

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El entorno actual del sector asegurador se caracteriza por los efectos que los avances en la tecnología y el cambio climático, entre otros aspectos, han generado en los procesos de diseño, comercialización, suscripción y reclamación de los productos financieros, así como en la entrada al mercado de nuevos proveedores¹, lo que da como resultado un escenario de riesgos y oportunidades que las aseguradoras deben enfrentar y aprovechar.

Particularmente en seguros, la tecnología ha generado efectos tales como: i) el aumento en el acceso a este servicio financiero gracias a la reducción de costos, ii) la individualización de los productos debido a la información que la compañía tiene del cliente, iii) la capacidad de cobrar primas en función de la realidad de los usuarios, y iv) el incremento en el flujo de la información entre aseguradora y asegurado, lo que mejora la transparencia y la confianza del consumidor hacia la industria.

Por otro lado, los cambios en la frecuencia, magnitud y duración de los fenómenos climáticos² han afectado seriamente a varios riesgos. En este contexto, el sector asegurador colombiano se enfrenta al reto de actualizar la gama de factores de riesgo y de innovar en sus productos y servicios, para tener una mayor capacidad de recuperación frente a los eventos

adversos y poder de brindar seguros fiables, de calidad, acordes con el contexto y con las necesidades de las personas.

Estos dos ejemplos son una muestra de la manera en la que el sector puede incorporar las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno (ASG) en sus decisiones relacionadas con el desarrollo de productos, tal y como lo proponen los principios para la sostenibilidad en seguros, lo que permite a las compañías brindar valor agregado a los consumidores y fomentar una mejor gestión del riesgo.

La importancia de gestionar este asunto desde un enfoque de sostenibilidad se traduce en aprovechar las oportunidades para elaborar productos que fomenten la inclusión social y la protección del medio ambiente y, de esta manera, administrar mejor los riesgos que pueden afectar financieramente a las compañías.

En este orden de ideas, el capítulo «Portafolio de productos» presenta el enfoque de gestión utilizado por las compañías para abordar la incorporación de temas ASG en las decisiones de diseño de productos, los principales riesgos y oportunidades asociados a este tema, así como los resultados de prácticas que van desde la existencia de políticas en el diseño, hasta la asignación de responsables.

¹ Foro Económico Mundial y Deloitte. Junio 2015. El futuro de los servicios financieros y las innovaciones disruptivas
² Inundaciones, sequías, vientos, heladas, subidas del nivel del mar, temperaturas extremas y deslizamientos.

COMPAÑÍAS QUE
RESPONDIERON
ESTA SECCIÓN **30** 

 **91.4%**

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Con los resultados de la encuesta de sostenibilidad 2015, se logró reconocer cuáles son los riesgos y oportunidades que las compañías identificaron en el enfoque de gestión de este asunto, así como los criterios asociados con la incorporación de temas ASG en la elaboración de productos.

Los resultados de la encuesta dejan en evidencia que la mayoría de las compañías al identificar un riesgo

u oportunidad asociado a la gestión del portafolio de productos lo documentan y gestionan. Frente a los riesgos sociales, se observa que aproximadamente más de la mitad de las compañías ya han empezado a tener en cuenta este criterio, mientras que los riesgos ambientales apenas se están consolidando en el desarrollo de los portafolios de productos, lo que reitera la importancia de continuar trabajando sobre este asunto.

Gráfico 1:
Relación entre la identificación, gestión y documentación de los riesgos del asunto «portafolio de productos»



NÚMERO DE COMPAÑÍAS

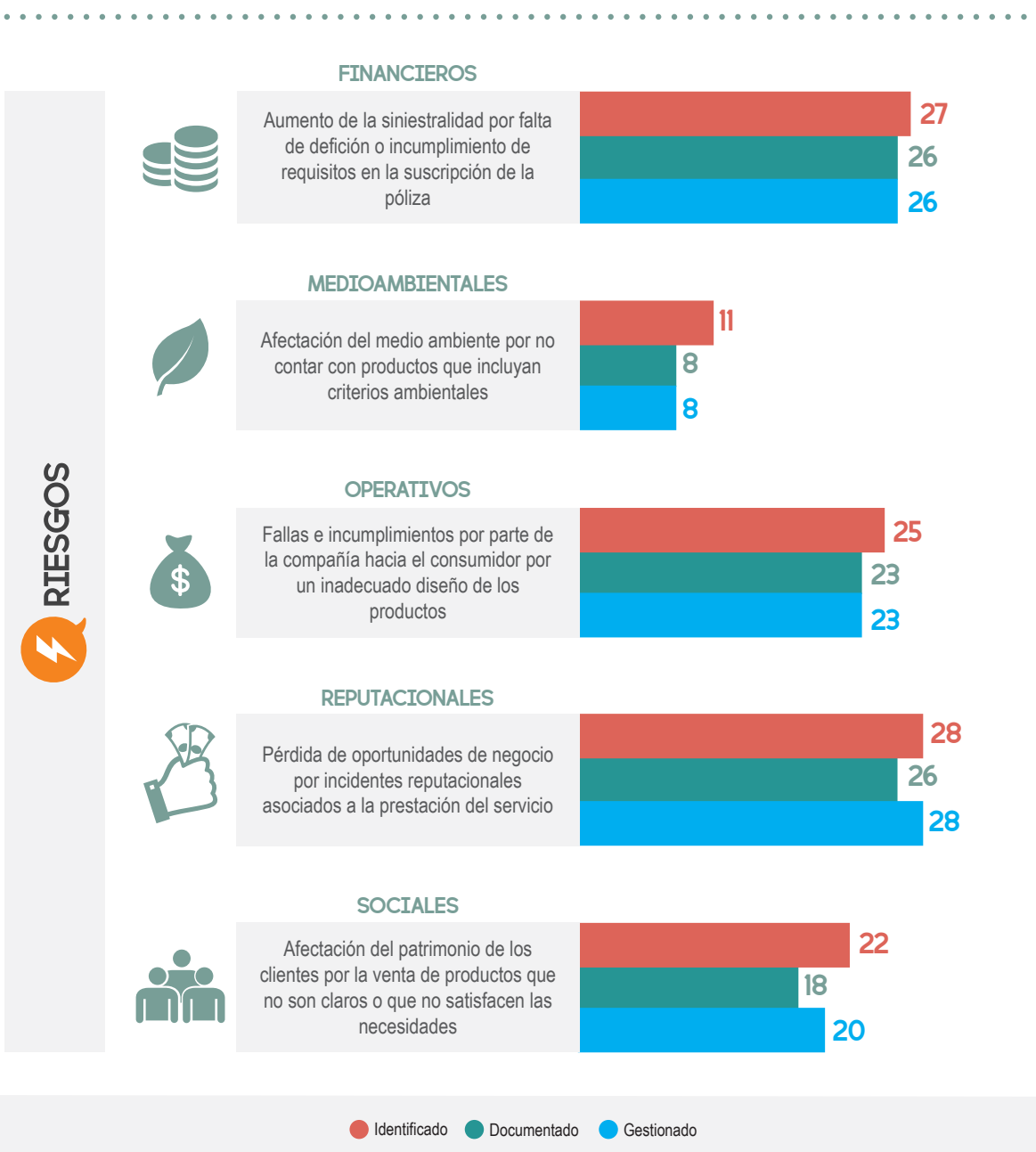
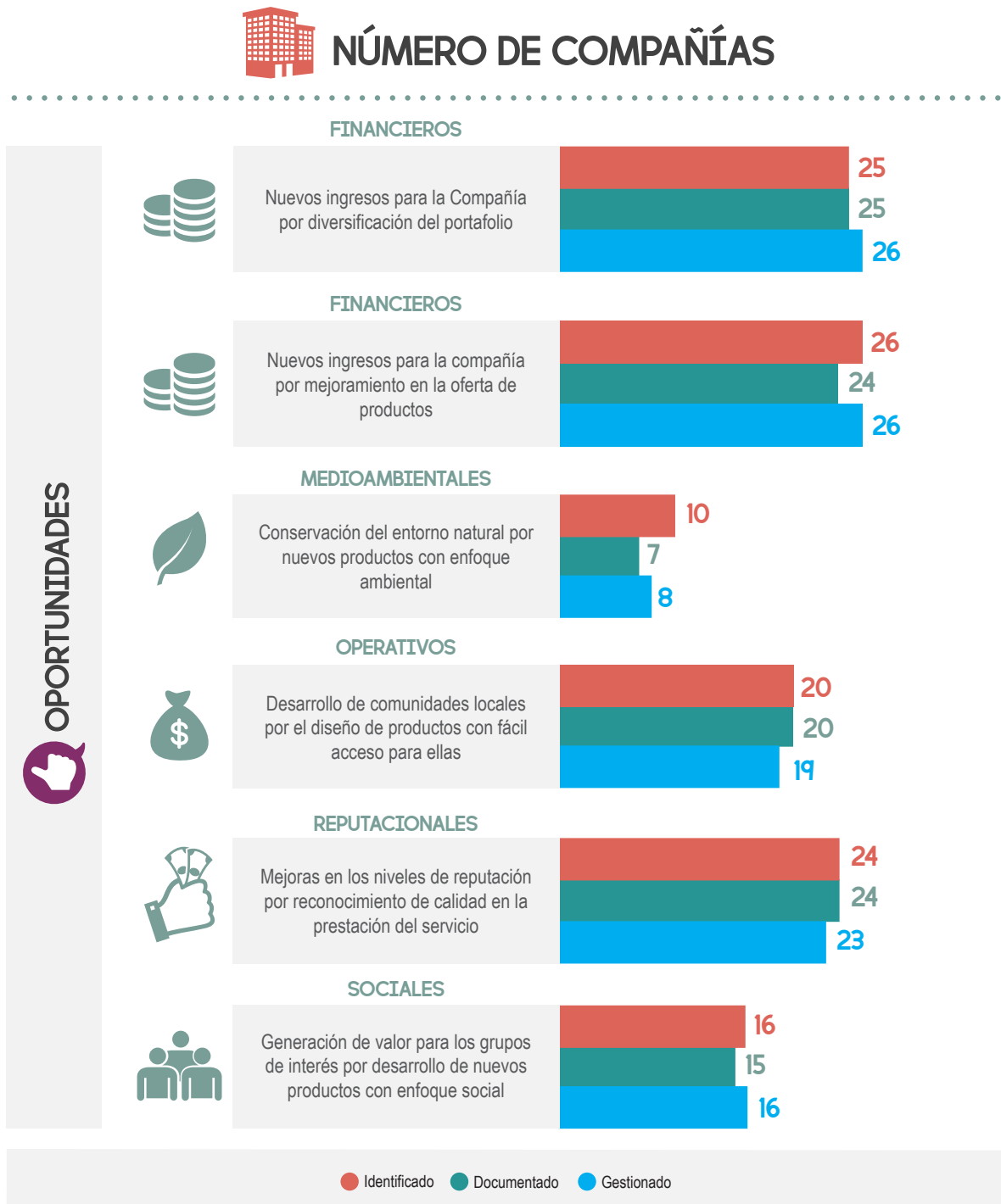


Gráfico 2:

Relación entre la identificación, gestión y documentación de las oportunidades del asunto «portafolio de productos».



Los riesgos identificados reflejan que las compañías son conscientes de la importancia de gestionar adecuadamente este asunto, así como de aprovechar las oportunidades que se desprenden de su buena gestión.

GESTIÓN DEL ASUNTO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

El diseño de productos es un instrumento poderoso que tienen las compañías aseguradoras, no solo para ofrecer mejores soluciones a sus clientes y al planeta, sino por su capacidad de influir en el fortalecimiento del sistema financiero y de esta manera aportar al desarrollo sostenible del país.

Por esta razón, es usual que las compañías que gestionan este tema adopten prácticas recomendadas como la definición de procedimientos y responsables que faciliten el seguimiento a sus líneas de negocio;

la identificación de mercados objetivo, que les permita brindar productos acorde con las necesidades de los consumidores; y el establecimiento de baterías de indicadores para medir y conocer los avances de su gestión, así como el cumplimiento de las metas propuestas.

La siguiente gráfica muestra las prácticas que las compañías mencionaron desarrollar en la gestión del portafolio de productos.

Gráfico 3:
Mecanismo utilizados para gestionar el portafolio de productos



A continuación se presentan los resultados y avances de las compañías en la adopción de las buenas prácticas mencionadas anteriormente.

El **93%** 
de las compañías del sector

dicen contar con

▶ UN SITIO WEB ○ UN DOCUMENTO ◀



▶ EN EL CUAL SE PUEDE CONOCER ◀

**EL PORTAFOLIO
DE PRODUCTOS
Y SERVICIOS**



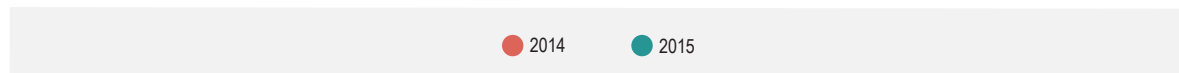
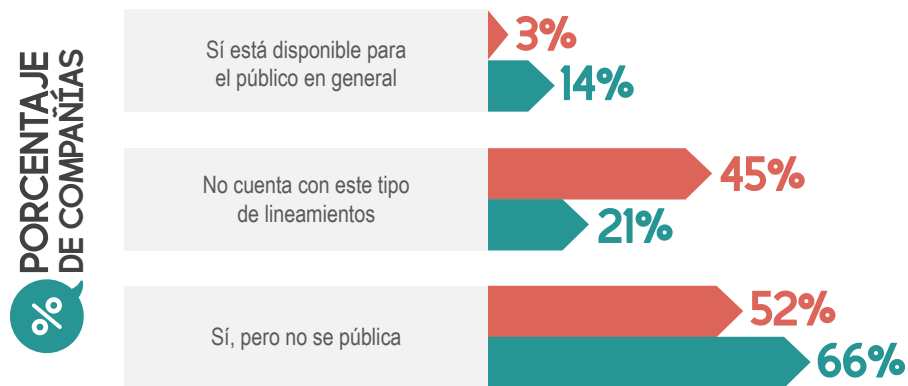
En el que se incluye información de **líneas de negocio** y **cobertura por regiones**, entre otros.

Que la mayoría de las compañías cuenten con mecanismos de comunicación para informar a los diferentes grupos de interés sobre la diversificación del portafolio de productos genera efectos positivos en cuanto a que, por un lado, el consumidor tiene información actualizada, detallada y de fácil acceso para la toma de decisiones financieras y, por el otro, permite a las compañías la facilidad de categorizar sus productos y analizarlos en relación con criterios ASG.

Algunas compañías han adelantado la construcción de políticas internas y definición de criterios autóno-

mos para la inclusión de elementos ASG en el diseño de productos, así como la identificación de mecanismos para asegurar el cumplimiento de estas medidas. Se encontró que un poco más de la mitad de las compañías cuentan con criterios y políticas para el desarrollo de productos que incluyan elementos ASG, pero solo un 14% de estas mencionaron que lo publican, lo que evidencia el reto que tiene el sector en mejorar los procesos de divulgación con sus grupos de interés. En términos generales, en 2015 el sector tuvo una evolución frente a los resultados reportados en 2014.

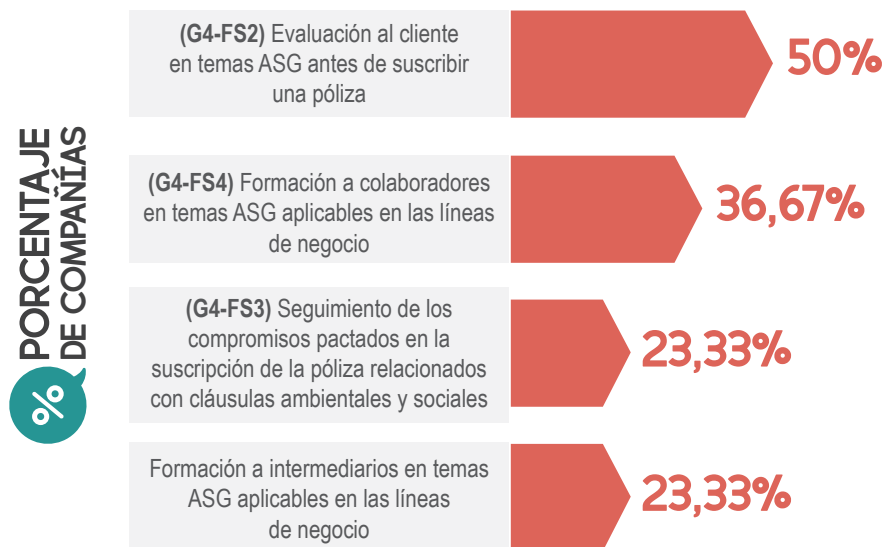
Gráfico 4:
Criterios y políticas para el diseño de productos



Otro reto que tienen las compañías aseguradoras es el fortalecimiento de los mecanismos que garanticen el cumplimiento de las políticas de diseño de productos. Algunos de estos mecanismos incluyen, entre otros aspectos, realizar evaluaciones a clientes

estratégicos en temas ASG antes de suscribir una póliza, brindar espacios de formación y capacitación en temas ASG, tanto a los colaboradores como a los intermediarios, para lograr aplicar estos elementos en las líneas de negocios

Gráfico 5:
Mecanismos para asegurar el cumplimiento de las políticas para el diseño de productos



Comenzar a incluir este tipo de mecanismos en los análisis de riesgos ASG antes de expedir pólizas a clientes estratégicos, que se caracterizan por su capacidad de influir en el negocio, permitirá brindar mejores productos y servicios que les generen valor agregado, así como lograr una mejor gestión del riesgo de los productos al interior de las compañías.

Las compañías de seguros son expertas en comprender, gestionar y asumir los riesgos de las familias, las empresas y el Estado, para que ante un choque adverso estos agentes estén protegidos y eviten pérdidas económicas, los seguros son instrumentos financieros para brindar beneficios sociales.

A pesar de que las compañías son conscientes del valor intrínseco que ofrecen los seguros a la sociedad, los resultados de la encuesta evidencian que son pocas las aseguradoras que incluyen criterios ASG en el desarrollo de sus productos y que algunas no han identificado cuáles productos pueden brindar beneficios sociales y ambientales.

Los resultados de la encuesta dejan en evidencia que de las aseguradoras que han identificado un listado actualizado de productos que brinden beneficios sociales y ambientales, una menor proporción cuentan con una descripción, propósito y mercado objetivo definidos formalmente.

Este escenario brinda la oportunidad para que las compañías aseguradoras analicen si su portafolio de productos actual está entregando beneficios sociales y ambientales adicionales a los ya identificados al momento de su creación, y si los productos que están en fase de exploración y de diseño están teniendo en cuenta criterios ASG que permitan fortalecer y ampliar la oferta de la compañía.

Los resultados de la encuesta reflejan el avance que el sector asegurador colombiano realizó durante el 2015 en la materia.

Gráfico 6:
 Actividades frente a productos y servicios que generan beneficios sociales

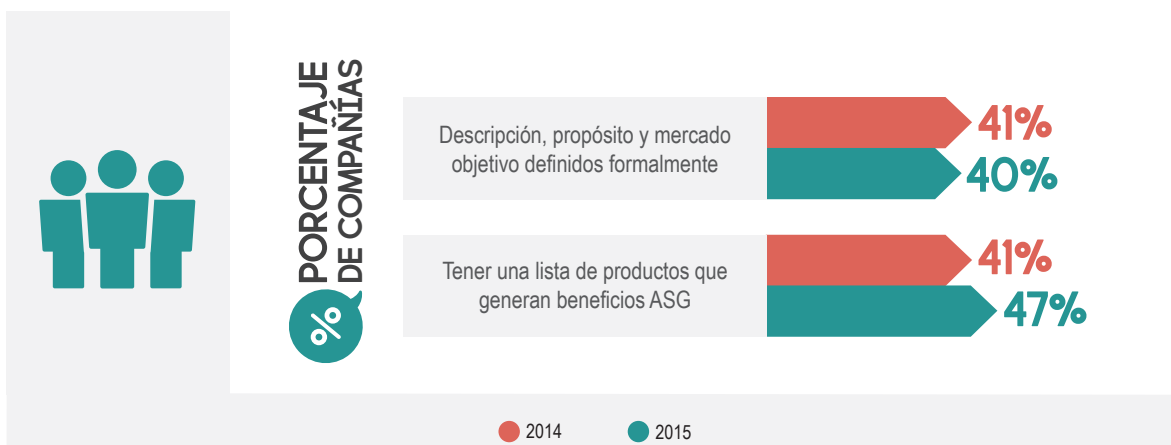


Gráfico 7:
 Actividades frente a productos y servicios que generan beneficios ambientales

