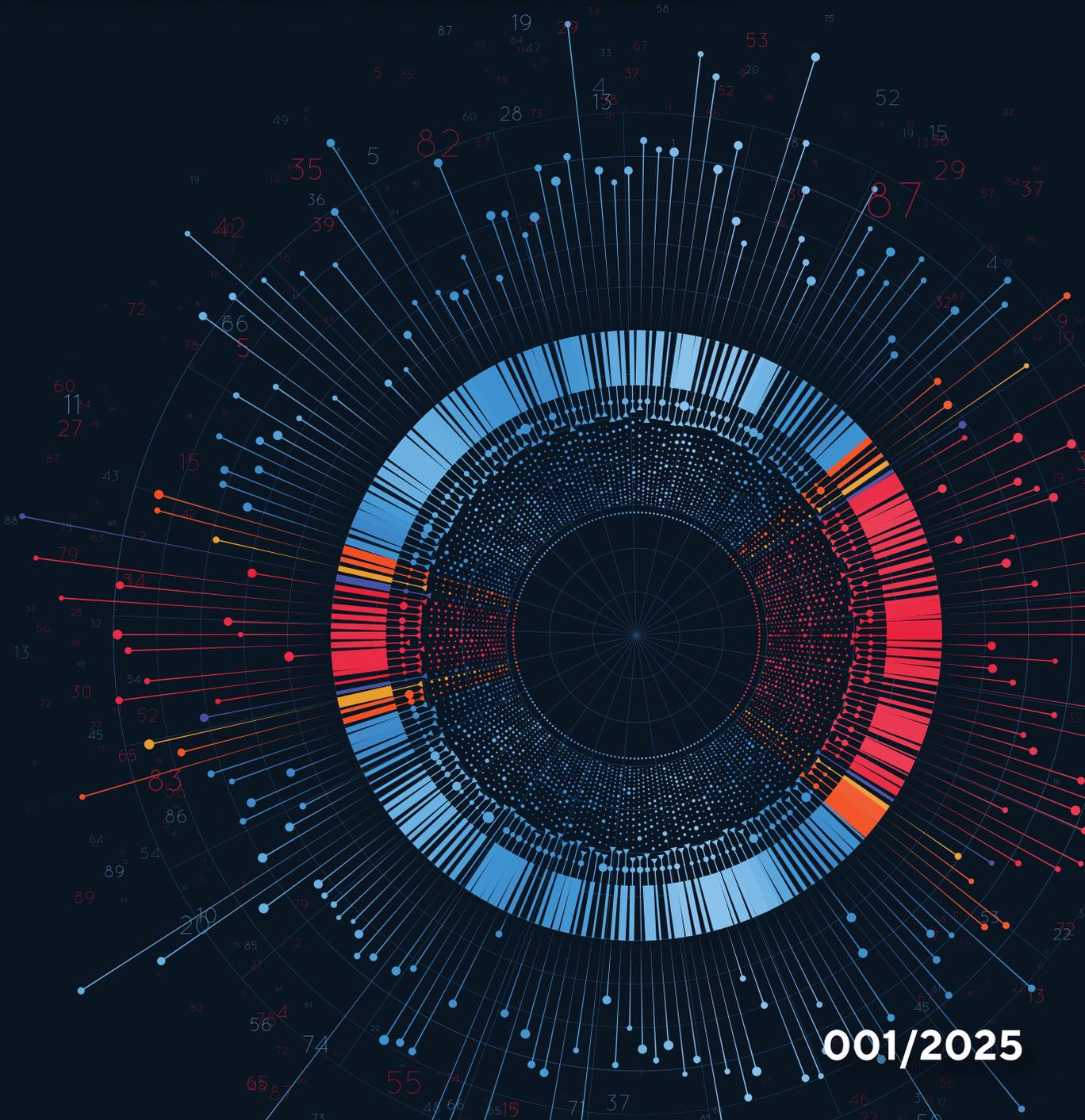




# DIAGNÓSTICO: **EL ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS EN COLOMBIA**

DOCUMENTO DE DESARROLLO



001/2025



Unidad de Proyección Normativa  
y Estudios de Regulación Financiera



## **DIAGNÓSTICO:**

# **EL ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS EN COLOMBIA Y MEJORES ESTÁNDARES, PRÁCTICAS INTERNACIONALES Y BRECHAS DE REGULACIÓN**

**Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD en Colombia**

Sara Ferrer Olivella  
**Representante Residente**

Carla Zacapa Zaleya  
**Representante Residente Adjunto**

Lina Fernández Pizano  
**Líder de Exploración**  
**Laboratorio de Aceleración**

Diana C. González Moya  
**Coordinadora de Proyecto - Colombia**  
**Insurance and Risk Finance Facility**

Lina María Montes Ramos  
**Diseño y Diagramación**

**UNIDAD DE REGULACIÓN FINANCIERA – URF**

Germán Ávila Plazas  
**Ministro de Hacienda y Crédito Público**

Mónica Piedad Higuera Garzón  
**Directora Unidad de Regulación Financiera**

Mauricio Salazar Nieto  
**Subdirector de Regulación Prudencial**

Daniel Tocaría Díaz  
Diego Alfonso Castañeda  
**Asesores**

# **DIAGNÓSTICO: EL ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS EN COLOMBIA Y MEJORES ESTÁNDARES, PRÁCTICAS INTERNACIONALES Y BRECHAS DE REGULACIÓN**

## **1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

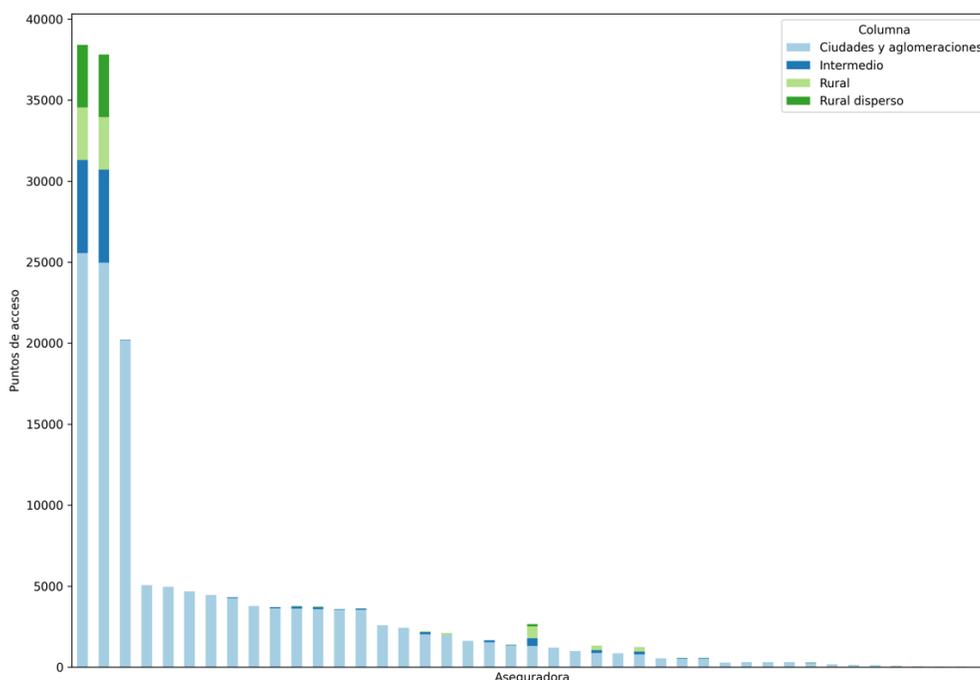
La regulación colombiana en materia de seguros ha demostrado ser una herramienta fundamental para propender por la estabilidad del sector asegurador y la protección del consumidor financiero. Las normas vigentes son robustas y buscan garantizar la solvencia de las entidades aseguradoras, la transparencia en la relación con los consumidores, y el cumplimiento de buenas prácticas de mercado. Las prácticas de supervisión son consistentes con los estándares definidos por la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS por sus siglas en inglés) y la Superintendencia Financiera de Colombia aplica un marco de supervisión basada en riesgos. Esto ha permitido consolidar un sistema seguro y confiable que genera seguridad en los usuarios y estabilidad en el mercado financiero.

Sin embargo, aunque los fundamentos normativos han sido adecuados para alcanzar estos objetivos, existe la necesidad de revisar y ajustar ciertos aspectos con el fin de fomentar una mayor penetración de los seguros en la población colombiana. La tasa de aseguramiento en el país sigue siendo baja en comparación con economías más desarrolladas, e incluso con otros países latinoamericanos, lo que evidencia una oportunidad para fortalecer la promoción de los seguros y ampliar su acceso.

Para lograr esta transformación, es necesario mejorar la distribución de productos de seguros y permitir el desarrollo de canales alternativos de comercialización. En este sentido, se han identificado oportunidades de mejora en el desarrollo de estrategias de distribución, canales alternativos, simplificación de la información que ofrecen las aseguradoras, regulación flexible que permita la innovación, facilitación de la comparación de seguros en precios y coberturas de manera sencilla, revelación de costos a lo largo del ciclo de vida de los seguros, simplificación de estos, eficiencia en la protección al consumidor, entre otros.

Al evaluar las cifras de penetración de seguros en zonas rurales se evidencia la necesidad de un involucramiento significativo de todos los actores del sistema en el desarrollo de estos productos. En particular, de acuerdo con el Reporte de Inclusión Financiera (RIF) del año 2023, el 82.6% de las pólizas se concentran en las grandes ciudades y tan solo un 9.5% de los puntos de acceso se encuentran en zonas rurales y dispersas. Sin embargo, al evaluar esta información se encuentra que dos aseguradoras concentran la mayor parte de los puntos de acceso en zonas intermedias, rurales y rurales dispersas. Al eliminarlas del análisis, se evidencia un escenario aún más concentrado en Ciudades y Aglomeraciones en las cuales se concentran el 96% de los puntos de acceso totales.

Gráfico 1: Puntos de Acceso por Nivel de Ruralidad



De otra parte, la oportunidad actual para la implementación de estos cambios es única porque puede generar un círculo virtuoso que se retroalimenta simultáneamente con iniciativas como las finanzas abiertas, la implementación del sistema de pagos inmediatos Bre-B por parte del Banco de la República y las iniciativas públicas y privadas de finanzas sostenibles.

Las iniciativas de regulación en finanzas abiertas son una oportunidad única para el diseño de productos y estrategias de distribución que reduzcan asimetrías de información, fomenten competencia y la oferta de productos innovadores. Adicionalmente, este efecto positivo se verá dinamizado con la entrada en funcionamiento del sistema de pagos inmediatos y sus efectos sobre costos de transacción y en estrategias de iniciación de pagos. Este punto es particularmente importante para el caso de seguros masivos e inclusivos por la relación importante que existe entre el valor de las primas y los costos de transacción.

Las estrategias de política pública en finanzas sostenibles deberían tener un efecto positivo sobre la oferta de productos, la distribución y la penetración de productos que ayuden a mitigar los riesgos físicos y de transición derivados del cambio climático.

En tal sentido, si bien la normatividad colombiana de seguros es sólida y ha sido efectiva para garantizar la estabilidad del sector, se hace necesaria una revisión estratégica para potenciar su contribución al desarrollo económico y social del país y que permita su simplificación. La adopción de medidas que faciliten la distribución, promuevan la innovación y mejoren la experiencia del consumidor permitirá un mercado asegurador más dinámico e inclusivo.

Una vez analizadas las prácticas internacionales, la regulación colombiana actual en materia de distribución y comercialización y entender las necesidades de la industria, para lo cual se tuvieron entrevistas particulares y se desarrollaron unos talleres de trabajo



**Gráfico 3: Puntos de acceso para adquirir seguros, por categoría de ruralidad y canal de comercialización en 2023 excluyendo las dos aseguradoras con mayor participación**



Esta estructura de comercialización se diferencia del sector bancario y, como se evidenció en las discusiones con la industria, la estrategia de comercialización se hace de forma descentralizada y en muchos casos ésta se determina con base en las necesidades identificadas por los intermediarios. Si bien esta dinámica permite recoger información más granular del mercado y de las necesidades de los consumidores, también dificulta el diseño puesta en marcha de estrategias y/o cambios estructurales y transversales como si ocurren el caso de los corresponsales bancarios.

**Recomendación #01: Creación de la mesa permanente de análisis y coordinación estratégica de los canales de distribución de la industria.**

- Esta instancia debería estar liderada por la URF y/o la Superintendencia Financiera.
- Debería involucrar a los gremios de la industria aseguradora y de los intermediarios de seguros.
- Se debe establecer una gobernanza y un plan de trabajo de mediano plazo con responsables y seguimiento por parte de la mesa.
- La mesa debería hacer seguimiento a las métricas de acceso y calidad que se discuten en la recomendación # 14.

**Recomendación #02: Se deben generar mecanismos para que las aseguradoras incorporen una estrategia de distribución en la estructuración de sus productos.**

- **Generación de información sobre la eficiencia de los canales para permitir la toma de decisiones.**
- **Capacitaciones en canales de distribución a las áreas responsables de la estructuración de productos de seguros incluyendo la inclusión de canales de distribución.**

- **Simplificar el marco normativo de los contratos de uso de red, corresponsalía de esquemas de distribución con *sponsors***

Si bien uno de los objetivos trazados en el Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 fue la ampliación de la oferta de servicios financieros a la población colombiana y en desarrollo de dicho objetivo, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 034 de 2015, que permitió que las compañías de seguros en Colombia utilizaran corresponsales, tanto personas naturales como jurídicas, para la comercialización de sus seguros, y que posteriormente, en el año 2020, y a partir del Informe técnico sobre la digitalización e inclusión en los canales y productos financieros de la URF, el Gobierno Nacional expidió el Decreto 222, el cual modificó disposiciones del Decreto 2555 de 2010 y amplió la posibilidad de que aseguradoras, entre otras entidades, prestaran servicios de corresponsalía no solo en puntos físicos fijos, sino también mediante plataformas móviles y digitales, el contrato de Uso de Red y la utilización de intermediarios financieros siguen siendo los principales canales de comercialización de seguros.

Esta situación ha sido diagnosticada por los Reportes de Inclusión Financiera de la Banca de las Oportunidades. De acuerdo con el RIF para el año 2023, los canales de comercialización con mayor número de puntos de acceso presencial en 2023 fueron el uso de red de otras entidades vigiladas por la SFC (45,3 %), las agencias de seguro y agentes independientes (40,5 %) y los corredores de seguros (4,9%).

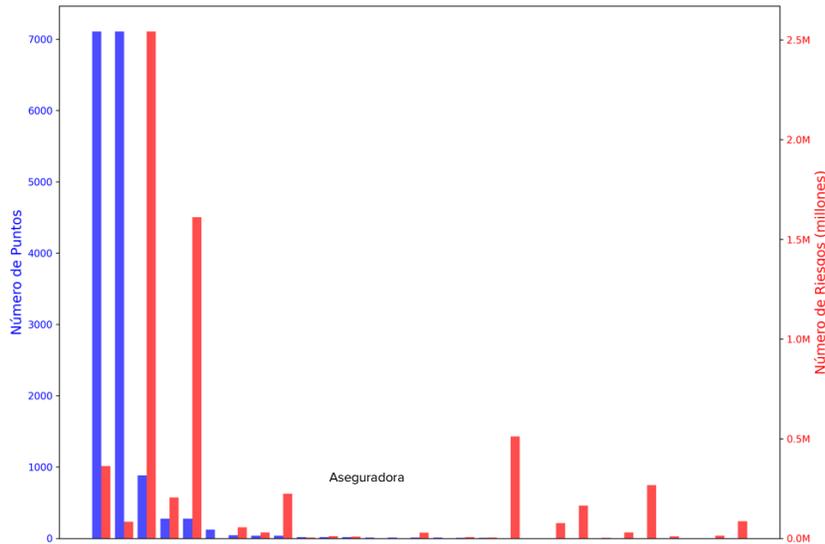
Adicionalmente, el Contrato de Uso de Red parece ser el principal instrumento de las aseguradoras para profundizar su presencia en zonas intermedias rurales y rurales dispersas. En particular, en el Gráfico – Puntos de Acceso por Canales en Áreas Rurales se evidencia que, aun excluyendo los datos atípicos, el canal de uso de red representa el 1.62% de los 1.74%, es decir el 93% de los puntos de acceso rurales en el total de puntos de acceso.

**Gráfico 4– Puntos de Acceso por Canales en Áreas Rurales excluyendo compañías con mayor participación**



Sin embargo, al evaluar la relación entre el número de puntos de acceso por ruralidad y el número de riesgos cubiertos, no se encuentra una relación directa entre estas dos variables. En particular se resalta la alta participación de una (1) compañía de seguros en el número de riesgos asegurados en zonas rurales, siendo la única aseguradora para la cual la distribución por medio de tiendas y grandes superficies parece ser significativa.

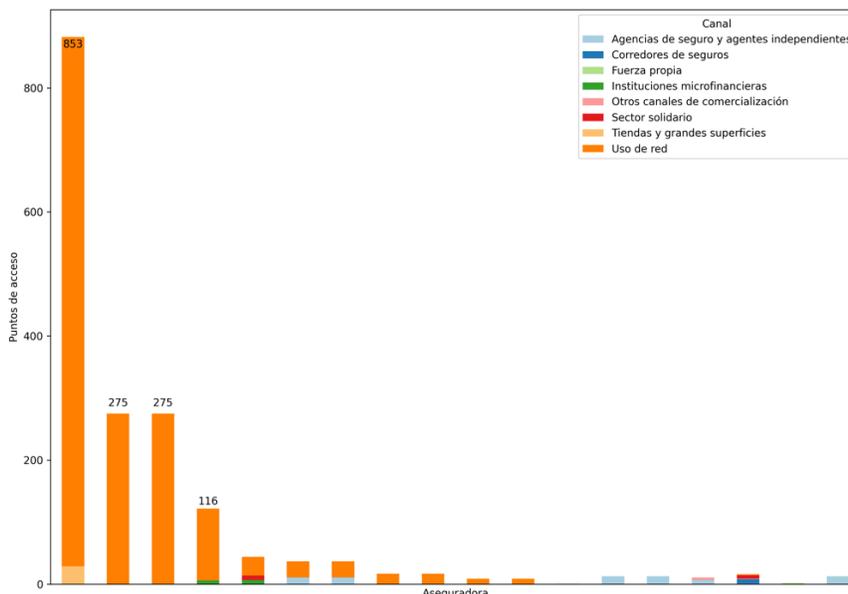
**Gráfico 5 – Puntos de Acceso y Riesgos Cubiertos por Aseguradora en zonas rurales y rurales dispersas**



Así mismo cabe destacar la baja participación de los canales de corresponsalía y otros canales la distribución de seguros considerando que en los *workshops* fueron estos los canales identificados como aquellos con mayor potencial para la profundización de seguros en poblaciones poco bancarizadas.

En este sentido se evidencia la necesidad de la revisión de la regulación del contrato de corresponsalía de forma que se ajuste a la realidad de la relación entre el corresponsal y las aseguradoras y, así mismo se considera necesario definir las reglas del contrato de distribución por medio de “sponsors” con el fin de generar una claridad regulatoria al respecto.

Gráfico 6 – Participación de los canales en zonas rurales y rurales dispersas



- **Uso de red**

En línea con los avances incorporados por el Decreto 222 de 2020 para el contrato de corresponsalía, y en consideración a que el contrato de uso de red se celebra entre entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, se sugiere modificar el Artículo 2.31.2.2.4 del Decreto 2555 de 2010 frente al trámite de no objeción de la SFC de los Contratos de Uso de Red<sup>1</sup>.

La modificación propuesta busca alinear la regulación del contrato de uso de red con la obligación de disponibilidad de los Contratos de Corresponsalía. En este sentido, se sugiere que las entidades que presten sus servicios a través de contratos de uso de red mantengan a disposición de la Superintendencia Financiera de Colombia la información completa y actualizada de los contratos celebrados y sus modificaciones, en su domicilio principal,

<sup>1</sup> **Decreto 2555 de 2010 - “Artículo 2.31.2.2.4 Contratos de uso de red.** “El texto de los contratos que celebren las entidades usuarias y los establecimientos de crédito deberá remitirse a la Superintendencia Financiera de Colombia con veinte (20) días hábiles de antelación a la celebración de los mismos. Transcurrido dicho período sin que la Superintendencia Financiera de Colombia se haya pronunciado sobre los mismos, las entidades podrán proceder a su suscripción.

Las entidades usuarias de la red deberán enviar a la Superintendencia Financiera de Colombia, previamente a su utilización, las pólizas de seguros que se comercializarán a través de la red de los establecimientos de crédito, en los términos del artículo 184 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero. Para el caso de las pólizas de los ramos autorizados que se deseen comercializar a través de la red de establecimientos de crédito y se encuentren a disposición de la Superintendencia Financiera de Colombia, la entidad sólo deberá informar de su utilización.”

eliminando la dependencia de un silencio administrativo positivo por parte de esa autoridad administrativa.

La modificación propuesta tiene como finalidad fortalecer la supervisión y la transparencia en la utilización de redes para la prestación de servicios financieros, asegurando que la Superintendencia Financiera de Colombia cuente con acceso a información actualizada y verificada. Asimismo, contribuye a mitigar riesgos operativos y de cumplimiento. Desde una perspectiva operativa, esta propuesta mejora la eficiencia regulatoria al eliminar la incertidumbre derivada del silencio administrativo positivo, estableciendo un marco de cumplimiento más claro y predecible.

Por lo tanto, se recomienda que las autoridades regulatorias evalúen esta modificación con el objetivo de optimizar la supervisión y control de los contratos de uso de red, garantizando la adecuada protección de los consumidores financieros y la estabilidad del sistema financiero en su conjunto.

### **Recomendación #03: Modificaciones a la no objeción del Contrato de Uso de Red**

- **Modificación del Artículo 2.31.2.2.4 del Decreto 2555 de 2010 relativo a los Contratos de uso de red en línea con lo dispuesto por el Artículo 2.36.9.15 relativo a la Disponibilidad de los Contratos de Corresponsalía.**

Adicionalmente, y con el fin de generar mayor capilaridad en la distribución de seguros universales, sencillos, estándares y con comercialización masiva, se recomienda que el contrato de uso de red se amplíe a otras entidades vigiladas diferentes a los establecimientos de crédito, incluyendo entre otras a las Sociedades de Financiación Colaborativa – SOFICOS, a nivel legal.

Esta ampliación permitiría incrementar los puntos de acceso y distribución de seguros, favoreciendo así la inclusión financiera y aseguradora en la población. Al habilitar a más entidades para comercializar seguros bajo este esquema, se lograría llegar a sectores menos bancarizados, promoviendo una mayor cobertura y acceso a productos aseguradores esenciales.

Lo anterior tiene una consideración particular y es que si bien el Artículo 2.31.2.2.5 del Decreto 2555 de 2010 relativo a la Utilización y prestadores de la red dispone que podrán ser igualmente comercializados mediante la red de:

- Sociedades de servicios financieros,
- Sociedades comisionistas de bolsa de valores,
- Comisionistas independientes de valores,
- Sociedades administradoras de inversión,
- Sociedades administradoras de depósitos centralizados de valores, y
- Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos, (SEDPE).

Las normas del contrato de uso de red no solo están establecidas en el Decreto 2555 de 2010, sino que también están desarrolladas en la Ley 389 de 1997, la cual establece el marco regulatorio para la utilización de redes de terceros en la comercialización de productos y servicios financieros y limita el uso a los establecimientos de crédito.

El artículo 5 de la Ley 389 de 1997<sup>2</sup> no reconoce la posibilidad de que entidades diferentes a los establecimientos de crédito puedan operar dentro de un esquema de uso de red. En este sentido, para ampliar el alcance del contrato de uso de red a otras entidades vigiladas requerirá una reforma a nivel legal y a nivel del Decreto 2555 de 2010.

**Recomendación #04: Ampliación para otras entidades vigiladas del contrato de uso de red.**

- **Se recomienda que el contrato de uso de red se amplie a otras entidades vigiladas diferentes a los establecimientos de crédito a nivel legal.**

Adicionalmente, se considera pertinente modificar o eliminar el Artículo 2.36.9.1.19 del Decreto 2555 de 2010, en el sentido de que los contratos de corresponsalía deben cumplir las condiciones del contrato de uso de red establecidas en los artículos 2.31.2.2.1 y 2.31.2.2.3 del mismo decreto. Esta modificación garantizaría una mayor armonización regulatoria y una menor carga en la comercialización de seguros por medio de corresponsales.

Adicionalmente, las referencias cruzadas generan dificultades para determinar las responsabilidades del corresponsal y la evaluación de obligaciones por parte de equipos que pueden no estar familiarizados con la regulación financiera en Colombia.

**Recomendación #05: Eliminar referencias cruzadas para el Contrato de Corresponsalía y la regulación del Contrato de Uso de Red.**

- **Se sugiere eliminar las condiciones adicionales para los corresponsales de entidades aseguradoras que hacen referencia a los contratos de uso de red.**

- **Ajuste de las reglas del contrato de corresponsalía con las características de distribución del seguro:**

La regulación debe establecer reglas claras para la asignación de responsabilidades durante toda la cadena de valor de los seguros. En particular se recomienda que se aclare que las responsabilidades son de la aseguradora, pero desde el inicio se deben establecer los mecanismos para que la experiencia del cliente sea uniforme durante todas las fases del ciclo de vida del seguro. Dado lo anterior, se presentan las siguientes recomendaciones regulatorias para simplificar la contratación de seguros por vía de corresponsales.

<sup>2</sup> **Ley 389 de 1997 - Artículo 5º.** "Las entidades aseguradoras, las sociedades de capitalización y los intermediarios de seguros podrán, mediante contrato remunerado, utilizar la red de los establecimientos de crédito para la promoción y gestión de las operaciones autorizadas a la entidad usuaria de la red y bajo la responsabilidad de esta última.

*Para el efecto, la entidad usuaria de la red deberá adoptar las medidas necesarias para que el público la identifique claramente como una persona jurídica distinta y autónoma del establecimiento de crédito cuya red utiliza y cumplir las demás condiciones que señale la Superintendencia Bancaria con el fin de asegurar el cumplimiento de esta obligación.*

*Forman parte de la red, entre otros, las oficinas, los empleados y los sistemas de información de los establecimientos de crédito.*

**PARÁGRAFO 1º.** La modalidad de uso de red que prevé el artículo 93 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero continuará vigente. (...)"

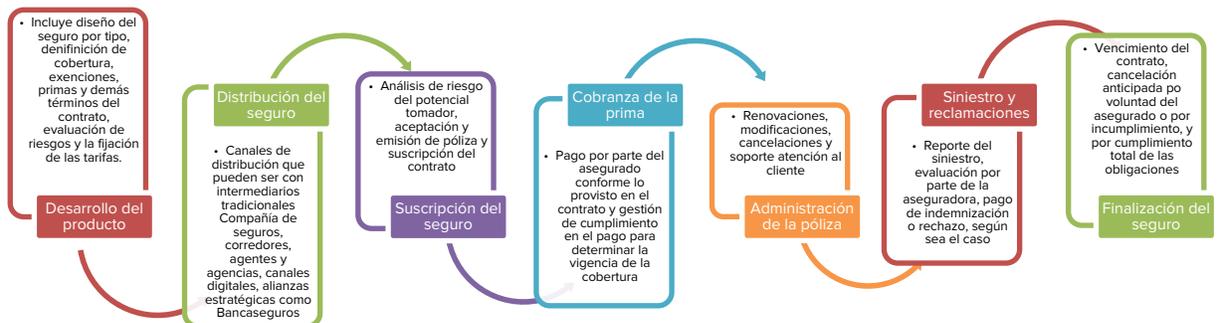
Se sugiere modificar el artículo 2.36.9.1.11 relativo al Contenido de los Contratos, en el sentido de simplificar los contratos para los corresponsales que comercializan seguros. Engeneral el artículo está diseñado para productos y servicios con una alta carga transaccional y con una masa crítica de penetración de mercado que los seguros todavía no tienen.

### Recomendación #06: Simplificación del clausulado de los Contratos de Corresponsalía de Aseguradoras

- Se sugiere revisar la reglamentación relativa al contenido de los contratos de corresponsalía de forma que reflejen las características del mercado asegurador debido a que actualmente están diseñados para productos con características de productos bancarios.

#### Definición del ciclo de vida del seguro

Derivado de las entrevistas con diferentes actores de mercado se constató la necesidad de generar incentivos y facilidades para asegurar la misma experiencia de usuario (UX) a lo largo de todo el ciclo de vida del producto. Lo anterior derivado de las diferencias existentes entre la facilidad en la experiencia para la suscripción de los seguros y durante su vigencia, y la dificultad a la hora de renovar los seguros o presentar una reclamación a raíz de un siniestro.



### Recomendación #07: La experiencia de usuario debe ser consistente en cada una de las etapas del ciclo de vida del producto.

- Se sugiere eliminar las condiciones adicionales para la reclamación a través de corresponsales y generar incentivos para mantener una buena experiencia de usuario (UX) a lo largo de todo el ciclo de vida del producto.
- La aseguradora debe garantizar que cuenta con los mecanismos adecuados para recibir y procesar todas las comunicaciones del cliente en cada etapa del ciclo a través de todos los canales de distribución.

- **Los Contratos de *Sponsors* (pólizas masivas) se deben definir las responsabilidades al igual que en los contratos de corresponsalía**

En el mercado de seguros masivos, los *sponsors*, esto es las entidades o personas que promueven un plan de seguros para un grupo de asegurados, cumplen un papel clave en el ciclo de vida del seguro, desde la promoción hasta la atención posventa. Sin embargo, uno de los desafíos actuales es la falta de una regulación clara que determine sus responsabilidades específicas tanto frente al asegurador como al asegurado.

Esta situación genera riesgos para todas las partes involucradas. Por un lado, los consumidores pueden enfrentarse a dificultades al momento de hacer valer sus derechos, especialmente si la información proporcionada por el *sponsor* fue incompleta o errónea. Por otro lado, las aseguradoras pueden ver afectada su operación debido a posibles incumplimientos o prácticas inadecuadas por parte de los *sponsors*. Así mismo, el *sponsor* puede asumir responsabilidades de manejo de recursos e información o responsabilidades contractuales dependiendo del comportamiento de los asegurados bajo determinado plan de seguros.

Dado lo anterior, se recomienda definir los deberes específicos que deben cumplir los *sponsors* en materia de pagos, información y atención al consumidor, protección de datos y establecer en los acuerdos de nivel de servicio los mecanismos para garantizar que el servicio prestado al asegurado cumpla con estándares mínimos de calidad, desde la vinculación hasta la atención de los siniestros, y así evitar inconsistencias en la experiencia del cliente y afectar negativamente la percepción del seguro. Así mismo, las compañías de seguros deben contar con procedimientos que les permitan evaluar la capacidad e idoneidad de los *sponsors* con los que opera.

**Recomendación #08: Definición de responsabilidades en los contratos con los *sponsors*.**

- **Las compañías de seguros deben definir los deberes específicos que deben cumplir los *sponsors* en materia de pagos, información, atención al consumidor y protección de datos.**
- **Establecer acuerdos de servicio en los que se definan estándares mínimos de calidad pudiendo utilizar el mismo estándar del contrato de uso de red.**
- **Contar con procedimientos para evaluar la capacidad e idoneidad de los *sponsors* con los que opera.**

- **Contratos de prueba para corresponsalía**

La creciente necesidad de innovación y expansión en el sector asegurador conlleva la implementación de modelos de corresponsalía, los cuales permiten a las compañías de seguros ampliar su cobertura, ofrecer diferentes tipos de productos y mejorar la prestación de servicios. Sin embargo, los requisitos exigidos para su celebración pueden convertirse en barreras que limitan la eficiencia del sistema y la inclusión financiera. Así mismo se identificó que el desconocimiento del sector real respecto a la administración de seguros y/o a las responsabilidades de los corresponsales genera reticencias a participar en este mercado. Adicionalmente, los tiempos de estructuración y convocatoria para un Sandbox regulatorio, de acuerdo con el Decreto 1234 de 2020, resultan excesivos a la luz de las necesidades del mercado (*time to market*).

En este contexto, se requiere la creación de un modelo de contrato con menores requisitos para su celebración, con alcance limitado en relación con el número de participantes y tiempos. Este modelo de contrato se presenta como una solución innovadora para fomentarla experimentación controlada entre las aseguradoras y sus corresponsales y permitiría nuevos modelos de corresponsalía.

En tal sentido, a efectos de promover la distribución de nuevos productos y comprobar de manera rápida su eficiencia, se recomienda la definición normativa de un contrato de corresponsalía de prueba mediante el cual se puedan estructurar productos de manera controlada y con una oferta privada; permitiendo la posibilidad de realizar un ejercicio de distribución vía corresponsalía sin necesidad de aplicar el contrato establecido por la normatividad y en caso de funcionar poder ajustar el contrato a la necesidad que satisfaga el producto.

En adición, una vez cumplido el tiempo máximo, la aseguradora y su corresponsal tendrían que evaluar el contrato de prueba y, en caso de ser exitoso, migrar hacia uno de los esquemas de corresponsalía establecidos por la normativa y en caso de que no lo sea se deben determinar desde el inicio las reglas de terminación.

Para ello se propone:

- Definir límites de número de asegurados, valores asegurados y tiempos máximos, que se propone que sea 1.5 años.
- Definir métricas de evaluación y plazos para la prueba.
- Mantener estándares mínimos de información, seguridad de datos y forma de resolver los conflictos en caso de presentarse.
- Definir reglas claras para los casos en que el contrato de prueba no funcione.

**Recomendación #09: Definición de contratos de prueba para corresponsalía**

- **Definición normativa para la creación de un contrato de prueba con alcance limitado en tiempo y número de participantes.**
- **Definición de métricas de evaluación y plazos para la prueba.**
- **Mantener estándares mínimos de información, seguridad de datos, protección al consumidor financiero y resolución de conflictos.**
- **Definición de reglas en caso de que el contrato no funcione.**

- **Definición del marco regulatorio para la distribución de seguros por medio de plataformas digitales**

Asimismo, se recomienda la definición de un marco regulatorio para la distribución de seguros por medio de plataformas digitales. A partir de entrevistas particulares y talleres de trabajo con actores de la industria, se identificó que no existe claridad sobre la categoría contractual en la que se pueden ofrecer o comercializar seguros a través de plataformas digitales. Actualmente, algunos actores enmarcan la relación en un contrato de corresponsalía digital conforme al Artículo 2.35.9.2.1. del Decreto 2555 de 2010, mientras que otros utilizan contratos de arriendo de servicios de plataforma en un *Marketplace* o de arriendo de plataforma por parte de una agencia de seguros.

En este sentido, se sugiere evaluar la posibilidad de modificar el numeral 8 del Artículo 2.36.9.1.11 relativo al contenido de los contratos, permitiendo que las agencias o agentes de seguros contraten corresponsales digitales para la comercialización de seguros. Esto permitiría dar mayor claridad y seguridad jurídica a los actores del sector, impulsando la digitalización y facilitando el acceso a productos aseguradores mediante plataformas tecnológicas.

Por lo tanto, se recomienda que las autoridades regulatorias evalúen estas modificaciones con el objetivo de optimizar la supervisión y control de los contratos de uso de red y de corresponsalía digital, garantizando la adecuada protección de los consumidores financieros y la estabilidad del sistema financiero en su conjunto.

**Recomendación #10: En el marco de los ecosistemas digitales definidos por el Decreto 2555 de 2010, se recomienda habilitar explícitamente que intermediarios de seguros, principalmente agencias, puedan celebrar esquemas de corresponsalía o arriendo de plataformas para aumentar la capilaridad en la comercialización de seguros y la posibilidad de generar ventas a partir de finanzasembidas.**

- **Creación de un bien público de información de seguros para hacer comparaciones y acceder a la información de seguros adquiridos (Bureau deseguros).**

Uno de los riesgos originados en la masificación de seguros y en el uso de canales digitales y masivos es la proliferación de pólizas sin que los consumidores tengan un conocimiento claro y oportuno de sus productos y de las coberturas de riesgo con las que cuentan. Por lo general esta información se encuentra dispersa, incompleta o desactualizada, impidiendo una adecuada gestión por parte de los asegurados.

Incluso, en algunos casos esta falta de información puede ocasionar la ocurrencia de fraudes o la tentación a usar innecesariamente la “asesoría de terceros” que se encargan de gestionar siniestros a cambio de comisiones de éxito.

De esta manera, se propone la creación de un tablero de control o fuente de información en el cual los consumidores puedan consultar de manera gratuita su propia información respecto de:

1. Pólizas de seguros vigentes y fechas de vencimiento
2. Coberturas para cada caso (riesgos y montos)
3. Intermediario
4. Exclusiones y garantías aplicables
5. Riesgos cubiertos más de una vez o no cubiertos.
6. Canales para gestión de reclamaciones, quejas u otros trámites.

La creación de este tablero de control podría estar a cargo del supervisor o del gremio de las aseguradoras y se apoyaría legalmente en el marco regulatorio de finanzas abiertas actualmente bajo desarrollo, particularmente a través de las figuras del directorio de participantes y los módulos que lo conforman. En este sentido, las compañías de seguros estarían obligadas a reportar, deseablemente en línea mediante APIs, la información mencionada bajo el entendido en que ésta solo podrá ser consultada por el consumidor financiero respectivo bajo esquemas de seguridad y validación de identidad.

Una segunda etapa o un módulo de este tablero de control podría ser el de un comparador de primas y coberturas para productos que sean relativamente estándar o comparables, que le permitiera al consumidor financiero evaluar entre diferentes alternativas en términos de productos, coberturas y costos.

Al respecto, es fundamental precisar que sobre la materia ya existe el Registro Único de Seguros (RUS) administrado por la Superintendencia Financiera de Colombia, el cual está regulado en el Decreto 2555 de 2010 en el Artículo 2.31.2.3.1. y siguientes. Sin perjuicio de su existencia, el RUS requiere mejoras en materia de información, experiencia de usuario (UX) y la posibilidad de que cualquier consumidor financiero pueda consultarla, como se presenta a continuación:

The image shows a screenshot of the RUS (Registro Único de Seguros) website. At the top left is the RUS logo, which consists of three stylized human figures in blue, orange, and green, followed by the text 'RUS REGISTRO ÚNICO DE SEGUROS'. Below the logo is a navigation menu with the following items: 'SEGURO DE VIDA', 'SEGURO DE AUTOMÓVILES', 'SEGURO DE BIENES COMUNES', 'SEGURO DECENAL', 'GLOSARIO', 'COMPAÑÍAS', and 'CONSULTAR RADICADO'. The main content area features a large blue banner with the text 'SI TIENE SEGURO, ESTÁ EN EL RUS' in large, bold, white letters. Below this text is a sub-header: 'Información de seguros vigentes de Automóviles, Vida, Vida grupo y Bienes comunes'. Underneath the sub-header are two buttons: 'CONSULTAR RADICADO' and 'INGRESO COMPAÑÍAS'. To the right of the banner is a video player thumbnail. The thumbnail shows a woman in a black suit with red hair, standing next to a yellow car. The text on the thumbnail reads 'RUS REGISTRO ÚNICO DE SEGUROS' and 'QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA'. At the bottom right of the thumbnail is a 'VER VIDEO' button with a play icon.

**Recomendación #11: Creación de un bien público de información (Bureau de Seguros) en donde los consumidores financieros puedan consultar el estado de sus productos de seguros, riesgos cubiertos, coberturas, exclusiones, intermediarios y canales de gestión de sus productos.**

- **Bajo el marco regulatorio que proveen las finanzas abiertas se puede crearse bien público.**
- **Creación de un comparador de productos y costos que ayude a los consumidores a tomar decisiones más informadas y mitigando los problemas de asimetría de información y la relación principal-agente.**

- **Creación de un *hub* en la SFC para impulsar la penetración e innovación en el sector de seguros**

En atención a la necesidad de impulsar el desarrollo de nuevos productos y estrategias de comercialización y distribución de seguros se hace necesario establecer un mecanismo de discusión y trabajo en el que se desarrollen iniciativas que permitan avanzar en la penetración de productos de seguros en el país.

Se propone la creación de una instancia formal de discusión y revisión por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) para resolver y divulgar la posición del supervisor frente dudas específicas de las compañías aseguradoras y los intermediarios sobre productos y estrategias innovadoras en el mercado asegurador.

Esta iniciativa busca fomentar la innovación y la velocidad de desarrollo y estrategias de distribución de productos de seguros en el mercado y mejorar los niveles de penetración y cobertura en el país.

Se recomienda entonces la creación de un *hub* o una convocatoria a el *Hub* de la Superintendencia Financiera de Colombia en el que las compañías aseguradoras y los intermediarios de seguros puedan plantear casos de negocio sobre los cuales se tengan dudas sobre la interpretación de normas, lo que generaría mayor certeza y velocidad para su implementación y lanzamiento al mercado.

Las consultas resueltas por parte del *hub* deberían ser divulgadas y publicadas en un repositorio a través de un portal digital de acceso público.

Las consultas recurrentes podrían ser utilizadas como insumo para revisar y ajustar la normativa vigente, mejorando su claridad y pertinencia.

Para la construcción de dicha convocatoria o *hub* debe tenerse en cuenta:

- **Definición de alcance:** Determinar qué tipo de consultas serían atendidas por la instancia.
- **Mecanismo de Publicación:** Creación de una base de datos con las respuestas a consultas, organizadas por tema.
- **Protección de Información:** Garantizar la confidencialidad de la información sensible de las aseguradoras que formulan consultas.

**Recomendación #12: Creación de una convocatoria al *Hub* especializado en la SFCen donde las compañías aseguradoras y los intermediarios de seguros puedan plantear casos de negocio sobre los cuales se tengan dudas sobre la interpretación normativa, generando mayor certeza y velocidad para su implementación y lanzamiento al mercado.**

- **Creación de un repositorio público de respuesta a consultas con una gobernanza clara para la definición y publicación de las respuestas.**

- **Generación de guías para el diseño de la información a entregar en seguros simples y masivos: Definición de seguros simples y masivos**

La normativa vigente, contenida en la Parte 1 Título III Capítulo I de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia, establece una serie de obligaciones de información que deben cumplir las aseguradoras al distribuir seguros masivos y microseguros. Estas obligaciones buscan garantizar la transparencia y protección del consumidor financiero, asegurando que los consumidores reciban información clara, suficiente y oportuna sobre los productos de seguros. En particular, las aseguradoras deben proporcionar información detallada sobre:

- Las coberturas y exclusiones de las pólizas.
- Los costos y primas de los seguros.
- Los procedimientos para la reclamación de siniestros.
- Los derechos y obligaciones de los asegurados.

La normativa actual contiene criterios generales y no hace énfasis en la información referente a seguros masivos lo cual permite que las aseguradoras y/o intermediarios definan la información libremente. Así mismo, existen en el mercado ejemplos de seguros exitosos en cuanto a la información que proveen al público.

De otro lado, en los workshops varias compañías manifestaron la alta carga de la información a proveer y el temor por incurrir en riesgos legales por demandas falladas en contra de las compañías de seguros debido a la falta de completitud en la información entregada y/o por la falta de entendimiento de esta.

No obstante, la norma en este aspecto es general de forma que las cargas de información son el resultado de la diversidad de interpretaciones que se generan en el mercado.

En este sentido, y considerando que la generalidad de la norma debería ser un criterio para mantener, se propone que se establezcan guías y plantillas desde la Superintendencia que permitan definir claramente las expectativas del supervisor y reduzcan la incertidumbre de las compañías para explotar estos mercados. Así mismo, el uso de plantillas generadas por el propio supervisor puede ser un elemento para la defensa en la rama judicial.

**Recomendación #13: Generación de guías y plantillas por parte del supervisor para uso en la estructuración de seguros masivos.**

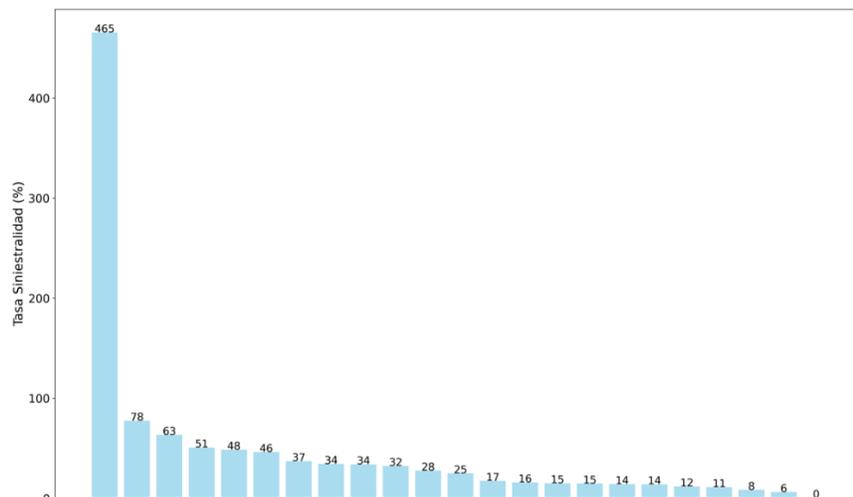
- Considerar el *onboarding* mucho más sencillo, con menos información.
- Formato estandarizado con información clara y simple sobre el producto: *legal design*.
- Determinación de las funciones del agregador.
- Claridad en la forma y el responsable del recaudo, de cómo se procede en caso de incumplimiento y de la información frente a las renovaciones.
- Diseño de productos acorde con perfilamiento de clientes.
- Adecuada revelación de costos.

- **Diseño e implementación de un sistema de supervisión digital enfocado en la calidad de los seguros**

Al evaluar algunos de los indicadores del sector se evidencia la necesidad de establecer un esquema de supervisión ágil y enfocado en los criterios de calidad. De acuerdo con el Reporte de Inclusión Financiera del año 2023, las tasas de siniestralidad en ese año ascendían a 26.7% siendo baja con respecto a la de los seguros masivos (38.9%) y a la del total de las pólizas (45.3%). Sin embargo, al evaluar estas pólizas diferenciadas por compañías de seguros se evidencia una gran dispersión entre ellas.

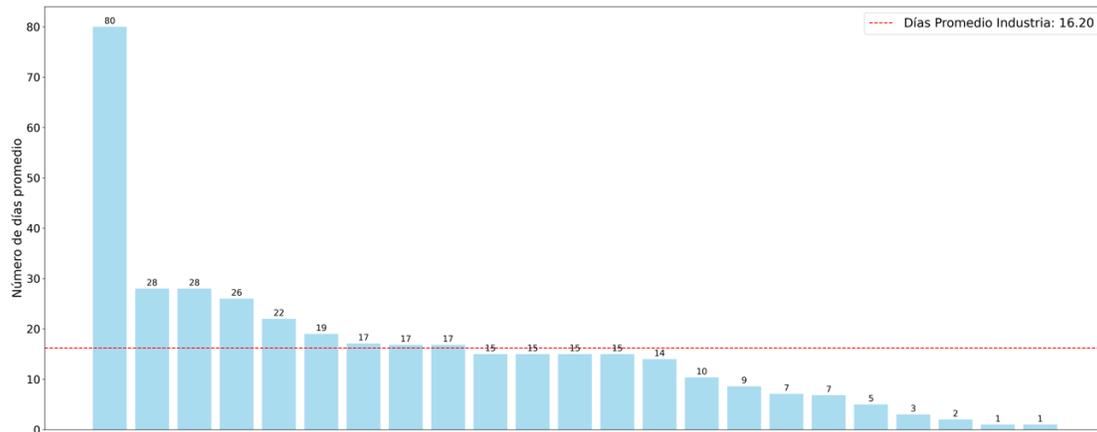
Si bien es importante evaluar estas cifras con más detalle, incluyendo la duración de las coberturas y gastos asociados al recaudo entre otros, esta dispersión si puede ser un reflejo de un desconocimiento de los clientes sobre sus coberturas y/o de seguros que no están alineados con las necesidades de las poblaciones en las que se están distribuyendo, lo cual está muy relacionado con el concepto de empatía que se encuentra en la literatura como uno de los aspectos de la calidad del seguro.

**Gráfico 7 – Siniestralidad por Aseguradora – Productos Masivos**



En segundo lugar, se evaluaron los días promedio de pago de los siniestros por compañía para los micro seguros masivos con conclusiones similares. Gráfico – Número de Días Promedio para Pago de Siniestro.

**Gráfico 9 – Número de Días Promedio para Pago de Siniestro**



En este sentido se recomienda la implementación de un sistema de supervisión de la calidad de los seguros que permita analizar los resultados por canal de distribución y etapa del ciclo de vida del seguro de forma que se identifiquen claramente donde deben enfocarse los esfuerzos de supervisión y particularmente poder implementar una supervisión efectiva en aquellas compañías que muestran debilidades de calidad en algunos de los canales.

**Recomendación # 14: Diseño e implementación de un sistema de supervisión digital enfocado en la calidad de los seguros.**

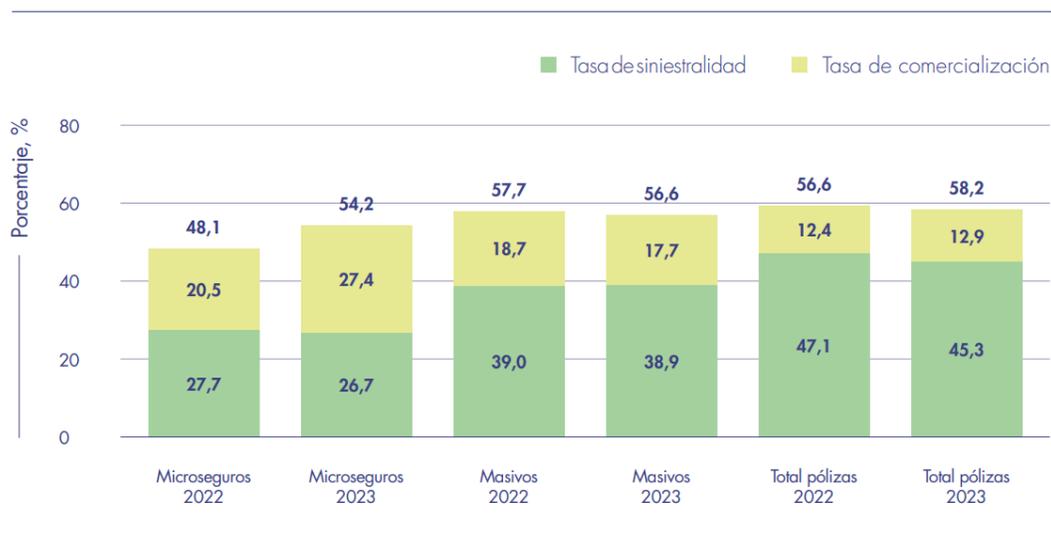
- **Segmentación por ramo.**
- **Segmentación por etapa del ciclo de vida.**
- **Se deben considerar las siguientes dimensiones:**
  - **Indicadores de Satisfacción del Cliente**
  - **Indicadores de Eficiencia en el proceso de reclamaciones**
  - **Indicadores de Calidad del Producto**
  - **Indicadores de Estabilidad Financiera y Desempeño**
  - **Indicadores de Desempeño de Canales de Distribución**
  - **Cumplimiento Regulatorio y Ético**
  - **Innovación y Desarrollo de Productos**

- **Adecuada revelación de información de gastos de comercialización<sup>3</sup>**

De acuerdo con el Reporte de Inclusión Financiera, los gastos de comercialización son mayores en el segmento de micro seguros y en el de pólizas masivas que en de las pólizas generales. En particular, en el Gráfico - Tasas de siniestralidad y comercialización por tipode seguro 2022-2023 se observa que en 2023 los gastos de comercialización de los micro seguros ascendieron a 27.4% mientras que el del total de las pólizas era de 12.9%. En este sentido, durante los *workshops* se evidenciaron tres posibles causas de esta diferencia:

1. Deficiencias en la contabilización de los gastos de comercialización en algunos canales debido a que se incluyen como gastos administrativos.
2. Altos costos en el KYC principalmente relacionados con la consecución de la información necesaria para llenar los formularios de SARLAFT (se discute en una sección posterior)
3. Costos de transacciones bancarias.

**Gráfico 9 - Tasas de siniestralidad y comercialización por tipo de seguro 2022-2023**



Fuente: equipo RIF con datos de SFC.

Para entender si existe alguna relación entre los gastos porcentuales por aseguradora y ramo (gastos de comercialización / valor de las primas) y la proporción de gastos por cada uno de los canales, se llevaron a cabo múltiples regresiones lineales, tomando como variable dependiente los gastos porcentuales por aseguradora y ramo, y como variables independientes el porcentaje de participación de gastos en cada canal. La formulación por medio de regresiones lineales permite realizar *clusters* por ramos y evaluar la significancia estadística de las relaciones.

<sup>3</sup> La industria aseguradora en Colombia cuenta con diversas fuentes de información y análisis proporcionados por Fasecolda, como los Informes Económicos del Comité de Coordinación, los Resúmenes Ejecutivos, y las Cifras de la Industria. Asimismo, dispone de herramientas interactivas como el Visualizador Inteligente de Cifras, que permiten a los actores del sector comprender tendencias y desempeños financieros. Sin embargo, a pesar de la amplitud y profundidad de estos recursos, existe una carencia en la información sobre los canales de comercialización y los costos de éstos.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos, que permiten identificar las variables con mayor relevancia estadística<sup>4</sup>. Cuadro – Ecuaciones lineales gastos porcentuales en función de proporción de gastos por canal – Micro seguros

| VARIABLE   | COEFICIENTE | P-VALOR |
|--|-------------|---------|
| <b>Agencias de seguro y agentes independientes</b> | 1.2%        | 89.1%   |
| <b>Corredores de seguros</b>                       | 11.5%       | 44.4%   |
| <b>Empresas de servicios públicos</b>              | -35.8%      | 0.0%    |
| <b>Fuerza propia</b>                               | -9.9%       | 47.5%   |
| <b>Instituciones microfinancieras</b>              | -32.8%      | 0.0%    |
| <b>Otros canales de comercialización</b>           | -2.1%       | 84.0%   |
| <b>Sector solidario</b>                            | 17.7%       | 16.8%   |
| <b>Tiendas y grandes superficies</b>               | 4.9%        | 15.0%   |
| <b>Uso de red</b>                                  | 27.0%       | 2.7%    |
| <b>Canales tradicionales</b>                       | 24.5%       | 4.4%    |
| <b>Canales no tradicionales</b>                    | -1.0%       | 93.4%   |

Los resultados de las regresiones lineales muestran que la mayoría de las variables independientes no presentan relaciones estadísticamente significativas con el "Gasto porcentual". Sin embargo, parece haber una relación con la distribución por medio de Empresas de Servicios Públicos, Instituciones microfinancieras y Uso de Red. Parecería haber un incremento de costos cuando se usa el canal de uso de red, lo que se podría explicar por una mejor revelación de los gastos. Así mismo, al agrupar los canales entre tradicionales y no tradicionales los primeros generan un incremento en el porcentaje de gastos de comercialización siendo estadísticamente significativos al 5%.

Estos resultados parecen indicar que el uso del canal de corresponsalía genera disminuciones en los costos de comercialización soportando las recomendaciones realizadas anteriormente.

En todo caso, de acuerdo con las discusiones sostenidas en los grupos de trabajo, los costos de comercialización asociados a algunos canales se contabilizan como gastos administrativos debido a interpretaciones normativas. Sin embargo, para fines de política pública y de evaluación de estrategias de comercialización es fundamental entender las implicaciones en costos de cada uno de los canales de forma que se puedan identificar las eficiencias en cada uno de ellos.

Así mismo, en los mencionados grupos de trabajo las compañías fueron reiterativas en los costos de recaudo que implican las operaciones masivas, resaltando que, en el caso de los micro seguros, estos costos pueden ser significativos y hasta mayores que el valor esperado de los siniestros. En este sentido se propone que desde la asociación se lidere e incluya la iniciación de pagos para la venta de seguros en la agenda de escalabilidad del esquema interoperable de órdenes de pago y transferencias de fondos inmediatas "Bre-B".

<sup>4</sup> Los canales tradicionales incluyen la suma de los gastos correspondientes a las categorías de "Agencias de seguro y agentes independientes", "Corredores de seguros", "Fuerza propia" y "Uso de red". Por otro lado, los canales no tradicionales comprenden la suma de los gastos de "Otros canales de comercialización", "Instituciones microfinancieras", "Sector solidario" y "Tiendas y grandes superficies".

Así mismo, se sugiere poner a consideración esta materia en el Comité de Interoperabilidad de los Pagos Inmediatos (CIPi), foro para adelantar las discusiones técnicas y normativas asociadas a la estandarización del servicio de iniciación de pagos.

Inclusive, las aseguradoras podrían trabajar a partir de esquemas de finanzas embebidas para diseñar mecanismos de iniciación de pagos en el marco de lo dispuesto por el Decreto 1297 de 2022 y las normas que expida el Banco de la República.

**Recomendación #15: Evaluar las normativas actuales de contabilización de gastos de comercialización y de gastos autorizados:**

- **Permitir que los gastos de comercialización se reflejen en su totalidad y de forma adecuada en este rubro.**
- **La supervisión de los intermediarios de seguros debería estar enfocada en la protección al consumidor financiero y su enfoque debería ser principalmente de supervisión indirecta**

Los estándares de supervisión de seguros aceptados internacionalmente definidos por la IAIS (Asociación Internacional de Supervisores de Seguros) establecen en el ICP 19 (Insurance Core Principles, por sus siglas en inglés) los principios y objetivos que deben adoptar las autoridades de seguros para asegurar una supervisión efectiva de los intermediarios de seguros. Este principio señala que el objetivo principal del supervisor debe ser el definir requisitos para *asegurar las conductas adecuadas por parte de los intermediarios, de modo que conduzcan sus negocios de una manera profesional y transparente.*

De esta manera, el modelo de supervisión basada en riesgos adoptado por la Superintendencia Financiera de Colombia, que incluye los riesgos conductuales y que se implementa bajo principios de prospectividad, prevención y proporcionalidad, brinda el marco adecuado para enfocarse principalmente en objetivos de protección al consumidor.

**Recomendación #16: Definir el objetivo de supervisión de los intermediarios de seguros de modo que se enfoque en:**

- **Idoneidad, integridad, profesionalismo y capacidad de las compañías y las personas que intermedian seguros.**
  - **Se propone crear un proceso de certificación en donde se acredite capacidad técnica y profesional ante un organismo certificador y se cree un registro de información de las personas acreditadas para intermediar seguros.**
- **Conducción de los negocios de manera profesional y transparente.**
- **Trato justo a los consumidores.**

**Recomendación #17:** La supervisión de los intermediarios de seguros y su relación con las compañías de seguros debe procurar porque éstos cuenten con una gobernanza y cultura claras de gestión de riesgos de conductas, con procesos y procedimientos efectivos para el seguimiento de estos riesgos y mecanismos de remediación que permitan asegurar un trato justo al consumidor financiero durante la totalidad de la vida del seguro y con un enfoque en los resultados esperados.

**Recomendación #18:** Implementación de mecanismos que incentiven el análisis de desempeño y riesgos de cada canal al interior de las compañías de seguros:

- **Inclusión en el Sistema de Atención al Consumidor de la obligación de analizar el desempeño de los canales teniendo en cuenta criterios de calidad descritos en este documento.**
- **Riesgos de estabilidad de la compañía de seguros por dependencia de algún canal o intermediario.**

- **Redefinir el perímetro y alcance de supervisión de modo que se definan los criterios para determinar los intermediarios que tendrán supervisión directa e indirecta**

La regulación vigente respecto a supervisión de intermediarios de seguros en Colombia los clasifica en corredores, agentes y corredores asimilados, siendo los primeros sujetos a una supervisión directa y requerimientos prudenciales.

Esta clasificación de intermediarios ha perdido relación con la evolución del mercado y su estado actual, pues en el mercado operan agentes de seguro cuyo tamaño, cobertura e importancia resultan mayores a los de un gran número de corredores de seguros.

Adicionalmente, el objetivo de protección de recursos del público ha dejado de aplicar para los intermediarios de seguros en la medida en que la práctica de manejar recursos de las aseguradoras y los asegurados ésta en desuso en parte por los desarrollos tecnológicos de los medios de pago, el gravamen a los movimientos financieros y los procesos de gestión de riesgos de crédito y contraparte por parte de las compañías de seguros.

En consecuencia, la asimetría en las cargas regulatorias y de supervisión ha ocasionado que se presente una migración de corredores de seguros hacia la figura de agente, sin que esto se haya traducido en un cambio significativo en la manera en que conducen sus negocios.

Por lo que se aconseja redefinir el perímetro de supervisión entre los diferentes agentes. De esta manera, la supervisión se ejecutaría de dos formas bajo un esquema de supervisión basada en riesgos (SBR) y aplicando criterios prospectivos y de proporcionalidad:

1. Supervisión directa sobre aquellos intermediarios que cumplan los criterios mencionados a continuación.

2. Supervisión indirecta sobre aquellas entidades que no cumplen con los criterios indicados. Bajo este esquema, las compañías de seguros serían las responsables de asegurar que los intermediarios cuentan con la capacidad técnica y operativa y la idoneidad para conducir sus negocios de manera profesional y transparente.

**Recomendación #19: Redefinir el perímetro y alcance de supervisión de modo que se definan los criterios para determinar los intermediarios que tendrán supervisión indirecta y aquellos bajo supervisión indirecta, basados en variables tales como:**

- **Tamaño, volumen de negocios y población atendida**
- **Impacto en mercados y riesgo reputacional**
- **Complejidad y perfil de riesgo de los negocios**
- **Modelo de negocios:**
  - **¿Incluye el deber o labor de asesoría?**
  - **¿Cuál es la base de clientes atendida (nivel de sofisticación)?**
  - **¿Qué tipo de productos distribuye (grado de complejidad)?**
  - **¿Maneja recursos de la aseguradora y de los consumidores financieros?**
  - **¿Tiene propensión a incurrir en conflictos de interés (Consideraciones de grupos financieros)?**

- **Centralización del Sarlaft como mecanismo de agilización del proceso de conocimiento del cliente y disminución de costos en el proceso**

En la actualidad, el costo asociado a la implementación y cumplimiento del SARLAFT resulta elevado y dispendioso para muchas organizaciones. Los gastos relacionados con la evaluación inicial y las auditorías constantes, entre otras, generan una carga económica significativa para las compañías de seguros, en adición a los tiempos para su análisis.

Adicionalmente, las poblaciones sujetas de profundización en materia de seguros en general no cuentan con la información suficiente para realizar el KYC de forma tradicional.

Con el fin disminuir los costos asociados al producto y permitir el acceso de seguros a poblaciones vulnerables, se propone un plan de trabajo entre el supervisor y el gremio donde se realice la expedición de un contrato marco de modelo de adhesión de carácter obligatorio para los vigilados respecto de los lineamientos de información que deben ser considerados en el SARLAFT 4.0 de la Superintendencia Financiera de Colombia. Adicionalmente se recomienda que el gremio construya un repositorio centralizado, para que todos puedan compartir y acceder a la misma información, eliminando asimetría, procesos dispendiosos dentro de las compañías para conocimiento del cliente y costos derivados del mismo, con lineamientos mínimos establecidos por la entidad de regulación.

Así mismo, de las discusiones en los grupos de trabajo se evidenció que aún hay oportunidades para potenciar la implementación de la simplificación de normas de SARLAFT que ha expedido la SFC. En particular, parecería que aún muchas compañías no tienen una diferenciación de formatos de KYC para productos riesgosos y no riesgosos

y que la evaluación de todos los clientes se busca hacer al momento de la adquisición de la póliza y no al momento del pago del siniestro como lo permite la norma.

Adicionalmente, la entrada del sistema de finanzas abiertas en Colombia se constituye en una oportunidad para simplificar el *on-boarding* de consumidores financieros a partir de la información que reposa en otras entidades vigiladas, sean aseguradoras o no.

**Recomendación #20: Centralización del Sarlaft como mecanismo de agilización del proceso de conocimiento del cliente y disminución de costos en el proceso.**

- **Creación de un contrato marco de modelo de adhesión de carácter obligatorio para los vigilados respecto a la información que debe contener el SARLAF.**
- **Construcción de un repositorio con open data por parte de Fasecolda, para acceso de información de sus agremiados.**
- **Determinación de reglas mínimas sobre la información que debe contener el repositorio.**

**Recomendación #21: Generar una guía para la implementación del Sarlaft en poblaciones y/o productos de bajo riesgo.**

- **Criterios Segmentación de productos y/o poblaciones.**
- **Diferenciación de formularios de KYC para poblaciones de bajo riesgo.**
- **Estructuración del análisis de riesgo LAFT para evaluación al momento del pago del siniestro.**



 pnudcol

 @PnudColombia

 @pnudcolombia

 pnudcol

 PNUDenColombia

 comunicaciones.co@undp.org

Calle 84A #10-50, Piso 3  
+57 (1) 4889000  
Bogotá, Colombia