

Inclusión y adopción de nuevas tecnologías en el sector asegurador colombiano

Documento de investigación¹

Camilo Hernández

Subdirector de Regulación Prudencial

Estela Martínez

Asesor

Diana Mesa

Asesor

Daniel Tocaría

Profesional especializado

Palabras clave

Entidades aseguradoras, seguros, inclusión financiera, gestión del riesgo, insurtech, URF.

Descripción

La inclusión en seguros busca que más personas accedan a herramientas para gestionar los riesgos a los que se enfrentan y, a partir de su uso, se aumente su nivel de bienestar. Este documento investiga los principales retos en inclusión en seguros en Colombia e identifica las principales tendencias internacionales y mejores prácticas regulatorias que promueven la inclusión y adopción de nuevas tecnologías en el sector.

El diagnóstico para el caso de Colombia sugiere que existe un marco regulatorio adecuado que permite la inclusión y promueve la innovación en el sector asegurador. Así mismo, se reconocen avances recientes relacionados con la definición de nuevos productos, habilitación de mayores canales de comercialización, simplificación de procesos y mayor disponibilidad de información. Pese a lo anterior, algunos indicadores de mercado e inclusión señalan espacios

para mejorar frente algunas economías pares de la región y desarrolladas. Así mismo se observan oportunidades para la adopción de tendencias internacionales.

A partir del análisis se diseñaron dos líneas de trabajo para desarrollar en los próximos años. Por una parte, se propone identificar tendencias internacionales de nuevas tecnologías que se puedan implementar en el caso colombiano bajo las dimensiones de producto, canales y educación financiera. En segundo lugar, se propone articular, bajo el liderazgo de programas como Banca de las Oportunidades, iniciativas y espacios de diálogo alrededor de la inclusión en seguros.



¹ Los Documentos de Investigación de la URF buscan divulgar resultados de investigaciones alrededor de experiencia internacional, recomendaciones de política -incluidas las regulatorias-, mejores prácticas e ideas que aporten elementos de discusión a lo largo del ciclo regulatorio.

Tabla de contenido

Pag.

4	<u>Introducción</u>
6	<u>Diagnóstico y panorama de la inclusión en seguros en Colombia</u>
8	<u>2.1. Tamaño de mercado de microseguros y seguros masivos</u>
9	<u>2.2. Avance de nuevas modalidades de seguros – seguro paramétrico</u>
11	<u>2.3. Canales de comercialización</u>
12	<u>2.4. Calidad del producto y satisfacción de los tomadores de seguros</u>
19	<u>Tendencias internacionales de inclusión en seguros y adopción de nuevas tecnologías</u>
19	<u>3.1. Diseño de nuevos productos</u>
23	<u>3.2. Canales de comercialización, medios de pago y servicio al cliente</u>
25	<u>3.3. Promoción de la educación financiera en seguros</u>
27	<u>3.4. Otras tendencias internacionales en seguros</u>
29	<u>Experiencia internacional en regulación para promover la inclusión en seguros</u>
29	<u>4.1. Marco regulatorio para la inclusión</u>
31	<u>4.2. Otras tendencias de regulación alrededor de inclusión en seguros</u>
33	<u>Consulta con algunos actores de la industria</u>
34	<u>Conclusiones y próximos pasos</u>
36	<u>Bibliografía</u>
40	<u>Anexo</u>

Introducción

La inclusión financiera consiste en el acceso y uso efectivo de productos y servicios financieros formales, así como a mecanismos de educación financiera, de la población y las empresas, con el propósito de que satisfagan sus necesidades. Los seguros hacen parte de estos productos financieros y se constituyen como herramientas que, a través de la mutualización de riesgos y compensación de pérdidas, contribuyen a la gestión efectiva de riesgos, así como a la continuidad de la actividad económica en general (Mapfre, 2020).

La inclusión en seguros tiene el objetivo de que más personas accedan a herramientas para gestionar los riesgos a los que se enfrentan y que a partir de su uso se generen mejoras en su bienestar (SFC & Banca de las Oportunidades, 2020). Frente a esto, la experiencia internacional ha evidenciado que los seguros son mecanismos que facilitan el proceso de movilidad social al permitir que los individuos y familias superen los choques que puedan afectar su patrimonio e ingresos. Sumado a lo anterior, una mayor inclusión en seguros está asociada con la reducción de la pobreza y a la articulación con los objetivos de mayor acceso a salud y de gestión de riesgos climáticos y de seguridad alimentaria (IAIS, 2012). Esto se complementa con la Encuesta de Demanda de Seguros (2018) en la que se observa que los seguros reducen los tiempos de recuperación de los hogares ante siniestros.

Por otra parte, los avances tecnológicos de los últimos años han influido en la

industria aseguradora y se consideran como una herramienta que puede incrementar el acceso, uso y calidad de seguros. Se observa, por ejemplo, que las nuevas y mayores fuentes de información, dada la interconexión digital, permiten mejoras en los modelos de riesgo, que a su vez permiten una mayor oferta de seguros. Así mismo, algunos desarrollos como el aprendizaje automatizado aplicado a imágenes satelitales han resultado útiles para la profundización de seguros como el agropecuario y de desastres. Por otra parte, se observa el uso de tecnología en la identificación de los tomadores de pólizas y una reducción en los costos de operación y mejoras al servicio al cliente (Center of Financial Inclusion, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, la inclusión en seguros ha sido uno de los objetivos trazados en diversos instrumentos de planeación de política financiera en Colombia. En particular, la Unidad de Regulación Financiera (En adelante URF) publicó, en el primer trimestre de 2021, la Hoja de ruta para la modernización del sector asegurador². En este documento se fijó la inclusión como un pilar de desarrollo de la regulación en seguros para los próximos años y se propuso adelantar estudios que identificaran oportunidades de diseño de política pública, incluida las de tipo regulatorio, dirigidas a promover el acceso, uso y calidad de seguros, y adopción de nuevas tecnologías en el sector.

El presente documento analiza los principales retos en inclusión en seguros en Colombia e identifica las principales tendencias internacionales y mejores prácticas regulatorias dirigidas a promover la

²Disponible en: http://www.urf.gov.co/webcenter/portal/urf/pages_n/estudiosdecretos

inclusión y la adopción de nuevas tecnologías en seguros. Este estudio pretende aportar elementos de discusión para los espacios de diálogo y mesas de trabajo que actores como Banca de las Oportunidades, Fasecolda, Microinsurance Network y el Programa de las Naciones Unidas (en adelante PNUD) han propuesto desarrollar en los siguientes años.

La estructura de este documento, seguido de esta introducción, tiene una segunda sección en la que se analizan los principales retos de la inclusión en el sector asegurador en Colombia. Esta sección toma como insumos el reporte de inclusión financiera de la Banca de Oportunidades y la Superintendencia Financiera de Colombia (En adelante SFC), el diagnóstico del ecosistema de seguros inclusivos en la región de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (En adelante

FIDES) y un estudio reciente adelantado por el PNUD alrededor de aseguramiento inclusivo y financiamiento del riesgo en Colombia.

En la tercera sección se revisan las principales tendencias internacionales alrededor de tres dimensiones: i) diseño de productos; ii) canales de comercialización; y iii) estrategias de educación financiera. Estas tres dimensiones se han identificado como unidades de análisis pertinentes de la inclusión en seguros. En la cuarta sección se identifican aquellas mejores prácticas regulatorias adoptadas en otras jurisdicciones dirigidas a promover la inclusión y la adopción tecnológica. En la quinta sección se presentan las conversaciones adelantadas con algunos actores. Finalmente, a modo de conclusión se presentan algunas reflexiones finales, próximos pasos.

Diagnóstico y panorama de la inclusión en seguros en Colombia

Los principales indicadores utilizados para medir la evolución del mercado asegurador son la penetración de la actividad aseguradora en la economía y el gasto por habitante en seguros. El primero refleja la proporción del valor de las primas emitidas en la economía, mientras el segundo mide el gasto o consumo promedio por habitante en seguros.

Ambos indicadores han tenido una evolución y tendencia creciente en Colombia en los últimos años. Durante 2021 las primas emitidas por las entidades aseguradoras alcanzaron los \$35,3 billones, alcanzando una penetración del 3,0%. Por su parte el

gasto por habitante en seguros alcanzó los \$691.740, cerca de US\$ 175 (Fasecolda, 2022). La gráfica 1 muestra la evolución para ambos indicadores. Pese a que estos indicadores han evolucionado en los últimos años, existen brechas si se compara con países de la región como Chile (4,0%) y Brasil (4,1%), y países de mercados avanzados como Estados Unidos (12%), Canadá (8,7%) y España (8,6%) (Swiss Re Institute, 2021). Así mismo, estos indicadores se pueden complementar con datos de la encuesta de demanda de seguros (2018) que señalan que apenas el 7,7% de los hogares en Colombia que sufrieron un siniestro en los últimos tres años contaban con un producto de seguro para gestionar el choque.

Gráfica 1. Evolución de los indicadores de penetración y gasto per cápita en seguros en Colombia



Fuente: (Fasecolda, 2022)

Los indicadores de penetración y gasto por habitante en seguros brindan una base numérica -comparable en el tiempo, entre países y con respecto a la dinámica poblacional- sobre la participación del mercado asegurador en la economía. Sin embargo, recientemente se ha reconocido la limitación de estos indicadores para medir el desarrollo de mercado de seguros y la dinámica particular de cada jurisdicción (AII & IAIS, 2017). Sumado a esto, un exceso de atención en estos indicadores puede llevar a que la regulación diseñe objetivos e indicadores basados en estos, e introduzca incentivos incorrectos como la obligación o inducción de productos de seguros (Microinsurance network, 2021).

Teniendo en cuenta lo anterior, en Colombia a partir del año 2020 la medición de inclusión financiera en seguros se realiza a partir del análisis de los seguros masivos, microseguros y microseguros masivos. Esto a partir de la información que reportan las compañías aseguradoras a la SFC³. Adicionalmente, este reporte permite capturar indicadores de acceso, uso y calidad para los microseguros y los seguros masivos que complementan los anteriores indicadores de penetración y gasto por habitante.

Si bien en Colombia, a diferencia de otras jurisdicciones, las definiciones de seguros para la inclusión no se encuentran a nivel legal o normativo⁴, existe consenso alrededor de la taxonomía de la Tabla 1:

Tabla 1. Taxonomía para la medición de inclusión en seguros

Producto	Público objetivo	Características
Microseguro	Grupos de bajos ingresos	Acceso voluntario, sencillo y asequible y prima mensual de bajo monto.
Microseguro masivo	Grupos de bajos ingresos	Cumple las mismas características que un microseguro con la particularidad que es comercializado a través de canales masivos.
Seguro masivo	Todos los grupos socioeconómicos	Pólizas comercializadas a través de canales masivos.

Fuente: Información de SFC & Banca de las Oportunidades (2020)

³Según lo dispuesto en la Carta Circular 009 de 2021 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

⁴Si bien no existe una definición reglamentaria, los seguros masivos tienen un nivel desarrollo reglamentario a partir de los decretos de comercialización a través de uso de red y corresponsalía (Decretos 415 de 2018, Decreto 222 de 2020).

Sumado a la anterior taxonomía, es preciso señalar que los seguros inclusivos son considerados como aquellos productos de seguros dirigidos a la población desatendida o parcialmente desatendida. Es decir, personas que no han utilizados esquemas de coberturas frente a riesgos. Dentro de este grupo objetivo se contemplan todos los grupos socioeconómicos, incluidos los de bajos ingresos, y pueden ser comercializados también, pero no exclusivamente, a través de canales masivos (Mapfre, 2020). La siguiente gráfica resume la taxonomía de seguros para la inclusión.

Teniendo en cuenta la anterior taxonomía, a lo largo de este documento, y en el diseño de estrategias que de este se desprendan, se abarcan las definiciones conceptuales de seguros inclusivos, microseguros, microseguros masivos y seguros masivos. En las siguientes subsecciones se hace una aproximación a los principales avances, retos y oportunidades alrededor de la inclusión en seguros en Colombia. Al finalizar la subsección se hará un análisis de las dimensiones de producto, canal y protección al consumidor de Colombia en comparación con otras jurisdicciones.

Gráfica 1. Taxonomía de seguros para la inclusión



Fuente: Mapfre (2020)

2.1. Tamaño de mercado de microseguros y seguros masivos

Con cifras a 2020 se observa que el mercado de microseguros tiene un potencial de crecimiento, mientras el de seguros masivos muestra un mayor nivel de desarrollo. Los

microseguros representaron el 2,0% del total de primas del mercado (\$614.000 MM) y el 8% de las pólizas emitidas. Esta proporción es relativamente baja si se compara con el promedio de América Latina que asciende al 4,0% (Microinsurance network, 2021). Las

líneas de negocio más representativas de los microseguros son vida grupo voluntario, accidentes personales y vida individual. En cuanto a las características de la oferta de microseguros, se observa que tres compañías emiten el 59,3% de las primas.

Por el lado de los seguros masivos, se observa que estos representaron el 31,3% de las primas emitidas en 2020 (\$9,5 billones). Las líneas de negocio más representativas son SOAT y vida grupo deudores. Sin embargo, es preciso señalar que el SOAT es un producto obligatorio para los propietarios de vehículos motores y el seguro vida grupo deudores es un producto inducido a través de los créditos financieros. Esto va en línea con la proporción obligatoria del total de pólizas, la cual asciende al 58%.

En cuanto a características de la oferta de seguros masivos se observa un mayor nivel de diversificación, en comparación con los microseguros, si se tiene en cuenta que cinco entidades venden el 50,5% de las primas emitidas y 27 de las 40 entidades que reportan información vendieron seguros masivos.

En este sentido, se considera deseable que se profundice y fortalezca el mercado de microseguros dado su relativo bajo tamaño de mercado, así como las líneas de negocio voluntarias. Adicionalmente se observa un amplio espacio para que más compañías participen en la oferta de microseguros.

2.2. Avance de nuevas modalidades de seguros – seguro paramétrico

En el año 2019, a través de la expedición del Plan Nacional de Desarrollo⁵, se definió legalmente la modalidad paramétrica para el seguro agropecuario en Colombia. Esta modalidad ha tenido una amplia aceptación en varios países debido su alta eficiencia, medida en menores costos de transacción y rápido pago de siniestros, así como a su uso en segmentos poblacionales tradicionalmente desatendidos. Los seguros paramétricos son contratos de seguros donde el pago de la indemnización se hace efectivo al momento que se cumple el valor del índice que se define en la contratación de la póliza.

La modalidad paramétrica ha tenido varios hitos de desarrollo regulatorio en Colombia. En primer lugar, el Decreto 2458 de 2018, adicionado al Decreto único del sector agropecuario, estableció que, para el caso del seguro agropecuario paramétrico o por índice, debe haber una correlación entre el índice, definido en el contrato, y el daño o la pérdida para el pago la suma fija predeterminada en la póliza. Posteriormente, en febrero de 2020, a través del Decreto 211 de 2020, se permitió que la cobertura del seguro agropecuario, incluida la modalidad paramétrica, se extendiera no solo a los costos de producción, sino también a la pérdida de ganancias de los productores. También se permitió diversificar los tomadores de pólizas (públicos y privados) y que se transfirieran

⁵Artículo 176 de la Ley 1955 de 2019

recursos públicos, a través de subsidios, para el alivio y reconstrucción de siniestros de esta modalidad.

Para el caso del seguro agropecuario, la modalidad paramétrica ha mostrado una mayor participación de los pequeños productores. Un estudio del PNUD (2021) muestra que la participación nominal

del pequeño productor, sobre el total de asegurados, aumentó a partir de 2018, momento en el que entró en vigencia el Decreto 2458 de 2018. Esta participación se observa para las variables de área asegurada, valor del incentivo y valor asegurado, de los pequeños productores como porcentaje del total de asegurados (Gráfica 2).

Gráfica 2. Participación de los pequeños productores (porcentaje anual por variable)



Fuente: PNUD y FINAGRO (2021)

A partir de lo anterior, es posible inferir que la definición legal de la modalidad paramétrica y el desarrollo regulatorio, junto a incentivos de política pública como el Incentivo al Seguro Agropecuario (ISA), han permitido crear las condiciones adecuadas para el desarrollo de este mercado y que segmentos tradicionalmente subatendidos como los pequeños productores logren gestionar de una manera más eficiente

sus riesgos. Sin embargo, esta medición podría complementarse con un análisis del uso de coberturas agropecuarias con el objetivo de analizar la senda y potencial de crecimiento.

En cuanto a la definición de nuevas modalidades de seguros, como la paramétrica, en Colombia se observa una limitación. De acuerdo con la legislación

actual⁶ solo se pueden ofrecer seguros en la modalidad de riesgos patrimoniales -seguros de daños- y en la modalidad de riesgos de personas -seguros de vida-. En este sentido se considera deseable que la modalidad paramétrica se profundice en ramos diferentes al agropecuario y se promueva la definición de nuevas modalidades de seguros, como las consideradas en la sección 3.

2.3. Canales de comercialización

En línea con la tendencia de otros sectores y subsectores del sistema financiero, el uso de procedimientos no presenciales y de canales digitales se ha incrementado en el sector asegurador en los últimos años. Muestra de lo anterior, es que el 22,7% de las primas emitidas de seguros en 2020 usaron herramientas no presenciales como páginas web, aplicaciones móviles y centros de atención telefónica (SFC & Banca de las Oportunidades, 2020). En cuanto a los seguros masivos esta proporción fue del 25,4%, mientras que para los microseguros fue del 16,4%.

Por otra parte, se observa que los microseguros son comercializados en su mayoría a través del uso de red (34%), intermediarios de seguros (28%) y empresas de servicios públicos (19%). Por su parte, los seguros masivos son comercializados en mayor medida a través de intermediarios

(46%), uso de red (35%) y fuerza propia (9%) (SFC & Banca de las Oportunidades, 2020).

En cuanto a la ubicación de los riesgos asegurados por categoría de ruralidad se observa que el 89,3% de los riesgos asegurados están localizados en ciudades; 4,2% en municipios intermedios; 5,5% en municipios rurales y 0,9% en municipios rurales dispersos.

Además de los anteriores porcentajes de uso de canales, y en especial de uso de red, es relevante tener en cuenta los resultados obtenidos en la evaluación ex post de la regulación de uso de red⁷. En la evaluación se destaca que la figura de uso de red ha sido efectiva en cumplir el objetivo de facilitar el acceso a la información y vinculación, por parte de los consumidores, a una amplia gama de productos y servicios financieros, incluidos los seguros.

A partir de esta subsección se observa que existen espacios para mejorar la cadena de comercialización a través de un mayor uso de herramientas no presenciales, en especial para los microseguros. Una oportunidad para esto es la implementación de la actualización regulatoria que se realizó con el Decreto 222 de 2020, en el cual se habilitó la corresponsalía móvil y digital y sobre la que actualmente se desarrollan iniciativas a través del programa de Banca de las Oportunidades⁸. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que una posible limitación

⁶ Artículo 1082 de Código del Comercio. Además, de acuerdo con el artículo 38 de Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, las compañías de seguros dedican su objeto social a la realización de operaciones de seguros, bajo las modalidades y en los ramos que le son autorizados expresamente.

⁷ Disponible en: https://www.urf.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=%2FConexionContent%2FWCC_CLUSTER-180883%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased

⁸ Algunas de las iniciativas corresponden a incentivar y apoyar estrategias de corresponsalía digital: <https://www.larepublica.co/finanzas/banca-de-las-oportunidades-y-usaid-lanzan-convocatoria-para-empresas-del-sector-financiero-3155758>

tenga que ver con las preferencias de los tomadores de seguros que mantienen una alta preferencia por los canales físicos, de acuerdo con la Encuesta de Demanda de seguros (2018).

Así mismo se observa la existencia de brechas de aseguramiento entre las zonas rurales y urbanas. En este punto, se debe tener en cuenta el potencial de las nuevas herramientas propuestas en el modelo de Open Finance que se describe más adelante.

2.4. Calidad del producto y satisfacción de los tomadores de seguros

En cuanto a los indicadores de bienestar de los seguros se observan algunas oportunidades de mejoras, en especial de los microseguros. La tabla 3 resume los principales indicadores de quejas, siniestralidad, rechazo de siniestros, valor pagado y días de pago, entre microseguros en Colombia, microseguros en Latinoamérica:

Tabla 3. Principales indicadores de protección al cliente y calidad de los microseguros y promedio industria Latinoamérica

Indicador	Microseguros Colombia	Microseguros Latinoamérica	Total Pólizas Colombia
Quejas por cada 1.000 pólizas vigentes	5,16 quejas	-	3,31 quejas
Tasa de siniestralidad ⁹	25,3%	12%	48,1%
Rechazo de siniestros ¹⁰	13,8%	9%	12,7%
Valor del siniestro promedio	USD 446	USD 914	USD 1029
Días de pago	18,5 días	15 días	42,4 días

Fuente: Elaboración con datos de (SFC & Banca de las Oportunidades, 2020) & (Microinsurance network, 2021)

Adicionalmente, se observa un menor pago de siniestros a beneficiarios en los microseguros. De cada \$100 en primas emitidas, la industria aseguradora reconoció a los beneficiarios de sus pólizas \$48 en siniestros, pero este valor fue de \$25 si la póliza era un microseguro y de \$37 si se trataba de un seguro masivo.

Lo anterior se puede complementar con los resultados de la Encuesta de Demanda de Seguros (2018) donde se indaga sobre la satisfacción y experiencia del cliente. Los principales motivos de las quejas tienen que ver con la mala percepción de la atención de los asesores (28,7%), el posible incumplimiento del contrato

⁹ Corresponde a la fracción de las primas emitidas con relación al valor de los siniestros.

¹⁰ Es el cociente entre siniestros objetados y siniestros presentados.

(20%), la falta o inadecuada información (16,6%), la posibilidad de que haya cambios en el contrato y no se notifique (15,1%) y la negativa a pagar la indemnización (3,9%). Adicionalmente se identifica que la comunicación entre la compañía aseguradora y los tomadores de pólizas se limita al momento de la adquisición de la póliza y la renovación o reclamación.

En este sentido se considera deseable promover mejoras en los indicadores de calidad, en especial de los segmentos de microseguros. En la sección 3 se abordan algunas tendencias dirigidas a este objetivo, que incluyen el uso de herramientas tecnológicas para aumentar el contacto entre entidades aseguradoras y tomadores de pólizas, facilidades para entrega de documentación en la verificación de siniestros e incentivos en el precio de la prima para reducir la siniestralidad de los asegurados.

2.5. Uso y recopilación de información para la inclusión en seguros

Según la OCDE y CAF (2020), en América Latina usualmente se cuenta con información desde la oferta para establecer las líneas base de las estrategias de inclusión financiera. Solo algunos países han hecho esfuerzos para obtener información desde la demanda, entre estos está: Colombia, México, Paraguay y Perú. En particular, Colombia es el único país que ha realizado una encuesta desde la demanda específicamente enfocada en seguros. Esta

fue una medición que adelantó el programa Banca de las Oportunidades (2018)¹¹ con el acompañamiento de la SFC y Fasecolda.

Las encuestas enfocadas en la demanda resultan útiles en dos niveles. En primer lugar, se consideran como una guía para el diseño de políticas públicas, y en segundo lugar sus resultados se convierten en un insumo relevante para la industria aseguradora para el diseño de nuevos productos y servicios. Hacia adelante, resulta pertinente la actualización de la información capturada con una periodicidad definida, lo cual deberá ser evaluado por el programa Banca de las Oportunidades y sus aliados.

Adicionalmente, internacionalmente se considera como positiva la recolección y uso de datos desagregados sobre el mercado de seguros inclusivos. En Colombia, a partir del 2020 se publican en el Reporte de Inclusión Financiera, cifras e indicadores sobre acceso, uso y calidad de los seguros para la inclusión, desagregado por género (para el caso de personas naturales) y tamaño de empresas, dado el nuevo formato de recopilación de información de la SFC¹² como parte de la acción 1.8 del CONPES 4005.

2.6. Educación financiera en seguros

Los programas de educación sobre seguros resultan una herramienta eficaz para aumentar el acceso y uso de mecanismos

¹¹ En este estudio se indagó a una muestra de 6.520 hogares colombianos, con representatividad nacional, regional, (para siete regiones de Colombia), y por nivel socioeconómico (NSE) y de ruralidad.

¹² Esto en el contexto de la acción 1.8 del CONPES 4005.

de gestión de riesgo. Un bajo nivel de educación financiera en el público objetivo de productos de aseguramientos se puede traducir en una baja conciencia sobre la necesidad de contar con herramientas de transferencia de riesgos y sobre la forma en que eventos adversos puedan afectar el nivel de patrimonio y bienestar de los hogares. Adicionalmente se ha reconocido que la falta de demanda de seguros, motivada en parte por la baja conciencia de su necesidad, es uno de los obstáculos para el desarrollo de mercado de seguros inclusivos (A2i-IAIS, 2020).

En Colombia, según la Encuesta de Demanda de Seguros (2018), aunque se evidencia conocimiento sobre los seguros adquiridos por los consumidores, existen amplias brechas sobre la información relacionada. Por ejemplo, aunque las personas manifiestan tener conocimiento de las coberturas del seguro en un 75%, sobre el proceso de reclamación solo el 58,2% dice saber cómo proceder y cuando se indaga por la forma en que se pagan las primas el conocimiento desciende a el 50,3%.

Así mismo, relacionado con las características de los seguros, el 19,5% de los consumidores dicen conocer las exclusiones, frente al 18,6% que dice conocer deducibles, y en cuanto a las preexistencias solo el 14,9% dice conocerlas. Al analizar por nivel socioeconómico las diferencias son más amplias, mientras que el nivel de conocimiento promedio de estos términos es del 16,7%, mientras en los niveles socioeconómicos más altos es del 49,2%.

En este contexto, vale la pena mencionar las estrategias de educación financiera en seguros que se adelantan actualmente en el caso colombiano. En particular se destaca, en el marco del proyecto del sector asegurador Viva Seguro, la estrategia Nueva Pangea y Sueñoscopio desarrollada de manera articulada entre el Ministerio de Educación, Asobancaria y Fasecolda. La estrategia tiene el propósito de incentivar la generación de competencias para el manejo de los riesgos y recursos de niños y jóvenes dentro del proyecto educativo institucional. La estrategia resulta novedosa, a la luz de la experiencia internacional, al buscar cambios comportamentales y con un enfoque personalizado en los estudiantes (Fasecolda, 2021).

A partir de lo anterior, se observa que Colombia debe seguir profundizando las estrategias de educación financiera de su población y uno de sus enfoques deben ser los seguros y los beneficios que estos pueden conllevar ante la materialización de siniestros. Al respecto, una oportunidad se encuentra en el ajuste institucional que se encuentra en curso sobre las Comisiones Intersectoriales de Inclusión Financiera (CIIF) y de Educación Económica y Financiera (CIEEF), este ajuste busca optimizar la arquitectura y arreglo institucional actual en relación con la planeación y ejecución coordinada de acciones que impiden tener un mayor impacto sobre las políticas de inclusión y educación financiera.

Esta propuesta normativa suprime las instancias de la CIIF y de la CIEEF y dispone

de una única instancia de coordinación y ejecución de la política de inclusión, y educación económica y financiera, en el marco de la Comisión Intersectorial de Banca de las Oportunidades, la cual estará conformada por entidades íntimamente relacionadas con la elaboración e implementación de la política. Adicionalmente, mediante reglamento, se crearán comités conformados por entidades públicas del orden nacional que cumplan funciones relacionadas con la inclusión, y educación económica y financiera, así como otros comités conformados por el sector privado que apoyen la implementación de estrategias y suministren retroalimentación a la Comisión.

2.7. Ecosistema de seguros inclusivos en Colombia y la región

En esta subsección se hará un análisis comparativo del ecosistema de seguros inclusivos en América Latina. Este análisis está basado en el diagnóstico realizado por FIDES (2021) a partir de tres dimensiones del mercado de los seguros inclusivos: producto, canales de distribución y protección al consumidor. El diagnóstico se basó en un cuestionario en el cual se asignaron puntajes, a partir de ponderaciones a preguntas, para cada una de las tres dimensiones. La tabla 2 muestra los resultados generales para la muestra de países, los puntajes más altos indican mercados donde las condiciones incentivan la oferta y demanda de seguros.

Tabla 2. Puntajes por país por dimensión y total de la encuesta

País	Producto	Canales	Protección al consumidor	Ecosistema (suma de tres dimensiones)
México	37	43	69	149
<u>Colombia</u>	<u>26</u>	<u>53</u>	<u>67</u>	<u>146</u>
Perú	32	67	38	137
Brasil	-4	59	80	135
Costa Rica	-10	45	51	86
Bolivia	-20	78	24	82
Paraguay	15	25	13	53
El Salvador	14	5	23	42
Chile	15	0	23	38
Panamá	0	13	23	36
Venezuela	-9	19	21	31

Honduras	7	24	-10	21
Uruguay	-6	0	23	17
Ecuador	-28	20	16	8
Guatemala	1	-13	13	1
Argentina	-22	0	6	-16

Fuente: (FIDES, 2020)

A partir de los resultados de la encuesta, se observa que Colombia hace parte de los países avanzados en desarrollo de condiciones para los seguros inclusivos en la región. Por el lado de la dimensión de producto, se destaca como positivo el marco regulatorio específico para los seguros masivos y la implementación del programa “Más seguro, más futuro” que tiene como objetivo incentivar el uso y acceso a seguros inclusivos a través de cuatro objetivos: creación de capacidades, acompañamiento a la industria, protección al consumidor e información. Así mismo se considera como positivo la creación de programas como Banca de las Oportunidades y el desarrollo de Estrategias de Inclusión Financiera como el CONPES 4005 de 2020 de inclusión y educación económica y financiera que propuso un plan de acción para mejorar la provisión de servicios financieros, incluidos los seguros, a toda la población.

Por otra parte, frente a la dimensión de canales de distribución, Colombia se ubicó en el cuarto lugar y se destaca la habilitación de canales indirectos como internet, aplicaciones, mensajes de texto y correos electrónicos. Así mismo se considera deseable el enfoque de la regulación en Colombia alrededor de los seguros masivos,

que permite que estos sean vistos como una línea de negocio transversal a los ramos definidos como aquellos que favorecen la inclusión financiera en seguros y otros ramos adicionales.

Finalmente, en cuanto a la dimensión de protección al consumidor, Colombia se encuentra en el tercer lugar. En esta dimensión se destaca el proceso de simplificación de identificación del cliente. Esto coincide con el Reporte de Inclusión Financiera (2020) en mencionar que las modificaciones recientes al marco normativo del Sistema de Lavados de Activos y Financiación del Terrorismo (SARLAFT) han facilitado el acceso a seguros. Este aspecto resulta relevante si se tiene en cuenta que de acuerdo con la Encuesta de Demanda de Seguros (2018) la cantidad y complejidad de trámites es una de las principales razones para no adquirir un seguro.

2.8. Marco regulatorio para la innovación en seguros.

En los últimos años, Colombia ha trabajado en la construcción de un marco regulatorio que propicie el cambio, gracias al uso de nuevas tecnologías y al ingreso a jugadores

que operan a través de modelos fintech, manteniendo observancia en la estabilidad del sistema y en la protección al consumidor que ahora se desenvuelve en un entorno digital.

Dentro de las ventajas que se han evidenciado del uso de herramientas fintech se encuentran: la prestación de servicios y productos financieros a bajos costos; y la atención de distintos grupos poblacionales incluidos los más vulnerables (CAF, 2019). En ese sentido, dentro de las iniciativas regulatorias que buscan impulsar la profundización del acceso a los servicios financieros y que se vuelve una oportunidad para la industria aseguradora, se encuentran:

- **Decreto 222 de 2020.** Modifica la regulación respecto de los depósitos electrónicos, el crédito de bajo monto y la corresponsalía digital. Sobre esta última, el decreto habilitó la corresponsalía móvil y digital en el país, eso atendiendo los nuevos modelos de negocio basados en tecnología. Frente a esto, se consideró pertinente la habilitación de estos nuevos canales que potencien la prestación de servicios financieros digitales a través de plataformas o ambientes distintos a los usados tradicionalmente.
- **Decreto 1234 de 2020.** Crea el Sandbox Regulatorio para actividades de las entidades financieras. Autorizó a los emprendimientos fintech a ensayar sus desarrollos tecnológicos de manera formal, obtener una licencia temporal y realizar pruebas por un término máximo de dos años. Así mismo, autoriza a las entidades financieras ya constituidas para

probar innovaciones en sus productos, servicios y canales o ampliar su oferta.

- **Decreto 1692 de 2020.** Siguiendo los patrones de cambio en la industria financiera introducidos por la tecnología y la innovación, a través de este decreto se moderniza la reglamentación de los sistemas de pago de bajo valor con el propósito de definir una nueva arquitectura transversal a las diferentes modalidades de pago, permitiendo un funcionamiento más eficiente del mercado transaccional. El Decreto busca masificar la aceptación de pagos en comercios y facilitar el acceso de nuevos actores a los sistemas de pago ya existentes. En este caso, contar con un sistema de pagos competitivo, moderno y eficiente resulta relevante para procesos como el recaudo de primas a través de nuevos canales o participantes del sistema.

Iniciativas en curso:

- Proyecto de decreto sobre la regulación de las finanzas abiertas. En octubre de 2021 la URF presentó para comentarios del público este proyecto normativo que reconoce que existe un nuevo consumidor financiero en busca de servicios y productos adecuados a sus necesidades que deja de lado la estandarización. Adicionalmente el proyecto pretende: i) precisar las reglas aplicables al intercambio de datos del consumidor; ii) enmarcar la administración de plataformas digitales y la prestación de servicios por parte de las entidades; iii) reglamentar la iniciación de pagos y; iv) fortalecer los estándares de protección al consumidor en la era digital.

- Proyecto de decreto de portafolio inclusivo. En marzo de 2022 la URF presentó para comentarios del público este proyecto de decreto, que entre otros objetivos, pretende seguir potenciando la inclusión financiera a través de los canales de uso de red y corresponsalía, los cuales han probado ser eficientes en aumentar la oferta de servicios financieros así como en la colocación de seguros masivos. En ese sentido, el proyecto incorpora las principales conclusiones de la evaluación ex post realizada por la URF en 2021 sobre la regulación en la materia para examinar la proporcionalidad entre requisitos de los canales en mención y los requisitos regulatorios de cada uno de estos canales.
- Iniciativa legislativa. El Ministerio de Hacienda y Crédito Público presentará en 2022 ante el Congreso de la República, una propuesta de orden legislativo que contempla el objetivo de profundizar el acceso, uso y calidad de los seguros. Algunas de estas propuestas están relacionadas con: i) otorgar las facultades del Gobierno nacional para definir nuevas modalidades de seguros y promover innovaciones y adopciones tecnológicas en el sector financiero; la ampliación de la modalidad paramétrica más allá del sector agropecuario; agilizar el pago de indemnizaciones; y la flexibilización de algunas disposiciones con el objetivo dinamizar los eslabones de intermediación y comercialización.

Tendencias internacionales de inclusión en seguros y adopción de nuevas tecnologías internacionales de inclusión en seguros y adopción de nuevas tecnologías

Esta sección contiene una revisión de las principales tendencias internacionales sobre nuevos productos de seguros, canales de comercialización y estrategias de educación financiera dirigidas a aumentar el acceso, uso y calidad de seguros. Esto con el objetivo de contar con insumos relevantes que permitan alimentar un enfoque de regulación equilibrado para promover la inclusión en seguros. Esto es: favorecer la innovación y adopción de nuevas tecnologías al tiempo que se protege la resiliencia y estabilidad financiera del sector asegurador.

3.1. Diseño de nuevos productos

En cuanto a las tendencias internacionales del mercado de seguros que están enfocadas en el producto y que pueden contribuir a mejorar el acceso, uso y calidad de seguros para gestionar los riesgos de mayores proporciones de la población se destacan en particular la simplificación, personalización y creación de nuevos tipos de modalidades teniendo en cuenta los nuevos perfiles y hábitos de los tomadores de seguros.

3.1.1. Simplificación

Desde hace algunos años la industria aseguradora y la regulación han concentrado esfuerzos para ampliar su mercado a través del fortalecimiento de la confianza de los tomadores de seguros en aspectos como los términos de las pólizas, los procedimientos para la contratación y el cobro ante los eventos cubiertos por las mismas. Fomentar la confianza entre los tomadores de seguros es fundamental en aspectos como la renovación de las pólizas, muestra de ello es que la probabilidad promedio que tienen las aseguradoras de perder un cliente después de que este tenga una mala experiencia es del 49% (PWC, 2021).

En cuanto a los términos de las pólizas como lo menciona Lloyd's (2020) la evolución de la industria y de sus productos ha traído como consecuencia no deseable que el cliente actual o potencial del seguro pierda su interés en los beneficios del producto y por ende evite acceder o mantener pólizas. Por lo anterior, la industria en el ámbito internacional ha migrado a centrar su oferta de productos a las necesidades actuales de los consumidores con condiciones

que permitan disminuir los riesgos de confusión por parte del adquirente de la póliza, así, los productos como tal tienden a cubrir eventos puntuales con exclusiones limitadas, generalmente relacionados con necesidades muy puntuales, como por ejemplo el robo de dispositivos móviles o coberturas temporales.

Este tipo de productos, pensados en las necesidades particulares de cada consumidor, tienen la ventaja de ajustarse a las necesidades específicas de grupos de gran tamaño y por lo tanto no generan la obligación de una asesoría especializada en la distribución y esta actividad puede ejecutarse desde canales diversos, incluyendo no financieros, razón por la cual tienen el potencial de escalabilidad.

No obstante, el objetivo de generar mayor confianza respecto del valor agregado de la industria aseguradora no se ha limitado a la simplificación en los términos y condiciones de los productos, sino que se ha visto complementado con esfuerzos en generar eficiencias en los procesos de relacionamiento con los asegurados y beneficiarios de las pólizas, tanto en la etapa de venta como en la prestación de servicios incluidos en la cobertura y en el procedimiento relacionado con la reclamación y pago ante la materialización de los eventos para los cuales fue contratado el seguro (EY, 2021).

Para lograr estas eficiencias, las aseguradoras han tenido que acudir de manera masiva al uso de tecnología. Así por ejemplo

para dimensionar rápidamente los daños relacionados con desastres naturales, en el caso del huracán Harvey o el terremoto de Ecuador en 2016, las aseguradoras usaron drones¹³ para responder apropiadamente con los pagos de los siniestros.

Adicional a la simplificación de los productos individuales, la visión de Mckinsey (2020) para la industria en el año 2030 señala que el portafolio de productos de las aseguradoras también tenderá a ser cada vez más simple tanto en tipo como en número de productos, concentrándose en aquellos que generan más eficiencias operativas o margen de ganancia. Lo anterior, puede generar un entorno propicio para la especialización de ciertos segmentos de mercado y también se podría reflejar en mayores beneficios para el consumidor financiero al tener menores costos y por ende precios.

3.1.2. Personalización

En línea con la simplificación de los productos, se ha evidenciado una tendencia por la estructuración de seguros que atiendan las necesidades de grupos poblacionales con patrones de vida, comportamiento y demanda específicos. Para lograr lo anterior, se ha hecho necesario en primer lugar que la industria haga un giro para concentrarse en las actividades de los consumidores en vez de sus activos. De esta forma, con apoyo en tecnologías como internet de las cosas y Application Programming Interfaces (APIs), es posible por ejemplo asociar los seguros de automóviles al modo y uso de este (WNS, 2020). Adicionalmente, se permite entender que, si el uso de este activo no es la

¹³ La aseguradora QBE desplegó drones para evaluar las reclamaciones de seguros en el terremoto de Ecuador de 2016: <https://www.itnews.com.au/news/qbe-deploys-drones-to-assess-insurance-claims-452739>.

única forma de transporte del asegurado, se pueda generar un seguro para la actividad ejecutada por el individuo habitualmente en lugar de generar la póliza sobre un vehículo.

De otro lado y con ocasión de los efectos que ha tenido la pandemia del COVID-19 en el bienestar, expectativas de la población sobre un futuro que ha demostrado ser incierto, así como en la forma de trabajar y hábitos de vida saludable también se han reflejado en el desarrollo de productos de la industria aseguradora. En primer lugar, múltiples informes relacionados con la industria y referenciados anteriormente en este documento muestran un incremento evidente del interés por adquirir pólizas de vida y de enfermedades que requieran atención especializada. En la primera categoría, en el primer semestre de 2021 para Estados Unidos se presentó el crecimiento porcentual más alto de ventas de pólizas de seguros de vida desde 1983 (Forbes, 2021). No obstante, los consumidores buscan que estos productos tengan condiciones fáciles de entender, que puedan contratarse por canales digitales, que sean de monto bajo y cuyos pagos sean de fácil trámite cuando se materialicen los riesgos.

En segundo lugar, la incertidumbre sobre ingresos futuros tanto para individuos como para empresas, especialmente pequeñas y medianas ha mostrado como consecuencia que los consumidores en una encuesta desarrollada por EY (2021) hayan revelado que el 70% está interesado en pólizas para cubrir ingresos por al menos tres meses ante un evento de desempleo, el 64% mostró interés por seguros para cubrir el pago de

hipotecas por al menos tres meses, el 75% reveló el interés por adquirir pólizas que aseguren el cubrimiento de los gastos de operación de los negocios ante un evento de cierre forzado como el causado por las cuarentenas generalizadas para la atención de la pandemia y el 68% quiere adquirir cubrimiento ante la posibilidad de que sus empleados adquieran una enfermedad en el lugar de trabajo (EY, 2021).

3.1.3. Seguros paramétricos o basados en índices

Los seguros paramétricos coinciden con tres tendencias de la industria aseguradora a nivel global: i) diseño de coberturas frente al riesgo climático; ii) aceleración de la digitalización y uso de tecnología, y iii) un enfoque orientado a los objetivos de desarrollo sostenible, en particular los de inclusión financiera (IAIS, 2021). Como se mencionó en la sección 2.2, los seguros paramétricos son contratos de seguro donde la reclamación se define con referencia a un índice predeterminado (IAIS, 2018). Se diferencia de los seguros tradicionales en la medida que el pago de la indemnización depende de la realización de un índice definido en el contrato.

Los seguros paramétricos han tenido un especial desarrollo en el sector agropecuario y hogares de bajos ingresos contra los riesgos climáticos y de desastres naturales. Sin embargo, recientemente se ha elevado el interés de los consumidores en las ventajas de esta modalidad para cubrir otro tipo de riesgos. Por ejemplo, se ha observado desarrollo de esta modalidad en: el sector salud, comercio, seguridad y en el sector financiero.

3.1.4. Seguros P2P

Los seguros P2P surgen en el contexto de la economía colaborativa como fenómeno mundial y con el objeto de reducir, para los interesados en adquirir seguros como mecanismo de cobertura de riesgos, los costos generados por los agentes de la cadena de comercialización. Los seguros P2P consisten en la acumulación de capital por parte de un grupo con intereses o riesgos similares y una vez se presenta el evento de riesgo para uno de los miembros del grupo se usa el capital acumulado para cubrirlo (Actuary, 2018). Se reconoce como un modelo de producto relevante debido a que se puede apalancar en tecnología para aumentar su escala y conectar con más personas.

La Asociación Nacional de Comisarios de Seguros (2018) destaca que el modelo de seguro P2P puede mitigar los conflictos que pueden existir en las estructuras tradicionales de seguros centralizados entre aseguradoras y asegurados, ya que sus incentivos no siempre se alinean. En los seguros tradicionales, las primas reservadas que no se pagan en reclamaciones suelen estar en manos de las aseguradoras.

Sin embargo, en el seguro P2P, en el que los miembros juntan sus propios recursos para cubrir pérdidas, los fondos residuales (primas en exceso) de las primas pagadas regresan al grupo cuando se presenta un número de reclamaciones menor al previsto (NAIC, 2021). Este tipo de modalidades cuentan con un mayor nivel de desarrollo

en países como Francia, Alemania y Reino Unido. Así mismo, vale la pena destacar que en China, a inicios de 2020, la población asegurada bajo este mecanismo ascendía a 300 millones de personas (Fintech Times, 2020). En Colombia, una compañía ha desarrollado modelos colaborativos en los que se ofrecen coberturas, por ejemplo, frente a daño y robo a través de las cuales los tomadores de seguros pueden invitar a personas de confianza y crear comunidades a través de las cuales se puede ampliar la cobertura, aprovechar beneficios e inclusive validar el siniestro¹⁴.

Por otra parte, estos modelos colaborativos se observan desde hace más de 10 años en Francia, Alemania y el Reino Unido. En especial, vale la pena destacar que, a inicios de 2020, la población asegurada bajo este mecanismo en China ascendía a 300 millones de personas.

3.1.5. Otros modelos de producto

Los seguros bajo demanda han resultado de interés y aplicación en otras jurisdicciones. En este tipo de productos la cobertura dura un periodo de tiempo predefinido o para un evento específico. Así mismo se asemejan a los seguros de pago por uso que cobran al tomador de la póliza una prima basada en cuanto usa el activo asegurado. Este tipo de modalidad ha sido ampliamente usada en seguros de vehículos donde el pago de la prima está basado en los kilómetros recorridos, este tipo de modelos se basan en uso de tecnologías como la telemática, gps y teléfonos móviles (A2ii, 2020).

¹⁴La oferta corresponde a wesura: https://www.wesura.com/?gclid=Cj0KCQjw0PWRBhDKARIsAPKHFGhcJdBlLdlx2gZUfx3fDtPHyzNO0VB8kYS2KbsQnj9nPiKPVotyOPQaAh-sEALw_wcB

3.2. Canales de comercialización, medios de pago y servicio al cliente

De acuerdo con a2ii (2016) la distribución es un eslabón clave para promocionar cobertura de seguro a las poblaciones excluidas y de bajos ingresos. En esta misma línea, vale la pena tener en cuenta que en Colombia cerca del 10% en de la prima emitida se destina a la remuneración del intermediario¹⁵. Sin embargo, este porcentaje varía entre ramos. En esa misma línea, Chubb (2021) estima que los gastos de comisiones pueden variar entre un 10% a un 30%. En este escenario, en los últimos años, los modelos digitales se consolidan y consideran deseables debido a su capacidad para reducir los costos de distribución al tener una mayor escala que los modelos tradicionales y presenciales.

Un elemento transversal que se observa en varios modelos de negocio tiene que ver con la integración de aseguradoras tradicionales con empresas de base tecnológica. Los beneficios que se observan de esta integración están relacionados con una mayor capacidad para recopilar

datos, mayores eficiencias y generación de economías de escala, creación de nuevos productos y mercados, y mejoras en la experiencia del tomador de pólizas.

Así mismo, resulta relevante analizar el eslabón de intermediación debido a la alta influencia que las plataformas tecnológicas pueden tener en el sector asegurador. Esta influencia se puede agrupar en tres grandes bloques: i) la creación de valor, al dotar de herramientas que permitan automatizar o innovar procesos; ii) propuestas de valor, al permitir identificar nuevos productos dirigidos a nichos específicos; e iii) interacción con el consumidor, al lograr mayores canales de comunicación (omnicanalidad) o hacer más eficientes los procesos de intercambio de información entre aseguradora y tomador de pólizas (Geib, 2018). El diagrama 1 muestra el espectro de nuevas tendencias, de acuerdo con el grado de adopción tecnológica, en canales de comercialización. En el anexo 1 se encuentra el diagrama con mayor detalle algunas tendencias identificadas basado en Cenfri (2021).

Diagrama 1. Modelos de distribución/comercialización de seguros y su nivel de digitalización



Fuente: Basado en Cenfri (2021)

¹⁵ Este porcentaje se calcula haciendo un promedio que divide la remuneración de intermediario sobre la prima emitida en el formato 290 de la SFC.

A la izquierda del diagrama 1 se ubican los modelos tradicionales con baja digitalización y alto nivel de presencialidad, mientras a la derecha se observan los modelos disruptivos con alto nivel de adopción tecnológica y con bajo nivel de presencialidad. Por ejemplo, en el espectro de la izquierda se observan modelos tradicionales como las ventas directas a través de intermediarios, agentes y agencias. Así mismo se observan modelos basados en alianzas entre aseguradoras y otras entidades del sistema financiero, a través del uso compartido de red. Así mismo se destacan otro tipo de alianzas entre aseguradoras y compañías comerciales como grandes superficies, retail, de servicios postales, u otros servicios como casas de envío y recepción de remesas¹⁶. Este tipo de modelos de comercialización se caracterizan por incentivar la compra de seguros en el momento que se adquieren bienes o servicios que demandarían una eventual cobertura frente algún tipo de riesgo.

Pasando al espectro de una adopción tecnológica moderada, pero menor nivel de presencialidad, se observan alianzas entre aseguradoras y empresas propias de las cadenas de valor de los potenciales clientes. Por ejemplo, en África, una compañía insurtech¹⁷ diseña microseguros digitales y

seguros paramétricos agrícolas, y promueve su comercialización a través de casas de agroinsumos, las cuales son frecuentadas y con las que tienen relaciones de confianza los pequeños agricultores.

Por otra parte, en el mismo espectro se observan las alianzas entre operadores móviles y aseguradoras, o la creación/integración de insurtech, entre operadores y aseguradoras, con el objetivo de comercializar seguros móviles. Estos son seguros cuya prima es pagada a través de tiempo al aire prepago móvil de los usuarios de telefonía. Este tipo de modelos han resultado deseables en países con retos en la bancarización de su población y con alta diversificación geográfica y bajo acceso a servicios financieros.

En la parte derecha del espectro se observan modelos de negocio que integran la actividad de aseguradoras tradicionales con empresas de base tecnológica para la distribución y comercialización de productos de seguros. Se observan, por ejemplo, sitios web¹⁸ dedicados a la venta especializada de seguros, algunos de estos sirven como plataformas para comparan precios y coberturas ofrecidas por diferentes aseguradoras.

¹⁶ Se observa la experiencia de alianza entre la aseguradora AXA y la casa de envío de remesas Western Union para ofrecer a los clientes de Western Union, ubicados en Francia y que envían dinero a Senegal, Marruecos, Costa de Marfil y otros países de África, coberturas de vida o discapacidad. En este caso los beneficiarios son los receptores de las remesas periódicas. <https://www.westernunion.com/blog/western-union-partners-with-axa-to-offer-insurance-services/>

¹⁷ La insurtech Pula ha sido reconocida por su innovación en la creación de productos y medios de comercialización. <https://www.pula-advisors.com/crop-insurance/>

¹⁸ En Argentina por ejemplo se destaca la creación de la página web estacubierto.com para la comercialización

En esa misma tendencia, en la parte extrema de la derecha del espectro se observan tendencias de modelos de negocio que integran la oferta de seguros en aplicaciones tipo SuperApps¹⁹. Estas integraciones han resultado útiles para incrementar la penetración de seguros en algunas jurisdicciones, mostrando elementos positivos como una mayor y mejor interacción con los tomadores de pólizas. Así mismo en estas SuperApps se observa el escenario para algunas jurisdicciones que funcionan a través de la integración y agregación de medios de pago. Esto puede facilitar las renovaciones y aportes periódicos de los tomadores de pólizas. Finalmente, este tipo de SuperApps se caracterizan por una alta recopilación de datos de sus consumidores, lo que puede contribuir a un mejor perfilamiento de los hábitos y riesgos de posibles compradores de pólizas.

3.3. Promoción de la educación financiera en seguros

La OECD (2005) define la educación financiera como: “el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades

financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico” (CAF, 2013).

En ese contexto la educación financiera en seguros tiene la capacidad de guiar a los ciudadanos a tomar decisiones informadas sobre las formas de integrar mecanismos como los seguros en las estrategias de gestión de riesgos de los hogares. Estas decisiones informadas podrían conducir a una mayor aceptación y uso de los seguros.

Ahora bien, en las estrategias de inclusión financiera – ENIF que han servido como instrumento de política pública de los Gobiernos para profundizar la inclusión financiera, la educación financiera ha sido mencionada como uno de los objetivos principales, sin embargo, solo algunas incluyen iniciativas específicas hacia los sectores.

En el caso de Latinoamérica dentro de las ENIF estudiadas por Trivelli y Caballero (2018), se identifica que entre once países de América Latina y el Caribe, cinco de ellos cuentan con acciones relacionadas de educación en seguros (Colombia, Haití, Jamaica, Paraguay y Perú). Sin embargo, el estudio asocia a que estas acciones tienen el objetivo de desarrollar productos para un sector específico o promocionar los seguros de manera general y no están relacionadas con educación en seguros (Trivelli & Caballero, 2018).

¹⁹ Son aplicaciones que reúnen en un solo lugar todo lo que el usuario necesita. En los últimos años se observa que los servicios financieros son una de las nuevas integraciones a servicios como reparto de comida, domicilios, transporte y redes sociales. Algunos ejemplos son Rappi en Latinoamérica, Gojeck en Indonesia, y WeChat y Alipay en China.

En el caso de Europa, varios países han avanzado en contar con una estrategia dedicada a la educación financiera. Por ejemplo, el presentado por la Federación Europea de Seguros y Reaseguros (2017). En este se observa como las asociaciones nacionales de seguros de varios países se han involucrado en el diseño de las estrategias de educación financiera y de esta manera incluyen los seguros como uno de los temas de discusión y plantean acciones específicas.

La estrategia nacional de educación financiera para 2015-2020 de Croacia, se derivó de la Oficina de Seguros de Croacia que presentó una propuesta al Ministerio de Finanzas en 2011 y fue adoptada por el gobierno en el 2011. Aunque la estrategia tiene un enfoque comprensivo en la educación financiera, sobre los seguros, abarca los distintos tipos de seguros y busca que la gente reconozca su importancia en la cotidianidad y como les ofrece protección contra los riesgos. El Gobierno estableció un grupo de trabajo para hacerle seguimiento al plan de acción que diseñaron y las compañías de seguros y la Oficina de Seguros de Croacia participan en este grupo (Insurance Europe, 2017).

Por su lado Italia, en 2016 sancionó una ley sobre educación financiera y la Asociación Italiana de Compañías de Seguros (ANIA) fue invitada a participar en las discusiones, en esta ley se incluyó que el sector de los seguros debía hacer parte de las estrategias de educación financiera futuras.

En Alemania por su división política, cada región tiene la obligación de establecer su política de educación y no es posible tener una estrategia nacional, sin embargo,

las regiones se pusieron de acuerdo y desarrollaron a través de la Conferencia Permanente de sus ministros de educación y asuntos culturales, el acuerdo sobre educación del consumidor en las escuelas. El seguro es parte de esta estrategia, aunque no tiene un nombre específico.

En los Países Bajos en la implementación de su segunda estrategia nacional de Educación Financiera, se invitó a participar a distintos actores del sector financiero y de la sociedad y se conformó un grupo directivo encargado de su ejecución en el cual se incluyó a la Asociación Holandesa de Aseguradoras. Dentro de las iniciativas ejecutadas esta la creación de la plataforma “Money Wise” que ha logrado poner la educación financiera en la agenda de los países bajos con iniciativas como la Semana Nacional del Dinero para enseñar a los niños de primaria como manejar su dinero. Las acciones de esta plataforma se centran en la gestión del dinero, planificación financiera y elección de productos financieros.

Francia diseñó una estrategia nacional de educación financiera basada en los principios desarrollados por la OCDE y adoptados por el G20 en 2012. La Federación Francesa de Aseguradores hace parte del grupo de trabajo creado para ejecutar la estrategia y ha estado involucrada en varias iniciativas incluida la redacción de glosarios para ahorros e inversiones financieras, seguros, seguros de atención a largo plazo y seguros de reembolso de préstamos. Este grupo de trabajo también creó un portal de información que incluye una sección dedicada a los seguros.

Por su parte, desde la OCDE se reconoce la importancia de la educación financiera con un enfoque particular en seguros, según esta organización la población debe estar en capacidad de determinar el tipo de seguros que necesita y cuantos seguros debe tener según la situación de cada uno y en eso la educación juega un papel clave. Finalmente, vale la pena mencionar que los Principios y buenas prácticas para la educación y la conciencia financiera de la OCDE recomiendan que la educación financiera en seguros comience en etapas tempranas de la vida. Así mismo recomiendan que se enseñe en las escuelas y tenga un seguimiento, por ejemplo a través de las pruebas PISA.

3.4. Otras tendencias internacionales en seguros

Sumado a las categorías de análisis de producto, canales y educación financiera, se observan otras tendencias internacionales en seguros que vale la pena analizar. En esta categoría se observan, por ejemplo, start up insurtech que proponen nuevos modelos de negocio como Kroodle en Holanda. Este modelo pretende generar cambios en el comportamiento de los asegurados a partir del uso intensivo de tecnología. Las aplicaciones móviles de la compañía le brindan información y mensajes clave a los asegurados en momento específicos y motivan a los usuarios a mejorar su estilo de vida. Así, en el momento en que se observan mejoras en el comportamiento de los usuarios, estas se traducen en descuentos en el valor de la prima o en puntos redimibles en otro tipo de productos.

Actualmente la plataforma ofrece dos productos: seguro de automóvil en el que la plataforma recompensa a los clientes por una conducción responsable; y seguro salud en el que recompensa a los clientes por un estilo de vida saludable. De acuerdo con la compañía, este modelo de negocio muestra mejoras en algunos indicadores en comparación con los modelos tradicionales de aseguradoras. Por ejemplo, hay veinte veces más interacciones por mes entre el tomador de la póliza y la aseguradora, hay una menor tasa de siniestralidad y una mejor satisfacción del cliente. Para el caso del seguro automóvil se observa, por ejemplo, que los usuarios mejoran su comportamiento de conducción en un 10% promedio (Kroodle, 2022).

Así mismo, se observa de manera transversal a todo el modelo de negocio del sector asegurador, la posibilidad de aplicar inteligencia artificial. Por ejemplo para el análisis de grandes bases de datos para el perfilamiento de clientes y diseño de pólizas y coberturas, así como el procesamiento de reclamos, texto de contratos, y optimización en la comunicación entre tomadores de pólizas y aseguradoras a través del análisis masivo de llamadas.

En esta sección se presentaron las principales tendencias internacionales dirigidas a promover la inclusión y adopción de nuevas tecnologías en seguros. En primer lugar se destacan las tendencias de simplificación y personalización en diseño de nuevos productos que tienen en cuenta los cambios en perfiles y hábitos de los tomadores de seguros, en particular dada la mayor interconexión digital. Así mismo

se considera que la modalidad paramétrica ha demostrado altos niveles de eficiencia en los procesos de reclamación y pago de siniestros, así como una fácil adopción en segmentos que tradicionalmente han sido desatendidos o parcialmente desatendidos.

En segundo lugar, y en cuanto a canales de comercialización y medios de pago, se observan tres tendencias: i) integraciones entre compañías de seguros y compañías de base tecnológica; ii) alianzas entre compañías de seguros y empresas del sector real de los nichos de interés; y iii)

uso de plataformas tecnológicas o medios digitales para la comercialización de seguros.

Finalmente, en cuanto a la promoción de educación financiera en seguros, las tendencias se centran en la creación de estrategias de orden nacional que articulan esfuerzos entre entidades públicas y el sector asegurador. Finalmente, resultan de interés las estrategias dirigidas a promover cambios en los hábitos de gestión del riesgo y centradas en segmentos poblacionales jóvenes.

Experiencia internacional en regulación para promover la inclusión en seguros

De acuerdo con algunas aseguradoras líderes alrededor del mundo, la regulación no es una de las barreras que impidan la inclusión en seguros. Sin embargo, desarrollar un ambiente regulatorio propicio se reconoce como un elemento favorable para impulsar el acceso y uso de seguros por parte de la población (Center of Financial Inclusion, 2018). Así mismo a nivel mundial existe consenso en la necesidad de que, en un contexto de rápida evolución con disrupción de nuevas tecnologías y la integración de los actores existentes, los reguladores y supervisores desarrollen capacidades proporcionales y estén al tanto de nuevos desarrollos (Center of Financial Inclusion, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, esta sección pretende hacer un análisis de las mejores prácticas regulatorias destinadas a promover la inclusión en seguros y de adopción de nuevas tecnologías en el sector.

4.1. Marco regulatorio para la inclusión

Los resultados obtenidos por la encuesta de FIDES (2020) muestran que contar con un marco regulatorio y requerimientos

específicos, así como una definición para los seguros inclusivos, microseguros o seguros masivos, aporta en la promoción de los objetivos de inclusión. En cuanto a las definiciones regulatorias de los seguros para la inclusión se identifican varios enfoques adoptados por jurisdicciones.

El primer enfoque se caracteriza por regular y supervisar los microseguros, seguros inclusivos o seguros masivos como una línea de negocio particular, delimitándola de otro tipo de seguros. Este enfoque argumenta que los microseguros están dirigidos a población que es vulnerable²⁰ y esto supone retos en los mecanismos de protección al tomador de seguros. Adicionalmente, se considera que la definición regulatoria puede facilitar el diseño de incentivos de política pública y de mercado.

En la región y países comparables se destacan los casos de Argentina, México y Perú. En Argentina, en 2018, se incorporó la definición de microseguros como parte de la actividad aseguradora. En México, la Comisión Nacional de Seguros y Finanzas definió los microseguros en la regulación. Finalmente en Perú, en 2009, se emitió un reglamento de microseguros.

²⁰ Para el caso de los microseguros que son dirigidos a población de bajos ingresos (Sección 2).

La efectividad de estos ajustes, que en su mayoría introducen definiciones regulatorias con el objetivo de clasificar cartera y diseñar instrumentos de política, ha resultado limitada o sin la suficiente evidencia de su impacto en los indicadores de inclusión. Por ejemplo en México se concluyó que, a pesar de que la regulación de este producto existe desde 2008²¹, este producto ha mantenido una proporción pequeña respecto al mercado total de seguros, además de perder fuerza en los últimos años, lo cual resulta preocupante debido al papel de resiliencia que juega el seguro sobre todo en la población vulnerable²². Por otra parte, en Perú a partir de una evaluación de impacto regulatorio se concluyó que los parámetros regulatorios tendían a ser rígidos y financieramente inviables.

Las autoridades de ambas jurisdicciones sugieren la necesidad de estudiar a profundidad, y con las entidades del sector, las causas por las que no se han producido los efectos deseados y ponen a consideración la posibilidad de hacer modificaciones regulatorias. Estas tendrían el objetivo de: i) aclarar los elementos diferenciadores del microseguro; ii) eliminar la definición de microseguro y; iii) generar una regulación ad hoc de microseguros para tratarlos como un nuevo ramo que permita la introducción al mercado de microaseguradoras.

El segundo enfoque alrededor de la inclusión en seguros se caracteriza por

emitir licencias de microseguros a niveles específicos de portadores de riesgos, o enfoque institucional. Este consiste en emitir licencias como microaseguradoras para entidades que típicamente están sometidas a condiciones de autorización y normas prudenciales menos estrictas. Este enfoque ha sido utilizado en jurisdicciones como Filipinas y Brasil. En el caso de Filipinas la licencia se otorga para empresas cuya cartera esté constituida por un 50% en microseguros, por su parte Brasil creó una licencia con menores requisitos de ingreso y cumplimiento.

Por otra parte, existe un enfoque que se basa en un trato regulatorio según el principio de proporcionalidad. Este busca el equilibrio entre crear un entorno facilitador para los negocios y asegurar la protección de los consumidores vulnerables. Frente a los primeros se observan normas de productos para que estos se basen en principios de simplicidad y flexibilidad, así mismo en los eslabones de distribución se destaca la posibilidad de recurrir a una mayor variedad de intermediarios, incluyendo los no tradicionales. Así mismo, se observan ajustes en cuanto a la documentación e información con permisos para utilizar alternativas de contratos como firmas y pólizas electrónicas o formularios estandarizados.

En esa misma línea en el recaudo de primas, la experiencia internacional muestra que este enfoque puede introducir ajustes como

²¹ Definidos en el Título 1.11 de la Circular Única de Seguros y Fianzas (CUSF) como “aquellos productos de seguros que se ubiquen en las operaciones de vida, daños o accidentes y enfermedades, y cuyo propósito sea promover el acceso de la población de bajos ingresos a la protección del seguro mediante la utilización de medios de distribución y operación de bajo costo.”

²² Microseguros. Panorama General en México 2020. Pág. 21.

flexibilizar los medios de pago alternativos con el objetivo de volver periódico el recaudo de primas. Finalmente, en cuanto atención al tomador de pólizas se destaca la reducción de plazos para atender los reclamos y autorizar formas alternativas de documentación de verificación, por ejemplo a través de redes sociales.

4.2. Otras tendencias de regulación alrededor de inclusión en seguros

En esta subsección se presentan algunas estrategias, identificadas por el Microinsurance Network (2021), que algunos reguladores han implementado con el objetivo de facilitar y promover la inclusión en el mercado asegurador.

- Protección de datos y leyes contra el lavado de activos. De acuerdo con Microinsurance Network (2021) existe la posibilidad de que la introducción de leyes de protección de datos y contra el lavado de dinero puedan ser una limitación a la innovación y competencia en nuevos productos de seguros. Esto en la medida que se puede restringir el uso de datos y la capacidad de transferir datos entre proveedores limitando la innovación y el uso de nuevas tecnologías en aspectos como la segmentación de clientes o la entrada de nuevos participantes Fintech al ecosistema.
- Aseguradoras cautivas. Se trata de una licencia que permite a una empresa asegurarse a ella misma a través de la

creación de una aseguradora encargada de asumir los riesgos de forma interna. Esto debido a que el riesgo se mantiene dentro de la empresa y no se exteriorizan. Su aplicación se observa, por ejemplo, en grupos empresariales que buscan optimizar su esquema de riesgos y tiene como ventaja que las coberturas son a la medida.

En este modelo también puede surgir el capital celular, que consiste en que la aseguradora creada divide el capital por cada una de las empresas miembro del grupo y en el caso de presentarse un siniestro las empresas solo podrán disponer de los recursos asignados.

- Sandbox regulatorio. En el marco de la actividad financiera son espacios de experimentación, que permiten a empresas innovadoras operar temporalmente, bajo ciertas reglas que limitan aspectos como el número de usuarios o el período de tiempo en que se puede ofrecer el producto. De esta forma las empresas pueden probar productos, servicios y soluciones originales, ante la atenta mirada del supervisor (BID, 2018).

Se ha evidenciado que estos espacios resultan ser provechosos para la innovación y el desarrollo de nuevas herramientas. Por ejemplo, en India donde existe una autoridad dedicada a la regulación y desarrollo del sector de seguros (Insurance Regulatory and Development Authority of India - IRDAI) se habilitó el espacio de prueba para el sector y se han recibido iniciativas disruptivas, como:

- * Pólizas para vehículos según el uso, esto consisten en habilitar la póliza a través de una aplicación solo cuando el propietario usa el carro, lo cual busca flexibilizar el valor de las primas.
- * Póliza de motor flotante: en un producto en el que el titular de la póliza puede agregar y quitar vehículos a una sola póliza. Aparte de esto, el asegurado puede activar o desactivar la póliza según sus necesidades y requisitos.
- * Póliza para enfermos de diabetes. En estos una aplicación monitorearía los niveles de azúcar constantemente y con base a esto surgen los criterios de elegibilidad para el seguro de diabetes.

Finalmente, la A2ii (2020) destaca que la digitalización puede promover la inclusión en seguros, pero debe introducirse de manera responsable. Esto debido a que en los procesos de digitalización se pueden originar riesgos prudenciales y de conducta de mercado. Un ejemplo de los primeros tiene que ver, por ejemplo, en aplicaciones a productos como los seguros móviles donde algunas jurisdicciones identifican riesgos operacionales (originados por ejemplo, en ciberseguridad), riesgo de subcontratación, y de compliance/conformidad. En cuanto a los riesgos de conducta se ha identificado por ejemplo que en aplicaciones como

las firmas, pagos o pólizas electrónicas se origina el riesgo de fraude, robo de datos, acceso no autorizado o apropiación indebida. Finalmente, existe el reto de que la digitalización traiga consigo un limitado uso por parte de segmentos socioeconómicos que no cuentan con acceso a teléfonos inteligentes o el nivel de apropiación para realizar transacciones desde el móvil²³.

En esta sección se presentó experiencia internacional en regulación dirigida a promover la inclusión y adopción de nuevas tecnologías en seguros. Por un lado se destaca el enfoque de regulación proporcional o equilibrado que busque facilitar la innovación y diseño de nuevos productos, al tiempo que se garantice la estabilidad financiera del sector asegurador. Por otra parte se observa una limitada evidencia, reflejada en indicadores de acceso, uso, calidad y bienestar, que sustente el diseño de marcos regulatorios específicos para los seguros para la inclusión (seguros inclusivos, microseguros, seguros masivos). La revisión muestra que los resultados en términos de inclusión de limitar, desde la regulación, el monto de primas o acotar los segmentos, dependen de diversos factores como la profundización del sistema financiero de cada país, los objetivos de política pública y el nivel de formalidad de la actividad aseguradora.

²³ Esta brecha digital consiste en la distribución desigual en acceso, uso o impacto de las tecnologías de la comunicación entre grupos sociales. El concepto en inglés se conoce como digital divide.

Consulta con algunos actores de la industria

En el marco de la elaboración de este documento se realizó un diálogo preliminar entre actores interesados y la URF. Estas conversaciones tuvieron como propósito principal identificar los objetivos de inclusión, motivación, modelos de negocio y experiencias de las aseguradoras, agremiaciones, intermediarios y nuevos actores, que permitiera aportar información sobre el panorama de inclusión y adopción de nuevas tecnologías en seguros en Colombia.

A continuación se mencionarán las impresiones generales y puntos en común de los consultados, seguido de ello se citarán las respuestas relacionadas con la actividad de aseguramiento y finalmente las relacionadas con la actividad de intermediación.

Los actores consultados coincidieron en reconocer que no existen limitaciones, cuellos de botella o barreras desde el campo regulatorio que impida desarrollar modelos de negocio, integraciones o alianzas dirigidas a promover el acceso, uso y calidad de seguros. Frente a esto, una entidad aseguradora consultada mencionó que cuenta con un capital humano dedicado a identificar oportunidades de nuevos negocios a partir de los avances regulatorios de los últimos años alrededor

de las dimensiones de producto y canales. Esta misma entidad reconoció que la regulación parece estar más avanzada que el diseño de modelos de negocios dirigidos a ampliar el acceso y uso de seguros por parte de más población. En particular, la entidad menciona que no es necesario ampliar los canales de comercialización, sino propender porque cuenten con requerimientos homogéneos.

Frente a las mejores prácticas regulatorias, en particular de los enfoques aplicados a otras jurisdicciones que optaron por definiciones y requerimientos prudenciales particulares, los consultados coincidieron en mencionar que no lo ven como un elemento imprescindible para la profundización de los microseguros.

Finalmente, relacionado con el eslabón de comercialización e intermediación, las compañías consultadas mencionaron que no anticipan una disrupción de tendencias en la comercialización. Esto lo explican, debido a las características del modelo tradicional del sector asegurador. En su lugar, considera que pueda haber tendencias de integración entre aseguradoras y empresas de base tecnológica que pueden aportar en el diseño de productos, la comercialización a través de plataformas y en mejoras en la comunicación y atención al cliente.

Conclusiones y próximos pasos

Conclusiones

- La revisión de indicadores y del panorama internacional de la sección 2 permite inferir que Colombia se destaca por ser uno de los países avanzados en la región, en el desarrollo de un ambiente propicio para la inclusión e innovación en seguros. Se hace referencia a que el país ha optado por desarrollar un enfoque de regulación equilibrado, siguiendo el principio de proporcionalidad. Esto es, un entorno facilitador para el desarrollo de negocios en el sector asegurador, al tiempo que asegura la protección de los consumidores vulnerables y la estabilidad financiera de las compañías. Este enfoque se ve reflejado en las modificaciones recientes relacionadas con la definición de nuevas modalidades de seguros, la ampliación de canales de comercialización, la simplificación de procesos, y una mayor disponibilidad de información para el diseño de estrategias y políticas.

Sin embargo, persisten brechas en algunos indicadores frente a economías pares y desarrolladas que muestran oportunidades de mejora para los próximos años. Estos indicadores están relacionados con el limitado tamaño de mercado del sector, y en particular del de microseguros; una alta vinculación con formas obligatorias o inducidas; y la persistencia de brechas de aseguramiento entre zonas rurales y urbanas, y por género. Así mismo resultan de interés los indicadores de calidad asociados a los microseguros y seguros masivos.
- En cuanto a la regulación, a lo largo del diagnóstico, no se identifican barreras que impidan o limiten el desarrollo de negocios, y en particular de aquellos relacionados con segmentos desatendidos o de bajos ingresos. Sin embargo, se identifica la oportunidad de fortalecer las facultades legales del Gobierno nacional para definir, de manera más flexible, nuevas modalidades de seguros. Esto teniendo en cuenta que la experiencia local e internacional señala que diversificar y ampliar la oferta con modalidades de seguros permite el acceso y uso de seguros por parte de población tradicionalmente desatendida.
- Se observan oportunidades para que, desde la industria, se rediseñe el eslabón de comercialización e intermediación de seguros con la flexibilización de los canales de comercialización y medios de pago, esto teniendo en cuenta algunas tendencias y mejores prácticas de otras jurisdicciones. Finalmente, y de manera transversal, se evidencian oportunidades para la adopción de nuevas tecnologías en toda la cadena del modelo de negocio del sector asegurador.

Líneas de trabajo para los próximos años

Linea de trabajo 1	Linea de trabajo 2
<p>La URF de la mano con la SFC, en sus roles de reguladores y supervisores del sector, identificarán tendencias internacionales de nuevas tecnologías que se puedan promover e implementar en el sector asegurador, bajo las dimensiones de producto, canal de comercialización y educación financiera. Esta línea de trabajo podrá ser desarrollada a través de herramientas de planeación dentro del ciclo regulatorio como el Análisis de Impacto Normativo – AIN.</p>	<p>Se propone articular y acompañar las acciones que diferentes actores, en especial las del programa de Banca de las Oportunidades como líder en de la estrategia de inclusión y educación financiera, han propuesto adelantar en los próximos años para dinamizar y profundizar el acceso, uso y calidad de seguros en Colombia.</p>
<p>Se propone desarrollar un estudio para la profundización del seguro paramétrico en Colombia, en especial en sectores diferentes al agropecuario. Esto permitirá contar con insumos, mejores prácticas internacionales, para eventuales ajustes legales y normativos.</p>	<p>En especial se propone que desde espacios como la Comisión intersectorial para la educación económica y financiera se promueva la continuación y mejora de diversas iniciativas. Estas son: la recopilación de información para el sector asegurador a través de una encuesta de demanda; la articulación de esfuerzos para promover la corresponsalía digital (teniendo en cuenta los ajustes del proyecto de decreto de finanzas abiertas); y propender por la continuación de convenios como el de Fasecolda y Banca de las Oportunidades dirigidos a la cofinanciación de microseguros y a la capacitación de personal para forjar alianzas.</p>
<p>Esta línea contempla los ajustes consignados en el proyecto de decreto de portafolio inclusivo en donde se pretende homogeneizar los requerimientos para los canales de comercialización de seguros.</p>	

Finalmente, estas líneas de trabajo y acciones van de la mano y se enmarcan en el pilar de inclusión y adopción de nuevas tecnologías fijado en la Hoja de ruta para la modernización del sector asegurador a desarrollar en los próximos años. Este documento hace parte de la estrategia de estudios, al igual que la acción propuesta del estudio para la profundización del

seguro paramétrico en Colombia, en los próximos años. Así mismo, las acciones aquí consignadas se consideran estrategias adicionales con el objetivo de contar con un enfoque de regulación equilibrado que propenda por la estabilidad y resiliencia financiera del sector asegurador, al tiempo que se promueve la inclusión y la adopción de tecnología e innovación.

Bibliografía

A2ii. (2020). El consumidor en el centro de la digitalización de la cadena de valor del seguro.

A2i-IAIS. (21 de noviembre de 2020). Access to insurance initiative. Obtenido de Estimulando la demanda: el rol del supervisor para aumentar la sensibilización sobre seguros: <https://www.a2ii.org/es/knowledge-center/educaci%C3%B3n-financiera/estimulando-la-demanda-el-rol-del-supervisor-para-aumentar-la-sensibilizaci%C3%B3n-sobre-seguros-%E2%80%93-a2iiiiais-consultation-call>

Acces to Insurance Initiative. (2018). Regulation Mobile Insurance.

Actuary. (2018). INSURANCE DISTRIBUTION MODELS OF THE FUTURE. Obtenido de American academy of actuaries: <http://www.actuary.org.ph/wp-content/uploads/2015/11/11.2-Additional-Insurance-distribution-models-of-the-future.pdf>

AII & IAIS. (2017). Medición del desarrollo de los seguros: más allá de la tasa de penetración de seguros.

ANIF. (2019). Gran Encuesta a las Microempresas.

Banca de las Oportunidades. (2018). Estudio de demanda de seguros 2018.

Banco Mundial. (20 de April de 2018). La inclusión financiera es un factor clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>

CAF. (2013). OECD. Obtenido de La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas: https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf

CAF. (5 de Septiembre de 2019). Obtenido de Las fintech: clave para la inclusión financiera: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2019/09/las-fintech-clave-para-la-inclusion-financiera/>

Center of Financial Inclusion. (2018). Inclusive Insurance: Closing the Protection. Cognizant. (2019). The future of Chatbots in Insurance.

CONPES. (2020). Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera.

- EY.** (2021). Obtenido de 2021 Global Insurance Outlook: Accelerating change to create value: https://www.ey.com/en_gl/insurance/2021-global-insurance-outlook-accelerating-change-to-create-value
- EY.** (28 de Mayo de 2021). EY Global Insurance Consumer Survey in times of COVID-19: 3 takeaways. Obtenido de https://www.ey.com/en_be/financial-services/ey-global-insurance-consumer-survey-in-times-of-covid-19-3-takeaways
- Fasecolda.** (2018). Impacto de las nuevas tecnologías en el sector asegurador. Especial convención.
- Fasecolda.** (2021). El Ministerio de Educación, Asobancaria y Fasecolda lanzaron el programa “Nueva Pangea”.
- Fasecolda.** (27 de 04 de 2021). Fasecolda.com. Obtenido de Fasecolda: <https://fasecolda.com/fasecolda/estadisticas-del-sector/resumen-ejecutivo/>
- Fasecolda.** (Enero de 2022). Cifras de la industria. Acumulado años 2020 y 2021. Obtenido de Fasecolda: <https://fasecolda.com/cms/wp-content/uploads/2022/02/Cifras-diciembre2021-2.pdf>
- FIDES.** (2020). Diagnóstico del ecosistema de los seguros inclusivos en la región 2020.
- Fintech Times.** (2020). Peer-to-peer insurance, a global phenomenon. Obtenido de <https://thefintechtimes.com/peer-to-peer-insurance-a-global-phenomenon/>
- Forbes.** (9 de Septiembre de 2021). Life Insurance Policy Sales Growth At Highest Level Since 1983. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com/advisor/life-insurance/sales-highest-level/>
- Geib.** (2018).
- IAIS.** (2012). Documento de aplicación sobre regulación y supervisión en apoyo de los mercados inclusivos de seguros.
- IAIS.** (2018). Issues Paper on Increasing Digitalisation in Insurance and its potencial impact on consumer outcomes.
- IAIS.** (2019). Insurance Core Principles and Common Framework for the Supervision of Internationally Active Insurance Groups.
- IAIS.** (2019). Marcos regulatorios proporcionales en los seguros inclusivos. Lecciones de una década de regulación de microseguros.

IAIS. (2021). Diálogo público-seguros basados en índices. Diálogo público-seguros basados en índice.

Insurance Europe. (Marzo de 2017). Financial education in a digital age. Initiatives by the European insurance industry. Obtenido de <https://www.insuranceeurope.eu/publications/512/financial-education-in-a-digital-age-initiatives-by-the-european-insurance-industry/download/Financial+education%20in%20a%20digital%20age.pdf>

Kroodle. (23 de 02 de 2022). Kroodle. Obtenido de <https://kroodle.io/en/about-kroodle>

Lloyds. (2021). Obtenido de Building simpler insurance products to better protect customers: <https://www.lloyds.com/news-and-insights/market-communications/covid-19/lloyds-covid19-response-package/building-simpler-insurance-products-to-better-protect-customers>

Mapfre. (2020). Inclusión financiera en seguros. Madrid: Mapfre economics.

McKinsey & Company. (Octubre de 2020). Obtenido de Insurance productivity 2030: Reimagining the insurer for the future: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-productivity-2030-reimagining-the-insurer-for-the-future>

Microinsurance network. (2021). The Landscape of Microinsurance.

NAIC. (2021). Obtenido de PEER-TO-PEER (P2P) INSURANCE: https://content.naic.org/cipr_topics/topic_peertopeer_p2p_insurance.htm

OCDE & CAF. (2020). Estrategias nacionales de inclusión y educación financiera en América Latina y el Caribe: retos de implementación.

OIT. (2014). Protegiendo a los pobres. Compendio sobre microseguros. Tomo II.

PWC. (2021). Obtenido de Experience is everything: Here's how to get it right: <https://www.pwc.com/us/en/services/consulting/library/consumer-intelligence-series/future-of-customer-experience.html>

SFC & Banca de las Oportunidades. (2020). Reporte de inclusión financiera.

Swiss Re Institute. (25 de Octubre de 2021). Sigma Explorer. Obtenido de Insurance penetration : <https://www.sigma-explorer.com/index.html>

Trivelli, C., & Caballero, E. (2018). ¿Cerrando brechas?: Las estrategias nacionales de inclusión financiera en América Latina y el Caribe. Obtenido de Repositorio IEP: https://repositorio.iep.org.pe/bitstream/handle/IEP/1132/Carolina-Trivelli_Elena-Caballero_Cerrando-brechas-estrategias-nacionales-inclusion-financiera-Am%EA9rica-Latina-Caribe.pdf;jsessionid=55AE3F95FF3D12E08C28E6A450F6EAEB?sequence=3

URF. (2018). Documento técnico. Comercialización de seguros.

WNS. (2020). Obtenido de Top 5 Trends in the Insurance Industry: <https://www.wns.com/insights/articles/articledetail/590/top-5-trends-in-the-insurance-industry>

Anexo

Canales de comercialización y medios de pago

Experiencias internacionales



Fuente: Basado en Cenfri (2021)