

# Sistema financiero colombiano: **visión 2025**

**María Claudia Cuevas**, vicepresidente Financiera y Administrativa  
Fasecolda

*Resumen de la intervención del superintendente financiero, Jorge Castaño Gutiérrez, en la pasada Convención Internacional de Seguros.*

En esta ocasión, el superintendente compartió con el sector su visión para lograr una industria aseguradora más competitiva, confiable, sostenible e incluyente.

La Superintendencia ha construido un plan basado en cuatro pilares:

## **1. Competitividad**

A través de este pilar, la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) busca promover un mercado asegurador innovador, eficiente y con una oferta de valor agregado a un precio justo. Esto abarca los requerimientos de supervisión para la adopción de nuevas tecnologías (*insurtech*), la eficiencia y gestión de costos y gastos, la optimización de los procesos y la oferta de productos innovadores.

Las nuevas tecnologías aportan a la competitividad del sector asegurador, no solamente por las eficiencias que se generan en la estructuración de productos, sino porque permiten tener mejor información, disminuir las asimetrías y controlar los problemas de selección adversa y de riesgo moral propios de esta industria.

Pensar en tecnología únicamente no es una opción adecuada, hay que ver cómo esa tecnología, que es fundamental para generar eficiencias y un mejor entorno, se apoya en una estrategia. Se debe definir qué es lo que se quiere transformar: mejorar la experiencia del consumidor, desarrollar procesos de fidelización, incrementar la eficiencia de los procesos, optimizar la toma de decisiones, redefinir el modelo de negocio, etc.

Con el propósito de estudiar estas nuevas tendencias, y de ser un aliado de las diferentes industrias, la Superintendencia creó internamente un grupo de tecnofinanzas (*fintech*) que busca generar un ambiente de control que permita escuchar las propuestas, analizar y entender los productos, y convertirlos en realidad desde el punto de vista de la supervisión y la regulación, buscando en todo momento un balance adecuado entre la competitividad y la preservación de la confianza de los asegurados.

➔ «Esta industria está llamada a construir un ambiente de competitividad enmarcada principalmente en ese equilibrio de tecnología, eficiencias y, por supuesto, rentabilidad; pero también promoción y protección de la confianza del público en el sistema.»

## 2. Confiabilidad

Una industria **confiable** es el segundo pilar de la SFC, los consumidores cada vez más se identifican con una oferta y servicio diferenciador, acorde con sus necesidades. La industria debe moverse hacia un mercado en el cual las personas tengan la capacidad de escoger qué es lo que quieren asegurar, cómo lo quieren asegurar y en el que no exista un producto estándar o único a la hora de adquirir protección.

Hacen parte de este pilar la transparencia, los costos y la sencillez de los procedimientos, elementos indispensables en el nuevo entorno de confiabilidad.

Jorge Castaño Gutiérrez, superintendente financiero de Colombia ➔





➔ «Debemos llevar a los consumidores a encontrar el verdadero valor del aseguramiento.»

Con el propósito de conocer qué quieren los consumidores, la firma Accenture adelantó un estudio que consultó la opinión de 33.000 usuarios de productos financieros en 18 países. Los resultados van en línea con lo que se observa en el mercado local: *los nuevos consumidores reconocen el valor de su información y esperan beneficios adicionales a cambio de compartirla, requieren la personalización de sus productos, están familiarizados y confían en los modelos de comercio en línea y están dispuestos a contratar servicios financieros a través de ellos.* Este consumidor acepta ser atendido de manera automatizada y no le da relevancia al canal por medio del cual se realicen las operaciones, siempre y cuando sea rápido y de fácil acceso.

La industria y el Supervisor necesitan avanzar en este sentido, muchas normas hablan de acompañamiento, asesoría personalizada y entrevistas, pero realmente en este nuevo contexto se deben crear otros espacios y productos. Igual ocurre con los canales de comercialización, este consumidor valora la inmediatez, por esto el canal no es relevante, lo importante es que exista una respuesta adecuada, rápida y, sobre todo, de fácil

acceso. Entonces, desde esa perspectiva, los canales tradicionales sobre los cuales se han hecho esfuerzos en regulación y supervisión también deben ajustarse para que los consumidores identifiquen esa oferta de productos y servicios que esperan de este sector.

En materia de simplicidad, agilidad y transparencia, la industria definitivamente necesita avanzar, debe repensar la forma en que ofrece productos y servicios para fidelizar a sus clientes. Los consumidores requieren productos y procedimientos sencillos e intuitivos desde la suscripción hasta la reclamación, seguros que generen valor y mejoren su calidad de vida, productos en los que tengan certeza de que lo que adquieren es lo que realmente necesitan y por lo que están dispuestos a pagar, todo esto en un entorno de acceso y disponibilidad.

Seguir trabajando en afianzar la cultura de aseguramiento es una necesidad del mercado y un reto para la industria, se necesita, en términos prácticos, generarle más valor al consumidor financiero e ir más allá de aceptar sus riesgos y ofrecerle determinadas coberturas. Se debe dar una discusión sobre si realmente el único

beneficio de un producto de seguros es la materialización de un siniestro, o si se empieza a pensar en otro tipo de experiencias: el acompañamiento, la asesoría u otros beneficios que hagan que el consumidor se sienta atendido durante toda la vida del producto.

La asesoría y la intermediación juegan un papel importante en la promoción de la cultura del seguro, por esto la SFC ha fortalecido los requisitos de idoneidad de quienes ejercen esa actividad. Quien venda un producto o un servicio debe estar en capacidad de dar respuestas claras y de fondo a las inquietudes de los consumidores y debe garantizar transparencia en las relaciones contractuales entre estos y la industria.

Continuando con la promoción del seguro y el acceso a los productos, la Superintendencia tiene dentro de sus temas prioritarios en materia de supervisión el seguro obligatorio de accidentes de tránsito (SOAT), el seguro previsional y las rentas vitalicias.

Frente al SOAT, si bien se han visto los beneficios y el bienestar colectivo que este seguro genera, la limitación de la oferta a través de su comercialización en regiones o segmentos particulares no es una buena práctica para el sector y tiene unas consecuencias naturales en la forma en que la SFC se aproxima a las compañías.

En este tema, la Superintendencia ha venido trabajando en diferentes frentes:

- En generar una cobertura nacional: las entidades deben disponer de canales que le permitan a cualquier colombiano acceder a la oferta de SOAT y deben dar esa información a los consumidores.
- En relación con la selección adversa, la SFC considera que no es una práctica adecuada la selección específica de nichos de mercado, por lo que invita a la industria a gestionar los riesgos y no limitar la oferta.
- La industria ha hecho el anuncio de empezar a evaluar el esquema de compensaciones cruzadas, que necesita redimensionarse frente a un parque automotor nuevo, el aumento en las coberturas, la

distribución de riesgos, etc. Esa iniciativa cuenta con el apoyo de la SFC, que está atenta a conocer los resultados de esa evaluación.

- En lo relativo a las tarifas, la Superintendencia está abierta a la discusión técnica, pero de manera integral, para lo cual es fundamental contar con información de calidad y hablar sobre los gastos. Para la SFC es indispensable evaluar la estructura de costos asignados al ramo, por esto invita a la industria a que continúe con la evaluación técnica y financiera de los mismos.

Los otros ramos que merecen toda la atención por parte de la SFC son el seguro previsional y las rentas vitalicias. El Sistema General de Pensiones debe prepararse para los retos implícitos en el incremento del número de solicitudes de pensión que se esperan para los próximos años, empieza a existir una mayor demanda que genera presión al Sistema y obliga a la industria aseguradora y, por supuesto, al Regulador y al Supervisor a que se pregunten sobre la forma en que pueden contribuir para mantener la estabilidad del Sistema.

La situación de oferta de estos seguros está más que diagnosticada, por lo que se requiere que todos los actores contribuyan para concretar acciones contundentes. Es necesario encontrar alternativas viables a corto plazo, que permitan a las aseguradoras manejar de manera efectiva los riesgos jurídicos y técnicos que suponen este tipo de productos, sin desequilibrar el Sistema.

En cuanto a las rentas vitalicias, la entrada en operación de la cobertura para el riesgo de salario mínimo permitió que mostraran una reactivación durante el 2016 y lo corrido del 2017. Sin embargo, se mantienen riesgos que dificultan el aseguramiento, en los que hay que seguir trabajando (cambios en los beneficiarios de la pensión y el riesgo de reinversión).

En ese mismo sentido, hay que continuar con la discusión del Sistema de Cotización de Pensiones (Siscop) para generar unas subastas con información simétrica que contribuyan a la reactivación del ramo.

### 3. Inclusión

El objetivo del tercer pilar es potencializar la cobertura de la oferta de seguros inclusivos, que promuevan mejoras en la calidad de vida y el crecimiento productivo. Esto abarca la innovación y el desarrollo de productos en poblaciones tradicionalmente no atendidas (sector rural), la estrategia de inclusión y educación financiera para la promoción de la cultura de seguros en Colombia, y el desarrollo de canales y herramientas de comercialización.

En materia de seguros hay muchos retos a futuro, si bien el número de asegurados viene aumentando, el acceso en zonas rurales requiere una mayor profundización. Para esto es necesario entender cómo el uso de canales innovadores va a potenciar el número de asegurados a través de medios electrónicos, móviles e internet. El sector rural es una apuesta de inclusión financiera de mediano plazo, por lo que la industria debe seguir pensando en cómo generar y ampliar la oferta de productos, cómo promover mejoras en la calidad de vida de estas personas y cómo contribuir para alcanzar un desarrollo rural sostenible.

### 4. Sostenibilidad

El último pilar en el que la SFC ha tenido avances significativos es en el de sostenibilidad. El Supervisor ha buscado consolidar un sistema asegurador que mantenga las mejores prácticas en términos de gestión de riesgos, de requerimientos prudenciales y, por supuesto, de una supervisión comprensiva y consolidada.


La implementación de buenas prácticas en materia regulatoria posiciona a Colombia como uno de los países con mayor potencial de inversión en la industria aseguradora. En los últimos años los avances en materia prudencial han sido notorios, la SFC ha reglamentado las metodologías de cálculo de las reservas técnicas y el próximo paso en esta materia será la reserva de insuficiencia de activos que está siendo discutida con la industria.

Adicionalmente, durante el 2017 la Superintendencia ha promovido la adopción de mejores prácticas en el sector, entre las que se destacan:

- La certificación de suficiencia de las reservas por parte del actuario responsable.
- La medición del activo contingente, a cargo del reasegurador, y su deterioro.
- Los requisitos de idoneidad de los intermediarios de seguros y el funcionamiento del Sistema Único de Consulta de Intermediarios de Seguros (SUCIS).
- Los sistemas de administración del riesgo de fraude en ramos como el SOAT.
- La capacidad operativa y técnica para suscribir nuevas pólizas asociadas a los proyectos 4G.
- Las políticas y procedimientos acordes con la nueva metodología para reservar siniestros en riesgos laborales.

Para el 2018 el plan de trabajo estará centrado en la supervisión y regulación del seguro de cumplimiento, la Superintendencia enfocará sus esfuerzos en empezar a generar, de la mano de la industria, unas mejores prácticas para que la suscripción de este producto se haga técnicamente.

El otro proyecto de largo plazo de la SFC es construir una hoja de ruta para la convergencia a Solvencia II, para esto se adelantará un estudio que permita entender qué tan lejos está la regulación local y qué se requiere para iniciar la migración hacia un requerimiento de capital basado en riesgo.

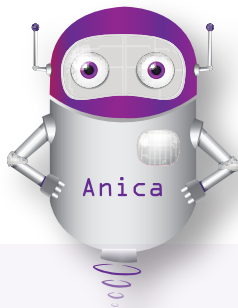
El tercer reto tiene que ver con la Ley de Conglomerados Financieros que genera un nuevo entorno de supervisión para el sector asegurador. La forma de concebir el ecosistema financiero desde la óptica de los conglomerados exige el reconocimiento de la **interacción de los riesgos** de diferente naturaleza que impactan a un mismo conglomerado y estructuras transparentes de **gobierno corporativo** con mayores exigencias en revelación de conflictos de interés. 

# TRANSFORMAMOS LA INDUSTRIA, AUTOMATIZANDO SUS PROCESOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.



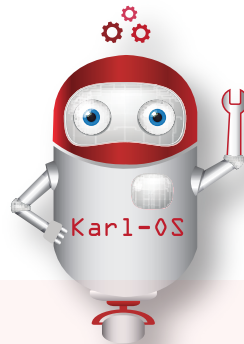
## Tres soluciones para todos en su empresa.

*Digital Workforce* automatiza procesos y canales de servicio con robots basados en *software*, transformando ágilmente los procesos, mejorando la experiencia para sus usuarios y aumentando la eficiencia de las operaciones.



### Chatbot Asistente vital

Robot que atiende automáticamente usuarios a través de *chat*, *Facebook*, *Messenger*, simulando las respuestas de un asesor de servicio.



### RPA Operario virtual

Un robot que ejecuta cualquier actividad manual y repetitiva que realizaría una persona en su computador, disminuyéndole su carga operativa.



### Canales autoatención Agente virtual

Es un robot que ofrece a los usuarios canales de auto atención telefónicos, portales *web* o móviles, para procesar peticiones de servicio y obtener información.

## Beneficios:

- Resolutivo
- Oportunidad de atención
- Multicanalidad
- Integración
- Sin inversiones

- Reducción de costos
- Oportunidad de atención
- Atención 7/24
- Compliance
- Calidad
- Reducción de errores
- Escalabilidad
- Tecnología no invasiva
- Modelo flexible

- Multicanalidad
- Autoatención
- Personalización
- Proactividad
- Productividad
- Modelo flexible