

# Propiciando un entorno adecuado para el desarrollo sostenido del mercado de seguros

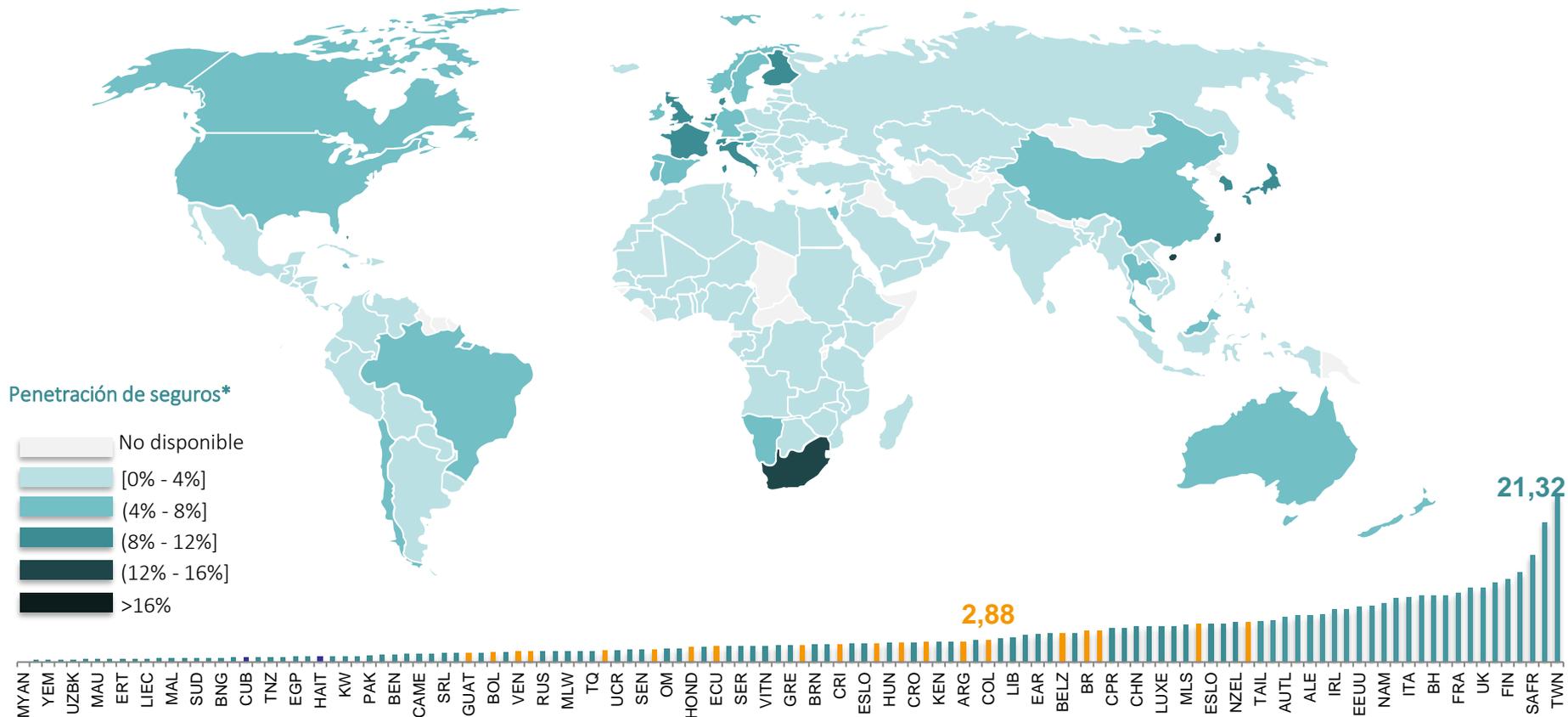
26ª Conferencia Anual de la ICMIF / Américas

**Jorge Castaño Gutiérrez**

Superintendente Financiero

Cartagena de Indias, Noviembre 19 de 2018

# Existe potencial de crecimiento para la industria en América Latina



Fuente: \* Elaboración SFC, con cifras de Swiss Re (Sigma 4/2017)

# La concepción de la finalidad del seguro es el elemento diferenciador en emergentes con un alto crecimiento en las primas



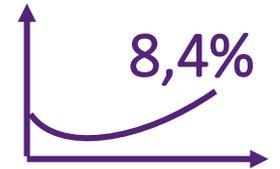
China

- Uso del **seguro de crédito** como garantía
- Seguro de **salud** como complemento al sistema público
- Seguros de **vida con ahorro** como instrumento de inversión



India

- Comercio electrónico de seguros
- Uso de la tecnología en **seguro agrícola y salud**



Taiwán

- Seguros de **vida con ahorro** como instrumento de inversión

% anual real de las primas emitidas 2017

**Protección, ahorro e inversión**

# A pesar del potencial de crecimiento, las barreras desde la demanda suponen un desafío permanente en América Latina



## No sólo importa el precio

Los subsidios a la prima no aumentan sistemáticamente la compra de seguros.



## Falta de confianza en la industria

Percepción negativa del consumidor frente a la disposición de la aseguradora para atender su reclamación.



## Poca conciencia del riesgo

La educación financiera puede incentivar la demanda de seguros.



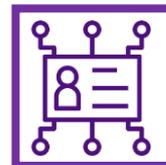
## Sesgos en la conducta y cultura

Percepción idiosincrática del gasto en seguro como una pérdida de dinero.  
El seguro pueden reñir con el contexto cultural.



## Ingresos fluctuantes

La volatilidad de ingresos restringe la compra aún cuando el producto es visto como beneficioso.



## Redes informales de aseguramiento

Los mecanismos de aseguramiento informales pueden desplazar a los ofrecidos por aseguradores.

# También limitantes del lado de la oferta... hablamos de eficiencia



Costos de transacción de canales tradicionales



Estructuración de productos que no responden a la demanda



Asimetrías de información –  
tarificación, KYC



Barreras regulatorias



Excesivos recargos por  
incertidumbre

# Así como la presencia de cambios estructurales que inciden en el desarrollo del mercado



¿Estamos preparados y queremos transformar nuestra estrategia?

# ¿Cómo hacer para que el seguro sea una necesidad?

## Colombia: principales reflexiones para la industria

¿Seguir apostándole sólo a los productos de seguro obligatorio?

---



¿Hacer productos más amigables y claros para el cliente?

---

¿Es un tema de precio o de generación de valor del producto?

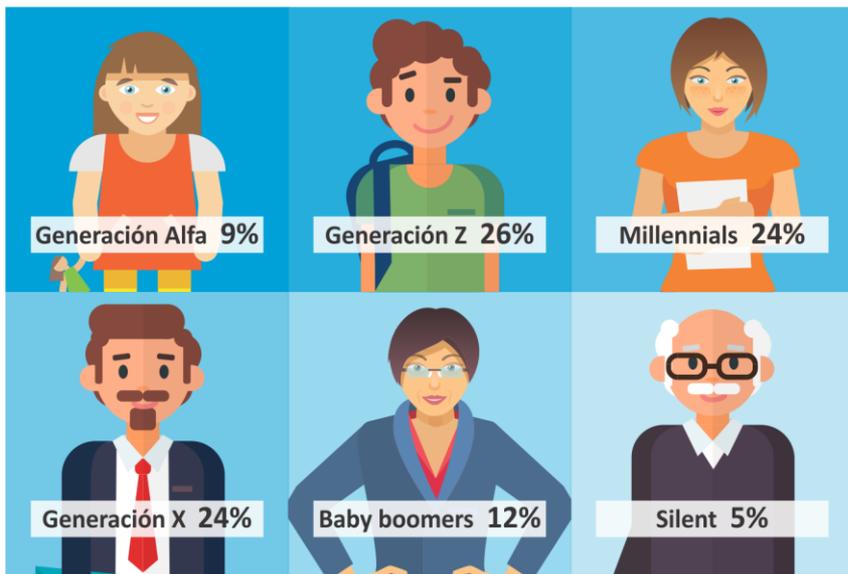
---



¿Invertir en desarrollar procesos de gestión de siniestros y suscripción más ágiles?

---

# El primer paso es transformar el modelo de negocio desde uno centrado en el producto hacia otro enfocado en experiencias



Fuente: Pew Research Center, DANE. Cálculos SFC



Fuente: AMIS-Everis . Elaborado para el estudio: El cliente del futuro en seguros, 2017

# Y reconocer las nuevas características de los clientes



## Valora su tiempo

Exigen soluciones rápidas y eficientes  
¿me pagaron rápido?  
¿cumple con lo que prometen?



## Socializa e influye

Comparte sus experiencias  
¿confío en mi aseguradora?  
¿la critico?  
¿la recomiendo?



## Usa smartphones

Se comunica constantemente  
¿la compañía se comunica conmigo por donde yo prefiero?



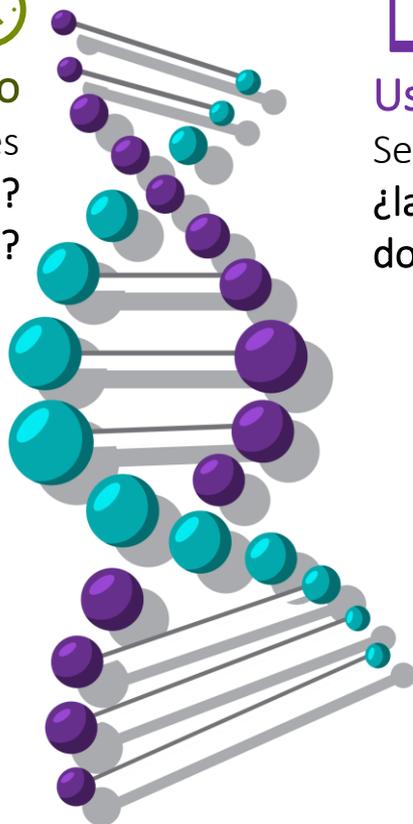
## Se informa

Investiga y compara  
¿Alguien me ofrece mayor valor por el mismo o un mejor precio?



## Quiere ser leal

Entiende su importancia como cliente  
¿es diferente a los demás?  
¿me ofrece algo más?



# Y en segundo lugar, reconocer que todos los actores del mercado tenemos un rol en la creación de esta necesidad



## Entender la motivación del cliente

Simplificación de condiciones y centrarse en el cliente



## Promover la concientización de los riesgos

Educación financiera y programas de finanzas



## Generar confianza

Un gobierno para propiciar un marco jurídico para proteger al consumidor



## Aprovechar la tecnología

Recolección de datos, **eficiencia operativa**, reducción de siniestros y aumento de satisfacción del cliente



# Como supervisor nos hemos propuesto consolidar una visión de industria a 2025



Competitivo



Sostenible



Incluyente



Confiable

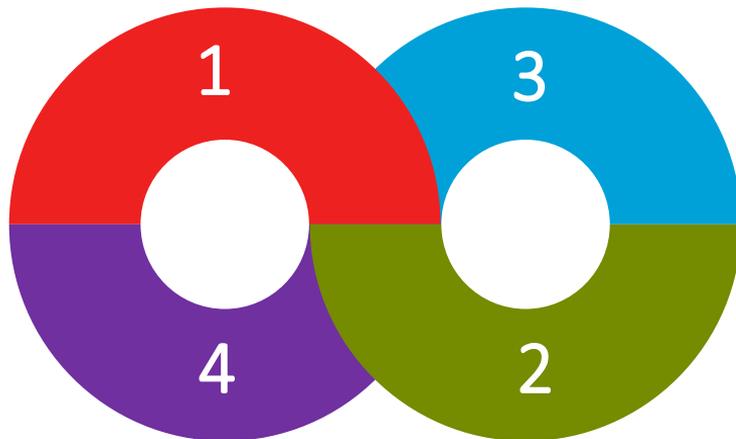
# Hasta ahora nos hemos enfocado en los aspectos prudenciales

## Interacción con los consumidores

Herramientas para la protección al consumidor

## Solvencia y revelación de información

Determinación del capital



## Gestión de riesgos derivados del negocio

Contraparte y reinversión

## Suscripción y reservas técnicas

Conocimiento y medición de los riesgos que asumen

... Pero reconocemos que la industria está ante un cambio.

# Hemos desarrollado una estrategia de innovación para ser catalizadores del cambio



## elHub

Oficina de innovación



## laArenera

Sandbox del Supervisor



## regTech

Innovar desde adentro



La Superfinanciera ha querido propiciar un espacio para el desarrollo responsable de iniciativas de innovación

# La agenda del Supervisor para promover la innovación



Descárguela  
en su  
dispositivo





superintendencia.financiera



@SFCsupervisor



Superfinanciera



/superfinancieracol



# Gracias

[super@superfinanciera.gov.co](mailto:super@superfinanciera.gov.co)

[www.superfinanciera.gov.co](http://www.superfinanciera.gov.co)