

The Complexity of E-Insurance

Lect.dr. Marius GAVRILETEA
Facultatea de Business, UBB Cluj-Napoca

The importance and increasing role of Internet in nowadays business area are officially recognized. No matter the industry a company is operating in, the distribution channels include direct sales through Internet. Following this idea, also the insurance companies decided to sell their insurance policy online. In this paper we analyze the advantages of Internet for insurance companies, the threats and the actual situation for Romanian insurers.

Keywords: Internet, online, risk, insurance, technology.

Dezvoltarea Internetului a fost explozivă în ultimii ani. Numărul de utilizatori ai Internetului se dublează la fiecare câteva luni, existând în acest moment sute de milioane de utilizatori. Este cunoscut faptul că tranzacțiile pe Internet se clasifică din punct de vedere al utilizatorilor, tranzacțiile pe internet pot fi împărțite în: tranzacții în care sunt implicate persoane fizice și juridice și tranzacții în care sunt implicate doar persoane juridice. Aproximativ 90% din tranzacțiile ce se desfășoară pe Internet au loc între persoane juridice.

Așa cum era de așteptat, și societățile de asigurări folosesc distribuția electronică a produselor de asigure de bunuri și răspundere civilă, separat pentru persoane fizice (asigurări personale) și entitățile juridice (asigurări comerciale). Un studiu recent arată că 93% din marile companii de asigurări dispun de site-uri pe Internet.

Asemenea altor sectoare financiare, în ultimii ani se constată o creștere spectaculoasă a sectorului (industria) asigurărilor. Pe lângă mijloacele tradiționale de încheiere a polițelor de asigurare, marile companii prezente pe piață încep să acorde o importanță tot mai mare canalelor de distribuție online a produselor. Orientarea către un nou mod de promovare/vânzare a produselor va determina pe de o parte creșteri ale cifrei de afaceri a companiilor de asigurări în timp ce pe de altă parte va determina creșteri spectaculoase ale firmelor care realizează și comercializează aparatura IT și a celor care oferă pachete soft complet adaptate la cererile acestui tip de companii.

Industria asigurărilor a dezvoltat produse de asigurare electronice pentru a spori confortul partenerilor de afaceri din domeniul asigurărilor. Conform statisticilor O.E.C.D., în urma unui studiu efectuat pe un eșantion semnificativ format din 50 site-uri specializate în vânzarea de asigurări online reprezentând 238 asigurători nord americani, s-a observat că Internetul este folosit în domeniul asigurărilor astfel:

- informații despre produsele de asigure - 43%
- adrese/telefoane de contact a reprezentanților asigurătorului - 35%
- soluționarea daunelor - 12%
- încheierea de asigurări - 10%

Interpretând aceste date putem observa că un procent mare al potențialilor asigurați sunt încă reticenți, preferând să se informeze în primul rând despre produsele de asigurare, iar ulterior să contacteze un reprezentant al asigurătorului selectat. Putem explica acest fapt simplu: asigurările reprezintă un serviciu oarecum "nepalpabil", se achiziționează o promisiune de a recupera un prejudiciu produs de un eveniment nedorit. Însă dacă evenimentul asigurat nu apare, asiguratul nu primește despăgubirea - deci asigurarea a rămas ceva "nepalpabil". Dar și plățile prin Internet reprezintă în prima fază o plată pentru ceva ce se va primi ulterior, iar în cazul asigurărilor se poate aprecia că efectul palpabilității riscurilor asigurate se multiplică.

Cu toate acestea un număr tot mai mare de middle manageri din cadrul societăților de asigurări conștientizează importanța capitală a e-comerțului cu asigurări, și nu concep

construcția/dezvoltarea unei pagini de Internet fără ca aceasta să nu facă parte dintr-un canal de distribuție foarte bine pus la punct. În situația actuală, nivelul de prime de asigurare care poate fi adus de vânzarea online de polițe de asigurare trebuie luat în considerare în cadrul implementării strategiei de vânzare a asigurătorilor.

Costurile mari aferente diferitelor canale de distribuție în industria asigurărilor determină astfel managerii să privească noile tehnologii informatice și ca o oportunitate spre schimbare. Acest potențial este analizat prin intermediul diferitelor soluții. Cea mai mediatizată alegere este aceea de a vinde asigurările exclusiv prin Internet – dar acest fapt îi afectează negativ pe agenții/brokerii care operează în canalul de distribuție tradițional. O altă soluție ar fi folosirea Internetului pentru a

crește productivitatea vânzării de asigurări prin aceleași canale de distribuție tradiționale (aici Internetul având rolul de a informa potențialii clienți despre produsele de asigurare).

Datorită faptului că tehnologia informațională evoluează foarte rapid, trebuie acordată o atenție sporită modului în care acestea vor influența sectorul asigurărilor. Astfel sunt elaborate 3 scenarii: optimist (utopic), pesimist și moderat. În cadrul acestor scenarii pot fi luate în considerare subscenarii ale dezvoltării tehnologiei informaționale: mai bun, mai rapid, mai ieftin; iar în cadrul celorlalte tehnologii: mai inteligente, mai puternice, mai folosite.

Asigurătorii care vor recunoaște și introduce aceste modificări în modelele de previzionare a afacerilor proprii vor avea succes.

Scenariu	Tehnologia Informațională	Alte tehnologii	Model de asigurare de aplicat	Efectul preconizat
Optimist	De 10 ori mai rapid, mai bun și mai ieftin	Mai inteligent, mai puternice, mai folosite	Preturi scăzute, subscrieri inteligente, controlul eficient al daunelor	Performanțe net superioare față de alți asigurători
Pesimist	Progres scăzut	Tehnologie nouă	Noile riscuri vor genera riscuri și mai mari, probleme mari în soluționarea daunelor	Profitabilitate stagnantă
Moderat	Constantă și progres previzibil în toate ariile	Monitorizarea inteligentă și produse mai inteligente	Mai bună înțelegere a riscurilor vechi și noi, politică îmbunătățită de stabilire a primelor de asigurare	Creșterea profitului

Pentru a elabora fiecare din aceste scenarii, trebuie identificate toate sursele de informații, legăturile dintre diferitele tehnologii și analizarea unor varietăți de modele de asigurare.

Dacă se analizează situația existentă în prezent, se constată că internetul ocupă un rol important în cadrul fiecărei firme de asigurări, fiind utilizat în cadrul mai multor contexte astfel:

- prezentarea asigurătorului - oferirea de informații generale care se găsesc de altfel și pe pliantele și broșurile tradiționale
- interactivitate – unele site-uri oferă posibilitatea de corespondare electronică cu personal calificat, pentru a se obține mai multe informații legate de particularitățile fiecărei persoane, fiecărui produs

c) vânzări – persoanele fizice, uneori chiar și persoanele juridice sunt amatoare de încheierea de asigurări online, aproximativ 12% dintre companiile de asigurări cu site-uri pe Internet oferă asemenea produse.

Asigurătorii trebuie să-și dezvolte polițele de asigurare pentru a putea fi vândute pe Internet, să specifice pe site-urile proprii care sunt produsele care pot fi comercializate online și să folosească o strategie de preț diferită față de produsele de asigurare tradiționale (asigurările încheiate online ar trebui să fie mai ieftine deoarece costul de distribuție este mai mic, dar și ca o măsură de atragere a clienților spre acest canal de distribuție).

În prezent se observă folosirea unor modele diferite de distribuție pentru fiecare segment de piață în parte.

În cadrul asigurărilor comerciale, adoptarea Internetului s-a desfășurat în două direcții divergente. Pentru piața riscurilor ușoare, evoluția este asemănătoare cu cea a asigurărilor personale. Inițial asigurătorii trimit prin e-mail broșuri electronice, descriu produsele oferite, iar apoi în funcție de particularitățile afacerilor se stabilește cotația finală.

Trebuie menționat faptul că anumite informații sunt valabile pentru toți clienții site-urilor, în timp ce altele sunt disponibile doar anumitor categorii de clienți (producători, distribuitori etc.) care sunt înregistrați în baze de date diferite.

Piața riscurilor grele asigurate prin Internet a cunoscut o evoluție diferită. În timp ce pentru asigurările personale se apelează la societăți de asigurări, la brokeri și agenți doar o singură dată pe an, în cazul entităților comerciale acestea apelează periodic la asigurători:

- pentru început se derulează procesul de negociere, iar cotațiile sunt stabilite în funcție de rezultatele procesului de management al riscului.

- în al doilea rând, programul de asigurare al clientului este în permanență monitorizat și îmbunătățit prin efortul ambelor părți, pentru a reduce costul total al riscului

- în al treilea rând clienții mari au operațiuni dinamice. De-a lungul unui an se pot deschide/închide fabrici, birouri, se lansează/se retrag anumite produse, se extinde/restrânge aria de acțiune a firmei etc. Toate aceste modificări afectează planul anual de asigurare, deci acesta trebuie să fie actualizat mereu.

La ora actuală, prin intermediul tranzacțiilor electronice se dorește depășirea stadiului de comunicare prin care se cunosc doar riscurile (modificările în natura riscurilor) și se elaborează cotațiile de primă.

Astfel, în cazul reînnoiri unor polițe, brokerii de asigurări vor putea negocia noile prime de asigurare, cu variantele de preț. În cazul în care se produc daune, brokerii vor fi implicați activ în procesul de soluționare al acestora, purtând discuții pe Internet cu diferite persoane specializate.

Asigurătorii, în scopul de a-și reduce riscurile asumate, vor putea crea simulări pe calculator și exemple concrete de managementul

riscului pentru ca asigurații să poată preveni/limita unele daune.

Pe lângă programele de managementul riscului, societățile de asigurare soluționează anumite daune prin intermediul Internetului. Această soluție pare mult mai convenabilă pentru asigurați deoarece pe lângă economia de timp ei nu vor trebui să avanseze nici o sumă de bani, ci doar să înștiințeze asigurătorul despre producerea evenimentului asigurat, urmând ca ulterior să se refacă bunul avariata. Majoritatea asigurătorilor care permit întocmirea dosarelor de daună/avizarea daunelor condiționează acest fapt de încheierea asigurărilor respective online.

Așadar, folosirea Internetului va ușura procesul de management al riscului, îl va face mai puțin costisitor, mai performant și economia de timp obținută în încheierea unei polițe sau soluționarea unei daune să poată fi folosită atât în avantajul clientului cât și al asigurătorului.

În ceea ce privește societățile de asigurare nou înființate, internetul permite intrarea pe piață fără costuri prea mari de construire a rețelelor de distribuție. Beneficiind de avantajele oferite de Internet și de posibilitățile de oferire a produselor proprii online și alți actori ai piețelor financiare - societățile bancare, societățile de investiții financiare, brokerii de asigurare, își adaugă la activitățile desfășurate și intermedierea online de asigurări.

Brokerii de asigurări care oferă doar produsele standard de asigurare, unde nu este necesară consultanța, se confruntă cu o competiție ridicată datorită acestor costuri reduse de oferire a produselor prin intermediul Internetului. Spre deosebire de aceștia, brokerii care oferă produse complexe de asigurare (asigurări de sănătate, asigurări de pensii, asigurări destinate persoanelor juridice) vor folosi Internetul în special pentru servicii de consultanță, de management integrat al riscului.

Pentru a putea face tranzacții online o persoană fizică/juridică trebuie să parcurgă o serie de etape necesare reușitei tranzacțiilor dorite: obținerea unui certificat digital de autorizare și introducerea ID-ului și a parolei primită de la asigurător.

CertIFICATELE digitale sunt mesaje electronice atașate informațiilor transmise între calculatorului persoanei care dorește să plătească online primele de asigurare și serverul societății de asigurare. Aceste certificate sunt folosite din măsuri de securitate și permit verificarea identității persoanei care face viramentele respective, dar și pentru a oferi asiguratorului posibilitatea de a codifica datele respective. Certificatul digital este emis deci pentru siguranța tranzacției. În plus trebuie luate și alte măsuri suplimentare:

- protejarea parolei de acces în sistem
- este recomandat să nu se acceseze aplicația de plată a asigurării online din locuri care nu prezintă siguranță (cafe Internet)
- utilizarea screen-saver-ului cu parolă la calculatorul la care se folosește în permanență (la birou sau acasă)
- închiderea sesiunii de Internet insurance după fiecare plată efectuată
- instalarea unor aplicații antivirus actualizabile în permanență

Companiile tradiționale de asigurări vor avea de înfruntat o competiție acerbă între ele pentru a câștiga competiția în asigurările online. Orientarea rapidă a asiguratorilor spre tehnologiile web de vânzare va genera o explozie a polițelor de asigurare achiziționate online. Factorii care vor genera această creștere sunt diferitele pachete software, dar și serviciile profesionale. Este de așteptat ca piața să înregistreze o cerere crescută de asemenea furnizori în spațiul virtual al e-asigurărilor. Prin urmare acest cyber spațiu al asigurărilor va depinde atât de tendințele piețelor financiare dar și de cele ale e-comerțului.

Conform specialiștilor de la Sigma se apreciază că la sfârșitul anului 2005 canalele de

distribuție online a asigurărilor reprezintă o cotă de piață de 5-10% în SUA și de 3-5% în Europa. Aceste canale se referă la asigurările personale, în timp ce asigurările de pensii, asigurările de sănătate și asigurările pentru persoane juridice au o aplicabilitate scăzută prin Internet. Aceasta deoarece la asigurările de pensii planurile de pensii trebuie alese de solicitant după o analiză atentă a rentabilității anumitor fonduri, la asigurările de sănătate este necesară efectuarea unui set de analize ale solicitantului, iar în cadrul asigurărilor destinate persoanelor juridice trebuie efectuat inspecții de risc la locațiile/ bunurile de asigurat.

Pe termen lung, se estimează că în cadrul asigurărilor personale costurile cu distribuția, administrarea, înregistrarea și soluționarea daunelor va înregistra o scădere cu până la 15 mld. USD sau 12%, iar în cadrul asigurărilor comerciale o economie potențială în costuri de 11 mld. USD sau de 9%.

Folosirea Internetului în China – una dintre cele mai mari piețe mondiale, a înregistrat o creștere spectaculoasă în ultimii 10 ani, de la 620.000 utilizatori în 1997 la 111 milioane în 2005. Societățile de asigurare au încercat să profite de pe urma acestui trend și au mutat aceste afaceri dintr-o fază incipientă într-o fază de dezvoltare continuă. O infrastructură de bază pentru asigurările prin Internet a fost înființată de asiguratorii, iar aproximativ 10% din asiguratorii cu website-uri permit clienților proprii să achiziționeze asigurări online.

Luând în considerare trendul actual de dezvoltare conform ultimului raport al companiei Celent se preconizează următoarea evoluție a primelor de asigurare:

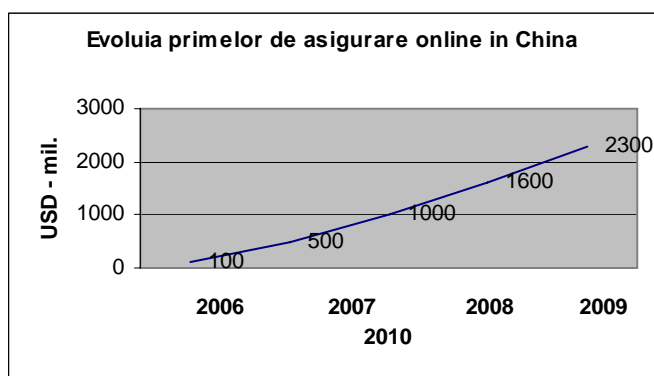


Fig.1. Previțiunea evoluției primelor de asigurare în China

Dacă ar fi să analizăm situația existentă în România observăm fără mare efort că topul asiguratorilor naționali folosesc paginile proprii de Internet doar pentru informare:

- Allianz Tiriac Asigurări folosește pagina proprie de Internet pentru prezentarea produselor, oferirea contactelor cu reprezentanții firmei, și ofertarea directă a asigurărilor RCA (cel mai complex modul în comparație cu alți asiguratorii) și asigurarea autoturismelor pentru avarii și furt – ambele pentru persoane fizice (www.allianztiriac.ro)

- ASIROM SA și ASTRA Asigurări “moștenitoarele” fostului ADAS, par să urmeze aceeași strategie - pe pagina proprie de Internet se prezintă produsele de asigure cu condițiile aferente, și adrese și persoane de contact (www.asirom.ro, www.astrasig.ro)

- OMNIASIG SA prezintă de asemenea produsele proprii și modalitatea de contact a angajaților, în schimb oferă module de calcul pentru asigurările de tip RCA și Carte Verde – de fapt cele mai simple asigurări de pe piață – prețul Carte Verde este unic la toți asiguratorii iar din 2007 se pare că acest produs va fi eliminat (www.omniasig.ro)

- ING Asigurări constituie surpriza plăcută a acestui studiu efectuat. Este singurul asigurator care momentan permite plata electronică a asigurărilor de viață. Aceasta deoarece are un protocol semnat cu ING Bank din interiorul aceluiași grup, care permite efectuarea unei e-plăți prin intermediul unui soft instalat. Mențiunea importantă este că acest sistem este valabil doar pentru plata ratelor de asigure, nu și la încheierea unei asigurări (www.ingasigurari.ro)

Pe lângă beneficiile generate de utilizarea Internetului în domeniul asigurărilor trebuie menționați și factorii care frânează vânzările online – foarte mulți hackeri intră în posesia numărului de card și a parolei persoanelor fizice, pentru ca ulterior să le producă acestora pagube financiare importante. De multe ori intervine și reticența utilizatorilor față de faptul că în acest fel produsul nu mai este palpabil.

În țările cu tradiție în domeniul asigurărilor menționăm faptul că managerii rețelelor elec-

tronice din cadrul societăților de asigure se pot confrunta cu furturi din nivelul primelor de asigure (dar și din conturile de card ale asiguraților). Această problemă trebuie rezolvată cu foarte mare atenție datorită faptului că aceste tipuri de vânzare sunt în continuă creștere, dar și datorită faptului că și plângerile clienților pot fi foarte ridicate.

Pentru a se preveni furtul primelor de asigure prin intermediul sistemelor electronice pot fi urmărite câteva aspecte:

- produse de securitate – analizarea update-urilor antivirusilor, firewall-uri, software specializate de detectare a intrușilor

- implementarea produselor de securitate în scopul protejării propriei rețele informatice

- analizarea atentă a angajaților care sunt responsabili cu aceste sisteme de securitate

- traininguri periodice pentru celelalte categorii de personal pentru a înțelege sistemul de securitate al asiguratorului

- efectuarea periodică a diferitelor teste de penetrare a sistemelor electronice

- auditarea întregului sistem informatic al asiguratorului

- apelarea la un avocat specializat în domeniul IT pentru a fi în permanență informat despre ultimele modificări legislative în acest domeniu

- protecția fizică a întregului sistem împotriva riscurilor care l-ar putea distruge (foc, inundație, furt, calamități etc.)

Surprinzător este faptul că în urmă cu 2-3 ani, asiguratorii solicitau potențialilor asigurați să-și asigure siguranța tranzacțiilor efectuate de pe propriile computere/sisteme de plăți electronice, dar de fapt problema este mult mai complexă și necesită abordări minuțioase în cadrul propriilor sisteme electronice ale asiguratorilor.

În plus și clienții care utilizează aceste sisteme de plată dețin numeroase cunoștințe tehnice și solicită o varietate de informații referitoare la aceste sisteme înainte să efectueze plata electronică a primelor de asigure. Prin urmare asiguratorii apelează la terțe companii specializate în tehnologie informațională pentru a le revizui sistemele, a crea backup-uri și de a crește securitatea.

La nivelul marilor asigurătorilor europeni, japonezi și americani problema nu este rezolvată foarte simplu, doar printr-un sistem electronic. Datorită faptului că fraudă pe Internet, gradul de complexitate a virusilor informatici, hacking-ul sunt în continuă expansiune, pentru a convinge cât mai multe categorii de potențiali asigurați acești asigurători apelează la auditarea propriilor sisteme de securitate. Chiar dacă această auditare reprezintă un cost suplimentar pentru asigurători, per ansamblu volumul primelor de asigure încasate prin Internet va crește (ceea ce înseamnă că nivelul costurilor efective de subscriere a polițelor de asigure vor scădea).

Totuși această practică a auditării propriilor sisteme de siguranță nu este răspândită decât la marii asigurători. Asigurătorii medii încep și ei să se confrunte cu această problemă mai ales în situația unor contracte de valoare mare. Clienții corporativi care doresc să folosească sistemul de plată online a primelor de asigure, solicită informații asigurătorilor despre auditarea sistemelor informatice, pentru a fi siguri că primele plătite vor ajunge în conturile asigurătorilor.

Același aspect este luat în discuție și în cadrul brokerilor de asigure (deoarece satisfac atât interesele asigurătorilor cât și al asiguraților). Se creează astfel parteneriate între firmele de IT responsabile de securitatea sistemelor informatice, asigurători și brokeri. Această cooperare este eficientă atât pe partea de îmbunătățire și siguranță a sistemelor informatice, dar și în cazul în care există totuși o fraudă electronică. În acest caz eventualele pierderi financiare nerecuperate vor fi acoperite în comun de asigurător/broker și firma IT, astfel încât interesul financiar al asiguratului să nu fie prejudiciat.

E-asigurările reprezintă, așa cum se poate observa, o nouă modalitate de reducere a costurilor. Simultan, creșterea concurenței va genera de fapt transmiterea acestor economii direct asiguraților sub forma de reducerilor de primă. Dezvoltarea e-comerțului aduce în permanență noi riscuri, și o dată cu acestea modificarea continuă a nevoilor de asigurare, nevoi ce trebuie acoperite de asigurători prin oferirea unor noi produse de asigurare.

Bibliografie

- Mathew J. – E-Business Today and Tomorrow, GR Magazine V/2004
Celent Insurance Online Report 2005
Insurance in China: Market and IT Overview, Best Review 6/2006
Grossi P.- Catastrophe Modelling: A New Approach to Managing Risk (Huebner International Series on Risk, Insurance and Economic Security) Springer; 1 edition (February 7, 2005)
Kreimer Alcira - Building Safer Cities: The Future of Disaster Risk (Disaster Risk Management, 3) World Bank Publications (August, 2003)
Patel N. – Buying and Selling Risk, Risk, 15(9) 2002
Sigma Report 2005
www.allianztiriac.ro
www.asirom.ro,
www.astrasig.ro
www.ingasigurari.ro
www.omniasig.ro