sería de gran ayuda para prevenir y controlar el desplazamiento del mercado de los canales tradicionales, que tendría como consecuencia la disminución del número de Agentes Productores de Seguro existentes en el Ecuador.

5. Riesgos a los que se exponen los canales de distribución de seguros tradicionales frente a las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros

Las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros son consecuencia de la disrupción digital o también conocida como transformación digital, lo que genera cambios en el consumidor y su estilo de vida, de igual modo, incrementa el riesgo del desplazamiento del mercado hacia estas plataformas perjudicando a su paso a los canales de distribución tradicionales. Por lo general este fenómeno de la disrupción digital siempre presentará mayor aceptación por parte del consumidor, puesto que las mismas

²⁹ Douglas Arner, János Barberis & Ross Buckley, “The evolution of fintech: A New Postcrisis paradigm?”, *SSRN Electronic Journal* (2015), Recuperado de: doi:10.2139/ssrn.2676553, (último acceso: 26/10/11)

³⁰ AEFI, “Libro Blanco de Insurtech. La industria Insurtech Española y sum arco regulatorio. Retos, Oportunidades y las tenencias que marcaran el future del sector”, AEFI: Asociación Española de Fintech e Insurtech (2019), Recuperado de: http://www.rdmf.es/wp-content/uploads/2019/06/AEFI_Libro_Blanco_de_Insurtech.pdf, (último acceso: 30/11/22).

plataformas brindan comodidad, tarifas justas, seguridad, buen trato y servicio inmediato que se desarrolla por medio de cada interacción del cliente para brindar un mejor servicio.

Es conveniente comprender en este punto que la transformación digital se define como “la adopción de procesos y prácticas de negocios que ayudan a la compañía a competir en un mundo cada vez más digital³¹” y siempre ha estado presente desde el surgimiento del internet, razón por el cual ha habido cambios en cuanto a la forma de consumir de los usuarios. Por consiguiente varias empresas han tenido que decidir entre adaptarse o quebrar frente a nuevos negocios digitales.

La cultura es un factor clave dentro de este proceso de transformación que implica una nueva conformación de políticas, procesos, nuevas propuestas de valor que surgen cuando abrimos nuestra mente a nuevos desafíos, sin embargo, este proceso de adopción de cultura en principio se lo vive con incertidumbre y temor³² lo cual puede generar que los consumidores retrocedan en cuanto a la adaptación de modalidades tecnológicas que podrían facilitar su vida. Tal como sucede con las páginas web de noticia y el comercio impreso convencional, ya que, hoy en día los lectores prefieren informarse por medios digitales. Sin embargo, ello no ha causado la desaparición del formato físico, solamente ha caído en ventas siendo adquirido por pocos que usualmente no tienen conocimientos sobre el uso de herramientas tecnológicas o simplemente no tienen acceso a las mismas. Otro ejemplo de disrupción tecnológica es evidente en el caso de Blockbuster y Netflix, empero, en esta ocasión el servicio de la renta de películas tendría una merma por no tomar a tiempo la decisión de digitalizarse como las plataformas similares a Netflix, por lo que este tipo de eventos por avances tecnológicos sirven de motor en muchos casos para que los mercados tradicionales se impulsen al cambio, adaptándose al mundo digital tal como algunos asesores productores de seguros lo hacen para asegurarse su estancia en el mercado de venta de póliza de seguros.

Todo indica que a pesar de que los Asesores Productores de Seguros puedan verse afectados en mayor porcentaje por las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros debido a la falta de control regulatorio que presenta, podrían llegar a convivir mutuamente tal cual como las plataformas de transporte y las cooperativas de taxis, siempre y cuando cuenten con cierta regulación que llegue a equilibrar la competencia en

³¹ Bernardo Rodriguez, “Putting Customer Experience at the Center of Digital Transformation”, MIT Sloan Management Review (2017), Recuperado de: <https://sloanreview.mit.edu/article/putting-customer-experience-at-the-center-of-digital-transformation/>, (último acceso: 16/11/22) (traducción no oficial).

³² Laura Alunni & Nicolas Llambías, “Explorando la transformación digital desde adentro”, Palermo Business Review 17 (2018), 11-30.

el sector. Porque según el punto de vista de Martín Alvemo (director general y cofundador de Seguro Canguro, una empresa con 7 años de trayectoria en Colombia por brindar flexibilidad y rapidez en cuanto a la venta de seguros de autos por medios digitales) estos Start-Ups son el catalizador de los modelos de negocio tradicionales, por ser una herramienta económica con la cual se puede experimentar. No obstante, también recalca que la amenaza no se encuentra dentro del sector con las nuevas compañías de tecnología, sino que se presenta por medio de los consumidores, ya que, son los clientes quienes esperan que se supere sus expectativas y cuando existe la oportunidad de hacerlo por medio de un Start-up se vuelve una amenaza para el sector tradicional del Seguro³³.

5.1. Ventajas de los canales tradicionales de distribución de seguros

Los Asesores Productores de Seguros y Agencias de comercialización de seguros destacan su modelo de negocio que tiene como prioridad un buen servicio al cliente transmitiéndole seguridad al mismo, a diferencia de las plataformas tecnológicas que se desarrollan por medios digitales³⁴. La comunicación con el cliente para algunos usuarios es fundamental, ya que a través del mismo se logran mantener asesorados o despejar sus dudas de manera más clara debido a que el uso de la tecnología en ciertas ocasiones puede resultar difícil. La experiencia del cliente es importante para las aseguradoras tradicionales, según Ramírez ejecutivo de Tecniseguros cuando “haces entender a los clientes la necesidad de los seguros, que finalmente lo que compra es realmente seguridad, que está invirtiendo en tranquilidad, en poder continuar con su negocio, su vida y sus sueños³⁵”.

5.2. Ventajas de las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros

La digitalización de los procesos de comercialización de seguros se destaca por las innovaciones digitales que abarcan y por la flexibilidad que tienen para poder pivotar en cuanto a su modelo de negocio, reduciendo de esta forma, la ventaja competitiva que tiene en contraste con las aseguradoras tradicionales. También debido a su manejo de

³³ Martín Alvemo, “Desafíos para consolidar un ecosistema InsurTech en Colombia”, (Seminario web de Fasescolda, Colombia, 17 de junio de 2019), 2'21'', Recuperado de: [youtube.com/watch?v=TFp1B_0F0eg](https://www.youtube.com/watch?v=TFp1B_0F0eg), (último acceso: 31/10/2021).

³⁴ Jael Aguilar Sánchez, “El impacto del fenómeno insurtech en el sector asegurador tradicional español”, Comillas: Universidad Pontificia (2020). Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/37798/TFG-%20Aguilar%20Sanchez%2C%20Jael.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>, (último acceso: 30/10/22).

³⁵ Darwin Ramírez, Entrevista a directivo de Tecniseguros S.A. (2019). Citado por: María Christina López Santillán, “Análisis y perspectiva para el desarrollo de las grandes agencias asesoras productoras de seguros de Ecuador” Universidad Andina Simón Bolívar (2017), Recuperado de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7459/1/T3256-MAE-L%C3%B3pez-Analisis.pdf>, (último acceso: 30/10/22).

tecnología podrían optar por colaborar con asesores productores de seguro o aseguradoras profesionales lo cual genera una clara ventaja competitiva para dicho mercado³⁶.

Estas plataformas al contar con inteligencia artificial dentro de ella logran la personalización del servicio en cuanto a la venta de pólizas que vayan acorde al cliente que se conecte en los dispositivos, y debido a la cantidad de data que aborde se aconseja que mas adelante se establezca al menos un manual de ética de inteligencia artificial con el fin de evitar riesgos provenientes de ciberseguridad o uso de data inapropiado.

Es evidente que el desarrollo de estas start-ups han potenciado y agilizado consigo la integración de técnicas avanzadas como Blockchain, Inteligencias Artificial, Bigdata, los servicios en la nube o el propio internet para transformar la industria de las aseguradoras y modificar consigo la cadena de valor de los distintos modelos de negocio³⁷. Estas plataformas tecnológicas de comercialización de seguros tienen como punto central al cliente y su proceso de contratación y adaptación de servicios, incorporando nuevas técnicas informáticas para tener mayor certeza en la predicción de riesgos³⁸. También por medio del uso de inteligencia artificial se pretende desarrollar funciones similares a las del asesor productor de seguros y consigo generar la combinación adecuada de políticas para ofrecer una política de seguro integral.

6. Sugerencia Normativa

Está claro que las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros comprenden un mundo totalmente nuevo diferente al de las aseguradoras tradicionales, que buscan ofrecer seguros que se acomoden a las necesidades del consumidor, por ende, no pueden estar reguladas totalmente bajo la misma normativa tradicional en cuanto a las distintas actividades que la misma compañía realiza, ya que como observamos en capítulos anteriores, el sector del seguro se caracteriza por una regulación rígida que no permitiría la disrupción digital del mercado. Sin embargo, dicha tecnología por la misma razón presenta desafíos regulatorios que deben estar enfocados en varios factores como fomentar la competencia adecuada entre competidores del mismo sector, ética de la inteligencia artificial, manejo de datos y big data en complemento con el Sandbox, que

³⁶ Jael Aguilar Sánchez, , “El impacto del fenómeno insurtech en el sector asegurador tradicional español”.

³⁷ Fintchly, “¿Qué es una empresa INSURTECH? El FUTURO DESCENTRALIZADO de los SEGUROS”, (2022), 2'14'', Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=vdsjS-sYVXQ>, (último acceso: 30/10/2021).

³⁸ Fintchly, “¿Qué es una empresa INSURTECH? El FUTURO DESCENTRALIZADO de los SEGUROS”.

seguramente a medida que se desarrollen estas plataformas se tomaran en cuenta para su regulación (pero que son indispensables, ya que dichas plataformas contendrían inteligencia artificial que requeriría igualmente de una regulación especial con el fin de proteger el manejo de data). Por el momento el presente artículo de investigación se centrará en establecer un marco regulatorio, que promueva una convivencia armónica entre los actores tradicionales de venta de póliza de seguros y las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros, tomando en cuenta la Resolución No. 660-2021-S y el Código de Buenas Prácticas establecido por la Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI) como referente.

6.1. Adaptación de normativa

A lo largo de este estudio hemos interpretado que las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros pueden ser comprendidas como un canal de distribución alterna, por lo que al no contar con una regulación especial se propone que para su control en el mercado se adapte la normativa de la Resolución No. 660-2021-S referente a “Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución”, que en primera instancia permite que las aseguradoras o compañías de salud prepagada tengan uso de canales alternos con el fin de promover, ofrecer, comercializar y vender productos de seguros como también planes de atención integral de salud prepagada³⁹ que fomenta la masificación de seguros.

La adaptación de las PTCS en la resolución anunciada se desarrollaría a partir del artículo 2⁴⁰, en la que se sugiere añadir en el marco de definiciones como punto adicional el concepto de “Plataformas tecnológicas de comercialización de seguros” como aquellos canales alternos que tienen la capacidad de promover, ofrecer, comercializar y vender productos de seguros, tal como la banca seguros que se establece como uno de los canales alternos de distribución. Sin embargo, también se podría modificar la definición de “Canal alterno de distribución: Pueden actuar como canal alterno de distribución aquellas personas jurídicas que no formen parte del sistema de seguro privado⁴¹” sustituyéndose por la siguiente: Puede actuar como canal alterno de distribución las

³⁹ Resolución No. 660-2021-S, Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución, Junta de Política y Regulación Financiera, Registro Oficial 443 de 03 de mayo de 2021.

⁴⁰ Resolución No. 660-2021-S, Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución.

⁴¹ Resolución No. 660-2021-S, Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución

plataformas tecnológicas y personas jurídicas que no formen parte del sistema de seguro privado. Por medio de estos mínimos cambios la antedicha regulación establecería un marco regulatorio útil para el desarrollo de las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros, los cuales deberán cumplir con algunos requisitos para poder efectuar sus operaciones, tal como tener vigente un registro tributario RUC (registro único de contribuyente) ante el SRI (servicio de rentas interno) y contar con una infraestructura física o virtual necesaria para realizar la comercialización de los productos de seguro como se menciona en el artículo 3 de la resolución *ibidem*.

Complementando la adaptación regulatoria el artículo 6 de las obligaciones y responsabilidades de los canales alternos de distribución debería ser modificado para ir en armonía con el artículo 3⁴², teniendo en cuenta que el literal “a” establece como obligación el contar con una infraestructura física mientras que el artículo 3 permite operar a los canales alternos por medio de infraestructuras virtuales, resultando en una contradicción en la normativa. También es importante mencionar que una vez regulada dicha regulación, se establecerá una prohibición de no condicionamiento de póliza, planes o contratos para los canales alternos de seguros, como tampoco se podrán efectuar cargos adicionales sobre la prima u cuota establecida por la compañía de seguros o la competencia que financia servicios de atención integral de salud prepagada.

En adelante se espera que dichas PTCS con la modificación de la Resolución No. 660-2021-S en el caso de ser tomada en cuenta, cumplan con sus respectivas obligaciones básicas como la de proporcionar al asegurador los datos de la empresa de seguros, el proporcionar los medios de contacto a su respectivo asegurado, la entrega de un certificado individual de coberturas que en el caso de las plataformas debería ser digital y la expresión clara en caracteres destacados del nombre de la empresa de seguros por sus distintos medios de difusión.

6.2. Competencia Adecuada

La adecuada competencia es un factor que debe primar para evitar el posible desplazamiento de canales tradicionales de distribución conocidos como Asesores Productores de Seguro, pero no solamente ellos se encuentran bajo riesgo sino también las Aseguradoras tradicionales, ya que, ofertan servicios similares en otros países y no se dedican únicamente a la comercialización de seguros que resulta ser más eficiente. Considerando las ventajas competitivas que llegan a tener estas plataformas tecnológicas

⁴² Resolución No. 660-2021-S, Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución

de comercialización de seguros, por empleo de tecnología innovadora pueden enfocarse en varios nichos de mercado de forma ágil debido a su capacidad de adaptación al ser un Start-up, al contrario de la Aseguradora que para adaptarse debería cambiar el sistema que maneja, lo cual generaría grandes costos a la empresa tradicional por el tiempo que se dispondría hasta encontrar un sistema adecuado⁴³.

Se sugiere por ende el desarrollo de un Código de Buenas Prácticas (CBP) tal como el realizado por la Asociación Española de Fintech e Insurtech (AEFI) que ha tenido un gran éxito en la industria tecnológica desde su desarrollo en abril del 2021, ya que serían grandes herramientas para controlar este sector y así evitar el desplazamiento desproporcional de la competencia por no cumplir con las mismas ventajas⁴⁴.

Mentado código está enfocado en la adecuada competencia a través de la autorregulación, transparencia y protección del consumidor, cumpliendo siempre con los respectivos estándares y normas estipuladas por su ordenamiento. Este CBP estipula en primer lugar obligaciones tanto éticas como legales, en las que se destaca la abstención de los asociados al desarrollo o utilización de prácticas desleales de competencia, como también de incurrir en prácticas de corrupción no solo en contra de la empresa sino también del cliente, proveedor, competidor, entre otros⁴⁵.

En segundo lugar tenemos las obligaciones con el cliente, que se basan en informar de manera clara y completa los términos y condiciones del servicio que se comercialice, no ejercer ningún tipo de presión al cliente en cuanto a contrataciones, prorrogas o modificaciones del servicio y poner a su disposición fuentes de contacto en caso de imprevisto. En tercer lugar, se menciona que el asociado debe presentar un servicio sostenible, ético y responsable para el consumidor, también evitará la práctica de publicidad ilícita o subliminal, obrará de buena fe y realizarán evaluaciones de perfil de riesgo de sus usuarios para poder ofertar servicios conforme al mismo, tomando en cuenta su capacidad de pago actualizado, reservándose de este modo el derecho al rechazo de solicitudes futuras⁴⁶.

De este modo, a pesar que las únicas empresas que lo ponen en práctica son aquellas que se encuentren Asociadas a la AEFI, se considera que es una gran iniciativa

⁴³ Steve Blank, "Why the lean Start-Up changes everything", Harvard Business Review (2013), 7.

⁴⁴ Steve Blank, "Why the lean Start-Up changes everything".

⁴⁵ Asociación Española Fintech e Insurtech, "Código de Buenas Prácticas para las Fintech e Insurtech", AEFI (2021). Recuperado de: https://www.asociacionfintech.es/wp-content/uploads/2021/05/Codigo_Buenas_Pr%C3%A1cticas_abril2021-2.pdf, (último acceso: 30/10/22).

⁴⁶ Asociación Española Fintech e Insurtech, "Código de Buenas Prácticas para las Fintech e Insurtech".

que debería ser tomada en cuenta para ser aplicada en un futuro por el resto de compañías con el fin de evitar la competencia desleal, promoviendo la protección del consumidor y por ende controlando el posible desplazamiento del mercado.

7. Conclusión

El estudio realizado sobre las PTCS y los Asesores Productores de Seguros ha demostrado el impacto global que han tenido estas nuevas tecnologías a raíz de la pandemia que permitió un acercamiento inmediato al mundo digital cambiando el estilo de vida de las personas, logrando así cotizar en bolsa más de \$22.0 mil millones en el 2020. Además, se demuestra que esta iniciativa presenta oportunidades de crecimiento al concebir en el 2021 al menos 157 PTCS como Insurtech en 12 países de Latinoamérica incluyéndose al Ecuador, debido a la capacidad con la que cuenta el sistema para brindar un servicio más personalizado conforme a la data que se ingrese del consumidor por el uso de inteligencia artificial.

Por otro lado, se logró identificar lo rigurosa que es la normativa hacia los canales de distribución tradicionales como los Asesores Productores de Seguros para poder ejercer sus funciones, siendo este un factor de gran desventaja frente a las plataformas tecnológicas de comercialización de seguros, que por falta de regulación logran mayor flexibilidad para sus usuarios desplazando al mercado tradicional, ya que, no cuenta con un proceso extenso de verificación el cual implica un gran gasto de recursos para los APS, para quienes esta labor se vuelve en su única fuente de trabajo.

Con el objetivo de promover una competencia justa entre los actores del mercado de seguros, se dispuso la sugerencia de modificar la normativa de la Resolución No. 660-2021-S referente a “Normas para la promoción y contratación de pólizas de seguros y planes de atención integral de salud prepagada a través de canales alternos de distribución”, en la que se propone la adición del concepto de Plataformas Tecnológicas de Comercialización de Seguros de tal modo que se los considere como canales de distribución alterna, estableciendo de este modo un marco regulatorio que controle las operaciones de estos nuevos actores tecnológicos que se presentan en el mercado Ecuatoriano, y por los cuales han presentado una gran preocupación los canales tradicionales de distribución, ya que temen verse desplazados si no se ejerce algún tipo de control. Lo expuesto anteriormente, dependerá de la aprobación del proyecto de ley por parte del Ejecutivo.

La segunda sugerencia regulatoria para este mercado del seguro se estableció tomando en cuenta el Código de Buenas Prácticas proveniente de España, el cual tiene como objetivo la adecuada competencia a través de la autorregulación, transparencia y

protección del consumidor, siempre y cuando estos cumplan con los respectivos estándares y normas estipuladas por su ordenamiento. Este CBP demostró ser una herramienta de éxito que debería ser implementada en Ecuador, ya que estipula en primer lugar obligaciones tanto éticas como legales, en las que se destaca la abstención de los asociados al desarrollo o utilización de prácticas desleales de competencia, como también de incurrir en prácticas de corrupción no solo en contra de la empresa sino también del cliente, proveedor, competidor, entre otros⁴⁷.

En conclusión se demuestra que por medio de la disrupción digital o también conocida como transformación digital, estos factores que pueden ser identificados como desventajas para los canales de comercialización tradicionales no provocarían su total salida del mercado, pero si un posible desplazamiento que reduciría el número de Asesores Productores de Seguros existentes en Ecuador.

⁴⁷ Asociación Española Fintech e Insurtech, “Código de Buenas Prácticas para las Fintech e Insurtech”, AEFI (2021). Recuperado de: https://www.asociacionfintech.es/wp-content/uploads/2021/05/Codigo_Buenas_Pr%C3%A1cticas_abril2021-2.pdf, (último acceso: 30/10/22).