

Bogotá, noviembre 24 de 2021

# Retos y oportunidades regulatorias para el sector asegurador

Jorge Castaño Gutiérrez

Superintendente Financiero de Colombia

# Los contextos cambiantes necesitan entidades capaces de **adaptarse, avanzar y ser líderes** en el cumplimiento de la oferta de valor



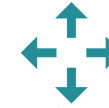
## Anticiparse y liderar la oferta

El COVID-19 hizo latente la conciencia sobre la importancia de las coberturas en salud. **No es la única necesidad.**



## Valor agregado más allá del seguro

**Consolidación de ecosistemas integrales** que maximicen el valor agregado para los consumidores.



## Seguros por demanda

Cada vez son más los consumidores que buscan alternativas **flexibles y personalizadas** intensivas en tecnología.



## Confianza y Credibilidad

No basta con asegurar la estabilidad, la **experiencia consumidor-entidad** es determinante en la consolidación de la nueva confianza.



## Innovación: comercialización digital

Procesos ágiles, sencillos, claros y de bajo costo serán determinantes en los próximos años. **Digitalizar no es deshumanizar.**



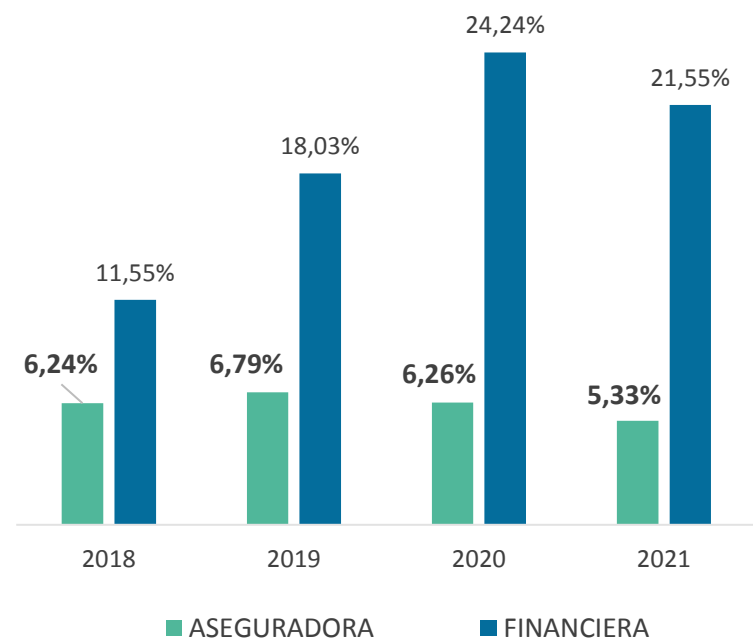
## Sostenibilidad

Es una realidad: sus efectos son marcados y debemos actuar para enfrentar el **cambio climático y los fenómenos de transformación social.**

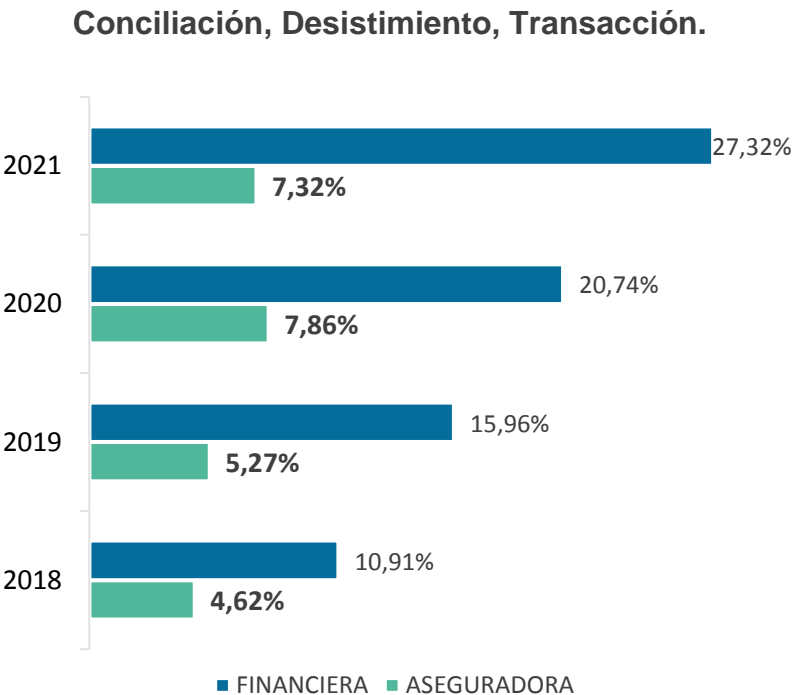


**Experiencia del consumidor:** las demandas contra la industria aseguradora se mantienen estables. Sin embargo, hay menos conciliaciones y los tiempos para resolver los casos son mayores respecto al resto del sector financiero

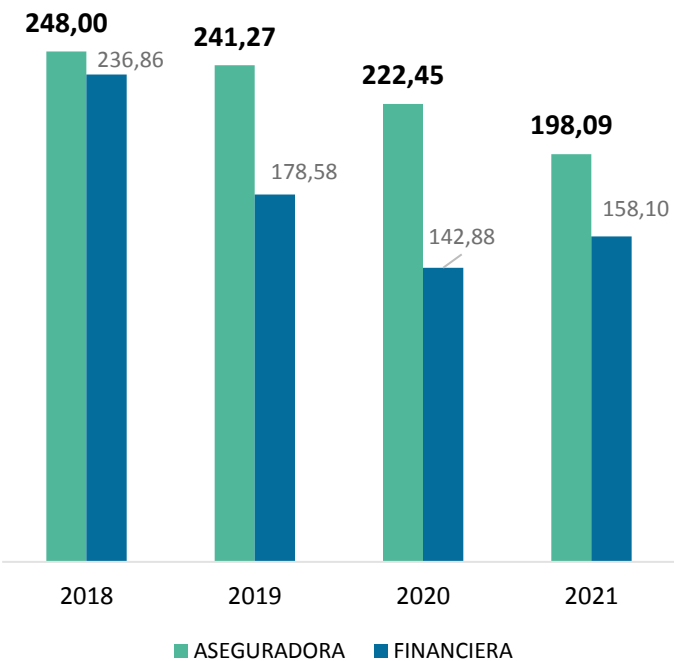
**Demandas admitidas por industria**



**Terminaciones por acuerdo entre las partes**



**Días promedio de terminación**



# Innovación: **una transformación que no da espera** y en la que la industria aseguradora debe imprimir una mayor velocidad

- En 2018 la SFC definió su estrategia para **promover la innovación sostenible y responsable** en el sistema financiero tomando como principal insumo la lectura de opinión de los principales actores: entidades financieras tradicionales y fintechs (vigiladas y no vigiladas por la SFC).
- Una nueva toma del Innovarómetro en 2021 evidencia una industria **con una estrategia bien definida**, enfocada en acelerar la transformación digital, adoptar tecnologías emergentes, innovar en la oferta de productos y servicios financieros, así como en la ampliación de la base de usuarios.

## 1. Innovarómetro

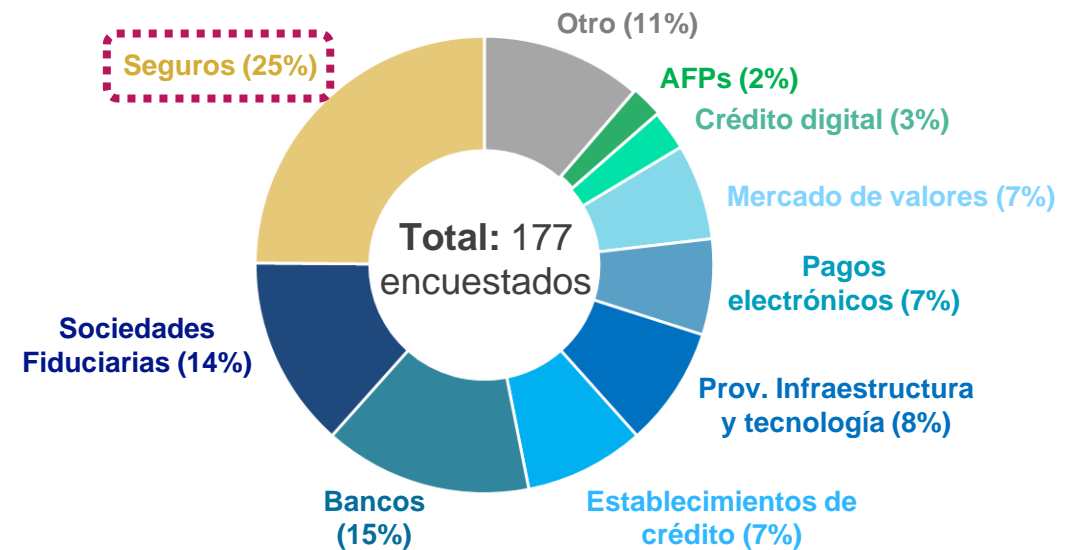
## 2. Afectación COVID-19 y riesgos

## 3. Oportunidades

## 4. Desafíos

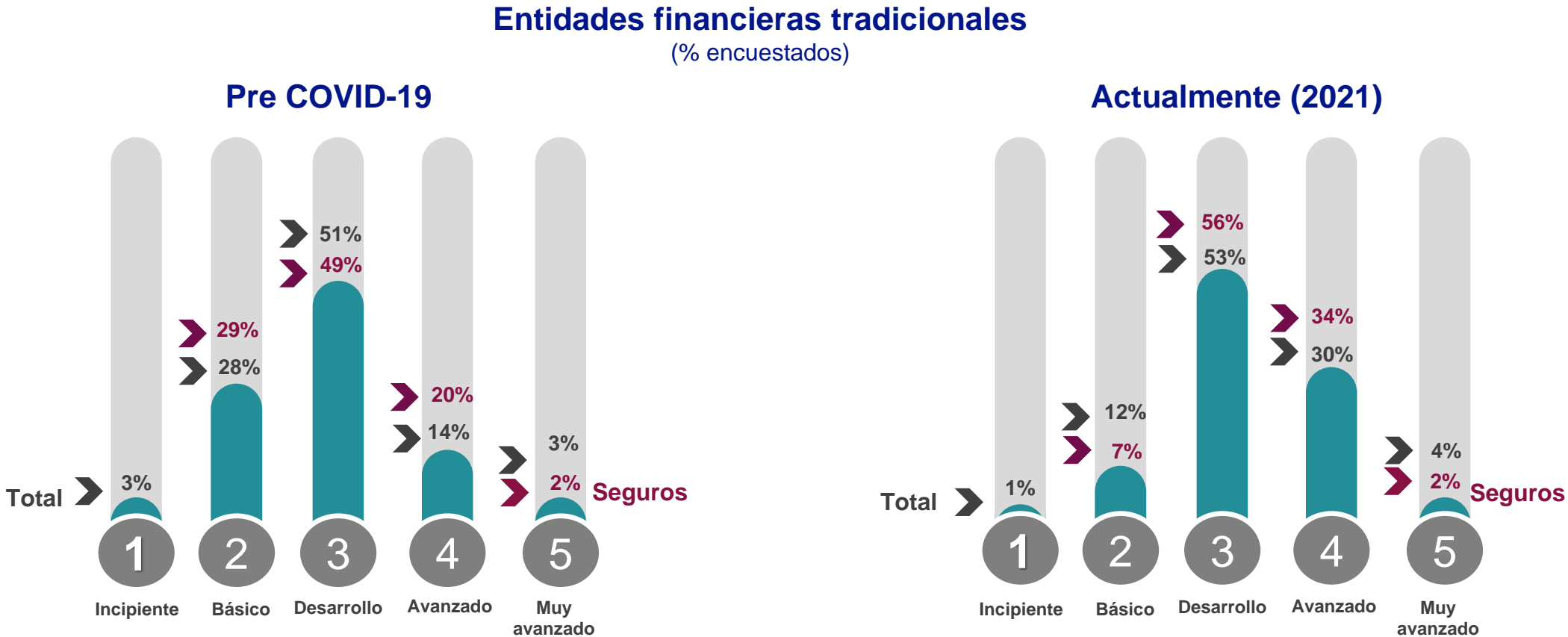


**Encuestados por segmento**  
(Número y porcentaje del total en 2021)



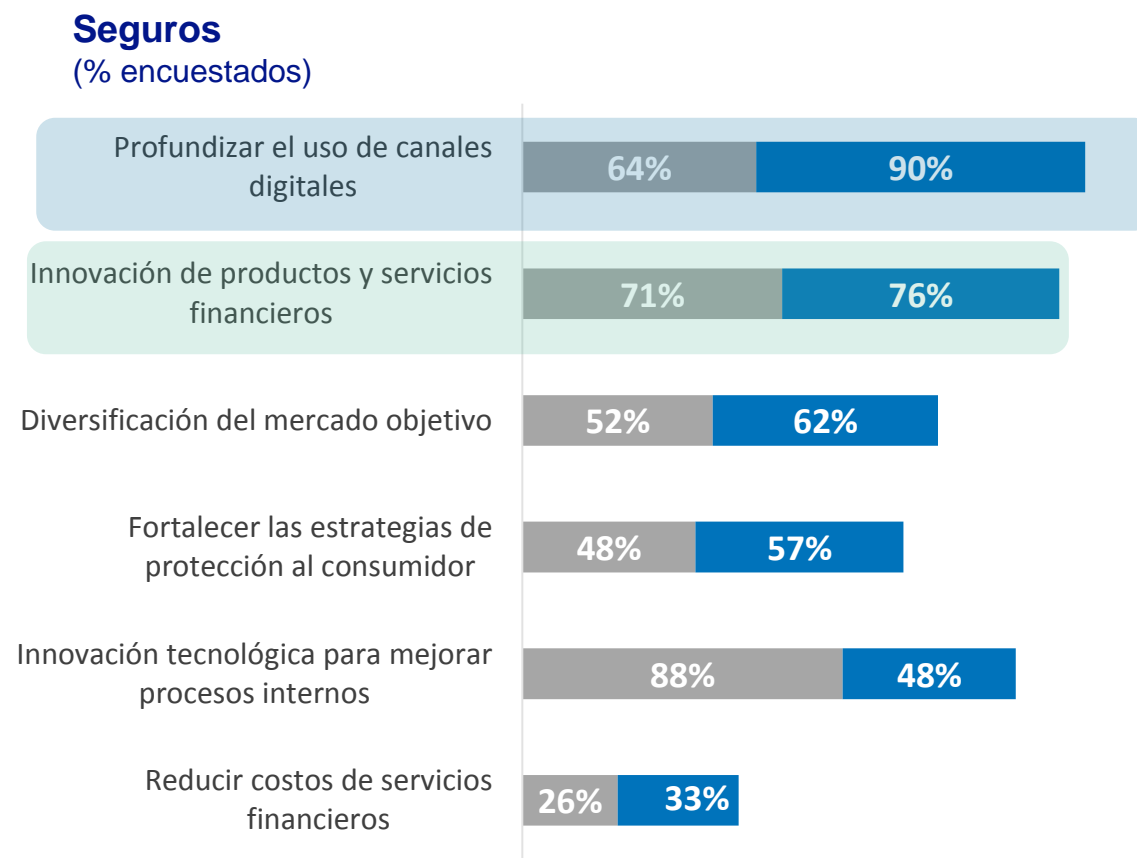
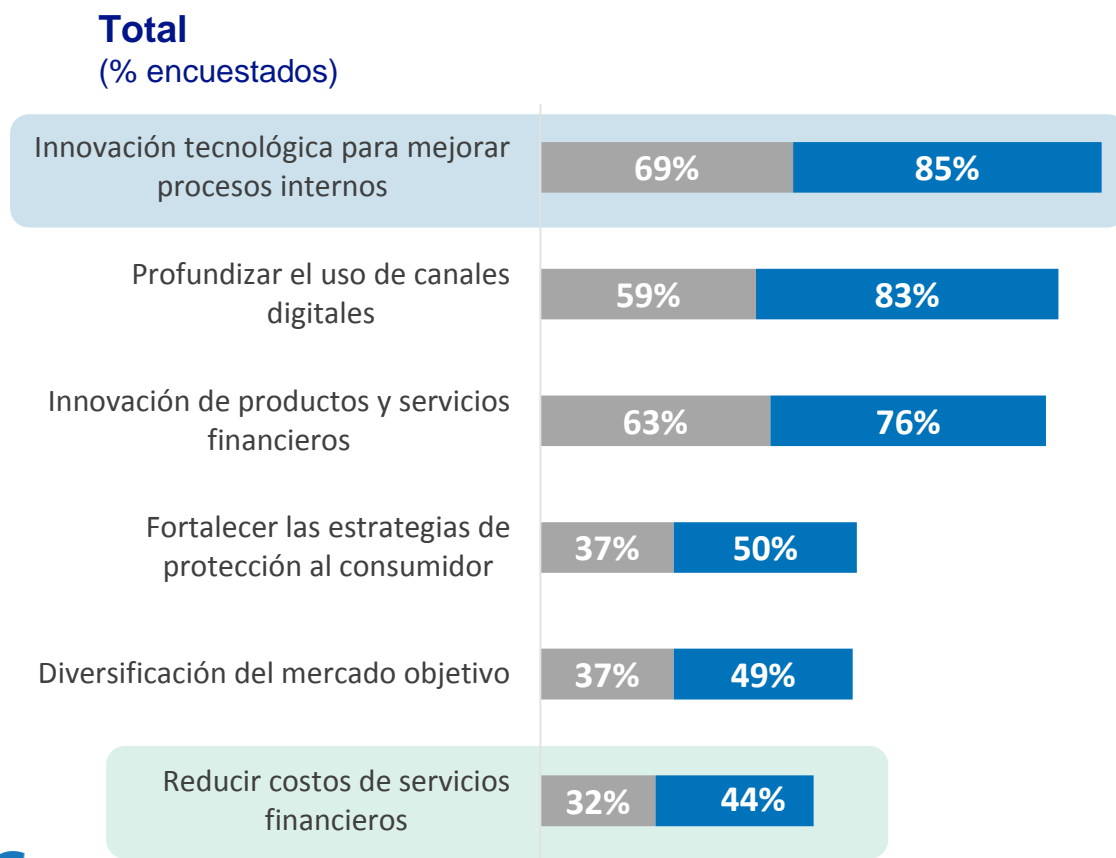
# Estado de la innovación

La **toma de temperatura** de innovación refleja una industria aseguradora que, si bien ha dado pasos **hacia un estado avanzado**, aún mantiene el reto de impulsar esta transformación.



# ¿Por qué innovar o para quién innovar?

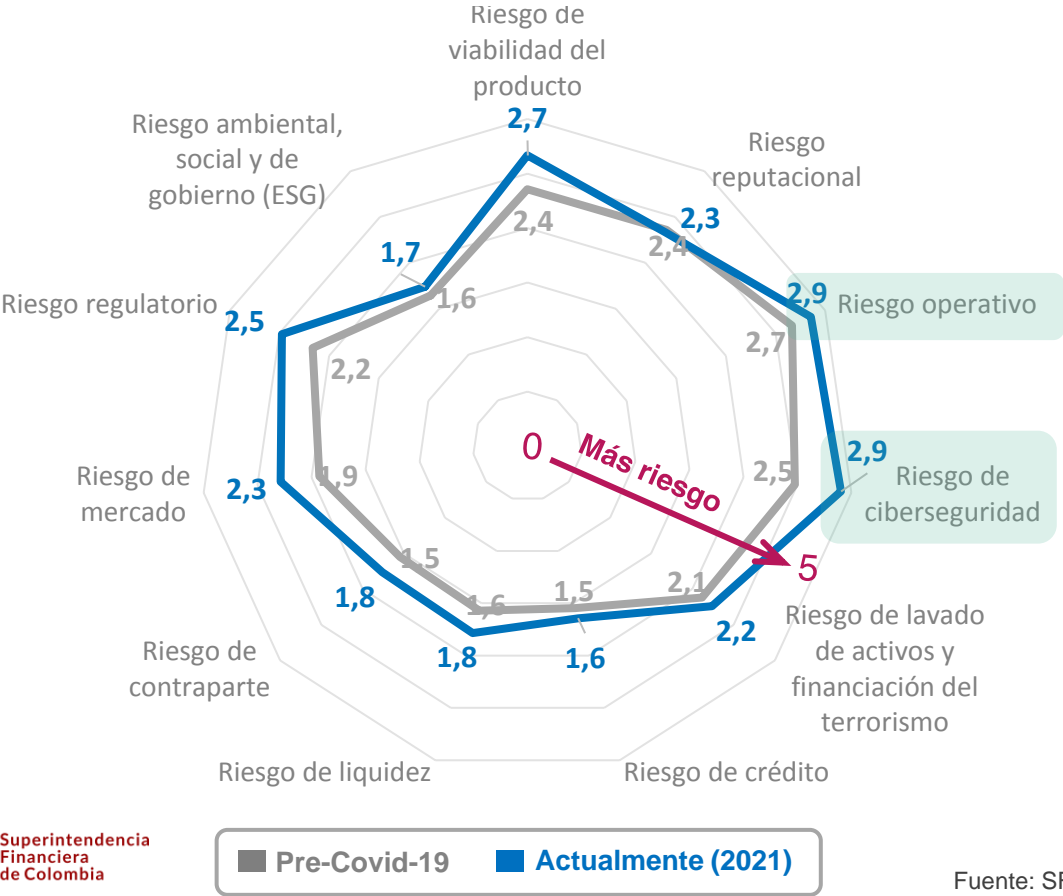
La estrategia de innovación de las aseguradoras pareciera estar motivada por la **necesidad de profundizar el uso de canales digitales y mejorar la oferta de productos**, lo que coincide con las tendencias esperadas para esta industria.



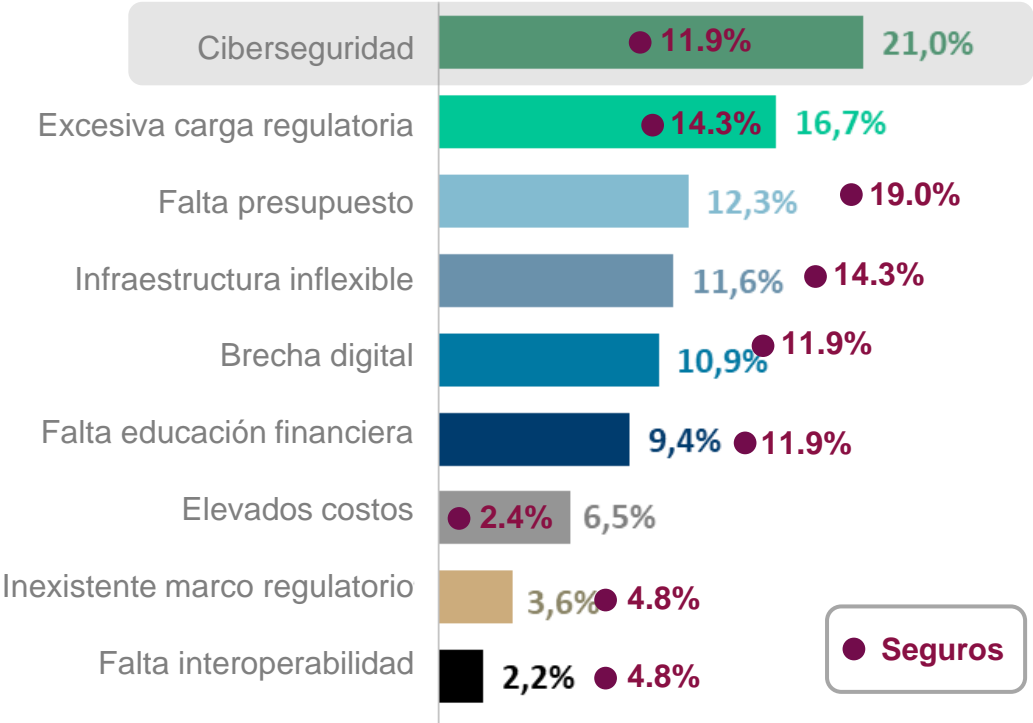
# Desafíos para la estrategia de innovación

Si bien la estabilidad es un pilar para avanzar en la implementación de las estrategias de innovación, los riesgos identificados por la industria se asocian a factores operativos y de ciberseguridad.

Percepción por tipo de riesgo para seguros  
(escala de 1=menor riesgo hasta 5=mayor riesgo)



Principal desafío para avanzar en estrategia de innovación  
(% encuestados)



# Sostenibilidad: **un compromiso de todos y para todos**, en el que la industria aseguradora juega un papel esencial en la mitigación de los efectos del clima

## Gobernanza

Indaga sobre la supervisión y gestión de la junta directiva, así **como el rol de la alta gerencia/dirección/administración frente a los riesgos** y las oportunidades relacionados con el clima.

## Estrategia

Identifica la relevancia de los impactos reales y potenciales que los riesgos y oportunidades relacionados con el clima generan en los negocios, **la estrategia y la planeación** financiera de la entidad, así como la forma de gestionarlos.



## Riesgos

Busca conocer la **forma como las entidades cuantifican y miden los riesgos climáticos**, apalancándose en ejercicios de análisis prospectivos.

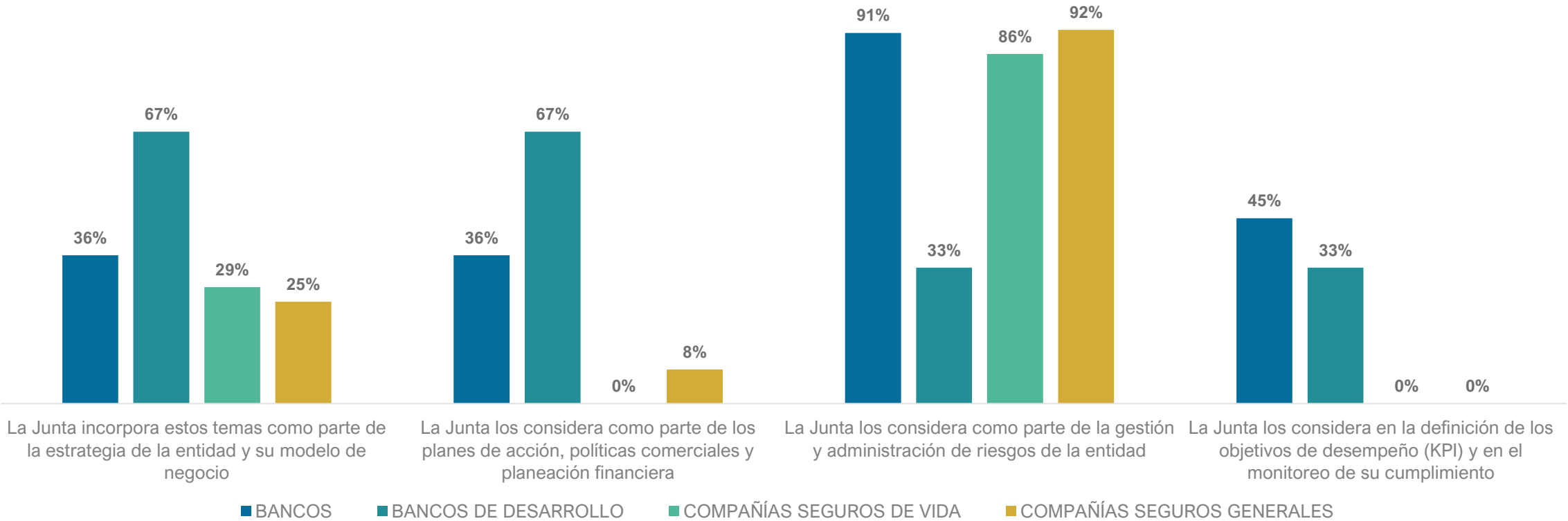
## Métricas y metas

Examina tanto las **métricas y objetivos utilizados por las entidades para evaluar los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima**, como el proceso de divulgación de las prácticas, políticas, estrategias y desempeño de los asuntos climáticos.



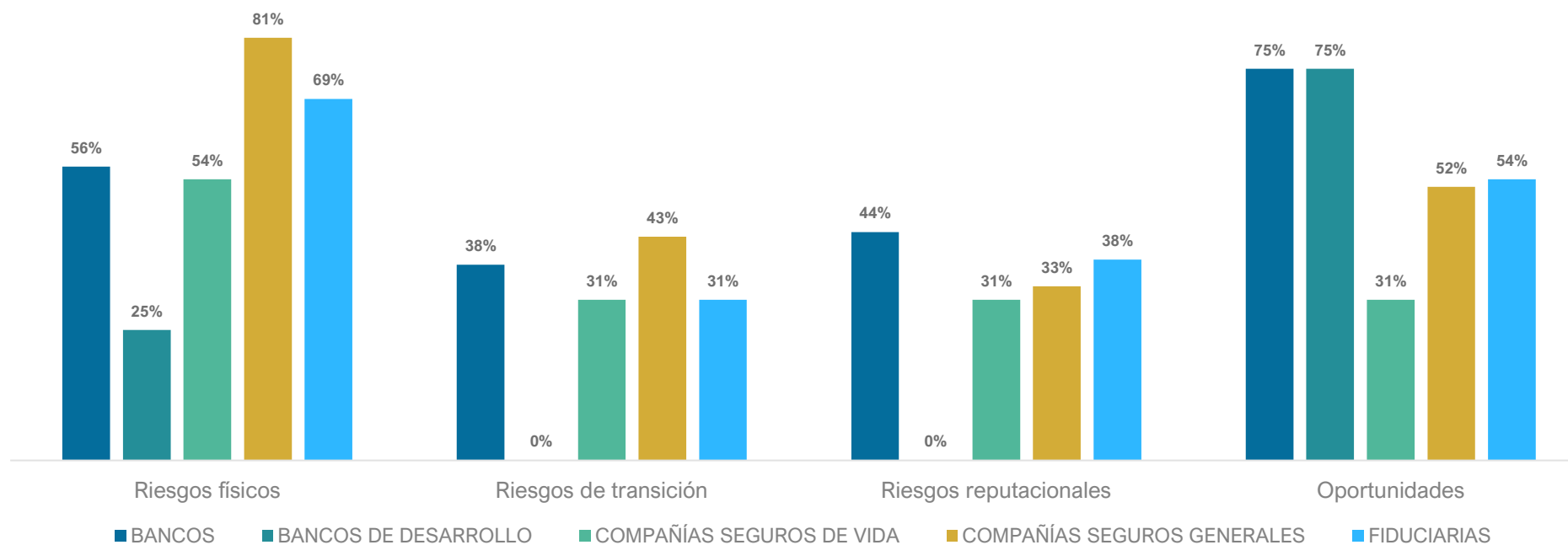
# Gobernanza: más del 65% de las entidades afirma que los temas ambientales son relevantes desde la gestión, pero no desde la estrategia

Opciones que describen mejor cómo la Junta Directiva gestiona y supervisa los temas ambientales y climáticos



**Estrategia:** la industria ha identificado riesgos y oportunidades para su actividad principal. Es evidente la familiaridad con la definición de los riesgos físicos

**Identificación de oportunidades y/o riesgos climáticos que pueden repercutir financieramente en la actividad principal**

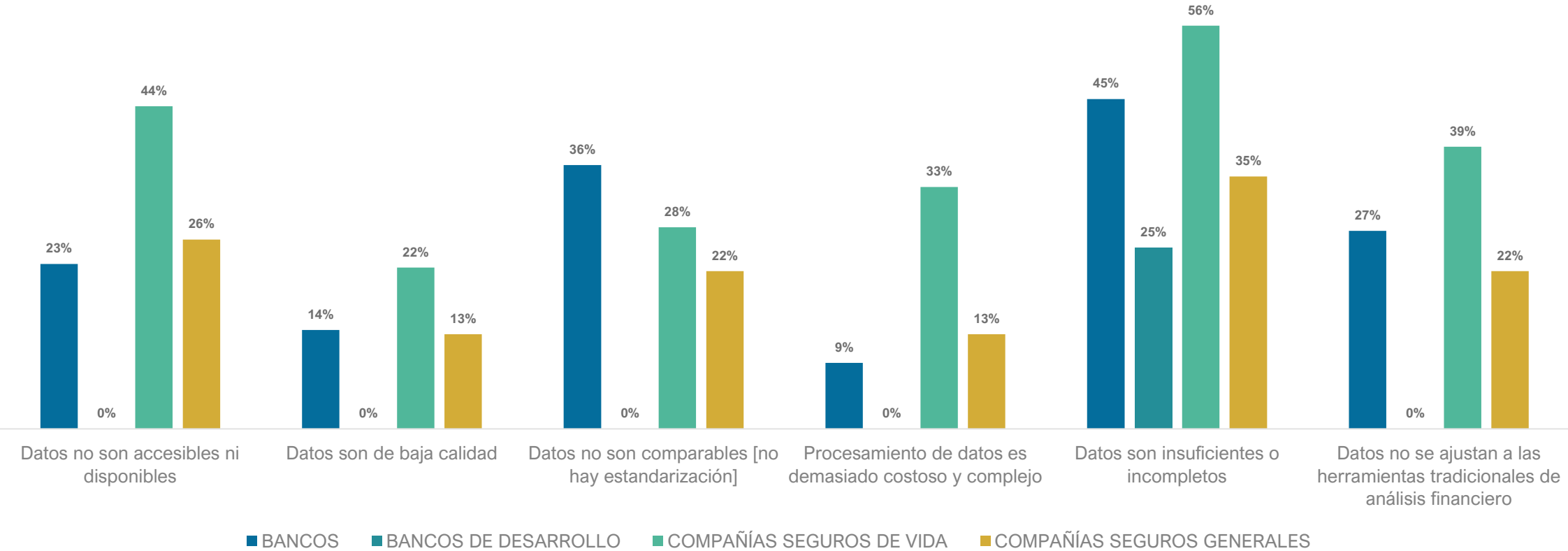


Encuesta de oportunidades y riesgos climáticos del sector financiero colombiano SFC 2021

En promedio, **el 44%** señala que ha incorporado estos asuntos en el diseño de producto.

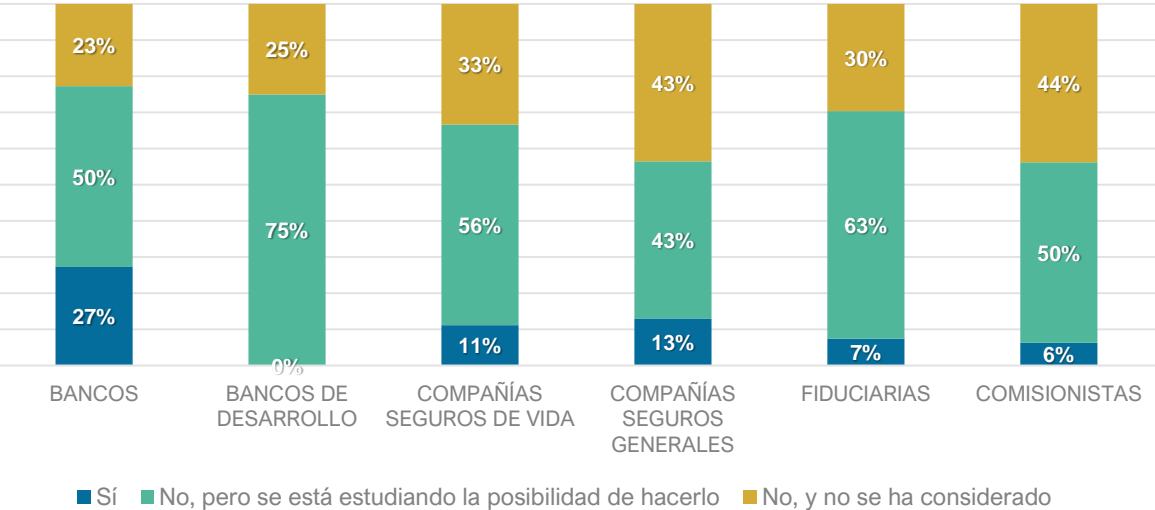
# Identificación y medición de riesgos climáticos: una ventaja competitiva de la industria. Cerca del 40% de las entidades cuenta con análisis prospectivos y tiene acceso a más fuentes de información

Principales obstáculos para incorporar datos climáticos

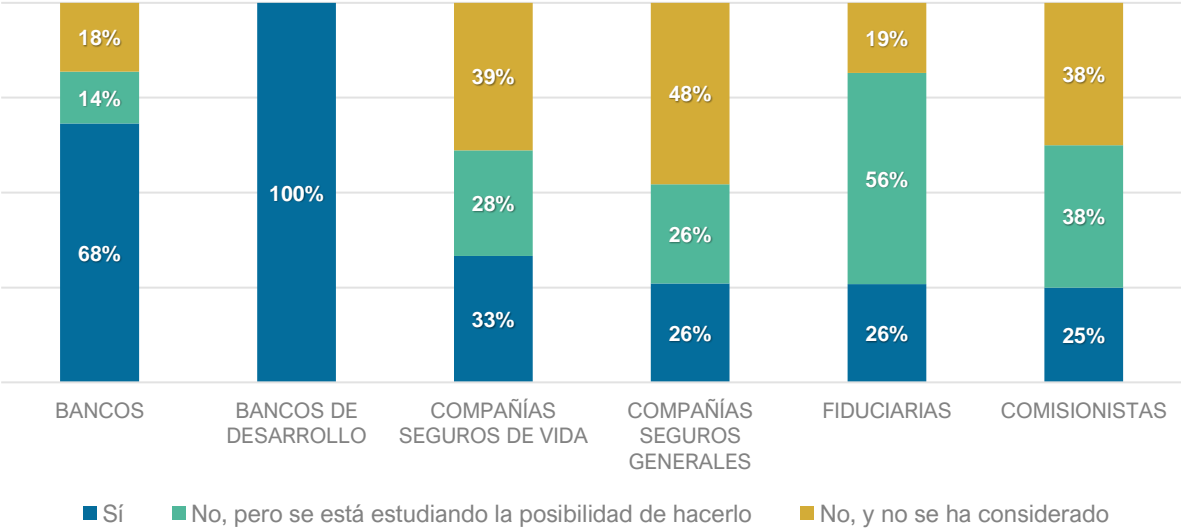


# Métricas, metas y divulgación: más del 70% de las entidades aún no calcula la huella de carbono. Todavía es baja la definición de metas y la publicación del índice de desempeño en asuntos climáticos

Entidades que cuentan con metas relacionadas con los riesgos y oportunidades climáticas



Entidades que publican las prácticas, políticas, estrategias y desempeño de los asuntos climáticos





Debemos acompañar y ser parte del cambio, redefinir nuestros roles y ser promotores de una **nueva cultura de aseguramiento** que se caracterice por:



**Mejorar la experiencia** de los consumidores durante toda la vida del producto.



**Promover el aseguramiento** haciendo parte de la definición de soluciones funcionales que verdaderamente generen valor agregado.



**Impulsar la transformación** desde el mismo contrato de seguros. No basta con la utilización de la tecnología si no se acompaña de un cambio de pensamiento.



**Anticipar y adaptarnos** a los cambios de entorno de la industria y de los consumidores con una visión pragmática.



**Fortalecer las capacidades y complementarlas.** La definición de estrategias individuales debe ser asunto del pasado.

**Descárguela  
en su  
dispositivo**





# #LaSuperSomosTodos

super@superfinanciera.gov.co

www.superfinanciera.gov.co



superfinanciera



@SFCsupervisor



superintendencia.financiera



/superfinancieracol

