Unidad de Proyección Normativa y Estudios
de Regulación Financiera (URF)

Octubre de 2026

Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera

ESTUDIO

ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS EN COLOMBIA – CONVERGENCIA A MEJORES ESTÁNDARES Y PRÁCTICAS INTERNACIONALES

Resumen

El presente estudio analiza el estado actual de la comercialización de seguros en Colombia con el fin de identificar oportunidades que amplíen el acceso a los productos aseguradores, mejoren la experiencia del consumidor y fortalezcan un mercado más competitivo e inclusivo.

Para ello, parte de un diagnóstico, basado en la Consultoría de Logique Consulting (2025) y en análisis complementarios de Banca de las Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia, que evidencia una baja penetración del seguro frente a estándares internacionales, limitada cobertura rural, alta concentración en seguros masivos, y costos de comercialización crecientes que impactan en la oferta de productos y la inclusión financiera.

A partir de este diagnóstico, la URF evalúa la viabilidad de las 21 recomendaciones formuladas por la Consultoría y propone una hoja de ruta que agrupa las acciones según la entidad responsable de su implementación, diferenciando entre ajustes regulatorios y acciones de supervisión o gestión sectorial.

Autores:

Felipe Negrette Perdomo
Subdirector de Regulación Prudencial (SRP) (E)

Fidel Guerrero Arias
Asesor SRP

Diego Castañeda Vega
Asesor SRP

Milton García Guzmán
Asesor SRP

Palabras Clave:

Comercialización de seguros, canales de comercialización, corresponsalía, uso de red, inclusión financiera, hoja de ruta para el sector asegurador

Contenido

Introducción		4
1.	Diagnóstico de los esquemas de comercialización de seguros en Colombia	6
1.1.	Penetración y densidad de seguros	6
1.2.	Canales de comercialización	10
1.3.	Siniestralidad	15
1.4.	Gastos asociados a la comercialización	18
1.5.	Conclusiones sobre diagnóstico de esquemas de comercialización de seguros	19
2.	Análisis y consideraciones de la URF sobre recomendaciones realizadas por la Consultoría 2025	21
2.1.	Recomendación 1	21
2.2.	Recomendación 2	22
2.3.	Recomendación 3	26
2.4.	Recomendación 4	28
2.5.	Recomendación 5	29
2.6.	Recomendación 6	31
2.7.	Recomendación 7	32
2.8.	Recomendación 8	35
2.9.	Recomendación 9	38
2.10.	Recomendación 10	40
2.11.	Recomendación 11	42
2.12.	Recomendación 12	43
2.13.	Recomendación 13	45
2.14.	Recomendación 14	47
2.15.	Recomendación 15	48
2.16.	Recomendación 16	50
2.17.	Recomendación 17	53
2.18.	Recomendación 18	55
2.19.	Recomendación 19	58
2.20.	Recomendación 20	61
2.21.	Recomendación 21	62
3.	Hoja de ruta para incentivar la comercialización de seguros en Colombia	66
3.1.	Recomendaciones a ejecutar por parte de la URF	67
3.2.	Recomendaciones que se sugieren desarrollar por parte de la SFC	69
3.3.	Recomendaciones que se sugieren desarrollar por parte de las entidades aseguradoras	71
Bibliografía		73

Listado de acrónimos

BDO - Banca de las Oportunidades
CBJ - Circular Básica Jurídica (de la SFC)
CIPI - Comité de Interoperabilidad de los Pagos Inmediatos
DANE - Departamento Administrativo Nacional de Estadística
EOSF - Estatuto Orgánico del Sistema Financiero
FASECOLDA - Federación de Aseguradores Colombianos
IAIS - Asociación Internacional de Supervisores de Seguros
KYC - Conocimiento del Cliente (Know Yogur Customer)
LA/FT - Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo
MHCP - Ministerio de Hacienda y Crédito Público
MIS - Marco Integral de Supervisión
PEP - Personas Expuestas Políticamente
PIB - Producto Interno Bruto
PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
RIF - Reporte de Inclusión Financiera
RUS - Registro Único de Seguros
SAC - Sistema de Atención al Consumidor
SARLAFT - Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo
SBR - Supervisión Basada en Riesgos
SEDPE - Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos
SFC - Superintendencia Financiera de Colombia
SIAR - Sistema Integral de Administración de Riesgos
SMLMV - Salario Mínimo Legal Mensual Vigente
SOAT - Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito
SOFICOS - Sociedades de Financiación Colaborativa
SUCIS - Sistema Unificado de Consulta de Intermediarios de Seguros
URF - Unidad de Regulación Financiera
UVT - Unidad de Valor Tributario

Introducción

La comercialización de seguros constituye un elemento fundamental para el desarrollo del mercado asegurador, en la medida en que permite acercar los productos de protección financiera a los consumidores, facilitar el acceso a mecanismos de cobertura de riesgos y promover una mayor inclusión financiera. La evolución de las necesidades de los usuarios, los avances tecnológicos y la aparición de nuevos canales de distribución han transformado significativamente la forma en que las entidades aseguradoras diseñan, promocionan y distribuyen sus productos.

Bajo esta perspectiva, resulta relevante analizar las dinámicas de comercialización de seguros, identificando las características de los distintos canales de distribución, los actores que participan en el proceso, los marcos regulatorios aplicables y las tendencias que están redefiniendo la relación entre aseguradores y consumidores. Asimismo, es necesario evaluar los desafíos asociados a la transparencia de la información, la protección del consumidor financiero, la eficiencia operativa y la adopción de modelos digitales de distribución.

El propósito de este estudio es examinar el estado actual de la comercialización de seguros, con un enfoque principal en la necesidad de realizar ajustes a la regulación vigente, identificando oportunidades de mejora que contribuyan a ampliar el acceso a los productos aseguradores, fortalecer la experiencia del consumidor y promover un mercado más competitivo, eficiente e inclusivo.

Para el desarrollo del presente estudio, la URF adoptó un enfoque de análisis documental y regulatorio, tomando como principal insumo el informe técnico "Diagnóstico: El esquema de comercialización de seguros en Colombia y mejores estándares, prácticas internacionales y brechas de regulación", elaborado por Logique Consulting en el marco de la consultoría desarrollada en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Colombia. Dicho insumo se complementó con información estadística y sectorial proveniente de la Banca de las Oportunidades (BDO) y de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), en particular la contenida en el Reporte de Inclusión Financiera (RIF) de 2024, así como con la revisión del marco normativo vigente, principalmente el Decreto 2555 de 2010. Sobre esta base, la URF realizó un análisis técnico y regulatorio de cada una de las 21 recomendaciones formuladas por la Consultoría, evaluando su pertinencia, viabilidad jurídica y el nivel de intervención requerido, con el fin de

determinar posibles ajustes normativos y acciones a cargo de los distintos actores del ecosistema asegurador.

El estudio se organiza en tres capítulos. El primero presenta un diagnóstico de los esquemas de comercialización de seguros en Colombia, abordando la penetración y densidad del seguro, los canales de comercialización, la siniestralidad y los gastos asociados a la distribución. El segundo capítulo desarrolla el análisis y las consideraciones de la URF frente a cada una de las 21 recomendaciones formuladas por la Consultoría de 2025, evaluando su viabilidad e implicaciones regulatorias. Finalmente, el tercer capítulo presenta una hoja de ruta que agrupa las recomendaciones consideradas viables según la entidad responsable de su implementación, con las acciones preliminares identificadas para su desarrollo.

1. Diagnóstico de los esquemas de comercialización de seguros en Colombia

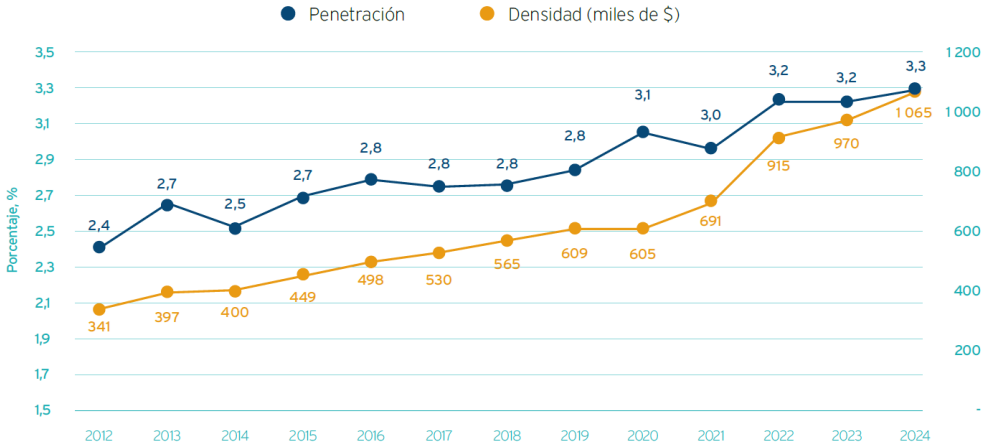
El objetivo de este apartado del documento es realizar una descripción del comportamiento de variables relacionadas con la comercialización de seguros en Colombia, tomando como base los aspectos tenidos en cuenta en la Consultoría Logique Consulting (2025) e incluyendo análisis realizados por la Banca de las Oportunidades (BDO) y la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) en el Reporte de Inclusión Financiera (RIF) de 2024. Estos análisis se incorporan en el presente estudio, de acuerdo con la siguiente clasificación temática: i) penetración y densidad de seguros, ii) canales de comercialización, iii) siniestralidad y comercialización de los seguros, y iv) gastos asociados a la comercialización de seguros.

1.1. Penetración y densidad de seguros

De acuerdo con la BDO la inclusión financiera en los seguros tiene como objetivo ampliar el acceso de personas y empresas a productos que protejan sus activos, su salud y su vida. Considerando el contexto colombiano, es fundamental diseñar seguros conforme a las necesidades de poblaciones vulnerables y grupos excluidos del sistema financiero. El reto del sector asegurador es desarrollar productos asequibles que brinden protección efectiva ante siniestros e imprevistos, respondiendo a las nuevas necesidades de protección y sectores de la población. El RIF 2025 señala que durante 2024 las primas emitidas[1] por las compañías de seguros alcanzaron $56,1 billones, lo que implicó un crecimiento real del 5,3 % con respecto a 2023. La penetración del sector asegurador, calculada como la relación entre el total de primas emitidas y el PIB, se ubicó en 3,3 %, y el indicador de la densidad del seguro, entendido como el gasto por habitante en seguros[2], ascendió nominalmente a $1.065.262, lo que representó un incremento real de 4,4 % frente a 2023.

[1] Primas emitidas se definen como la suma de las primas emitidas directas, las primas aceptadas en coaseguro, menos las cancelaciones o anulaciones de primas emitidas directas y coaseguro.
[2] Población estimada a 2024 de 52,7 millones según el DANE.

Gráfico 1. Penetración y densidad del seguro (2012-2024)



Fuente: BDO y SFC, 2025

Microseguros[3]:

De acuerdo con el RIF el mercado de los microseguros es pequeño en penetración y se concentra en algunas líneas de negocio y aseguradoras. El 2 % de las primas emitidas en 2024 correspondió a microseguros ($1,1 billones), participación similar a la observada en el 2023. Las compañías de seguros de vida emitieron el 43,8 % de las primas de microseguros, y las generales el 56,2 %.

Las líneas de negocio más representativas en los microseguros en 2024 fueron vida grupo voluntario (52,2 % de las primas con valor de $578 mil millones), accidentes personales (20,8% con $230 mil millones) y vida individual voluntario (4,2% con $46 mil millones). En estos tres ramos se concentran el 77,1% de las primas emitidas en microseguros. Por su parte, participan con montos entre $23 mil millones y $41 mil millones otras líneas de negocio como los seguros agropecuarios, exequiales y de incendio, terremoto o sustracción. Por último, con primas menores a los $12 mil millones, se registraron salud, hogar y responsabilidad civil. Para ese año, el 77,9% de los microseguros se vendieron masivamente, y el 67,9% de las primas emitidas estuvieron asociadas a pólizas colectivas.

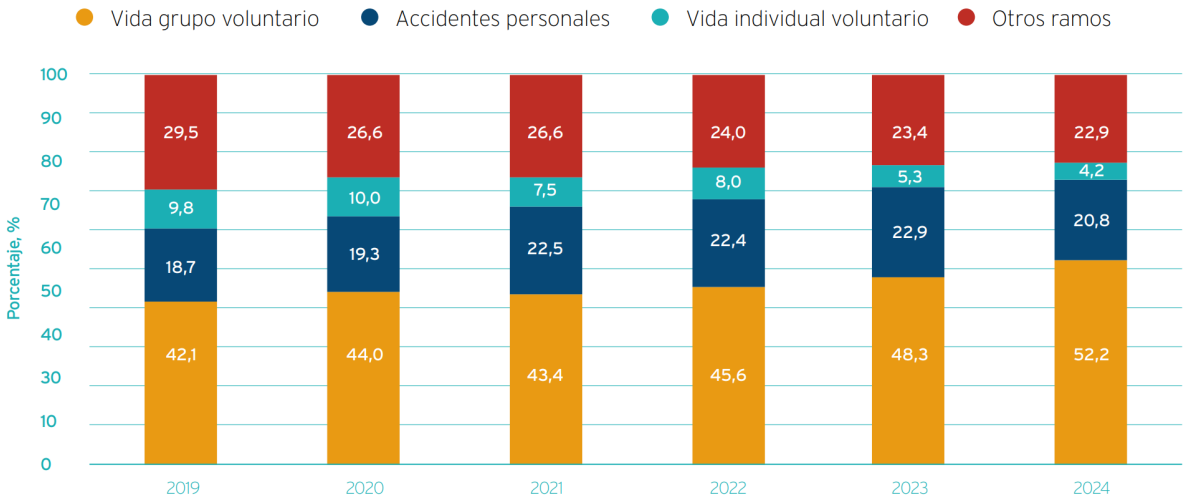
[3] La SFC indica que el Formato de Inclusión Financiera para Seguros establece cuatro condiciones generales para que un seguro sea considerado microseguro: (i) a quién está dirigido el seguro; (ii) que sea un seguro voluntario; (iii) que sea un seguro de fácil comprensión y manejo para los usuarios; y (iv) el monto de la prima, dependiendo el tipo de seguro (Brigard Urrutia, 2026).

Gráfico 2. Evolución de la participación de los microseguros sobre el total de primas (2019-2024)



Fuente: BDO y SFC, 2025

Gráfico 3. Participación de las primas emitidas en microseguros por ramo (2019-2024)

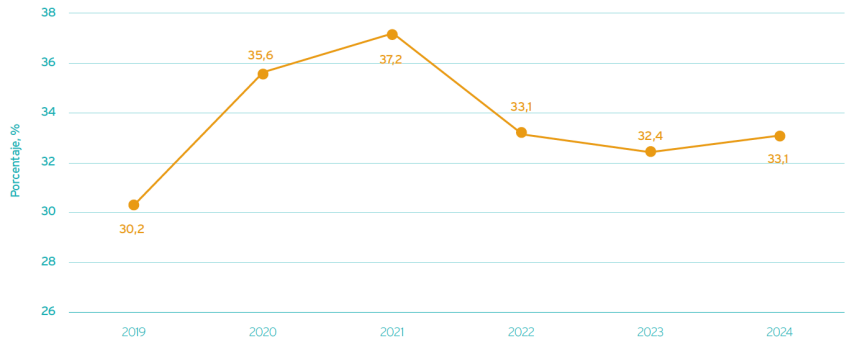


Fuente: BDO y SFC, 2025

Seguros masivos:

Por su parte, el RIF señala que el mercado de los seguros masivos es maduro, diversificado y continúa expandiéndose, comparado con el de microseguros. Esto se evidencia en que el 33,1% de las primas emitidas en 2024 correspondieron a seguros masivos ($18,4 billones), participación mayor a la observada en 2023.

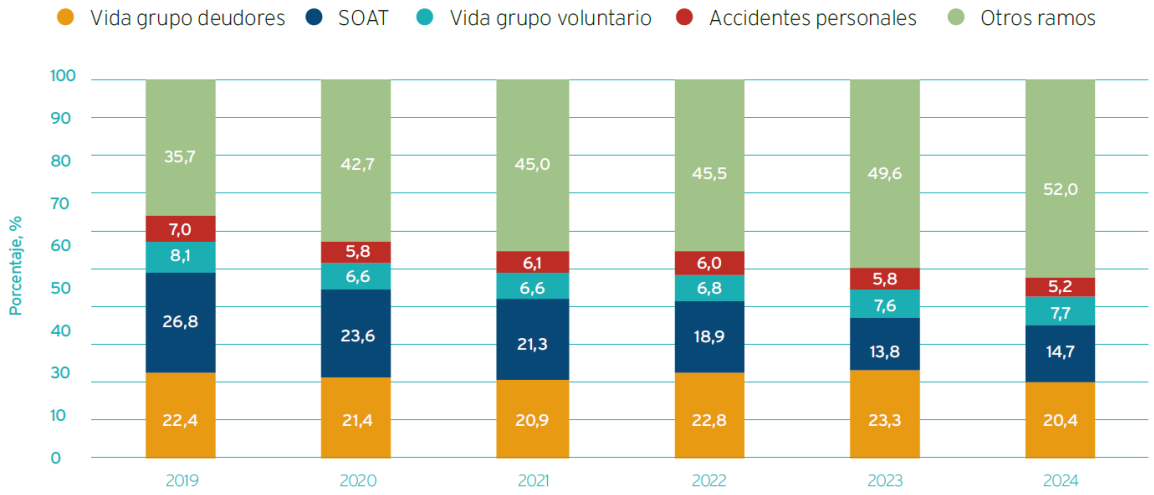
Gráfico 4. Evolución de la participación de los seguros masivos sobre el total de primas (2019-2024)



Fuente: BDO y SFC, 2025

Las compañías especializadas en seguros de vida vendieron el 54,6 % de los seguros masivos, en los que han ampliado su participación en los últimos años. El porcentaje restante fue comercializado por compañías de seguros generales. Las líneas de negocio más relevantes en este segmento en 2024 fueron los seguros de vida grupo deudores (20,4% de las primas) y el SOAT (14,7%).

Gráfico 5. Participación de las primas emitidas de seguros masivos por ramo (2019-2024)



Fuente: BDO y SFC, 2025

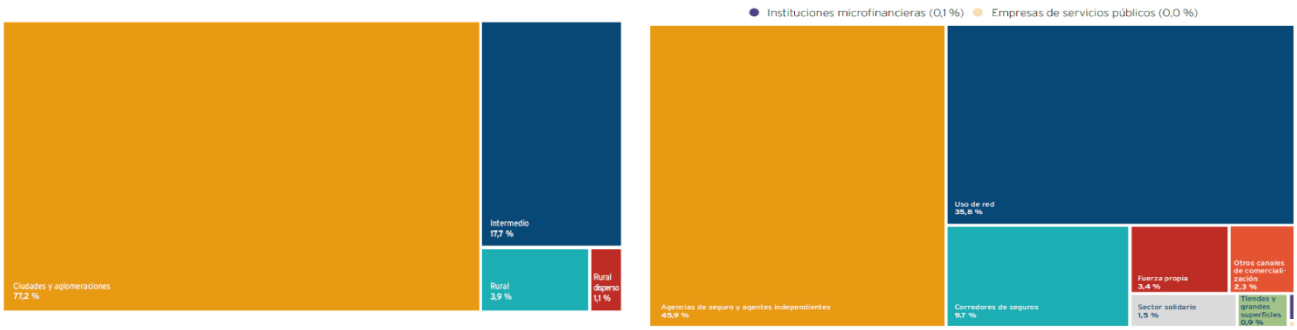
Por su parte, 34 de las 48 aseguradoras establecidas en Colombia vendieron seguros masivos; de ellas, las cinco con mayor producción concentraron el 48% de estas

primas. Ocho aseguradoras comercializaban casi exclusivamente este tipo de pólizas (80% o más de sus primas emitidas), diez se especializaban en comercializar estos productos (entre 33 % y 80 % de sus primas emitidas) y trece tenían participación no marginal en ellos (entre 10% y 33% de sus primas emitidas).

1.2. Canales de comercialización

El RIF (2025) indica que la cobertura que ofrece la industria aseguradora para adquirir pólizas alcanzó 202.565 puntos presenciales en 2024. El 77,2% de los puntos de acceso estaban en ciudades y aglomeraciones; 17,7%, en municipios intermedios; 1,1%, en municipios rurales; y 3,9%, en municipios rurales dispersos. Así, la participación de los puntos de acceso rurales y rurales dispersos fue de 5%, menor a la presentada en 2023 (9,5%). Los canales de comercialización con mayor número de puntos de acceso presencial en 2024 fueron el uso de red de otras entidades vigiladas por la SFC (35,8%) y las agencias de seguro y agentes independientes (45,9%). Les siguieron los corredores de seguros (9,7%) y la fuerza propia (3,4%). En zonas rurales, la presencia de la industria aseguradora se focaliza en el uso de red.

Gráfico 6. Puntos de acceso para adquirir seguros, por categoría de ruralidad y canal de comercialización en 2024

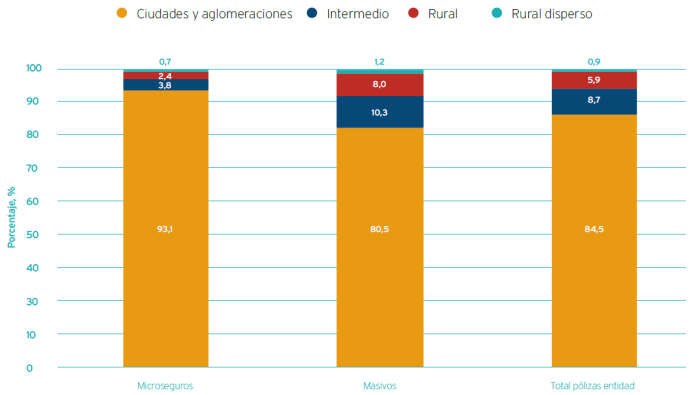


Fuente: BDO y SFC, 2025

Ahora bien, con respecto a los riesgos asegurados según nivel de ruralidad, se observa que el 84,5% de los riesgos asegurados (lugar de la propiedad o residencia de la vida asegurada) están localizados en ciudades; 8,7%, en municipios intermedios; 5,9%, en municipios rurales; y 0,9%, en municipios rurales dispersos. También se observa que tanto los microseguros como los masivos cubren una mayor cantidad de riesgos en ciudades y aglomeraciones, 93,1% y 80,5% respectivamente. Así mismo, se observa que para el aseguramiento por fuera de ciudades la industria

aseguradora cubre una mayor proporción de riesgos en seguros masivos que en los microseguros.

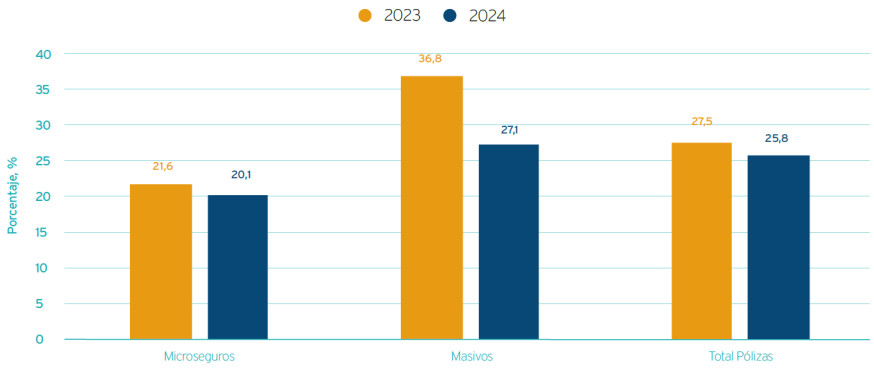
Gráfico 7. Participación por nivel de ruralidad de los riesgos asegurados, por tipo de seguro (2024)



Fuente: BDO y SFC, 2025

Pese a que la industria ha fomentado el desarrollo de canales no presenciales, propios y de aliados para conectar con clientes en forma óptima, ágil y con contenidos especializados, se observa una disminución en esta implementación. Las nuevas tecnologías han permitido que el 25,8% de los seguros comercializados en 2024 hayan usado herramientas no presenciales, como páginas web, aplicaciones móviles o centros de atención telefónica. El 27,1% de las primas emitidas de seguros masivos se comercializaron con herramientas no presenciales, mientras que en los microseguros esta cifra fue del 20,1 %.

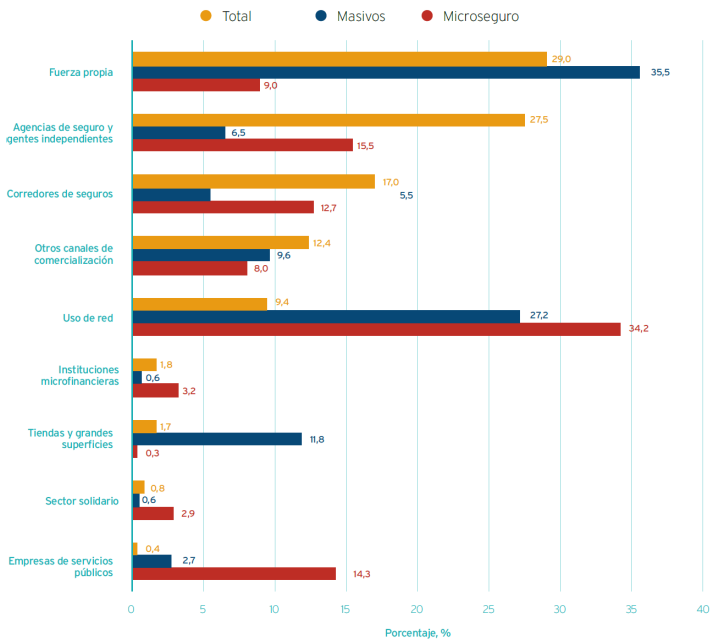
Gráfico 8. Participación de herramientas no presenciales en el total de primas emitidas por tipo de seguro (2023-2024)



Fuente: BDO y SFC, 2025

A nivel general, los canales de comercialización tradicionales siguen siendo los más usados para la venta de seguros. En 2024, la fuerza propia de ventas fue la más usada (29% de las primas emitidas), seguida de las agencias de seguros y agentes independientes (27,5%) y de los corredores de seguros (17%). Para el caso de los microseguros el canal más empleado para comercializar productos fue el uso de red (34,2% de las primas emitidas) y además se destacan las agencias y agentes (15,5%) y las empresas de servicios públicos (14,3 %). Por su parte, para los masivos se optó en mayor proporción por fuerza propia (35,5% del valor de las primas emitidas), seguida de uso de red (27,2%) y tiendas y grandes superficies (11,8%).

Gráfico 9. Participación de primas emitidas por canal de comercialización y tipo de seguro (2024)

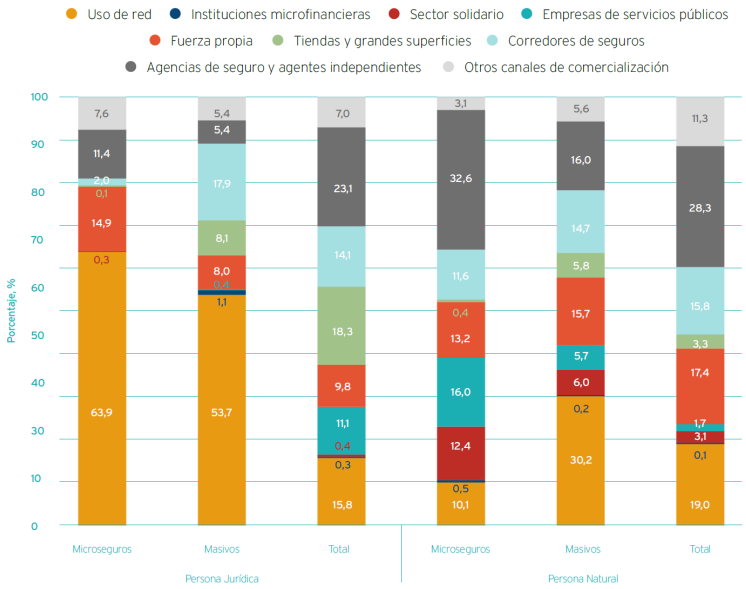


Fuente: BDO y SFC, 2025

El uso de canales también puede analizarse dependiendo de si el asegurado es una persona natural o jurídica. Para el primer caso, se presentó una mayor comercialización por medio de agencias de seguro y agentes independientes (28,3% de las personas naturales aseguradas). En el caso de las personas jurídicas, la participación por este canal también creció, alcanzando el 23,1%. Además, el 30,2% de las personas naturales aseguradas obtuvieron su seguro masivo a través del uso de red. Entre las personas jurídicas, el 47% se aseguraron por medio de canales de

comercialización tradicionales, participación que es menor en el caso de microseguros (28,3%) y seguros masivos (31,3%).

Gráfico 10. Participación de asegurados por canal de comercialización, por tipo de seguro y persona (natural y jurídica)

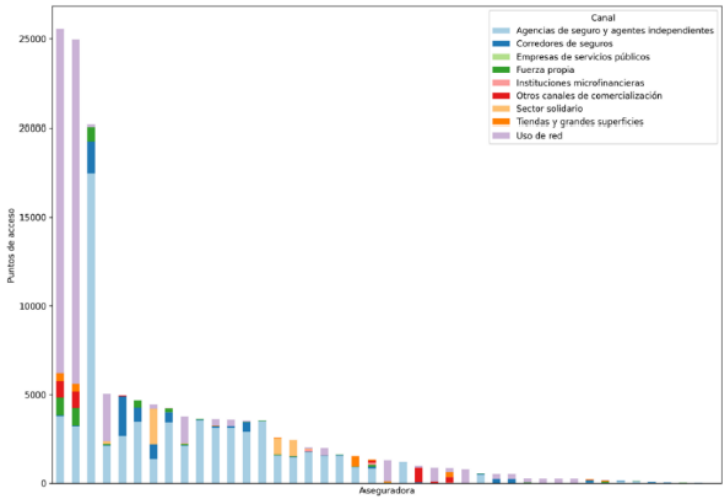


Fuente: BDO y SFC, 2025

De acuerdo con Logique Consulting (2025) una porción significativa de la distribución de seguros en Colombia se realiza por medio de intermediarios como agencias de seguros y agentes independientes. En 2023, alrededor del 45% de los puntos de acceso para la adquisición de seguros correspondía a intermediarios de seguros con una proporción similar en el canal de uso de red. Sin embargo, al evaluar las cifras por aseguradora se identifica que la mayoría de los puntos de acceso están concentrados, en solamente dos aseguradoras. Al extraer estas dos aseguradoras de la base de análisis, la proporción de puntos de acceso que corresponden a intermediarios de seguros se incrementa a cerca del 74%.

La Consultoría señala que esta estructura de comercialización se diferencia del sector bancario y 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 y puesta en marcha de estrategias y/o cambios estructurales y transversales como sí ocurre en el caso de los corresponsales bancarios.

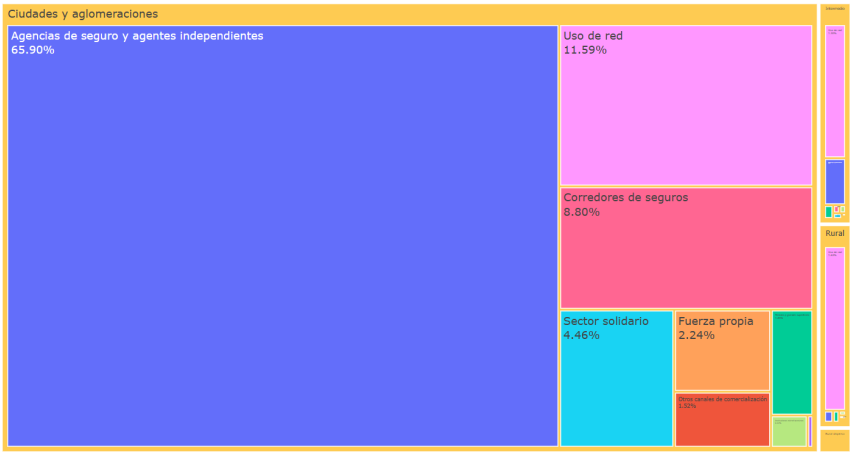
Gráfico 11. Puntos de acceso por canal, ciudades y aglomeraciones (2023)



Fuente: Logique Consulting, 2025

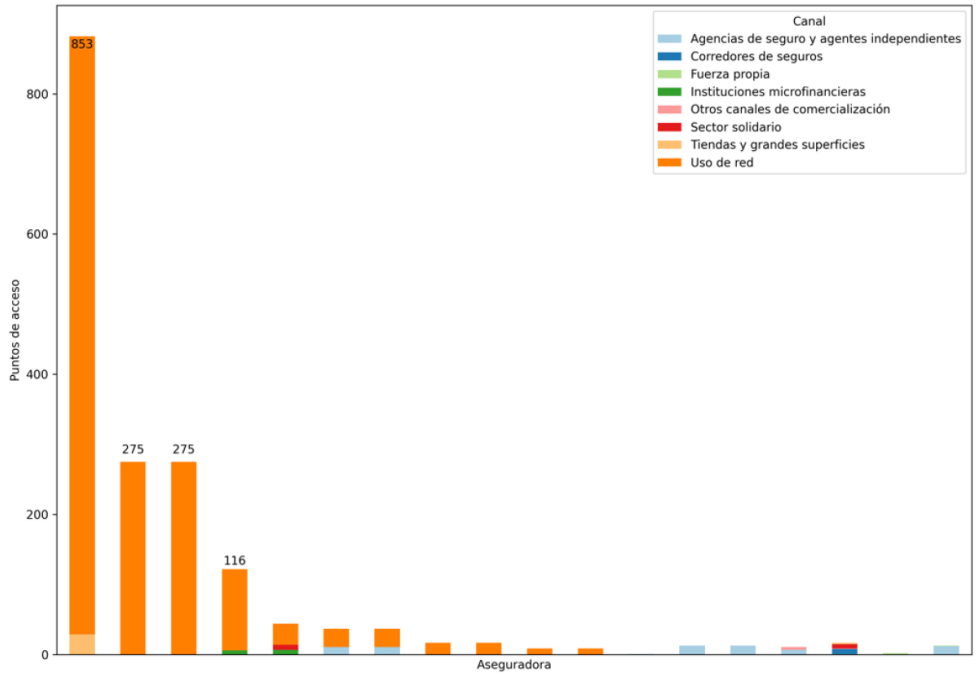
Al observar el uso de canales de comercialización en zonas rurales y rurales dispersas, se encuentra que la mayor participación se encuentra en el uso de red, con el 93% de los puntos de acceso rurales en el total. Así mismo, cabe destacar la baja participación de los canales de corresponsalía y otros canales para la distribución de seguros, considerando que estos son los canales identificados como aquellos con mayor potencial para la profundización de seguros en poblaciones poco bancarizadas (Logique Consulting, 2025).

Gráfico 12. Puntos de acceso para adquirir seguros, por categoría de ruralidad y canal de comercialización (2023)



Fuente: Logique Consulting, 2025

Gráfico 13. Participación de canales en zonas rurales y rurales dispersas (2023)



Fuente: Logique Consulting, 2025

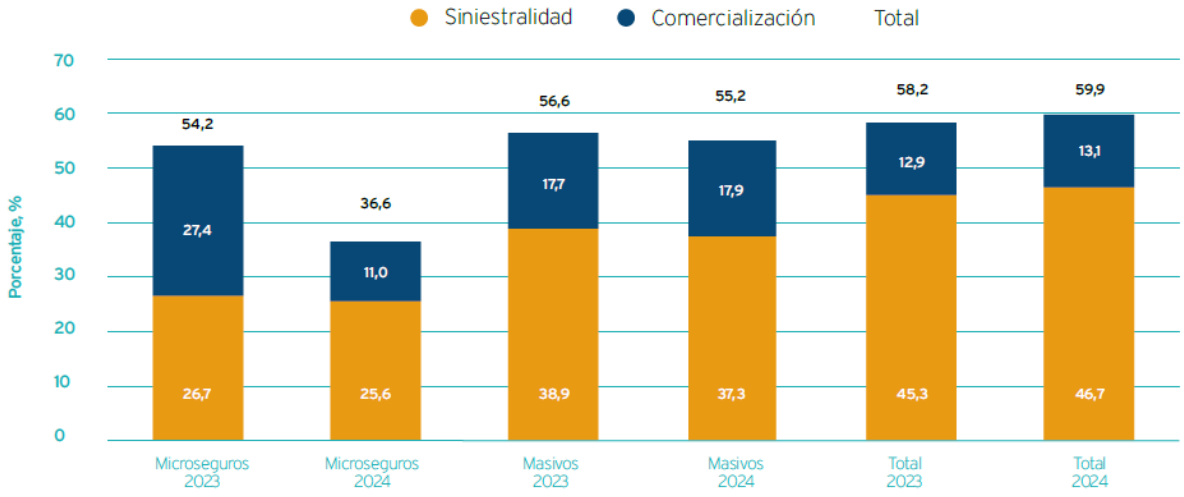
1.3. Siniestralidad

La tasa de siniestralidad es la fracción de las primas emitidas que utilizó la aseguradora para indemnizar los siniestros de sus asegurados. De acuerdo con el RIF (2025) este indicador en 2024 fue de 46,7%, mayor al observado en 2023, de 45,3%. Por tanto, de cada $100 en primas emitidas, la industria aseguradora reconoció a los beneficiarios de sus pólizas $46,7 en siniestros.

No obstante, el comportamiento de la siniestralidad total, en 2024 se observó una disminución de esta tasa tanto en microseguros como en seguros masivos, aunque sustancialmente en los primeros. En estos dos productos, en particular, estas tasas siguen siendo menores que para el total de la industria: en seguros masivos fue 37,3% (9,4% menor a la industria), y en microseguros, 25,6%. Este último porcentaje implicó un menor pago de siniestros a los beneficiarios en comparación con el promedio de la industria ($21,1 menos de indemnizaciones por cada $100 en primas).

De acuerdo con el RIF (2025) también se puede observar que los microseguros y los seguros masivos hacen mayor uso de canales no tradicionales para contactar potenciales clientes y expedir sus pólizas, por lo que incurren en gastos de remuneración por la intermediación. Por consiguiente, en estos dos productos los costos de comercialización[4] ascendieron al 28,9% de las primas emitidas en promedio, casi 15,8% más que para el total de la industria.

Gráfico 14. Tasas de siniestralidad y comercialización, por tipo de seguro (2023-2024)

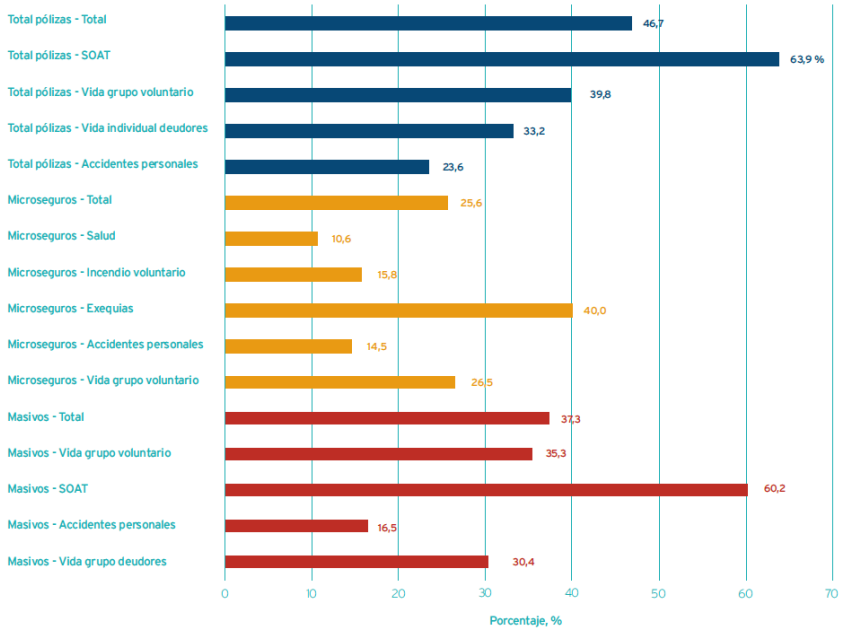


Fuente: BDO y SFC, 2025

Al segmentar la tasa de siniestralidad en las líneas de negocio, se observó heterogeneidad entre los principales ramos de cada tipo de seguro. El microseguro, en particular, frecuentemente presentó las menores tasas (gráfica 19). Por ejemplo, en el segmento de vida grupo voluntario el indicador total fue de 39,8 %, mientras que en pólizas masivas llegó a 35,3%, y para microseguros correspondió a un 26,5%. En accidentes personales, la tasa de siniestralidad es también mayor para el total de pólizas de la entidad (24,3%) que para los seguros masivos (17,7%) y los microseguros (14,1%).

[4] Los gastos de comercialización descritos incluyen la remuneración a favor de intermediarios dependientes e independientes, remuneraciones por uso de red y a canales de comercialización

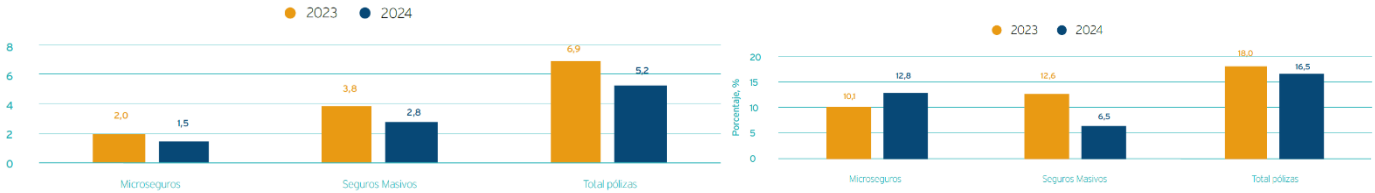
Gráfico 15. Tasas de siniestralidad por tipo de seguro y para sus principales ramos (2024)



Fuente: BDO y SFC, 2025

El valor promedio del siniestro pagado en 2024 disminuyó para el total de pólizas de la industria, quedando en $5,2 millones. En el caso de los microseguros, este indicador siguió bajando en el último año, llegando a $1,5 millones. El mismo fenómeno se presentó en los seguros masivos, con una reducción de $3,8 millones a $2,8 millones. Por su parte, la tasa de rechazos de siniestros disminuyó para el total de pólizas y seguros masivos, mientras que en el caso de microseguros aumentó hasta el 12,8 %.

Gráfico 16. Siniestros promedio por tipo de seguro y tasa de rechazo de siniestros 2023 y 2024

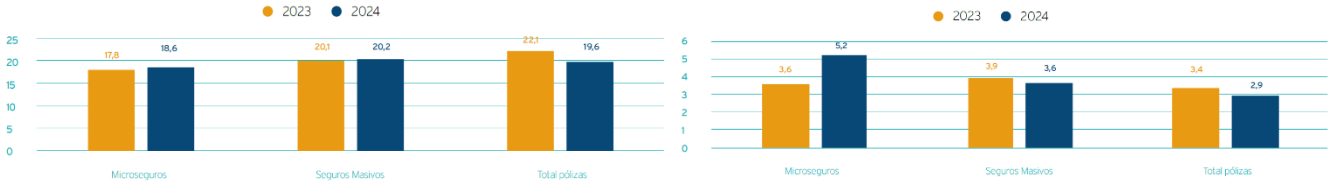


Fuente: BDO y SFC, 2025

Entretanto, el número de días promedio para el pago del siniestro se redujo para el total de pólizas, alcanzando los 19,6 días, mientras que en seguros masivos y

microseguros este valor aumentó, con niveles menores en el primer caso. Por último, el nivel de insatisfacción de los usuarios, medido por el número de quejas por cada 1000 pólizas vigentes, disminuyó durante el último año. Los seguros masivos presentaron los mayores registros en este sentido, con 3,6 quejas por cada 1000 pólizas, cifra ligeramente menor a la del año anterior, de 3,9.

Gráfico 17. Días promedio para el pago de siniestros y quejas por cada 1000 pólizas vigentes



Fuente: BDO y SFC, 2025

1.4. Gastos asociados a la comercialización

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, Logique Consulting (2025) realizó 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 permitió realizar *clusters* por ramos y evaluar la significancia estadística de las relaciones.

A través de los resultados se pudo identificar las variables con mayor relevancia estadística.

Tabla 1. Resultados de regresión lineal

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

Fuente: Logique Consulting, 2025

La Consultoría realizada señala que 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. En este sentido, se puede observar una relación al 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 pueden indicar que el uso del canal de corresponsalía genera disminuciones en los costos de comercialización, lo cual soporta algunas de las recomendaciones realizadas por esa Consultoría y que se resumen en el siguiente capítulo. En todo caso, a través de los espacios de trabajo desarrollados con la industria, se detectó que los costos de comercialización asociados al uso de algunos canales se contabilizan como gastos administrativos debido a interpretaciones normativas.

1.5. Conclusiones sobre diagnóstico de esquemas de comercialización de seguros

Tomando como base la información disponible en los análisis presentados con anterioridad, se realizan algunas conclusiones generales sobre lo que se puede observar con respecto a la situación actual de comercialización de seguros en Colombia:

- El sector asegurador colombiano muestra un crecimiento sostenido en primas y gasto per cápita, pero la penetración como porcentaje del PIB permanece baja frente a estándares internacionales (OECD, 2025), evidenciando un mercado con potencial de expansión.
- El mercado de microseguros es incipiente y concentrado en pocas líneas de negocio y aseguradoras, con una oferta insuficiente para los segmentos de bajos ingresos. Los seguros masivos, en contraste, presentan mayor madurez y dinamismo, aunque con alta concentración en pocas compañías, lo que puede mostrar limitaciones en términos de competencia y la innovación.

- La red de distribución está fuertemente concentrada en zonas urbanas, con presencia muy limitada en territorios y una cobertura rural que ha retrocedido, lo que sigue representando una barrera para la inclusión aseguradora.
- Los intermediarios, agencias y agentes independientes, dominan la distribución de seguros bajo una lógica descentralizada que responde principalmente a sus propias dinámicas. Esto dificulta la implementación de estrategias transversales, a diferencia del modelo de corresponsalía bancaria.
- Los canales digitales y no presenciales han avanzado, pero siguen siendo minoritarios frente a los tradicionales y muestran señales de desaceleración en su adopción.
- En zonas rurales, el uso de red concentra casi la totalidad de los puntos de acceso, mientras que la corresponsalía, que es el canal que se ha identificado con mayor potencial para poblaciones poco bancarizadas, todavía presenta una presencia marginal, lo que representa una oportunidad que todavía no se ha desarrollado para avanzar en la comercialización de seguros.
- La siniestralidad del sector muestra una tendencia creciente. Los microseguros y seguros masivos registran tasas de siniestralidad notoriamente inferiores al promedio de la industria, lo que, combinado con sus altos costos de comercialización, sugiere que el valor efectivamente transferido al asegurado es proporcionalmente bajo. La tasa de rechazo de siniestros en microseguros va en aumento, y los tiempos de pago en seguros masivos y microseguros se han incrementado. El nivel de quejas en seguros masivos, aunque decreciente, sigue siendo el más alto del sector, señalando retos en la experiencia posventa del consumidor.
- Los costos de comercialización de microseguros y seguros masivos superan ampliamente el promedio de la industria, afectando su viabilidad e inhibiendo su expansión en segmentos de bajos ingresos.
- Los canales tradicionales generan mayores gastos de comercialización, mientras que la corresponsalía muestra potencial de reducción de costos. Sin embargo, existe una distorsión en la medición de estos gastos, ya que algunos se contabilizan como administrativos, lo cual impide una evaluación precisa de la eficiencia por canal. Los altos costos de conocimiento del cliente y de algunas transacciones bancarias, aumentan la carga operativa para los seguros inclusivos.

2. Análisis y consideraciones de la URF sobre recomendaciones realizadas por la Consultoría 2025

A partir del informe técnico entregado por Logique Consulting a la URF, en su versión para comentarios del 7 de marzo de 2025, la URF en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD en Colombia, publicó para comentarios de los diferentes actores que intervienen en el ecosistema de comercialización de seguros en Colombia y la comunidad en general, el documento *"Diagnóstico: El esquema de comercialización de seguros en Colombia y mejores estándares, prácticas internacionales y brechas de regulación",* en el cual se detallan 21 recomendaciones del consultor externo que se consideran pueden apoyar el avance en la distribución de seguros de una manera más inclusiva, promoviendo la innovación, la mejora de experiencia del consumidor y el dinamismo del sector, las cuales se propone sean desarrolladas en conjunto por el regulador, el supervisor, los gremios y sus entidades.

A continuación, se presenta un resumen de las recomendaciones formuladas por esta Consultoría, junto con las conclusiones derivadas de cada una de ellas, luego del análisis específico de cada una realizado por la URF:

2.1. Recomendación 1

Creación de la mesa permanente de análisis y coordinación estratégica de los canales de distribución de la industria.

Considerando que existe una proporción significativa de los seguros en Colombia se distribuye a través de intermediarios, tales como agentes de seguros y agentes independientes, lo que implica que las estrategias de comercialización se desarrollen de manera descentralizada y en muchos casos, respondan principalmente a las necesidades y dinámicas propias de dichos actores, se propone la creación de una mesa permanente de análisis y coordinación estratégica.

Esta instancia tendría como propósito facilitar la formulación, articulación e implementación de estrategias, así como la adopción de los ajustes estructurales y transversales orientados al fortalecimiento de los canales de distribución del sector.

Se propone que dicha mesa sea liderada por la Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera (URF) y la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), con la participación de los gremios representativos de la industria

aseguradora y de los intermediarios de seguros. Así mismo, se considera que este mecanismo debe contar con un esquema de gobernanza claramente definido, así como un plan de trabajo de mediano plazo que establezca objetivos, responsables y mecanismo de seguimiento, con especial énfasis en el monitoreo de indicadores relacionados con el acceso, cobertura y calidad de los seguros.

El análisis desarrollado por la URF sobre esta recomendación lleva a indicar que, si bien se reconoce la importancia de que el sector asegurador en Colombia, y en particular, los intermediarios de seguros cuenten con mejores estrategias de comercialización que promuevan cambios estructurales en su ejecución, se observa que esta Unidad no dispone de facultades legales para liderar una mesa permanente de análisis entre los diferentes actores y canales de comercialización. Sin perjuicio de lo anterior, la URF en ejercicio de sus funciones, dispone de canales permanentes de dialogo abiertos con todos los actores del sistema financiero y la comunidad en general para promover una participación efectiva en el proceso de construcción normativa.

En este sentido, la URF recomienda que la instancia de discusión, donde se promuevan buenas prácticas en la distribución sea liderada por la industria aseguradora y de intermediarios. No obstante, deberá garantizarse en todo momento la autonomía de cada uno de los actores, en cumplimiento de los principios de protección a la libre competencia en el mercado y de respeto a libertad de la empresa.

Así mismo, se destaca la importancia de que la industria aseguradora y de intermediarios continúen implementando estrategias de comercialización ajustadas a sus necesidades, al tipo de seguro, a la caracterización del consumidor potencial y a las particularidades geográficas. De esta manera, se favorece la adecuación de la fase de comercialización de los seguros a las diversas realidades y requerimientos de los consumidores financieros.

2.2. Recomendación 2

Se deben generar mecanismos para que las aseguradoras incorporen una estrategia de distribución en la estructuración de sus productos.

Como se señala en el capítulo 1 del presente documento, la Consultoría de Logique Consulting (2025) identifica la necesidad de fortalecer la forma en que las aseguradoras diseñan y gestionan sus estrategias de distribución en el mercado colombiano. Actualmente, una proporción significativa de la comercialización de

seguros se realiza a través de intermediarios, tales como agentes de seguros y agentes independientes, quienes representaron cerca del 45% de los puntos de acceso en 2023.

No obstante, al excluir del análisis a las dos aseguradoras con mayor presencia en el mercado, la participación de estos intermediarios asciende al 74%, lo que evidencia una alta dependencia del canal y, la necesidad de promover una mayor diversificación y optimización de los modelos de distribución. En este contexto se recomienda implementar mecanismos que permitan a las aseguradoras incorporar de manera sistemática la estrategia de distribución como un componente transversal dentro del proceso de estructuración y diseño de sus productos.

Para ello, resulta necesario que las entidades desarrollen capacidades institucionales orientadas a integrar consideraciones comerciales y operativas desde las etapas iniciales del diseño del producto. Como parte de esta estrategia, se propone promover la generación y análisis periódico de la información relacionada con el desempeño y la eficiencia de los distintos canales de distribución, con el propósito de fortalecer la toma de decisiones estratégicas y operativas.

Así mismo se recomienda desarrollar programas de capacitación dirigidos a las áreas responsables de la estructuración de productos, enfocados en el conocimiento del funcionamiento, riesgos, oportunidades y mejores prácticas asociadas a los diferentes canales de distribución, incluyendo canales tradicionales, digitales, corresponsales y esquemas de uso de red, de manera que los equipos responsables incorporen de manera efectiva la variable de la distribución dentro del diseño y gestión del portafolio de seguros.

Frente a esta recomendación, la URF considera importante inicialmente hacer alusión a la normativa vigente, la cual fija criterios para que las entidades aseguradoras incorporen aspectos clave de distribución al momento de diseñar sus productos, particularmente aquellos que se comercializan mediante contratos de uso de red o a través de corresponsales.

El Decreto 2555 de 2010, en su artículo 2.31.2.2.1 y siguientes, establece requisitos de universalidad, sencillez y estandarización que facilitan la comercialización masiva de seguros mediante la red de los establecimientos de crédito u otras entidades autorizadas, así como por medio de corresponsales. A su vez, el artículo 2.31.2.2.3 del mismo decreto, contempla condiciones que promueven una adecuada distribución mediante el uso de red, tales como la capacitación por parte de la entidad usuaria y la adopción de medidas que permitan al público identificar claramente a la entidad

usuaria de la red como independiente y autónoma de aquella que presta la infraestructura.

Estas disposiciones se complementan con la Circular Básica Jurídica de la SFC (Superintendencia Financiera de Colombia, 2025) (Parte I, Título II, Capítulo I. Canales, medios, seguridad y calidad en el manejo de información en la prestación de servicios financieros), que establece requisitos específicos para los seguros comercializados a través de redes. Entre ellos se destacan: I) la obligación de asegurar que las pólizas incluyan exclusiones y coberturas claras y concisas, redactadas en lenguaje que no sea ambiguo; II) la exigencia de procedimientos simplificados para la reclamación de siniestros, informados al momento de la contratación; y III) la prohibición de parametrizar condiciones particulares para los consumidores.

En cuanto a la corresponsalía, la misma Circular dispone normas especiales que demandan por parte de las entidades aseguradoras verificar la actividad y condiciones en que se ofrecen sus productos mediante los corresponsales, exigiendo una debida capacitación de estos, teniendo como centro la protección a los consumidores financieros durante todo el ciclo de comercialización del seguro.

Adicionalmente, esta norma incluye disposiciones sobre el material publicitario de productos o servicios ofrecidos por este canal, orientadas a garantizar que se brinde información clara sobre las condiciones adquiridas y las obligaciones necesarias para mantener la cobertura. Así mismo, exige que los modelos de pólizas comercializados por corresponsales estén disponibles tanto en el canal como en la página web de la entidad, diferenciándose de los modelos ofrecidos por otros medios.

Finalmente, respecto de las instrucciones de la SFC para el uso de canales, se resalta que las entidades deben adoptar medidas para promover estrategias de omnicanalidad en la prestación de sus servicios financieros, que tengan en cuenta las políticas de gestión de riesgos y el modelo de negocio de la entidad, así como las particularidades de cada operación. Esta omnicanalidad es definida como la estrategia que busca mejorar la experiencia del consumidor y la eficiencia operativa, proporcionando la mayor homogeneidad posible en los diferentes canales y el uso de varios de ellos en la ejecución de las operaciones, cuando esto resulte procedente.

Por otra parte, la Circular Básica Jurídica de la SFC, en su capítulo II, título III, parte I, "*Instancias de atención al consumidor en las entidades vigiladas*" incluye igualmente disposiciones que hacen referencia, de manera indirecta, a la recomendación de generar mecanismos para que las aseguradoras incorporen una

estrategia de distribución en la estructuración de sus productos; así, en relación al Sistema de Atención al Consumidor (SAC) con el que deben contar las entidades aseguradoras, se requiere bajo el marco del principio de trato justo, que en el diseño, ofrecimiento y prestación de productos y servicios (i) se atiendan las necesidades y expectativas de los consumidores financieros, (ii) se les suministre y tengan acceso a información clara, transparente y oportuna, acorde con las necesidades y perfil del consumidor financiero en todo el ciclo de vida del producto, y (iii) que no existan barreras para movilizarse entre diferentes productos, servicios y entidades financieras, ni para la interposición de quejas o reclamos.

Estas instrucciones exigen por parte de las entidades aseguradoras considerar, en el diseño de sus productos, su forma de comercialización, complejidad, y demás aspectos que sean necesarios para satisfacer las necesidades y expectativas de sus consumidores financieros.

Esta normatividad especial se encuentra alineada con la regulación general contenida en el artículo 7 de la Ley 1328 de 2009 (Congreso de Colombia, 2009), que impone a las entidades vigiladas la obligación de entregar los productos o prestar los servicios en las condiciones informadas, ofrecidas o pactadas con el consumidor financiero, empleando adecuados estándares de seguridad y calidad.

De esta manera, desde un enfoque regulatorio, esta Unidad considera que las entidades aseguradoras hoy en día cuentan con la habilitación y mandato legal y regulatorio necesarios para incorporar estrategias de distribución en la estructuración de sus productos, lo que implica el deber de adaptar los productos de seguros a los distintos medios o canales de comercialización empleados.

Respecto a la recomendación de generar información sobre la eficiencia de los canales de comercialización para facilitar la toma de decisiones, se observa que actualmente la información recaudada por la SFC permite segmentar los canales de distribución por tipo de seguro y participación de asegurados en cada uno. Sin embargo, persisten oportunidades de mejora en la generación de datos que permitan evaluar la relación costo/beneficio de cada canal, con una mayor desagregación de los elementos que conforman los costos de comercialización. La información por tipo de canal podría incorporar elementos adicionales que contribuyan a la labor de supervisión, tales como, tasas de rechazo, tiempos de pago, cancelaciones y persistencias de las pólizas, reclamaciones, entre otros.

2.3. Recomendación 3

Modificaciones a la no objeción del Contrato de Uso de Red.

Se propone modificar el Artículo 2.31.2.2.4 del Decreto 2555 de 2010 (Presidente de la República de Colombia, 2010) con el propósito de armonizar el tratamiento regulatorio del contrato de uso de red con el régimen aplicable a los contratos de corresponsalía, eliminando el trámite de no objeción previo por parte de la SFC. En su lugar, las entidades vigiladas deberán mantener en su domicilio principal la información completa, actualizada y verificable de los contratos, disponible para consulta de la autoridad de supervisión cuando esta lo requiera.

Esta propuesta responde a que los contratos de uso de red y de corresponsalía presentan riesgos comparables y pueden ser supervisados adecuadamente mediante mecanismos de control posterior. El requisito de no objeción genera cargas administrativas, retrasa la implementación de nuevos acuerdos, introduce incertidumbres sobre los tiempos y alcances del procedimiento y crea una asimetría regulatoria frente a la corresponsalía, que no exige autorización previa.

La modificación propuesta fortalecería un esquema de supervisión basada en riesgos, reforzando la responsabilidad de las entidades en la gestión, monitoreo y control de los terceros que participan en la distribución de productos financieros y aseguradores.

Asimismo, permitiría a la SFC ejercer sus funciones de inspección y vigilancia mediante el acceso oportuno a la documentación contractual y a la evidencia de los controles implementados para mitigar riesgos operativos, de cumplimiento, seguridad, fraude y protección al consumidor financiero.

Al respecto, la URF se permite señalar que el esquema de comercialización de productos financieros y aseguradores en Colombia incluye mecanismos que permiten a las entidades vigiladas ampliar sus canales de distribución mediante terceros, como ocurre con los contratos de corresponsalía y los contratos de uso de red. Estos últimos están actualmente sujetos a un trámite de no objeción por parte de la SFC, lo que genera cargas administrativas y demoras que afectan la eficiencia operativa, a diferencia de los contratos de corresponsalía que no requieren autorización previa.

Luego de realizar un análisis del marco normativo vigente se observa, en primer lugar, que existe una asimetría regulatoria, ya que los contratos de uso de red exigen no objeción pese a presentar riesgos comparables con los de corresponsalía, y a que ambos pueden ser evaluados adecuadamente mediante supervisión posterior. En

segundo lugar, el requisito de no objeción introduce trámites que retrasan la puesta en marcha de nuevos acuerdos y reducen la capacidad de las entidades vigiladas para adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado. Adicionalmente, el procedimiento actual no ofrece suficiente claridad sobre sus alcances y tiempos, lo que genera incertidumbre y afecta la aplicación uniforme de la norma. Finalmente, el valor agregado del control previo es limitado, puesto que la SFC cuenta con herramientas suficientes dentro de sus procesos ordinarios de supervisión para verificar el cumplimiento normativo de estos contratos sin necesidad de una revisión anticipada.

Con el fin de promover una regulación más coherente, simplificar cargas y mejorar la eficiencia del sistema, se propone equiparar el tratamiento de los contratos de uso de red al de los contratos de corresponsalía, eliminando la obligación de obtener no objeción previa. Para ello, se recomienda modificar el artículo 2.31.2.2.4 del Decreto 2555 de 2010, de modo que las entidades vigiladas no deban solicitar autorización para celebrar estos contratos y, en su lugar, mantengan en su domicilio principal una copia completa y actualizada de los mismos, conservando una debida trazabilidad de las modificaciones contractuales; garanticen la mitigación de riesgos operativos, de cumplimiento y seguridad; y, aseguren que su ejecución respete los principios de idoneidad, seguridad, transparencia y protección al consumidor.

Para el efecto, se propone establecer un periodo de transición para que las aseguradoras puedan adecuar sus procesos internos y esquemas de gestión de riesgos al nuevo modelo, y precisar el tratamiento de los contratos que se encuentren en trámite al momento de la eventual entrada en vigencia de la modificación.

Por su parte, la SFC conservaría la facultad de requerir en cualquier momento la documentación contractual, información sobre su operación y evidencia de los controles implementados por la entidad vigilada, así como velar por el cumplimiento de las demás instrucciones que se impartan para una adecuada supervisión del cambio de modelo. Este enfoque armoniza el tratamiento regulatorio, elimina redundancias y fortalece la gestión de riesgos, permitiendo a la autoridad concentrarse en mecanismos de supervisión posteriores más eficientes y alineados con las mejores prácticas internacionales.

Esta modificación contribuiría a un marco normativo más ágil, consistente y proporcional al riesgo, sin comprometer la capacidad de supervisión de la autoridad ni la protección del consumidor.

2.4. Recomendación 4

Ampliación para otras entidades vigiladas del contrato de uso de red.

La Consultoría en esta recomendación propone ampliar el alcance legal del contrato de uso de red para permitir su utilización por parte de otras entidades vigiladas distintas de los establecimientos de crédito, incluyendo a las Sociedades de Financiación Colaborativa (SOFICOS). El objetivo de esta medida es fortalecer la capilaridad y eficiencia en la distribución de seguros universales, sencillos y de comercialización masiva, facilitando su acceso en segmentos con menores niveles de bancarización.

El argumento expone que, si bien el Decreto 2555 de 2010 permite la utilización de redes de distintas entidades del sector financiero, como sociedades de servicios financieros, comisionistas de bolsa, sociedades administradoras de inversión, depósitos centralizados de valores y SEDPE, el marco legal contenido en la Ley 389 de 1997 (Congreso de Colombia, 1997) restringe el uso del contrato de red exclusivamente a los establecimientos de crédito. Esta limitación impide que otros actores vigilados puedan participar en la distribución de seguros bajo este esquema.

En consecuencia, para habilitar la participación de nuevas entidades en la comercialización de seguros mediante contratos de uso de red, se requeriría una modificación legislativa a la Ley 389 de 1997, así como la correspondiente armonización normativa en el Decreto 2555 de 2010. Esta reforma permitiría ampliar los puntos de acceso a productos, promover la inclusión financiera y aseguradora, y fortalecer la cobertura de seguros esenciales para la población.

Frente a esta recomendación, la URF observa que el marco jurídico ya permite que entidades vigiladas distintas a los establecimientos de crédito participen en esquemas de uso de red para la comercialización de seguros, por lo que no se identifica una restricción legal que justifique una modificación normativa en este sentido.

En efecto, aunque el artículo 5 de la Ley 389 de 1997 hace referencia al uso de la red de los establecimientos de crédito por parte de aseguradoras, sociedades de

capitalización e intermediarios de seguros, su parágrafo mantiene vigente la modalidad de uso de red prevista en el artículo 93 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (EOSF) (Presidente de la República de Colombia, 1993). Esta disposición amplía el alcance de las entidades que pueden prestar o utilizar la red, al permitir que entidades vigiladas por la SFC celebren contratos remunerados para el uso de su infraestructura en la distribución de productos financieros y aseguradores.

Adicionalmente, el parágrafo 2 del artículo 93 del EOSF faculta al Gobierno nacional para extender esta modalidad a cualquier entidad vigilada por la SFC, habilitación que fue desarrollada mediante el Decreto 2555 de 2010. En particular, el artículo 2.31.2.2.5 autoriza el uso de la red de diversas entidades vigiladas, entre ellas sociedades de servicios financieros, sociedades comisionistas de bolsa, sociedades administradoras de inversión, administradoras de depósitos centralizados de valores y Sociedades Especializadas en Depósitos y Pagos Electrónicos (SEDPE), para la comercialización de determinados ramos de seguros, bajo las condiciones establecidas en la regulación.

En consecuencia, del análisis del régimen legal y reglamentario aplicable se evidencia que el uso de red no se encuentra restringido a los establecimientos de crédito. Por el contrario, la normativa vigente ya contempla la participación de diferentes entidades vigiladas por la SFC en este esquema de distribución. Por tal razón, no se considera necesario formular una recomendación orientada a ampliar el alcance subjetivo del contrato de uso de red, dado que dicha posibilidad ya se encuentra prevista en el ordenamiento jurídico actual.

2.5. Recomendación 5

Eliminar referencias cruzadas para el Contrato de Corresponsalía y la regulación del Contrato de Uso de Red.

Se considera pertinente ajustar el marco regulatorio aplicable a la comercialización de seguros a través de corresponsales, específicamente mediante la modificación o eliminación del Artículo 2.36.9.1.19 del Decreto 2555 de 2010. Actualmente, esta disposición establece que los contratos de corresponsalía deben cumplir las condiciones previstas para el contrato de uso de red en los artículos 2.31.2.2.1 y 2.31.2.2.3 del mismo decreto. Sin embargo, dicha remisión genera cargas regulatorias adicionales que no resultan coherentes con la naturaleza operativa de

los corresponsales e incorpora requisitos que exceden lo necesario para garantizar una adecuada comercialización de seguros.

La permanencia de estas referencias cruzadas dificulta la interpretación normativa y la delimitación de responsabilidades entre las entidades aseguradoras y sus corresponsales. Así mismo, complejiza las labores de cumplimiento y supervisión, al exigir la aplicación de disposiciones técnicas diseñadas para esquemas de negocio distintos a los propios de la corresponsalía.

En este contexto, se recomienda eliminar las remisiones al régimen del contrato de uso de red dentro de la regulación aplicable a los contratos de corresponsalía, con el fin de lograr una mayor armonización normativa, simplificar los requisitos operativos y reducir cargas innecesarias en los procesos de distribución de seguros.

Esta medida permitiría consolidar un régimen propio, claro y proporcional, para la corresponsalía, facilitando su utilización como un canal eficiente de comercialización y fortaleciendo su contribución a la ampliación del acceso a productos aseguradores.

Del análisis realizado por la URF frente a esta recomendación, se concluye que resulta conveniente mantener las remisiones existentes entre el régimen de corresponsalía y las disposiciones aplicables al contrato de uso de red previstas en el Decreto 2555 de 2010. Los principios de universalidad, sencillez, estandarización y comercialización masiva continúan siendo fundamentales para garantizar que los productos distribuidos a través de estos esquemas sean claros, comparables y accesibles para los consumidores.

De igual manera, la aplicación a la corresponsalía de las condiciones mínimas de operación previstas para el uso de red permite preservar estándares adecuados en materia de seguridad operativa, protección al consumidor financiero, asignación de responsabilidades y adecuada articulación entre las entidades participantes.

En consecuencia, la remisión contenida en el artículo 2.36.9.1.19 no solo mantiene coherencia con la estructura regulatoria vigente, sino que contribuye a la existencia de un marco normativo uniforme y proporcional para la distribución masiva de seguros. Su permanencia favorece una comercialización más segura y transparente, garantiza condiciones homogéneas de operación entre los distintos canales de distribución y fortalece la confianza de los consumidores y la integridad del mercado asegurador.

2.6. Recomendación 6

Simplificación del clausulado de los Contratos de Corresponsalía de Aseguradoras.

Con el fin de adecuar el régimen de corresponsalía a las particularidades de la distribución de seguros, se recomienda ajustar las reglas aplicables a las responsabilidades contractuales y simplificar los requisitos exigidos a este esquema, manteniendo la responsabilidad principal de la aseguradora frente al consumidor financiero.

En este sentido, se propone revisar el artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010, relativo al contenido mínimo de los contratos de corresponsalía. El régimen vigente fue concebido principalmente para productos y servicios con una alta carga transaccional y elevados niveles de penetración, características propias del sistema bancario que no necesariamente corresponden a la dinámica de los seguros distribuidos a través de corresponsales. Esta desalineación genera exigencias contractuales que, en algunos casos, resultan innecesarias o desproporcionadas frente a la naturaleza de los seguros de comercialización masiva.

Por lo anterior, se propone simplificar el clausulado y ajustar los requisitos contractuales para que reflejen las características específicas de la actividad aseguradora, reconociendo su menor frecuencia transaccional, sus procesos diferenciados de suscripción y atención, y el rol limitado del corresponsal dentro de la cadena de distribución. Una regulación más proporcional facilitará la adopción de este canal, reduciría cargas administrativas y permitiría a las aseguradoras desarrollar modelos de distribución más eficientes, sin afectar la adecuada gestión de riesgos ni los estándares de protección al consumidor.

Frente a esta recomendación, la URF considera que el contenido mínimo de los contratos de corresponsalía previsto en el artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010 cumple una función esencial para garantizar la adecuada delimitación de las responsabilidades de las partes, el ejercicio de las facultades legalmente asignadas a los corresponsales y la protección de los consumidores financieros. Estas disposiciones contribuyen a asegurar una comercialización adecuada de los productos y servicios ofrecidos a través de este canal y proporcionan certeza jurídica respecto de las obligaciones asumidas por cada interviniente.

Por otra parte, del análisis de los requisitos actualmente exigidos no se evidencia que estos resulten desproporcionados o incompatibles con la operación de los corresponsales de seguros. Por el contrario, se trata de elementos básicos que permiten establecer con claridad las condiciones de funcionamiento del esquema, los mecanismos de control y supervisión, así como los deberes de las partes frente a los consumidores.

En este sentido, más que una reducción de los requisitos mínimos establecidos en la regulación, una alternativa adecuada podría consistir en promover la utilización de modelos contractuales más estandarizados y de fácil comprensión, acompañados de programas de capacitación ajustados a las características de los corresponsales, los productos comercializados y las particularidades regionales y culturales de los mercados atendidos.

En consecuencia, se considera que el artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010 regula aspectos esenciales para la adecuada estructuración de los contratos de corresponsalía y contribuye a preservar la seguridad jurídica, la transparencia en la distribución de seguros y la protección del consumidor financiero, por lo que no se identifican elementos que justifiquen una modificación de fondo de los requisitos mínimos actualmente previstos.

2.7. Recomendación 7

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

Esta recomendación, sugiere garantizar una consistencia en la experiencia de usuario en las siguientes etapas de ciclo de vida del producto:

Gráfico 18. Etapas del ciclo de vida de los productos de seguro



Fuente: Logique Consulting, 2025

En este contexto, la Consultoría considera necesario generar incentivos y facilitar mecanismos que garanticen una experiencia consistente para el usuario durante todas las etapas del ciclo de vida del seguro. Actualmente se observa una mayor facilidad y agilidad en los procesos de vinculación y administración de la póliza, en comparación con la experiencia del consumidor al momento de renovar el seguro o presentar una reclamación de siniestro.

Por lo anterior, recomienda eliminar condiciones adicionales para la atención de reclamaciones a través de corresponsales, y promover que las aseguradoras implementen mecanismos adecuados y oportunos, para recibir, gestionar y responder las comunicaciones de los consumidores en cada etapa del ciclo de vida del producto y a través de todos los canales de distribución.

El análisis realizado por la URF de esta recomendación observa que no se señala de forma específica las condiciones adicionales para la atención de reclamaciones a través de corresponsales, por lo cual se realizó una revisión de la normativa aplicable con el objetivo de detectarlas.

Desde un punto de vista regulatorio, la Ley 1328 de 2009 (de protección al consumidor financiero) establece los principios de debida diligencia, educación al consumidor financiero, y de responsabilidad de las entidades vigiladas en el trámite de quejas, donde se fija el deber de atenderlas eficientemente, y tras la identificación de las causas generadoras de las mismas, diseñar e implementar las acciones de mejora necesarias oportunas y continuas.

De manera particular, para el canal de corresponsalía, como se mencionó previamente en el presente documento, la Circular Básica Jurídica de la SFC (Parte I, Título II, Capítulo I. Canales, medios, seguridad y calidad en el manejo de información en la prestación de servicios financieros), dispone la obligación para las entidades aseguradoras que prestan servicios a través de corresponsales, de capacitar suficientemente a las personas naturales que trabajan en dichos corresponsales y velar porque:

"tengan conocimiento suficiente sobre el proceso de celebración del contrato de seguro y el rol que deben cumplir en cada una de las etapas de dicho proceso, incluyendo la promoción del producto, la recepción de la solicitud de seguro, la realización del mecanismo de comprobación de asegurabilidad, si lo hay, la entrega de todos los documentos que hagan parte del contrato de seguro, el recaudo de la prima y la entrega de los demás documentos que haya dispuesto la entidad aseguradora para informar al consumidor financiero sobre instrucciones que se deben tener en cuenta para la efectividad del seguro (instrucciones en materia de reclamaciones, de mantenimiento del estado del riesgo o de evitar la extensión o propagación del siniestro). El corresponsal también debe estar en capacidad de brindar a través de todos los canales, información sobre los mecanismos habilitados por la entidad aseguradora para la presentación y atención de quejas y reclamos."

Con respecto al procedimiento para atender quejas y reclamos, el Decreto 2555 de 2010 en su artículo 2.36.9.1.17, establece incluso que en la comercialización mediante corresponsales se debe contar con un procedimiento simplificado de radicación y resolución de las reclamaciones, lo cual, se extiende al canal de uso de red. Si el corresponsal es digital, le aplica la misma disposición normativa, donde debe canalizar la atención de los consumidores, para que sea la entidad aseguradora la encargada de dar respuesta de fondo directamente.

Tomando en cuenta la regulación existente, la URF identifica que pueden existir estas condiciones adicionales para la reclamación de seguros a través de corresponsales, sin embargo, no observa que estas puedan generar un perjuicio en la experiencia de los consumidores financieros. La remisión que el Decreto 2555 de 2010, en su artículo 2.36.9.1.19, *"condiciones adicionales para los corresponsales de entidades aseguradoras",* señala que se debe dar cumplimiento a lo dispuesto en los artículos 2.31.2.2.1 y 2.31.2.2.3, en lo que se refiere a los requisitos y condiciones para la

comercialización de seguros a través del uso de red. Sin embargo, ninguno de estos requisitos o condiciones se observa que impongan un condicionamiento adicional para la reclamación de un seguro comercializado a través de corresponsales o de uso de red, sino que al contrario buscan simplificar las reclamaciones de los usuarios a través de corresponsales.

Tomando en consideración estos aspectos, la URF no identifica acciones que se deban adelantar para ajustar la regulación aplicable a los trámites de reclamación de seguros a través de corresponsales. En este sentido, correspondería revisar a nivel de supervisión de la SFC la forma en que las entidades aseguradoras están dando cumplimiento a estas disposiciones normativas, con el objetivo de generar hallazgos que propendan por la simplificación y mejoramiento de procesos de reclamación que deriven en trámites más ágiles y sencillos que brinden una mejor experiencia de usuario a través de todo el ciclo de vida del producto.

De otra parte, atendiendo los comentarios remitidos por FASECOLDA a la Consultoría base del presente estudio, se recomienda que las entidades aseguradoras implementen estrategias orientadas al fortalecimiento de la educación financiera y al diseño de canales digitales intuitivos, que eviten la exclusión de personas en el acceso a estos servicios. En este sentido, resulta pertinente la realización de pilotos de productos y servicios antes de su escalamiento, con el fin de garantizar la calidad de la experiencia del consumidor durante todo el ciclo de vida del seguro.

2.8. Recomendación 8

Definición de responsabilidades en los contratos con los sponsors

La Consultoría recomendó que, para mejorar la experiencia de servicio a través de los diferentes canales de comercialización, las compañías de seguros definan los deberes específicos que deben cumplir los sponsors (tales como cadenas de retail y grandes superficies, supermercados, empresas prestadoras de servicios, entre otras), en aspectos relacionados con pagos, suministro de información, atención al consumidor y protección de datos. Para ello, se sugiere establecer acuerdos de servicio que determinen estándares mínimos de calidad, pudiendo utilizar el mismo estándar previsto en el contrato de uso de red. Así mismo, resulta necesario contar con procedimientos que permitan evaluar la capacidad e idoneidad de los sponsors con los cuales se opera.

Se señaló que los sponsors como parte del mercado de seguros masivos, cumplen un rol en su comercialización, desde la promoción hasta la atención posventa, sin que exista una regulación clara sobre las responsabilidad específicas que tienen frente al asegurador y el asegurado, por lo cual, 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. Igualmente, las compañías de seguros deben contar con procedimientos para evaluar la capacidad e idoneidad de dichos sponsors.

Al realizar una revisión de la regulación vigente con respecto a la comercialización de seguros a través de sponsors y retomando los hallazgos de (Martínez Pinzón & Moreno Barbosa, 2015), la URF encuentra que el Gobierno nacional, a través del Decreto 034 de 2015 realizó modificaciones al Decreto 2555 de 2010 reconociendo, autorizando y dando inicio a la reglamentación de la comercialización de seguros y otros productos financieros a través del uso de la figura de corresponsales. En este sentido, esta norma incluyó una serie de disposiciones que podrían resultar aplicables a la comercialización de seguros a través de canales de affinity o sponsors.

Sin embargo, de acuerdo con los resultados de Logique Consulting (2025) no es claro si esta regulación para corresponsales tiene aplicación sobre la comercialización de seguros a través de sponsors. En este sentido, surgen dudas sobre si los sponsors deben ser considerados como corresponsales en los términos de la norma, así como también si se espera que la comercialización de seguros a través de corresponsales se haga a través de pólizas individuales o colectivas.

Con respecto a esta interpretación, Martínez y Moreno (2015) plantean que existen dos posiciones al respecto, aunque los autores se inclinan por la segunda:

i. Las disposiciones de corresponsales aplican a sponsors. En todo caso, bajo esta aproximación podría llegarse a la conclusión que los sponsors sólo podrían seguir siendo utilizados bajo el entendido que estos adopten el rol de corresponsales según lo dispuesto en la norma (cuando no se trata de banca seguros). De esta misma manera, resultaría necesario adaptar los productos comercializados a través de estos canales, a las características y alcances mencionados en la norma.

ii. Las responsabilidades de sponsors no se encuentran definidas. Se considera que la regulación referente a corresponsalía no tiene aplicación directa sobre los canales de affinity. Lo anterior, toda vez que los corresponsales son un canal de comercialización de seguros que no tiene la característica de comercialización a través de seguros colectivos y está encaminada más a generar nuevas alternativas a la comercialización de este tipo de productos.

Tras esta revisión, la URF considera que las dudas con respecto a la aplicación de regulación para sponsors con respecto a la de corresponsales son razonables, teniendo en cuenta que el corresponsal funciona como canal de prestación y apoyo operativo, mientras que el sponsor/affinity funciona como canal de distribución apoyado en una comunidad o relación comercial previa, lo cual diferencia estos tipos de intermediarios en varios aspectos:

- Los corresponsales son terceros que actúan como punto de acceso operativo para la aseguradora, por lo que su función se parece a la de una "ventanilla extendida", facilitando la venta, el recaudo, la entrega de información y, en algunos casos, la gestión relacionada con el seguro. Por su parte, los sponsors actúan como un aliado comercial que ya tiene una base de clientes o usuarios con un interés común.
- Los corresponsales pueden ser personas naturales o jurídicas, que no necesitan que su negocio principal sean los seguros, ya que lo importante es que su objeto o régimen les permita actuar como corresponsales para su comercialización. Mientras tanto, el sponsor normalmente no vende seguros como actividad principal, sino que aporta su marca, su relación con el cliente y su canal propio para ofrecer el seguro como beneficio, complemento u opción adicional.
- El canal de corresponsalía está pensado para llegar a clientes con una relación más transaccional y de cercanía física o digital con la entidad. Mientras tanto, el rasgo distintivo de los sponsors es la afinidad, ya que los productos se diseñan para grupos con una característica, necesidad o vínculo compartido, por lo que usualmente se comercializan mediante pólizas colectivas o esquemas masivos adaptados al grupo, en lugar de una lógica de punto de atención transaccional.

Considerando estos factores diferenciadores y las dudas que se generan con respecto a la aplicación de regulación para la comercialización a través de sponsors, se encuentra viable proceder con la recomendación realizada por la Consultoría en 2025, en el sentido de avanzar en el estudio de los aspectos que se deben definir de forma precisa en la normativa, con el objetivo de prevenir riesgos para todas las partes

involucradas. Por un lado, los consumidores contarían con un marco normativo claro al momento de hacer valer sus derechos, especialmente si la información proporcionada por un *sponsor* fue incompleta o errónea. Por otro lado, las aseguradoras pueden prevenir afectaciones en su operación, debido a posibles incumplimientos o prácticas inadecuadas por parte de los *sponsors*. Así mismo, el *sponsor* puede determinar de mejor forma la asunción de responsabilidades de manejo de recursos e información o responsabilidades contractuales, dependiendo del comportamiento de los asegurados bajo determinado plan de seguros.

Ahora bien, con respecto a la recomendación complementaria realizada por la Consultoría que señalan que se deben establecer acuerdos de servicio y procedimientos para evaluar la capacidad e idoneidad, la URF considera que esta es una iniciativa que debe ser liderada directamente por las entidades aseguradoras con base en la regulación aplicable, por lo que no se identifican acciones que desde el Gobierno Nacional se deban adelantar para alcanzar dicho objetivo.

2.9. Recomendación 9

Definición de contratos de prueba para corresponsalía.

Con el objetivo de dinamizar la oferta de seguros a nivel nacional, Logique Consulting (2025) recomienda realizar una definición normativa para la creación de un contrato de prueba con alcance limitado en tiempo y número de participantes. Esto implica la definición de métricas de evaluación y plazos para la prueba, manteniendo estándares mínimos de información, seguridad de datos, protección al consumidor financiero y resolución de conflictos. Así mismo, se debe incluir una definición de reglas en caso de que el contrato de prueba no funcione.

Esta recomendación se realiza considerando que una estructuración y convocatoria a un sandbox regulatorio puede implicar tiempos excesivos para experimentar la ejecución del contrato de corresponsalía, se recomienda la creación de un modelo de prueba con menores requisitos, un alcance limitado, manteniendo estándares mínimos de información, seguridad y resolución de conflictos, para lo cual, se propone que estas prueban definan un numero límite de asegurados, valores y tiempos máximos, que se propone sean de 1.5 años.

La revisión realizada por la URF sobre esta recomendación advierte que esta se encuentra planteada de manera general por la Consultoría, ya que no se señalan de forma específica los requisitos incluidos en la normativa existente para contratos de corresponsalía que resultan ser restrictivos para el desarrollo de esta actividad.

Como se mencionó en el análisis de las recomendaciones 6 y 7 con respecto a los requisitos normativos existentes para la realización de contratos de corresponsalía, se identifica que estos se encuentran planteados de forma general sobre condiciones mínimas que son deseables en la contratación, y que las condiciones adicionales que deben cumplir los contratos que se asimilan a las que deben cumplir los de uso de red, se refieren a unas condiciones mínimas para garantizar una mejor experiencia de los usuarios en diferentes etapas del ciclo de vida de los seguros.

La URF también realizó una revisión de experiencia internacional, en la cual no se encuentran experiencias sobre la implementación de contratos de prueba para corresponsalía de servicios financieros. Alternativamente, a nivel internacional se encuentra que en general se realizan pilotos o proyectos demostrativos en asocio entre entidades públicas y entidades financieras privadas para evaluar la viabilidad y el impacto de diferentes modelos en la inclusión financiera, especialmente en zonas rurales o de difícil acceso. Estos pilotos suelen incluir mecanismos de capacitación, monitoreo, cooperación con Fintech, alineación con normativas locales y objetivos claros de inclusión y expansión (CGAP, 2023). Los contratos piloto internacionales de corresponsalía financiera no suelen establecerse a nivel regulatorio o normativo, sino que se establecen como componentes de proyectos de colaboración entre entidades financieras y entidades cofinanciadoras o reguladoras para probar modelos tecnológicos y operativos que amplíen el acceso a servicios financieros mediante corresponsales móviles y digitales, con un enfoque en inclusión y evaluación de resultados.

En este mismo sentido, no se observa que alguno de los elementos esenciales solicitados para el contrato de corresponsalía, tanto en el Decreto 2555 de 2010 como en la CBJ, limiten la posibilidad de realizar contratos de prueba, de acuerdo con las condiciones que se encuentran señaladas en la Consultoría:

- 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.

La URF no observa que a nivel de regulación se deban definir condiciones específicas para estos contratos de prueba, porque actualmente la normativa se encuentra establecida de forma suficientemente amplia como para que estos contratos se

generen sin restricción alguna. Derivado de esto, esta recomendación se dirigiría a las entidades aseguradoras, con el fin de que puedan con base en el marco regulatorio existente, generar este tipo de contratos de prueba como instrumento válido para incentivar la comercialización de seguros en el país.

2.10. 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 finanzas embebidas.

De acuerdo con la Consultoría se considera que existe incertidumbre sobre la categoría contractual aplicable al ofrecimiento o comercialización de seguros mediante plataformas digitales, esto es, entre el contrato de corresponsalía digital conforme al artículo 2.35.9.2.1 del Decreto 2555 de 2010, y el contrato de arrendamiento de servicios en un Marketplace por parte de una agencia de seguros.

Por lo expuesto, en el marco de esta Consultoría 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, impulsando la digitalización y facilitando el acceso a productos aseguradores mediante plataformas tecnológicas. 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.

Con respecto a esta recomendación, la URF considera que en primer lugar se requiere revisar las motivaciones que tuvo el Gobierno Nacional para dejar incorporada en 2020[5] la prohibición de la que trata la recomendación, dentro del Decreto 2555 de 2010. Al explorar estas razones, se encuentra que el objetivo de indicar en el numeral 8 del artículo 2.36.9.1.11 que, "en el caso de entidades aseguradoras no se podrá asignar el corresponsal a una agencia", tienen que ver con prevenir la materialización

[5] Decreto 222 de 2020

de algunos riesgos que se podrían presentar en la ejecución de esta figura contractual.

El principal riesgo identificado fue la dificultad para ejercer supervisión por parte de la SFC, teniendo en cuenta que esta se realiza de forma indirecta a las agencias y agentes a través de las entidades aseguradoras, por lo que agregar otro actor (corresponsales) a esta cadena de supervisión indirecta, podría dificultar la definición de los límites de responsabilidad y los procedimientos de control aplicables. Estas dificultades en el seguimiento y control a los diferentes procesos durante el ciclo de vida de los seguros comercializados, podrían propiciar la confusión del consumidor financiero sobre la naturaleza del servicio prestado, las coberturas y las exclusiones; lo que derivaría en el aumento de quejas, reclamos y una posible pérdida de confianza en las entidades aseguradoras y en el sistema financiero en general.

Considerando los argumentos que ocasionaron la prohibición incluida en la regulación vigente, se considera que se podría avanzar en explorar la posibilidad de eliminar la restricción normativa a través de trabajo conjunto con la SFC para autorizar pruebas piloto por ramo o región con obligaciones adicionales de reporte y evaluación de impacto. Estas pruebas podrían desarrollarse en el marco del Sandbox existente de la SFC, por medio de las cuales se podrían obtener conclusiones de funcionamiento y cumplimiento regulatorio, previas al ajuste regulatorio.

De forma preliminar, la URF observa que es posible avanzar en una eliminación de esta prohibición con el objetivo de brindar posibilidades para aumentar la capilaridad en la comercialización de seguros en el país. En este sentido, se debería avanzar en la posibilidad de diseñar una solución normativa que permita que los corresponsales presten servicios vinculados a agencias de seguros, generando algunas precisiones que permitan mitigar los riesgos anteriormente planteados a través de la documentación explícita de las obligaciones contractuales, límites de responsabilidad y la fijación de controles de reporte para labores de supervisión. Igualmente, el análisis de esta propuesta debería contemplar la gradualidad de su implementación, la fijación de estándares mínimos de interoperabilidad y protección a la información de los consumidores financieros, así como la medición del desempeño de los corresponsales, entre otros aspectos.

En todo caso, un ajuste regulatorio en este sentido debe garantizar los estándares de transparencia, asesoría adecuada, mitigación de riesgos y la fijación de los criterios de responsabilidad aplicables a los actores en la cadena de comercialización.

2.11. Recomendación 11

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

La Consultoría de 2025 propone la creación de un tablero de control o fuente de información que permita consultar gratuitamente a los consumidores información respecto de sus pólizas de seguros vigentes, coberturas, intermediario, exclusiones, garantías, riesgos cubiertos más de una vez o no cubiertos, canales para gestión de reclamaciones, entre otra; gestionado por parte del supervisor o el gremio de aseguradoras.

De igual manera, señala que este tablero podría apoyarse del marco regulatorio de finanzas abiertas para efectuar reportes en línea, que se puedan consultar bajo esquemas de seguridad por los consumidores. Este tablero en un segundo modulo a desarrollar podría operar como un comparador de primas y coberturas para productos comparables. Lo anterior, sin perjuicio de la existencia del Registro Único de Seguros (RUS) administrado por la SFC[6], el cual requiere mejoras en materia de información, experiencia y posibilidad de consulta por cualquier consumidor.

La URF procedió inicialmente a la revisión de lo que actualmente se encuentra definido para el RUS en el Decreto 2555 de 2010[7], encontrando que este fue creado como un mecanismo de consulta público, gratuito y sin fines de lucro que permite verificar la existencia de seguros de automóviles particulares en responsabilidad civil, seguros de vida y seguros de bienes comunes, de manera que un tercero afectado por un siniestro pueda averiguar si existe una póliza que ampare sus pérdidas.

El Decreto regula su administración exigiendo reserva y confidencialidad de la información, un sistema adecuado de seguridad e infraestructura técnica suficiente, mecanismos contra el deterioro, pérdida, alteración o uso no autorizado de los datos, recursos para atender oportunamente las solicitudes, y políticas de manejo diferenciadas según el ramo consultado. Así mismo, contempla dos modelos de manejo de la información, uno centralizado, mediante una base de datos propia del RUS, y otro canalizado, mediante requerimientos directos a las aseguradoras.

De otra parte, el Decreto define el contenido del RUS según los ramos de seguros incluidos (automóviles, vida y bienes comunes, entre otros), y establece tanto los

[6] https://www.rus.com.co/
[7] Parte 1, Libro 30, Título 2, Capítulo 3 del Decreto 2555 de 2010.

deberes de las entidades aseguradoras en el cargue de información como los deberes de los consultantes, quienes deben formular consultas claras y precisas sobre la existencia de pólizas vigentes y dirigirse a la aseguradora respectiva para asuntos sobre la condición de beneficiario, tomador o asegurado.

Ahora bien, al evaluar la forma actual de funcionamiento del RUS, la URF observa que este no brinda información en tiempo real por consumidor financiero y no se identifican todas las pólizas activas o terminadas por cada usuario. Es por esto que se considera viable evaluar las condiciones establecidas en el Capítulo 3 del Título 2 del Libro 31 de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010, en el cual se definen las condiciones básicas de funcionamiento del RUS. Esto con el fin de evaluar la inclusión de algunas medidas que permitan que el funcionamiento de este Registro sea de mayor utilidad para los consumidores financieros, dinamizando la oferta y demanda de productos de seguros en el país.

En este sentido, las posibles modificaciones a las condiciones del RUS incluidas en el Decreto 2555 de 2010, deberían derivarse de un proceso de articulación con la SFC y actores del sector asegurador, que permitan definir posibilidades técnicas y operativas existentes, para el logro de los objetivos de reporte de información identificados por Logique Consulting (2025).

Dentro de los elementos relevantes a considerar en este proceso de articulación se encuentra la fijación de medidas en materia de protección de datos incluyendo la información sensible, seguridad de la información compartida, autenticación de los consumidores y consentimiento, trazabilidad de las consultas y calidad de los datos suministrados respecto de los productos; de tal manera que el sistema opere bajo reglas que no afecten la privacidad de los consumidores y la competencia en el mercado.

2.12. Recomendación 12

Creación de una convocatoria al Hub especializado en la SFC en 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.

Este *Hub* o centro en la SFC, de acuerdo con la Consultoría, tendría el propósito de ser una instancia formal de discusión donde se resuelvan y divulguen las posiciones del supervisor para el desarrollo innovador y veloz de estrategias de distribución de seguros en el mercado. La Consultoría recomienda que este Hub tenga un alcance definido, organización por temas y garantice la protección de la información y confidencialidad suministrada; así mismo, que las consultas resueltas sean divulgadas al público en un portal digital, lo cual, puede ser utilizado como insumo para la revisión y ajuste de la normatividad vigente.

Al realizar una revisión de esta recomendación, la URF considera que actualmente la SFC cuenta con mecanismos abiertos para la participación de los actores interesados en la promoción e innovación del sector asegurador en Colombia, ya sea mediante la realización de consultas a su Subdirección de Doctrina, la participación en las mesas de trabajo promovidas por la entidad, así como la apertura para comentarios que se habilita en el proceso de construcción normativa de las disposiciones bajo la facultad de la SFC; los cuales gozan de publicidad y acceso al público.

Frente a las consultas sobre aspectos regulatorios que pueden ser elevadas por parte los actores del sector asegurador, están son resueltas tanto por la URF como por la SFC, cada una, en atención a su ámbito regulatorio y facultades legales. Así mismo, se destaca la facultad de la SFC de emitir conceptos y jurisprudencia donde se da claridad al público sobre la aplicación e interpretación de la normatividad aplicable al sector asegurador.

De igual manera, en virtud del Decreto 1234 de 2020 (Presidente de la República de Colombia, 2020), la SFC cuenta con la posibilidad de habilitar un Sandbox Regulatorio, para la realización de pruebas de desarrollos tecnológicos innovadores que requieran una dispensa normativa respecto de alguna instrucción emitida por la SFC o respecto de reglas expedidas por otras autoridades.

En complemento, para las entidades actoras del ecosistema Fintech, incluido el sector insurtech, estas pueden hacer uso del El Hub – Oficina de Innovación de la SFC[8], la cual ofrece atención, orientación, transferencia de información, capacitaciones, reuniones individuales y acompañamientos para entidades vigiladas y empresas con iniciativas fintech. Así mismo, esta oficina impulsa mesas de trabajo gremiales, actividades de cooperación y alianzas con actores relevantes para el ecosistema fintech.

[8] https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10103299/innovasfcelhub-10103299/

Por lo expuesto, la URF considera que el Supervisor, cuenta con los elementos, espacios, iniciativas y facultades legales y reglamentarias suficientes para promover un entorno de participación, consulta y promoción de innovación para el sector asegurador. Así, correspondería a la SFC, dentro de sus facultades y ejercicios de actualización y mejora continua, determinar la necesidad de efectuar eventuales ajustes a los mecanismos existentes, de acuerdo con sus capacidades técnicas, operativas y presupuestales, que promuevan una participación, con una experiencia de usuario fácil y accesible para todos los actores del ecosistema asegurador.

2.13. Recomendación 13

Generación de guías y plantillas por parte del supervisor para uso en la estructuración de seguros masivos.

La normatividad vigente establece una serie de obligaciones de información que deben cumplir las aseguradoras al distribuir seguros masivos y microseguros, con el objetivo de brindar transparencia y protección al consumidor financiero, específicamente, en aspectos como coberturas y exclusiones de las pólizas, costos y primas, procedimientos para reclamación de siniestros, derechos y obligaciones de los asegurados, entre otros.

Por la generalidad de la normativa, algunas compañías de seguros manifiestan que mantienen la alta carga de información ante el riesgo legal de demandas por falta de completitud o claridad de la información entregada al consumidor. Por esta razón, se propone que la SFC establezca guías y plantillas que permitan definir las expectativas del supervisor, considerando una bienvenida más sencilla para los clientes, el empleo de formatos estandarizados con *legal design*, determinación de las funciones del agregador y responsables del recaudo, así como que permitan un diseño de productos acorde con el perfilamiento de clientes y una adecuada relevación de costos. Frente a esta recomendación se comparte el análisis de la Consultoría en cuanto a mantener la generalidad normativa dispuesta en la Parte 1 Título III Capítulo I de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia, la cual establece las obligaciones generales de información y transparencia para la protección de los consumidores financieros de productos de seguros, dentro de las que se incluye el deber de las aseguradoras de brindar detalle sobre las coberturas y exclusiones de las pólizas, costos y primas de seguros, procedimiento para reclamación de siniestros y de los derechos y obligaciones de los asegurados.

En el análisis de esta recomendación, la URF considera que la normativa actual no representa una alta carga de información a proveer por parte de las aseguradoras, toda vez que esta dispone unos mínimos para que los consumidores conozcan el producto a adquirir y el riesgo especifico que cubre para cada individuo, que estos entiendan sus condiciones, forma de uso y restricciones. Una debida diligencia y experiencia en los procesos de comercialización de los seguros tiene el efecto de contribuir a la penetración de los seguros, la generación de confianza en el sector y en últimas la posibilidad de lograr el objetivo de política pública de generar una mayor protección y mitigación de los riesgos a los que están expuestos los consumidores financieros, en especial, la población más vulnerable a la materialización de riesgos.

Ante la generalidad de la norma, se crea un espacio para que las aseguradoras implementen diversas maneras de simplificación del lenguaje, así como de innovación y competencia en la presentación de las pólizas (legal design). Este argumento coincide con lo manifestado por el gremio asegurador[9], el cual considera que en lugar de emitir guías prescriptivas o plantillas para la estructuración de seguros masivos, propone fortalecer la educación financiera en el ecosistema asegurador para facilitar la comprensión de los productos por parte de los consumidores financieros, y de considerarse por parte del Supervisor, se genere la publicación de buenas prácticas de adopción voluntaria en la estructuración de productos.

Con relación al uso de lineamientos, plantillas y guías emitidas por parte de la SFC, es viable que el Supervisor, en uso de sus facultades, considere conveniente su promulgación, sin que esto limite la posibilidad de que las aseguradoras incluyan información adicional a las mínimas establecidas. Es importante resaltar que, desde un aspecto normativo, estos instrumentos no son de carácter obligatorio en su cumplimiento, pero si pueden considerarse un elemento importante de orientación sobre las expectativas del Supervisor.

Dentro de los aspectos que se podrían considerar para su inclusión en estos lineamientos se encuentran la publicación de resúmenes ejecutivos de cobertura, advertencias sobre exclusiones relevantes, instrucciones sobre el proceso de reclamación y mecanismos de cancelación; a partir de los cuales, las aseguradoras adapten el lenguaje, diseño y la forma de entrega de información según el ramo, canal, nivel de complejidad y perfil de los consumidores financieros.

[9] Comentarios recibidos por parte de Fasecolda a la publicación de los resultados de la Consultoría "DIAGNÓSTICO: EL ESQUEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE SEGUROS EN COLOMBIA Y MEJORES ESTÁNDARES, PRÁCTICAS INTERNACIONALES Y BRECHAS DE REGULACIÓN.

2.14. Recomendación 14

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

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. Este sistema debería segmentar la supervisión por ramo y etapa del ciclo de vida del seguro, considerando indicadores de satisfacción del cliente, de eficiencia en el proceso de reclamaciones, calidad del producto, estabilidad financiera y desempeño de la aseguradora, desempeño de canales de distribución, cumplimiento regulatorio y ético, y nivel de innovación y desarrollo de productos.

Esta recomendación provee el diseño e implementación de un sistema de supervisión digital enfocado en la calidad de los seguros, segmentado por ramo y etapa del ciclo de vida de los seguros y considerando las siguientes dimensiones e indicadores: (i) satisfacción del cliente, (ii) eficiencia en el proceso de reclamaciones, (iii) calidad del producto, (iv) estabilidad financiera y desempeño (v) desempeño de canales de distribución, (vi) cumplimiento regulatorio y ético, (vii) innovación y desarrollo de productos.

De acuerdo con la revisión realizada por la URF, se observa que actualmente la SFC vigila y capta información para su proceso de supervisión de las entidades aseguradoras e intermediarios, principalmente en los siguientes aspectos: (i) pólizas expedidas, (ii) siniestros pagados, (iii) interposición de quejas o reclamos, (iv) gestión de quejas o reclamos, (v) reporte de operaciones sospechosas, (vi) pólizas vigentes, canceladas, vencidas, (vii) reclamos resueltos y tiempo de resolución, (viii) pólizas caducadas, (ix) ratios de solvencia y de perdida de las aseguradoras.

Al respecto, se considera viable que, en la supervisión de los riesgos de conducta, de liquidez, rentabilidad y solvencia, y de cumplimiento normativo, se incorporen criterios que permitan evaluar en conjunto la calidad de los seguros desde un enfoque digital, que le permita al Supervisor tomar acciones preventivas o correctivas más oportunas que incrementen la protección de los consumidores financieros durante todo el ciclo de vida de los seguros.

Así mismo, se evidencia que el proceso de supervisión podría considerar la captura de información relacionada con los distintos canales por los cuales se comercializan los seguros, lo cual, permitiría activar acciones de seguimiento, correctivas y preventivas más eficientes y adaptadas a la particularidad de cada tipo de canal, con un énfasis especial en los canales digitales.

Sin perjuicio de lo expuesto, se comparte la opinión del gremio asegurador a la Consultoría, donde se resaltó el valor de la segmentación por ramo o ciclo de vida del producto durante la supervisión, advirtiendo que existen dimensiones como la satisfacción del cliente, innovación, ética empresarial, entre otras, que contienen un componente subjetivo, con difícil comparabilidad entre compañías; por lo cual, se recomienda que dicha segmentación en la supervisión sea basada en criterios objetivos como tiempos de respuesta en siniestros, oportunidad en el pago de siniestros, información transaccional, volumen y causa de quejas, disponibilidad efectiva de canales, claridad en la información suministrada, entre otros, bajo un enfoque proporcional al riesgo, al tipo de producto y a la capacidad operativa de cada entidad aseguradora.

2.15. Recomendación 15

Evaluar las normativas actuales de contabilización de gastos de comercialización y de gastos autorizados.

De acuerdo con el Reporte de Inclusión Financiera se observa que en 2022-2023 (Banca de las Oportunidades, 2023) en Colombia los gastos de comercialización de microseguros y pólizas masivas eran mayores que en pólizas generales, identificando como posibles causas (i) deficiencias en la contabilización de los gastos en algunos canales al incluirse como gastos administrativos, (ii) altos costos para el conocimiento del cliente (KYC), y (iii) los costos de transacciones bancarias.

Por lo anterior, se requiere evaluar las implicaciones de los costos de cada canal para identificar eficiencias en cada uno de ellos, así mismo, 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”.

Igualmente 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.

En esta recomendación la Consultoría pone de manifiesto que se requiere una adecuada relevación de información que permita conocer de manera más precisa los gastos asociados a la comercialización de seguros, por tipo de seguro y canal, así como la necesidad de impulsar el uso de la iniciación de pagos bajo el esquema interoperable de órdenes de pago y transferencias de fondos inmediatas "Bre-B" y revisar los costos asociados en el KYC que impactan la estructura financiera de la comercialización.

Al respecto la URF considera que, frente a la necesidad de crear mayores simetrías en la forma de cálculo de los gastos de comercialización, esta requiere inicialmente un cambio de enfoque en la supervisión de la comercialización de seguros, donde se capture en mayor medida información segregada por cada tipo de canal de comercialización. Sin embargo, alcanzar un nivel de simetría total para comparar los gastos de comercialización entre las entidades aseguradoras, presenta complejidades que en ocasiones hacen parte de información privada de cada modelo de negocio por los distintos aspectos directos o indirectos que pueden llegar a influir en una estructura de costos, por ejemplo, comisiones o e incentivos por venta; alianzas comerciales; salarios de todo el personal, incluyendo la fuerza comercial; publicidad y promoción; gastos operativos que indirectamente impactan la comercialización; costos de suscripción y conocimiento del cliente, entre otros.

Al respecto, el gremio asegurador coincide con la posición del regulador, al considerar que desde el punto de vista técnico y operativo, muchos de estos gastos no son fácilmente atribuibles de manera exclusiva a la actividad comercial, dado que responden a estrategias transversales que abarcan diversas áreas. De esta manera, el gremio propone como una alternativa, evaluar la creación de una guía contable, no vinculante, para la identificación de buenas prácticas en la contabilización de gastos, sin imponer exigencias que puedan afectar los modelos de negocio o generar cargas administrativas excesivas, en especial para entidades de menor tamaño.

En este sentido, correspondería a la SFC, dentro de sus competencias, evaluar la creación de una guía contable de buenas prácticas, con un alcance determinado, que brinde lineamientos sobre una atribución más precisa de los costos de comercialización en los distintos productos y canales, lo cual, tendría efecto en la calidad de la información reportada por las entidades para fines de supervisión.

Por otra parte, la Consultoría puso sobre la mesa la relevancia de reducir los costos de recaudo asociados a las operaciones masivas de seguros, donde se considera conveniente la promoción de la figura de iniciación de pagos y finanzas embebidas

como un medio para incrementar la comercialización de seguros con una reducción de dichos costos, mediante acercamientos de la industria al Comité de Interoperabilidad de Pagos Inmediatos (CIPI) como instancia de participación para el sector financiero. En este aspecto, se resalta que la normatividad a nivel legal y reglamentaria vigente, esto los literales a) y j) del numeral 1 del artículo 48 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y el Decreto 2555 de 2010, modificado por el Decreto 1297 de 2022, habilitan la prestación del servicio de iniciación de pagos en beneficio de las entidades aseguradoras y los consumidores financieros, en este sentido, el marco regulatorio ya habilita el desarrollo de esta figura como mecanismo para reducir los costos transaccionales que representan una posible barrera para la comercialización de los microseguros y seguros masivos, la cual tiene la potencialidad de reducir los costos transaccionales que se presentan en el recaudo de primas y pago de siniestros. Por lo expuesto, la URF considera que no se requiere una intervención regulatoria específica al sector asegurador que tenga como objetivo habilitar o promover la figura de la iniciación de pagos.

Finalmente, se destaca que las tasas de comercialización además de ser posiblemente influenciadas por los costos de las transacciones bancarias y las distinciones y/o deficiencias en la contabilización de gastos en los distintos canales, podrían impactarse por los costos asociados en el conocimiento del cliente (KYC - Know Your Client), especialmente por la captura de información para cumplimiento de SARLAFT; este último elemento se analizará en mayor detalle en las recomendaciones 20 y 21 del presente estudio.

2.16. 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. Este proceso debe aplicarse de acuerdo con la complejidad de los productos ofrecidos y los canales empleados en cada caso.***
- ***Conducción de los negocios de manera profesional y transparente.***

- ***Trato justo a los consumidores.***

Esta recomendación busca que la supervisión basada en riesgos de los intermediarios de seguros sea indirecta y enfocada en la protección al consumidor financiero, en concordancia con el estándar de supervisión internacional definido por la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros – IAIS (IAIS, 2024), y bajo los principios de prospectividad, prevención y proporcionalidad.

Así mismo, la recomendación busca determinar que el enfoque de supervisión de los intermediarios de seguros, se centre en tres aspectos: (i) La idoneidad, integridad, profesionalismo y capacidad de las compañías y las personas que intermedian seguros, incluyendo la creación de un proceso de certificación en donde se acredite la capacidad técnica y profesional ante un organismo certificador y se cree un registro de información de las personas acreditadas para intermediar seguros; (ii) la conducción de los negocios de manera profesional y transparente; y (iii) el trato justo a los consumidores.

Con respecto al primer aspecto, la URF señala que actualmente la Circular Básica Jurídica de la SFC, en su Parte II, Título IV, Capítulo II. *Disposiciones especiales aplicables a las entidades aseguradoras y reaseguradoras*, incluye instrucciones relativas a la idoneidad de las Personas Naturales Vinculadas que ejercen la intermediación y/o colocación de seguros; estas instrucciones aplica a personas con cualquier relación contractual (comercial, laboral o de cualquier naturaleza) con una entidad aseguradora, agencia de seguros o agente de seguros, que ejerza la colocación de seguros, entendida como el conjunto de actividades de asesoría y acompañamiento en la adquisición de productos de seguros.

Mediante estas instrucciones la SFC busca que las entidades aseguradoras acrediten la capacidad técnica y profesional de sus Personas Naturales Vinculadas, dentro de lo que se incluye, cerciorarse sobre los conocimientos mínimos necesarios para la intermediación en los ramos autorizados a éstas y su actualización periódica, ya sea mediante cursos de formación, aprobación de exámenes o la acreditación de su experiencia.

Dentro del contenido mínimo que deben satisfacer los cursos de formación se encuentran los siguientes temas: (i) aspectos básicos del contrato de seguros, (ii) régimen aplicable a los ramos de seguros, (iii) administración de riesgos, (iv) SARLAFT relacionado con la intermediación, y (v) aspectos relevantes de protección al consumidor financiero y atención al cliente.

Igualmente, se establecen los organismos autorizados para acreditar la capacidad técnica, cursos de formación y exámenes de conocimiento, dentro de los que se encuentran las instituciones de educación superior reconocidas por el Ministerio de Educación Nacional y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA); entidades aseguradoras o corredores de seguros que cuenten con un área de formación en esta materia y que implementen cursos de formación a intermediarios de seguros; y asociaciones, federaciones, organismos de autorregulación y demás formas asociativas gremiales o sus organismos educativos adscritos, que implementen cursos de formación a intermediarios de seguros.

Por lo expuesto, esta Unidad considera que la normatividad vigente en Colombia aplicable a las entidades aseguradoras y al régimen de supervisión al que de manera indirecta están sujetos los agentes y agencias de seguros, dispone de mecanismos suficientes para exigir y garantizar la idoneidad, integridad, profesionalismo y capacidad de las compañías y las personas que intermedian seguros. De igual manera, se cuenta con un proceso de acreditación que ofrece distintas alternativas para satisfacer con las condiciones exigidas, entendiendo que la idoneidad puede lograrse desde distintas fuentes, ya sea mediante capacitaciones o acreditando experiencia relevante en el sector asegurador, sin que dicha acreditación sea centralizada en un solo organismo, lo cual, a su vez, promueve la competencia e innovación en la manera en las que las entidades aseguradoras velan por el cumplimiento de los requisitos normativos, de ética y conducta de sus intermediarios.

Frente a la recomendación especial de crear un registro de información de las personas acreditadas para intermediar seguros, actualmente, Colombia cuenta con el Sistema Unificado de Consulta de Intermediarios de Seguros (SUCIS), el cual permite consultar los intermediarios autorizados por las entidades aseguradoras y los corredores de seguros. Es importante destacar que la información que se refleja en el SUCIS no garantiza el cumplimiento de las obligaciones asumidas por las Personas Naturales Vinculadas o los intermediarios de seguros, ni supone vigilancia o respaldo de ninguna naturaleza por parte de la SFC; este alcance se encuentra alineado con el enfoque de supervisión legalmente vigente del artículo 101 de la Ley 510 de 1999, el cual restringe la supervisión directa de los agentes y agencias de seguros por parte de la SFC.

Sin embargo, a criterio de esta Unidad, la información que reposa en el SUCIS, permite a los consumidores financieros contar con información actualizada sobre los

intermediarios de seguros, la vigencia de su acreditación de idoneidad, el organismo autorizado que la emite y los ramos autorizados para comercialización.

En conclusión, la normativa aplicable a los intermediarios de seguros, y su proceso de supervisión directa o indirecta, según aplique, dispone de regulación e instrucciones que exigen la idoneidad, calidad y profesionalismo en el ejercicio de la intermediación, en aras de proteger los derechos de los consumidores financieros y de mitigar los riesgos asociados a la comercialización a los que se encuentran expuestas las entidades aseguradoras en la colocación de sus productos.

Sin perjuicio de lo expuesto, le corresponde al ente supervisor determinar la necesidad de revisar el proceso de seguimiento a los estándares de certificación y de idoneidad de los intermediarios, especialmente respecto de los procedimientos tendientes a brindar una adecuada asesoría e información al consumidor financiero, por ejemplo, la validación del conocimiento de las Personas Naturales Vinculadas, las guías de comercialización, calidad de los cursos y su contenido. En esta línea, el gremio asegurador propone establecer políticas más estrictas de evaluación periódica para este fin.

2.17. 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.

La presente recomendación se deriva de la misma justificación y estándares de supervisión citados en la recomendación 16. El objetivo de esta recomendación se encamina a que la supervisión de los intermediarios de seguros debe procurar que estos 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.

Con respecto a esta recomendación, la URF encuentra que el riesgo de conductas es entendido como la posibilidad de que las acciones, decisiones, o prácticas de una

Entidad Vigilada causen daño a los consumidores financieros o impacten la integridad y transparencia de los mercados[10]. Esta posibilidad de afectación puede surgir por factores como el diseño del producto, las ventas y mercadeo, y la postventa, así como por la inobservancia por parte de las entidades vigiladas de la regulación que les aplica.

Al respecto, el Marco Integral de Supervisión (MIS) (Superintendencia Financiera de Colombia, 2022) que rige a la SFC y la Guía que trata los criterios específicos para la supervisión del riesgo de conductas (Superintendencia Financiera de Colombia, 2025) (Superintendencia Financiera de Colombia, 2023), fijan los elementos que deben existir al interior de las entidades vigiladas para la gestión de dicho riesgo, los cuales son evaluados por la SFC como parte del proceso de construcción y actualización del perfil de riesgo, acorde con la metodología de Supervisión Basada en Riesgos (SBR).

Dentro de la supervisión directa o indirecta de los intermediarios de seguros, con relación al riesgo de conductas, la SFC evalúa la cultura de las entidades vigiladas, sus funcionarios y terceros que las representan frente a los valores, actitudes, comportamientos, incentivos y normas internas con relación a los consumidores financieros, el mercado, terceros vinculados y entidades supervisoras.

De igual manera, este MIS busca garantizar el principio de trato justo, en virtud del cual las entidades vigiladas deben garantizar en el diseño, ofrecimiento y prestación de productos y servicios: (i) Que atiendan las necesidades y expectativas de los consumidores financieros; (ii) Que se les suministre y tengan acceso a información clara, transparente y oportuna, acorde con las necesidades y perfil del consumidor financiero en todo el ciclo de vida del producto; (iii) Que no existan barreras para movilizarse entre diferentes productos, servicios y entidades financieras, ni para la interposición de quejas o reclamos[11].

Así, la SFC tiene la función de realizar un análisis del negocio donde se revisa el modelo de negocio y el marco de apetito de riesgo de las entidades vigiladas, lo cual, incluye elementos de evaluación de: (i) la satisfacción o inconformidad de los consumidores (la SFC se puede apoyar en los resultados de las encuestas de percepción, Smartsupervision, conciliaciones, demandas, tutelas), (ii) la estructura de gobierno y políticas para la oferta de productos, esquema de incentivos y desincentivos frente a funcionarios propios y externos, (iii) la incorporación de la

[10] Superintendencia Financiera de Colombia. Guía Interna – Criterios Específicos para la Supervisión del Riesgo de Conductas.
[11] Circular Básica Jurídica de la SFC (C.E. 006 de 2025). Parte I, Título III, Capítulo II. Instancias de Atención al Consumidor en las entidades vigiladas.

oferta de valor y el trato justo en los objetivos estratégicos y la estrategia comercial, (iv) grado de tercerización en la oferta de productos y atención de los consumidores financieros, (v) políticas para la comercialización de productos tradicionales y digitales.

La supervisión del riesgo de conductas tiene un énfasis en determinar los factores y causas generadoras del riesgo, en estos se tienen en cuenta los esquemas de ventas, acompañamiento y atención a los consumidores financieros durante todo el ciclo de vida del producto, analizando aspectos como el nivel de conocimiento y capacitación de los funcionarios y terceros vinculados al suministro de información a los consumidores financieros; las políticas frente a la divulgación de información y/o publicidad inadecuada por parte de la EV o de funcionarios que afecten el entendimiento de los consumidores acerca de las características, condiciones y los riesgos del producto/servicio, induciéndolo a tomar decisiones erradas; el suministro de información en productos autogestionados (digitales) y en productos de largo plazo; barreras postventa; esquemas de incentivos; y especialmente, en la tercerización de procesos y servicios.

De esta forma, la URF concluye que el enfoque de supervisión directa aplicable a los corredores de seguros, y el indirecto aplicable a los agentes y agencias de seguros, exigen la estructuración de políticas y procesos tendientes a tener una gobernanza y cultura en la gestión del riesgo de conductas durante todo el ciclo de vida del producto de seguro, en el cual la SFC cuenta con instrucciones claras y amplias facultades para evaluar la estructura de comercialización de los seguros, especialmente, cuando parte de estos procesos son desarrollados por terceros. Por lo expuesto, no se evidencia al respecto una brecha regulatoria encaminada a que en la supervisión de los intermediarios de seguros se garantice un trato justo a los consumidores financieros.

2.18. 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.***

La medida propuesta por la Consultoría sugiere que las compañías de seguros incorporen de manera formal el análisis del desempeño de sus canales de distribución dentro de sus sistemas internos, particularmente en el Sistema de Atención al Consumidor. Esto implica que cada canal —ya sea intermediarios, uso de red, corresponsales u otros— sea objeto de seguimiento sistemático, no solo desde una perspectiva comercial, sino también en función de su comportamiento frente al cliente y su impacto en la prestación del servicio.

Para ello, se plantea que el análisis de los canales se realice con base en criterios de calidad previamente definidos, de forma que sea posible evaluar cómo se desempeña cada canal en aspectos como la experiencia del usuario, la gestión de reclamaciones, la claridad de la información entregada y el cumplimiento de las condiciones del producto. Este enfoque permite desagregar el desempeño de la aseguradora y entender las diferencias entre canales en cada una de las etapas del ciclo de vida del seguro.

Adicionalmente, la medida propone que las aseguradoras identifiquen y monitoreen los riesgos asociados a cada canal de distribución. Esto incluye tanto riesgos operativos y de atención al cliente como riesgos derivados de la forma en que se comercializan los productos, reconociendo que los canales pueden incidir directamente en la calidad del seguro, en la relación con el consumidor y en el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

Finalmente, se establece la necesidad de evaluar los riesgos asociados a la concentración o dependencia en determinados canales o intermediarios. Esto supone que las aseguradoras deben analizar el grado en que su operación y resultados dependen de uno o pocos canales de distribución, con el fin de tener visibilidad sobre posibles vulnerabilidades y contar con información que permita gestionar esa dependencia dentro de su modelo de negocio.

Frente a la primera parte de la recomendación, la cual busca incluir, en el Sistema de Atención al Consumidor (SAC), la obligación de analizar el desempeño de los canales teniendo en cuenta criterios de calidad, la URF considera inicialmente que esta guarda estrecha relación con la recomendación 14 analizada previamente, en la cual se insta a efectuar mejoras al proceso de supervisión digital de los seguros enfocados en su calidad mediante los distintos canales de distribución.

El alcance del SAC dispuesto en la Circular Básica Jurídica de la SFC incluye la adopción de políticas y procedimientos para garantizar su cumplimiento por parte de terceros que prestan servicios que implican el contacto directo con los consumidores

financieros, donde se entienden incluidos los intermediarios de seguros, y su efectividad a través de los distintos canales de comercialización de productos empleados por las entidades vigiladas. Este sistema debe contemplar el análisis de los motivos de las peticiones, quejas o reclamos que interponen los consumidores para el diseño y desarrollo de las acciones de mejora necesarias, oportunas y continuas, en cuyo proceso, la entidad vigilada debe tener la capacidad para evaluar los canales por medio de los cuales se producen las eventuales vulneraciones de los derechos de los consumidores, con el propósito de controlarlas, mitigarlas o corregirlas.

En este sentido, esta Unidad considera que no es necesaria la inclusión en el SAC, de forma particular para el sector asegurador, una disposición que haga alusión a la obligación de analizar el desempeño de los canales frente a criterios de calidad y experiencia y trato justo al consumidor financiero, la cual se entiende comprendida en la regulación de forma general para las entidades vigiladas sujetas del SAC.

Por su parte, frente a la segunda parte de la recomendación, la cual tiene como propósito el implementar mecanismos para analizar los riesgos de estabilidad de las compañías de seguros por dependencia de algún canal o intermediario, para la URF, estos mecanismos se encuentran incorporados principalmente en la normatividad que rige la gestión del riesgo operacional del Sistema Integral de Administración de Riesgos (SIAR) (Superintendencia Financiera de Colombia, 2026)[12], al cual, están sujetas las entidades aseguradoras.

Como componente del SIAR en la gestión del riesgo operacional *"La entidad debe desarrollar, establecer, implementar y mantener una gestión del riesgo operacional, acorde con su importancia por tamaño e interconectividad en el sistema financiero y los entornos económicos y de los mercados en donde esta opera, así como con el perfil y marco de apetito de riesgo, plan de negocio, naturaleza, estructura, tamaño, complejidad,* ***diversidad de las actividades que desarrolle y actividades de apoyo, estas últimas realizadas directamente o a través de terceros****, que les permita identificar, medir, controlar y monitorear eficazmente este riesgo. Para llevar a cabo dicha gestión deben existir las políticas, procedimientos, controles, metodologías, modelos y sistemas de información para su instrumentación." (Negrilla fuera del texto original).*

[12] Circular Básica Financiera SFC (Circular Externa 004 de 2026), Parte I, Capítulo 1 - Sistema integral de administración de riesgos (SIAR).

Para esta gestión, la entidad debe tener en cuenta tanto los factores internos como externos que puedan afectarla.

Como factores internos se entienden los procesos, la tecnología, infraestructura y el recurso humano. Como factores externos se comprende las situaciones asociadas a la fuerza de la naturaleza u ocasionadas por terceros, que escapan en cuanto a su causa y origen al control de la entidad.

Haciendo una ampliación en la tercerización de actividades, la entidad debe: (i) realizar un análisis de riesgo para determinar los procesos y/o actividades a tercerizar; (ii) comprender el riesgo operacional asociado a los procesos y/o actividades tercerizadas; (iii) contar con políticas eficaces para incorporar en su estrategia de riesgos, aquellos derivados de la tercerización; y (iv) determinar dentro de los procesos y/o actividades tercerizadas aquellos que se consideren críticos.

De esta manera, de forma generalizada, el SIAR incluye mecanismos para identificar, medir, controlar y monitorear los riesgos asociados a una eventual concentración de la operación en determinados canales o terceros, incorporando la administración de la continuidad del negocio y la fijación de planes de contingencia ante fallas o situaciones de emergencia.

Estos mecanismos se encuentran dentro del marco de apetito de riesgo que debe ser aprobado por la Junta Directiva, el cual estipula los niveles máximos de exposición, concentración y pérdida tolerada por tipo de riesgo de la entidad.

Bajo esta base normativa, la URF no identifica una necesidad regulatoria con el propósito de implementar mecanismos para garantizar la estabilidad de las entidades aseguradoras por dependencia de canales o intermediarios.

2.19. Recomendación 19

Redefinir el perímetro y alcance de supervisión de modo que se definan los criterios para determinar los intermediarios que tendrán supervisión directa y aquellos bajo supervisión indirecta.

La medida propone redefinir el perímetro y el alcance de la supervisión sobre los intermediarios de seguros, estableciendo criterios objetivos que permitan diferenciar cuáles deben estar sujetos a supervisión directa y cuáles a supervisión indirecta. Esto implica superar la clasificación tradicional de intermediarios y adoptar un enfoque basado en las características reales de su operación, de forma que la intensidad de la supervisión responda a su relevancia y nivel de riesgo.

Para ello, se plantea que la determinación del tipo de supervisión se base en variables como el tamaño del intermediario, su volumen de negocios, la población que atiende y su impacto en el mercado. Adicionalmente, se incorporan criterios relacionados con el riesgo reputacional y la complejidad de los productos y operaciones que maneja, de manera que aquellos intermediarios con mayor incidencia o potencial de afectación sistémica puedan ser objeto de un seguimiento más directo por parte del supervisor.

La medida también propone considerar el modelo de negocio de los intermediarios como un elemento central en la definición del esquema de supervisión. Esto incluye aspectos como si prestan servicios de asesoría, el nivel de sofisticación de su base de clientes, el tipo de productos que distribuyen, si administran recursos de aseguradoras o consumidores, y su exposición a posibles conflictos de interés. Estos factores permiten caracterizar de forma más precisa el perfil de riesgo de cada intermediario.

Finalmente, la Consultoría propone un esquema dual de supervisión en el que, por un lado, los intermediarios que cumplan con los criterios definidos sean objeto de supervisión directa, y por otro, aquellos que no los cumplan queden bajo un esquema de supervisión indirecta. En este último caso, las compañías de seguros asumen la responsabilidad de verificar la capacidad técnica, operativa y la idoneidad de los intermediarios con los que trabajan, asegurando que conduzcan sus actividades de manera profesional y transparente.

Para el análisis de la presente recomendación, inicialmente, la URF considera que se debe traer a colación que los intermediarios de seguros regulados en Colombia son las sociedades corredoras de seguros, las agencias de seguros y los agentes de seguros.

Las sociedades corredoras de seguros, al ser entidades vigiladas por la SFC, se encuentran bajo su ámbito de supervisión directa; por su parte, tanto para las agencias como los agentes de seguros, el enfoque de supervisión por parte de la SFC es indirecto, esto significa que la idoneidad, profesionalismo y capacidad de estos actores debe garantizarse por parte de la entidad aseguradora a la que representan; asimismo, la aseguradora debe velar porque se dé cumplimiento al régimen de inhabilidades e incompatibilidades al que se encuentran sujetos, respondiendo solidariamente por la actividad que las agencias o agentes de seguros realicen[13].

[13] *Ley 510 de 1999. "ARTÍCULO 101. (…)*

Sin perjuicio de lo anterior, aunque el artículo 41 del EOSF, contempla un umbral de 900 salarios mínimos mensuales legales vigentes en comisiones durante el ejercicio anual anterior, que determina que, para ciertas agencias, la SFC tiene facultades de exigirles la reglamentación prevista para los corredores de seguros dispuesta en el numeral 2 del artículo 40, relacionada con el establecimiento de un capital mínimo y una organización técnica y contable (Vergara Arregocés, 2019)[14]; y que el artículo 2.30.1.2.1. del Decreto 2555 de 2010, establece que *el monto mínimo de las comisiones causadas durante cada ejercicio anual por las agencias de seguros sujetas al control de la Superintendencia Financiera de Colombia será la suma equivalente a cuarenta y dos mil cien coma ochenta y tres (42.100,83) unidades de valor tributario (UVT) a la fecha del respectivo corte,* la SFC ha negado la posibilidad de hacer uso de estas facultades otorgadas por el regulador, al considerar, que la aplicación de la figura de las agencias asimiladas era incompatible con el artículo 101 de la Ley 510 de 1999, que en opinión de este organismo[15], le sustrajo todas las facultades de supervisión sobre las agencias, y por ende, se configuró una derogatoria tácita del numeral 4 del artículo 41 del EOSF (Vergara Arregocés, 2019).

El argumento de la SFC de que la vigilancia de las entidades colocadoras de seguros ya no hacía parte de sus competencias se reforzó mediante la derogatoria que la Ley 964 de 2005 realizó a la expresión "agencias colocadoras de seguros" del artículo 325 del EOSF[16].

Así, bajo el régimen de supervisión indirecta que se adopta en Colombia con respecto a las agencias y los agentes de seguros, les corresponde a las entidades aseguradoras velar por el cumplimiento de los requisitos legales, idoneidad, calidad de sus agentes, así como de su conducta con respecto a los consumidores financieros. La modificación de este enfoque requeriría así, de una iniciativa legislativa.

(…) En virtud del carácter de representación de una o varias compañías de seguros o sociedades de capitalización que tienen las agencias y los agentes de seguros, se entiende que no podrán ejercer su actividad sin contar con la previa autorización de dichas entidades, autorización que puede ser revocada por decisión unilateral. En consecuencia, serán tales compañías y sociedades quienes deben velar por que las agencias y agentes que las representan cumplan con los requisitos de idoneidad y por qué se dé cumplimiento al régimen de inhabilidades e incompatibilidades a que se encuentran sujetos y responderán solidariamente por la actividad que éstos realicen, de acuerdo con la delegación que la ley y el contrato les hayan otorgado."

[14] *Vergara Arregocés, Carlos Daniel, La regulación de los intermediarios de seguros en Colombia: un régimen de supervisión asimétrico, 50 Rev.Ibero-Latinoam.Seguros, 83-118 (2019). https://doi.org/10.11144/Javeriana.ris50.risc*

[15] *Superintendencia Bancaria de Colombia. (2004). Concepto 2003040628-3 (27 de febrero, 2004). Corredores de Seguros. Bogotá D.C.*

[16] *Superintendencia Financiera de Colombia. (2013). Concepto 2012102090-002 (15, enero, 2013). Seguros, agencias colocadoras. Bogotá D.C.*

De igual manera, serían necesarias modificaciones al régimen legal aplicable a los corredores de seguros, toda vez que estos, sin perjuicio de su tamaño o volumen de negocios, están constituidos a nivel legal como entidades vigiladas por la SFC.

A criterio de esta Unidad, es pertinente un estudio detallado, y espacios de discusión con la SFC, gremio asegurador, intermediarios y público en general, sobre las implicaciones de redefinir el modelo de supervisión de los intermediarios de seguros, bajo variables como el tamaño, volumen de negocios, población atendida, complejidad y perfil de riesgo de los negocios, entre otros. De estos espacios, se determinará la necesidad de proponer una iniciativa legislativa por parte del Gobierno Nacional con el objetivo de que el enfoque de supervisión directa o indirecta de los intermediarios de seguros por parte de la SFC tenga como base elementos adicionales a la tipología del intermediario.

2.20. Recomendación 20

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

La medida propone centralizar los procesos asociados al conocimiento del cliente dentro del sistema de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo (SARLAFT), con el objetivo de agilizar su aplicación y reducir los costos operativos para las compañías de seguros. Esto implica pasar de esquemas individuales, en los que cada entidad realiza sus propios procesos de recopilación y validación de información, hacia un modelo más estandarizado y compartido entre los actores del sector.

Para ello, se plantea la creación de un contrato marco de adhesión de carácter obligatorio, en el cual se definan de manera uniforme los lineamientos sobre la información que debe ser recolectada y utilizada en el SARLAFT. Este contrato establecería criterios comunes para todas las entidades vigiladas, permitiendo homogeneizar los procesos de conocimiento del cliente y reducir las diferencias en su implementación entre compañías.

Adicionalmente, la medida contempla la construcción de un repositorio centralizado de información, administrado a nivel gremial, que permita a las entidades acceder y compartir datos relevantes para el cumplimiento de estos procesos. Este repositorio funcionaría como una fuente común de información, disminuyendo la duplicidad de esfuerzos, facilitando el acceso a datos necesarios para la evaluación de clientes y reduciendo los costos asociados a la obtención y validación de dicha información.

Finalmente, se propone definir reglas mínimas sobre el contenido y funcionamiento de este repositorio, asegurando que la información sea consistente, útil y adecuada para los fines de prevención de riesgos. Esto incluye establecer criterios sobre qué datos deben ser incluidos, cómo deben ser utilizados por las entidades y bajo qué condiciones pueden ser compartidos, con el fin de garantizar la efectividad del sistema y su adecuada articulación con las necesidades operativas del sector asegurador.

En lo que respecta a esta recomendación, la URF destaca la importancia de aprovechar la arquitectura normativa existente en el Sistema de Finanzas Abiertas, consolidada en el Decreto 368 de 2026, incorporado en el Decreto 2555 de 2010**,** que ofrece un marco regulatorio sólido que permite avanzar en la implementación sin necesidad de crear nuevas estructuras legales. Este esquema contribuye a mejorar la eficiencia operativa, reducir duplicidades y simplificar la experiencia de los consumidores financieros, manteniendo intactos los objetivos de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo.

En este sentido, la URF comparte el propósito de la recomendación y propone concentrar los esfuerzos en la aplicación del Decreto 368 de 2026 (Presidente de la República de Colombia, 2026), particularmente en los lineamientos que debe definir la SFC respecto de la información asociada al proceso de vinculación de los titulares como clientes, establecida en el artículo 2.35.8.2.1. del Decreto 2555 de 2010. Dicho proceso no requiere contratos de adhesión ni centralización de datos, sino el intercambio de información entre entidades mediante los mecanismos de interoperabilidad previstos en la norma.

La medida se proyecta como una herramienta para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del sector asegurador, siempre que se avance en la definición de estándares de información, mecanismos de interoperabilidad y lineamientos regulatorios específicos que garanticen su adecuada adopción.

2.21. Recomendación 21

Generar una guía para la implementación del Sarlaft en poblaciones y/o productos de bajo riesgo.

Se recomienda generar una guía para la implementación del SARLAFT en poblaciones y productos de bajo riesgo que responda a la necesidad de aplicar un enfoque de proporcionalidad en los procesos de conocimiento del cliente Know Your Customer (KYC) en español "Conoce a tu cliente" y prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo (LAFT). Actualmente, muchas entidades aplican

procedimientos homogéneos sin diferenciar entre perfiles de riesgo, lo que genera costos elevados y barreras de acceso, especialmente en seguros masivos y de bajo valor. Se propone segmentar productos y poblaciones, diferenciar formularios y estructurar un análisis de riesgo al momento del pago de siniestros buscando con ello optimizar recursos, mejorar la experiencia del consumidor y mantener la efectividad del sistema de prevención.

Frente a esta recomendación, la URF considera pertinente, inicialmente, traer a colación que el régimen general de prevención de actividades delictivas por parte de las entidades vigiladas por la SFC, tiene sustento legal en el EOSF, el cual en su artículo 102, les impone la obligación de adoptar medidas de control apropiadas y suficientes, orientadas a evitar que en la realización de sus operaciones puedan ser utilizadas como instrumento para el ocultamiento, manejo, inversión o aprovechamiento en cualquier forma de dinero u otros bienes provenientes de actividades delictivas o destinados a su financiación, o para dar apariencia de legalidad a las actividades delictivas o a las transacciones y fondos vinculados con las mismas.

Para el cumplimiento de esta obligación, la SFC, en ejercicio de sus facultades legales consagradas en el literal a) del numeral 3 del artículo 326 del EOSF y el numeral 5 del artículo 11.2.1.4.2 del Decreto 2555 de 2010, ha emitido instrucciones contenidas en su Circular Básica Jurídica relativas a la administración del riesgo de lavado de activos y de la financiación del terrorismo (SARLAFT) (Superintendencia Financiera de Colombia, 2025).

En la implementación de este sistema se contempla que el conocimiento del cliente se debe realizar desde el momento previo a su vinculación, lo cual, impediría que se estructure un análisis del riesgo LAFT para evaluarse al momento del pago de los siniestros por parte de las entidades aseguradoras.

El SARLAFT frente al conocimiento del cliente exige que las entidades aseguradoras cuenten con procedimientos para obtener un conocimiento efectivo, eficiente y oportuno de todos los clientes actuales y potenciales, así como para verificar la información y los soportes de esta.

Los procedimientos de conocimiento del cliente aplicados por otras entidades vigiladas con relación al mismo cliente potencial no eximen de responsabilidad a la entidad de conocerlo, aun cuando pertenezcan a un mismo grupo.

De esta manera la SFC estipula que las entidades vigiladas no pueden iniciar relaciones contractuales o legales con el potencial cliente mientras no se haya (i) recolectado la información necesaria para adelantar el procedimiento del conocimiento de cliente; (ii) verificado la información necesaria, en particular la

identidad del potencial cliente; y (iii) aprobado la vinculación del mismo, como mínimo.

Igualmente, el Supervisor faculta a las entidades vigiladas para aplicar los procedimientos de conocimiento del cliente de manera proporcional en atención a su análisis del riesgo LA/FT, siempre que den cumplimiento a los procedimientos ordinarios de conocimiento del cliente, aplicando medidas intensificadas cuando se identifique el alto riesgo de un potencial cliente.

Dentro de los procedimientos ordinarios de conocimiento del cliente se encuentran una verificación efectiva de su identidad al momento de su vinculación; el tomar medidas para consultar el nombre y el número de identificación de los asegurados, afianzados y/o beneficiarios en, como mínimo, las listas internacionales vinculantes para Colombia; identificar el beneficiario de un seguro de vida y otras pólizas de seguro de vida con componente de ahorro e inversión al momento de la celebración del contrato y cuando no sea posible, a más tardar al momento del pago, en todo caso, validando si cabe la aplicación de mayores medidas de conocimiento del cliente hacía dichos beneficiarios.

De manera complementaria, la Circular establece que cuando la contratación de los productos ofrecidos por las entidades aseguradoras se realice a través de intermediarios de seguros, los procedimientos de conocimiento del cliente pueden dejarse a cargo del intermediario, siempre que se haga bajo los parámetros, procedimientos y metodologías previamente establecidos por la entidad aseguradora.

En cumplimiento del conocimiento del cliente, las entidades deben obtener información que les permita examinar y monitorear la relación comercial con sus clientes, e información básica, socioeconómica, financiera y transaccional del potencial cliente que les permitan adelantar una adecuada y efectiva gestión del riesgo de LA/FT conforme a su análisis de riesgo LA/FT.

Adicionalmente, este conocimiento incluye elementos como la evaluación de la actividad económica, domicilio, entre otra, para lo cual, las entidades pueden diseñar formularios para la adecuada recolección de información.

Sin perjuicio de estas disposiciones generales, la SFC ha establecido procedimientos simplificados para el conocimiento del cliente; los cuales reconocen que, para ciertas operaciones, productos o servicios, es viable la estructuración de un proceso más expedito. En este aspecto la Circular Básica Jurídica fija los criterios mínimos para la implementación en productos de seguros, los cuales a criterio de la URF, permiten la aplicación a poblaciones y/o productos de seguros de bajo riesgo.

Para destacar el aspecto diferencial del procedimiento simplificado frente al ordinario, por ejemplo, en cuanto al conocimiento de personas naturales, se exige que se

verifique su identidad al momento de su vinculación con información como el tipo de documento de identidad, nombre, número y fecha de expedición del documento de identificación, en complemento de las consultas en las listas internacionales vinculantes para Colombia y la validación en de la calidad de Personas Expuestas Políticamente (PEP).

Así, la SFC reconoce la habilitación para implementar un procedimiento simplificado de conocimiento del cliente a diversos productos de seguros, dentro de los cuales para efectos de esta recomendación, se destacan los siguientes:

- Los tomados por entidades financieras, aseguradoras o sociedades administradoras de fondos de pensiones por cuenta de sus clientes.
- Los tomados mediante bancaseguros, corresponsales y uso de red, así como aquellos distribuidos por comercialización masiva en los términos del numeral 4 del artículo 2.31.2.2.1. del Decreto 2555 de 2010, siempre que el pago de las primas se haga mediante descuento directo de cuenta de ahorros, cuenta corriente, tarjeta de crédito o cualquier forma de crédito otorgado por un establecimiento de crédito, y que el cliente haya autorizado expresamente el traslado.
- Aquellos tomados por personas naturales o jurídicas por cuenta y a favor de sus empleados, cuyo origen sea un contrato de trabajo o relación laboral, respecto de la información del asegurado y el beneficiario. Ahora bien, en lo que se refiere al tomador, la información debe solicitarse en su totalidad.
- Los seguros tomados que cumplan con los siguientes requisitos de forma simultánea: (i) que el valor asegurado sea igual o inferior a 135 SMLMV y (ii) que el máximo pago anual de la prima sea igual o inferior a 6 SMLMV. La cobertura de responsabilidad civil extracontractual no computa dentro del límite del valor asegurado.

Estas categorías, permiten la aplicación de un procedimiento simplificado en productos de seguros dirigidos a poblaciones y segmentos de medianos y bajos ingresos, los cuales le apuntan a los objetivos de inclusión financiera del país. En este sentido, las entidades aseguradoras cuentan con la habilitación normativa para diseñar e implementar formularios y procedimientos de conocimiento del cliente (KYC) diferenciados, aplicables tanto de manera física como digital, que reduzcan los costos transaccionales en la comercialización de sus seguros.

En todo caso, las entidades aseguradoras cuentan con la posibilidad de presentar a consideración del Supervisor, las estructuraciones que estas efectúen en sus procedimientos y formularios simplificados. Igualmente, la SFC cuenta con la facultad de emitir, a su criterio, guías sobre la implementación del procedimiento simplificado

que puedan contribuir a una mayor comprensión por parte de la industria, y en complemento, la determinación de nuevos productos o transacciones de seguros sujetas de dicho procedimiento.

Dentro de los aspectos que se podrían considerar en la eventual emisión de dichas guías se encuentran la diferenciación de productos a los cuales les aplican los lineamientos, la información mínima requerida, el establecimiento de mecanismos de validación de identidad, así como para la actualización de información y la operación de esquemas de monitoreo proporcionales al nivel de riesgo.

En conclusión, la URF considera que no se identifica una necesidad de intervención regulatoria que permita la implementación de un procedimiento de conocimiento del cliente dirigido a poblaciones o productos de seguros de bajo riesgo, en razón a la normatividad vigente emitida por parte de la SFC.

3. Hoja de ruta para incentivar la comercialización de seguros en Colombia

Tomando como referencia las conclusiones obtenidas por la URF sobre cada una de las recomendaciones formuladas por Logique Consulting en 2025, este capítulo desarrolla una propuesta de hoja de ruta institucional orientada a la ejecución de aquellas recomendaciones que se consideran viables en el marco de la misionalidad de la Unidad. La hoja de ruta se estructura metodológicamente agrupando las recomendaciones según la entidad o actor identificado como responsable o líder de su implementación, lo que permite delimitar con claridad los ámbitos de acción y las competencias regulatorias involucradas.

Este enfoque busca, por una parte, señalar los temas que implican un posible ajuste a la regulación existente y que corresponden a las acciones que la URF debería adelantar en cumplimiento de sus funciones de análisis y proyección normativa. Por otra parte, se dejan planteadas y a disposición de otras entidades responsables como la SFC o las entidades aseguradoras, sugerencias sobre posibles acciones que podrían contribuir al desarrollo y logro de las recomendaciones, en el marco de sus competencias específicas.

La metodología adoptada permite diferenciar entre las iniciativas que requieren un ajuste normativo directo y aquellas que, sin implicar modificaciones regulatorias

inmediatas, demandan coordinación interinstitucional, definición de estándares técnicos o fortalecimiento de mecanismos de supervisión. De esta manera, la hoja de ruta se convierte en un instrumento estratégico que orienta la implementación de las recomendaciones, asegurando que las propuestas regulatorias se fundamenten en un diagnóstico técnico sólido y en un proceso participativo con los actores del sector financiero y asegurador.

3.1. Recomendaciones a ejecutar por parte de la URF

En el Capítulo 2 del presente documento se identificaron, dentro de las recomendaciones consideradas viables, aquellas que implican un posible ajuste regulatorio a nivel de Decreto expedido por el Gobierno nacional. Con el fin de dar continuidad a este análisis, en el presente apartado se presentan dichas recomendaciones de manera agrupada, señalando de forma preliminar las acciones que correspondería adelantar a la URF para su desarrollo:

Tabla 2. Recomendaciones viables para su ejecución bajo responsabilidad de la URF

No.	Recomendación	Líder	Acciones por desarrollar
3	Eliminar la no objeción por parte de la SFC para el contrato de uso de red	URF	1. Diseñar y realizar proceso de expedición de una modificación al artículo 2.31.2.2.4 del Decreto 2555 de 2010, con el fin de equiparar el tratamiento de los contratos de uso de red al de los contratos de corresponsalía, eliminando la obligación de obtener no objeción previa por parte de la SFC.
8	Definición de responsabilidades en los contratos con los sponsors	URF	1. Adelantar estudio detallado sobre los aspectos que se deberían definir en la regulación aplicable sobre responsabilidades en los contratos de comercialización de seguros a través de sponsors. 2. Con base en los resultados del estudio, diseñar y realizar proceso de expedición de artículos a incluir en el Decreto 2555 de 2010, referentes a las responsabilidades mínimas que se deben incluir en los contratos de comercialización de seguros a través de sponsors.
10	Habilitar explícitamente a las agencias de seguros para contratar	URF-SFC	1. Realizar plan de trabajo conjunto con la SFC para evaluar la viabilidad de autorizar pruebas piloto sobre desarrollo de contratos de corresponsalía por parte de agencias de seguros.

	esquemas de corresponsalía		2. Ejecución de pruebas piloto en el marco del Sandbox de la SFC. 3. De acuerdo con conclusiones de pruebas piloto, diseñar y realizar proceso de expedición de modificación del numeral 8 del artículo 2.36.9.1.11 del Decreto 2555 de 2010. Posibilidad de agregar artículos referentes a obligaciones contractuales, límites de responsabilidad, controles y reportes de información para labores de supervisión.
11	Creación de un bien público de información de seguros (Bureau de seguros)	URF-SFC	1. Realizar trabajo conjunto con la SFC y actores del sector asegurador, que permitan definir posibilidades técnicas y operativas existentes para la creación de un sistema de información actualizada y en línea dispuesto para el público, en el marco del RUS. 2. De acuerdo con conclusiones de trabajo conjunto, diseñar y adelantar el proceso de proyección normativa, tendiente a modificar el Capítulo 3 del Título 2 del Libro 31 de la Parte 1 del Decreto 2555 de 2010, con respecto a los componentes y funcionalidades del RUS.
19	Redefinir el perímetro y alcance de supervisión de modo que se definan los criterios para determinar los intermediarios que tendrán supervisión directa y aquellos bajo supervisión indirecta	URF-MHCP	1. Desarrollo de espacios de discusión con la SFC, el gremio asegurador, los intermediarios y el público en general, orientados a analizar las implicaciones de redefinir el modelo de supervisión aplicable a los intermediarios de seguros. 2. De acuerdo con conclusiones derivadas de dichos espacios, evaluar la pertinencia de impulsar una iniciativa legislativa que permita que el enfoque de supervisión directa o indirecta de los intermediarios de seguros por parte de la SFC tenga como base elementos adicionales a la tipología del intermediario, incorporando elementos técnicos y de riesgo que fortalezcan la regulación y control.

Fuente: Elaboración propia, 2026

Con respecto a la ejecución de las acciones planteadas, la URF propone adelantar durante el segundo semestre del año 2026 un conjunto de actividades orientadas al estudio detallado de los aspectos técnicos que deben considerarse para cada una de las recomendaciones formuladas. Estas actividades incluirán espacios de articulación y trabajo conjunto con la SFC y con las entidades aseguradoras. A partir de esta articulación, se revisará el impacto de cada iniciativa, su viabilidad jurídica y operativa y tiempos estimados de implementación, que permitan definir una

priorización de los ajustes normativos que se propondrán para el desarrollo de la Agenda regulatoria de la URF para el año 2027.

3.2. Recomendaciones que se sugieren desarrollar por parte de la SFC

Así mismo, de la revisión realizada por la URF sobre cada una de las recomendaciones presentadas en el Capítulo 2, se identificaron aquellas que guardan relación con posibles ajustes a la regulación secundaria expedida por la SFC o con funciones que esta entidad ejerce en el marco de sus competencias de supervisión. En este apartado se consolidan dichas recomendaciones con el propósito de ponerlas a disposición de la SFC, para que, en el marco de su autonomía y de las facultades legales y competencias que le han sido conferidas, puedan ser evaluadas en cuanto a su pertinencia para un eventual desarrollo, según la disponibilidad de información, recursos y la viabilidad operativa que para cada una de ellas determine el supervisor.

De manera complementaria la URF formula algunas sugerencias adicionales que, si bien no constituyen propuestas normativas en sentido estricto, resultan relevantes para fortalecer la efectividad de los procesos de supervisión y regulación. Estas sugerencias buscan aportar insumos técnicos y prácticos que permitan a la SFC valorar alternativas de mejora en la gestión de riesgos, en la transparencia de la información y en la protección de los consumidores financieros.

Tabla 3. Recomendaciones puestas a consideración de la SFC para su desarrollo

No.	Recomendación	Líder	Sugerencia URF
2	Generar mecanismos para que las aseguradoras incorporen una estrategia de distribución en la estructuración de sus productos	SFC	Con el propósito de fortalecer la información disponible sobre la eficiencia de los canales de comercialización y facilitar la toma de decisiones, se recomienda avanzar en la generación de datos que permitan evaluar la relación costo/beneficio de cada canal. Para ello sería conveniente una mayor desagregación de los elementos que conforman los costos de comercialización, complementando la segmentación actual que realiza la SFC por tipo de seguro y participación de asegurados en cada canal. La información por tipo de canal podría incorporar elementos adicionales que contribuyan a la labor de supervisión, tales como, tasas de rechazo, tiempos de pago, cancelaciones y persistencias de las pólizas, reclamaciones, entre otros.

7	La experiencia de usuario debe ser consistente en cada una de las etapas del ciclo de vida del producto	SFC-Entidades	Se recomienda revisar la forma en que las entidades aseguradoras están dando cumplimiento a los procedimientos definidos en la normativa para la reclamación de seguros a través de los diferentes canales de comercialización. Este ejercicio permitiría generar hallazgos orientados a la simplificación y mejoramiento de procesos de reclamación, con el fin de derivar en trámites más ágiles y sencillos que fortalezcan la experiencia de usuario durante todo el ciclo de vida del producto.
13	Generación de guías y plantillas por parte del supervisor para uso en la estructuración de seguros masivos	SFC	La SFC en ejercicio de sus facultades, puede determinar la conveniencia de publicar lineamientos o buenas prácticas de adopción voluntaria en la estructuración de productos. Esta iniciativa no limita la posibilidad de que las aseguradoras incluyan información adicional a la mínima exigida, sino que, por el contrario, les brinda un marco de referencia flexible para fortalecer la transparencia y la innovación en beneficio del sector y de los consumidores.
14	Diseño e implementación de un sistema de supervisión digital enfocado en la calidad de los seguros	SFC	El proceso de supervisión puede incorporar la captura de información relacionada con los distintos canales de comercialización de seguros. Esta medida permitiría activar acciones de seguimiento, correctivas y preventivas con mayor eficiencia, adaptadas a las particularidades de cada canal, fortaleciendo así la capacidad de la Superintendencia para garantizar un control más oportuno y diferenciado sobre la actividad aseguradora. En este sentido, se sugiere que la segmentación en la supervisión sea basada en criterios objetivos como tiempos de respuesta en la atención de siniestros, la información transaccional y otros indicadores relevantes.
15	Evaluar las normativas actuales de contabilización de gastos de comercialización y de gastos autorizados	SFC	Se plantea como alternativa, que la SFC, dentro de sus competencias, evalúe la creación de una guía contable de buenas prácticas, no vinculante, con un alcance determinado, que brinde lineamientos sobre una atribución más precisa de los costos de comercialización en los distintos productos y canales, lo cual, tendría efecto en la calidad de la información reportada por las entidades para fines de supervisión.
16	Crear un proceso de certificación en donde se acredite capacidad técnica y profesional ante un organismo	SFC	Corresponde al Supervisor evaluar la necesidad de revisar el proceso de seguimiento a los estándares de certificación y de idoneidad de los intermediarios, especialmente respecto de los procedimientos tendientes a brindar una adecuada asesoría e información al consumidor financiero. Ello incluye, por ejemplo, la

	certificador y se cree un registro de información de las personas acreditadas para intermediar seguros. Este proceso debe aplicarse de acuerdo con la complejidad de los productos ofrecidos y los canales empleados en cada caso		validación del conocimiento de las Personas Naturales Vinculadas, la revisión de las guías de comercialización, la verificación de la calidad y contenido de los cursos de formación. En esta línea, el gremio asegurador propone establecer políticas más estrictas de evaluación periódica para este fin.
20	Centralización del Sarlaft como mecanismo de agilización del proceso de conocimiento del cliente y disminución de costos en el proceso	SFC	Para el desarrollo de esta recomendación, se sugiere concentrar los esfuerzos en la implementación de las disposiciones previstas en el Decreto 368 de 2026, relativas al Sistema de Finanzas Abiertas. En particular se recomienda atender los lineamientos que deberá expedir la SFC respecto de la información asociada al proceso de vinculación de los titulares como clientes, conforme a lo establecido en el artículo 2.35.8.2.1. del citado Decreto. Estos lineamientos abordarían los requerimientos esenciales para el intercambio de información entre entidades, mediante los mecanismos de interoperabilidad previstos en la norma.
21	Generar una guía para la implementación del Sarlaft en poblaciones y/o productos de bajo riesgo.	SFC	La SFC conserva la facultad de emitir, a su criterio, guías orientadoras sobre la implementación del procedimiento simplificado, con el propósito de facilitar una mayor comprensión por parte de la industria. En complemento, dicha autoridad podrá determinar la inclusión de nuevos productos o transacciones de seguros que resulten sujetos a la aplicación de este procedimiento. Las entidades aseguradoras podrán someter a consideración del Supervisor las estructuraciones que desarrollen en sus procedimientos y formularios simplificados.

Fuente: Elaboración propia, 2026

3.3. Recomendaciones que se sugieren desarrollar por parte de las entidades aseguradoras

De otra parte, también se identificaron algunas recomendaciones que se consideran relevantes para incentivar la comercialización de seguros en Colombia y aumentar la capilaridad en la oferta de productos a nivel nacional, que teniendo en cuenta su

enfoque y mecanismos de ejecución no deberían ser liderados por entidades públicas, sino que se podrían implementar de forma autónoma por parte de las entidades aseguradoras. En la siguiente tabla se consolidan este tipo de recomendaciones, incluyendo algunas de las sugerencias para su desarrollo:

Tabla 4. Recomendaciones puestas a consideración de las entidades aseguradoras para su desarrollo

No.	Recomendación	Líder	Sugerencia URF
1	Creación de la mesa permanente de análisis y coordinación estratégica de los canales de distribución de la industria	Entidades aseguradoras (Gremio)	Se sugiere que la instancia de discusión donde se promuevan buenas prácticas en la distribución sea liderada por la industria aseguradora y de intermediarios. No obstante, deberá garantizarse en todo momento la autonomía de cada uno de los actores, en cumplimiento de los principios de protección a la libre competencia en el mercado y de respeto a libertad de la empresa.
6	Simplificación del clausulado de los Contratos de Corresponsalía de Aseguradoras	Entidades aseguradoras	Se considera que las disposiciones regulatorias vigentes se ajustan a los requerimientos mínimos requeridos para la celebración de contratos de corresponsalía, por lo que se sugiere promover la utilización de modelos contractuales más estandarizados y de fácil comprensión, acompañados de programas de capacitación ajustados a las características de los corresponsales, los productos comercializados y las particularidades regionales y culturales de los mercados atendidos.
9	Definición de contratos de prueba para corresponsalía	Entidades aseguradoras	Se observa que actualmente la normativa se encuentra establecida de forma suficientemente amplia como para que estos contratos de prueba se generen sin restricción alguna. Se sugiere a las entidades aseguradoras, tomar en cuenta el marco regulatorio existente, para que con base en este se puedan generar este tipo de contratos de prueba simplificados como un instrumento válido para incentivar la comercialización de seguros en el país.

Fuente: Elaboración propia, 2026

Bibliografía

Banca de las Oportunidades. (2023). *Reporte de Inclusión Financiera 2023*. Obtenido de https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/es/publicaciones/reportes-anuales

Brigard Urrutia. (27 de Mayo de 2026). *¿Qué dice la SFC sobre los microseguros en Colombia?* Obtenido de Noticias: https://www.bu.com.co/es/insights/noticias/que-dice-la-sfc-sobre-los-microseguros-en-colombia

CGAP. (2023). *A Technical Guide to Unlock Agent Networks at the Last Mile.* Washington DC: Banco Mundial.

Congreso de Colombia. (1997). *Ley 389 de 1997*.

Congreso de Colombia. (2009). *Ley 1328 de 2009*. Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36841

IAIS. (2024). *Insurance Core Principles and Common Framework for the Supervision of Internationally Active Insurance Groups .* IAIS.

Logique Consulting. (2025). *Diagnóstico del esquema de comercialización de seguros en colombia, estándares internacionales, mejores prácticas y brechas de regulación.* Bogotá D.C.: URF-PNUD.

Martínez Pinzón, M. C., & Moreno Barbosa, F. H. (2015). Consideraciones jurídicas de la comercialización masiva de seguros a través de canales de affinity. *Revista Ibero - Latinoamericana de seguros Vol. 24 Num. 42*, 165-192.

OECD. (2025). *Global Insurance Market Trends 2025.* Paris: OECD Publishing.

Presidente de la República de Colombia. (1993). *Decreto Ley 663 de 1993 - Estatuto Orgánico del Sistema Financiero*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_organico_sistema_financiero.html.

Presidente de la República de Colombia. (2010). *Decreto 2555 de 2010*. Obtenido de https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1464776

Presidente de la República de Colombia. (2020). *Decreto 1234 de 2020*. Obtenido de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=142005

Presidente de la República de Colombia. (2026). *Decreto 386 de 2026*. Obtenido de https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20No.%200386%20DEL%2007%20DE%20ABRIL%20DE%202026.pdf

Superintendencia Financiera de Colombia. (2022). *Marco Integral de Supervisión*. Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10085454/nuestra-entidadmarco-integral-de-supervision-10085454/.

Superintendencia Financiera de Colombia. (2023). *Documento técnico Supervisión del Riesgo de Conductas*. Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10085454/nuestra-entidadmarco-integral-de-supervision-10085454/

Superintendencia Financiera de Colombia. (2025). *Guía para la supervisión del riesgo de conducta*. Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10114247/nuestra-entidadmarco-integral-de-supervisionguias-de-criterios-de-evaluacion-10114247/

Superintendencia Financiera de Colombia. (2025). *https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115528/circular-basica-juridica-ce-00625/*. Obtenido de Circular Básica Jurídica - C.E. 006 de 2025: https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115528/circular-basica-juridica-ce-00625/

Superintendencia Financiera de Colombia. (2026). *Circular Básica Financiera - C.E. 004 de 2026*. Obtenido de https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10116084/circular-basica-financiera-circular-externa-004-de-2026/

Vergara Arregocés, C. D. (2019). La regulación de los intermediarios de seguros en Colombia: Un régimen de supervisión asimétrico. *Ibero-Latinoam.Seguros*.