



Visión estratégica de la industria aseguradora: ¿cuál es el rol de la intermediación?

Jorge Castaño Gutiérrez
Superintendente Financiero de Colombia

Encuentro Nacional de Corredores de Seguros
Medellín, Diciembre 1 de 2017

1

El rol del intermediario de seguros del futuro

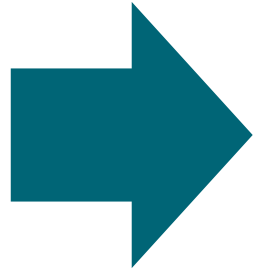
2

Supervisión de los intermediarios de seguros

1

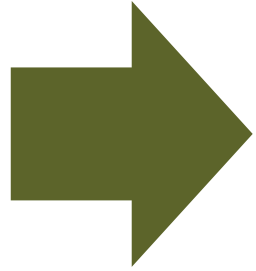
El rol del intermediario de seguros del futuro

Tendencias de la intermediación a nivel mundial



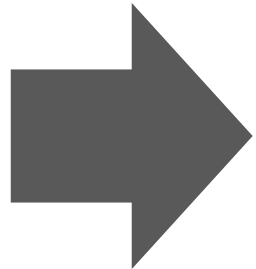
Nuevas tecnologías están desplazando a los intermediarios

La función del intermediario está siendo desplazada por la tecnología que brinda a los clientes alternativas prácticas y personalizadas más rápidas y precisas de lo que puede gestionar incluso el corredor más experimentado.



Nuevas generaciones no están usando canales tradicionales

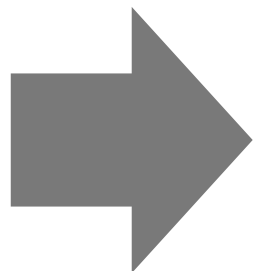
Nuevos clientes presentan nuevos patrones de interacción: servicio en línea, hacer su propia investigación, acceso por medio de redes sociales, autoservicio, gran compromiso antes de decisión final.



Existe una erosión de costos de intermediación

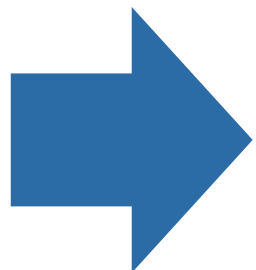
Mejoras digitales y automatización están ahorrando dinero a los clientes en forma de comisiones de intermediación más bajas. Esto podría causar que los ingresos por intermediación disminuyan hasta en un 20%.

Tendencias de la intermediación a nivel mundial



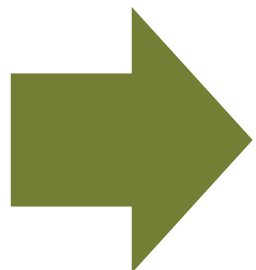
Aseguradoras están recurriendo a diversos canales

Los corredores enfrentan una reconfiguración en la comercialización de seguros. Nuevos canales atraen con atractivos servicios directos al cliente, como la agregación basada en analytics.



Nuevos productos están tornando innecesaria su distribución a través de IS

La venta directa de seguros asociados a internet of things (IoT) está haciendo innecesaria la participación de intermediarios. La tasación del seguro corresponde al comportamiento medible del asegurado.



Las plataformas virtuales están haciendo más eficiente la compra de seguros

Se está generando un gran valor en plataformas que agregan información y ofrecen alternativas personalizadas pero escalables.

Las tendencias en cifras

Hacia el 2020 se estima que los corredores pierdan 15-20% del mercado a manos de nuevos modelos de negocio.

Después de 10 trimestres consecutivos de baja de precios de seguros comerciales de propiedad y daños a terceros, el crecimiento en el negocio de corretaje se ha estancado.



83% de ejecutivos espera que los modelos de negocio basados en plataformas se incluya dentro de sus estrategias de crecimiento en los próximos tres años.

80% de ejecutivos consideraría enfocarse en ventas y crecimiento dejando de lado servicios.

El futuro de los intermediarios en Colombia

Clientes personas naturales

- ¿Desaparece?
- ¿Se transforma?
- ¿Se reinventa?
- ¿Cuál es su nuevo rol ante el contexto del futuro?

Clientes corporativos y estatales

- Las ventajas competitivas del intermediario se concentran en este segmento.
- La asesoría especializada continuará siendo determinante para productos y servicios complejos.

Mercado asegurador colombiano - Visión 2025

La intermediación de seguros debe estar alineada con la visión del mercado asegurador

Competitivo

Objetivo: mercado asegurador innovador, eficiente y con una oferta de valor agregado al consumidor financiero y a un costo justo.

Confiable

Objetivo: tener consumidores de seguros identificados con una oferta y servicio diferenciador, que promueva la cultura del aseguramiento.

Incluyente

Objetivo: potencializar la cobertura de la oferta de los seguros inclusivos, que promuevan la mejora en la calidad de vida y el crecimiento productivo.

Sostenible

Objetivo: consolidar la aplicación de mejores prácticas en gestión de riesgos, requerimientos prudenciales y supervisión comprensiva y consolidada.

Transparente

Objetivo: generar reputación de una industria honesta que fortalezca relaciones a largo plazo y se blinde frente a incentivos negativos de corto plazo.

¿Qué implica esta visión para la intermediación?

Competitividad

Se requiere afrontar el cambio en el entorno con **inversiones en nuevos modelos de negocios y nuevas tecnologías**.

Es necesario **explotar las ventajas competitivas** de los intermediarios frente a otros canales (conocimiento profundo, experiencia, servicios complementarios, etc.)

El **uso generalizado de automatización y análisis de datos** tiene el potencial de transformar y mejorar la estructuración de la gestión de riesgos.

¿Qué implica esta visión para la intermediación?

Confiabilidad

La **capacitación profunda del personal** debe ser el eje de esta industria para generar y preservar la confianza del público. La idoneidad es el aspecto más importante de la intermediación de seguros.

Los intermediarios deben invertir en mejorar la experiencia del cliente. La **simplicidad, claridad e inmediatez** de los servicios atrae la confianza de clientes actualmente.

Los consumidores necesitan tener **transparencia y certeza** de que lo que adquirieron es lo que realmente necesitan y por lo que están **dispuestos a pagar**. Los servicios deben estar orientados a satisfacer estas necesidades.

¿Qué implica esta visión para la intermediación?

Inclusión

Los intermediarios deben desarrollar **nuevas estrategias para conquistar clientes** que no adquieren seguros a través de mecanismos tradicionales.

Crear **servicios especializados para seguros relacionados con la agricultura** es una oportunidad para expandir las fronteras tradicionales del mercado.

Deben existir **estrategias diferenciadas** para la conquista de PYMES con respecto a grandes empresas o entidades.

¿Qué implica esta visión para la intermediación?

Sostenibilidad

La aplicación de análisis de *big data* presenta oportunidades para que los intermediarios impulsen sus ofertas de asesoría en gestión de riesgos y prevención de pérdidas. Los conocimientos basados en datos se pueden personalizar, empaquetar y entregar a escala para **impulsar cambios de comportamiento que eventualmente resulten en menores pérdidas**.

Intermediarios pueden **capitalizar su acceso a información de clientes y aseguradoras**. Ello les permitirá desarrollar ofertas de alto impacto que sinteticen la información de transacciones para aseguradoras, reaseguradoras y otros agentes.

La mayoría de nuevos competidores carecen de capacidades básicas en torno a la **evaluación, transferencia y prevención de riesgos**. Los corredores pueden anticiparse a la desintermediación al asociarse con nuevos competidores y ofrecerles servicios que mejoren su capacidad de ofrecer servicios directos a los clientes.

¿Qué implica esta visión para la intermediación?

Transparencia

Los intermediarios son esenciales para la conducción responsable de la estrategia del negocio asegurador.

Los intermediarios son determinantes para la materialización de la ética y los valores corporativos de la industria aseguradora.

Los intermediarios son aliados estratégicos para el compliance de la industria aseguradora.

Visión de las aseguradoras

- Los intermediarios continuarán siendo el contacto directo con los clientes a través de la asesoría que brindan mediante la implementación de modelo de ventas basado en el conocimiento detallado del mismo (CRM).
- Los intermediarios seguirán proporcionando a las aseguradoras experiencia, innovación y retroalimentación de las necesidades de los clientes.
- Permite tener mayor presencia en ciudades y municipios para las aseguradoras ayudando a aumentar la penetración del seguro en la población colombiana.
- La utilización de este canal de comercialización permite a las aseguradoras ofrecer sus productos a un costo inferior del que pudiese tener con una fuerza de venta directa.
- Los nuevos modelos de negocio de las compañías y las expectativas de las nuevas generaciones, hacen indispensable una transformación en su operación, esto es, volverse asesores digitales mediante la utilización de plataformas transaccionales.

2

Supervisión de los intermediarios de seguros

La idoneidad de los intermediarios de seguros

Capacidad técnica y capacidad profesional: conocimientos necesarios para la intermediación en los ramos autorizados y mecanismos para corroborar prácticas sanas.

Sistema de información: las aseguradoras y los corredores de seguros deben tener un enlace que permita consultar la información de los IS en el Sistema Unificado de Consulta de Intermediarios de Seguros (SUCIS) a través de la web de la Superfinanciera.

Circular Externa 050 de 2015

Responsabilidades de la Junta Directiva: compliance, área responsable de acreditación, código de ética y definición de mecanismos de control interno.

Deber de información: los intermediarios tienen el deber de informar nueve aspectos relevantes para el consumidor (derechos, obligaciones, alcance del producto, costos, autorización para comercializar, canales, etc.)

La idoneidad de los intermediarios de seguros

Circular Externa 050 de 2015

El rol del Supervisor en la implementación de la norma

2016 / 2017

Visitas de trabajo a los intermediarios de seguros en Bogotá. Acompañamiento de la implementación

2017

Elaboración del documento técnico del SUCIS e implementación del enlace con la Superfinanciera

2018

Verificación de los criterios técnicos desarrollados por las entidades y los organismos autorizados para certificar idoneidad



superintendencia.financiera



@SFCsupervisor



+Superfinanciera



/superfinancieracol



Gracias

super@superfinanciera.gov.co

www.superfinanciera.gov.co