



**GESTIÓN
SOSTENIBLE
EN EL SECTOR
ASEGURADOR
COLOMBIANO**

GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

De acuerdo con los Principios para la sostenibilidad en seguros de la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), una industria de seguros sostenible es aquella que identifica, gestiona y hace seguimiento a los riesgos y las oportunidades ambientales, sociales y económicas a lo largo de su cadena de valor y busca, a través de la innovación, el diseño de productos que mejoren los resultados comerciales y promuevan la sostenibilidad del negocio¹.

En este sentido, las compañías de seguros tienen el reto de adaptarse a la nueva visión de desarrollo, en la que la capacidad de una empresa de agregar valor para sus accionistas y sus otros grupos de interés depende de su habilidad para reconocer y anticiparse a los riesgos económicos, sociales y ambientales, propios y del entorno, y de aprovechar las oportunidades que estos mismos le ofrecen para crecer.

Como resultado de este panorama, la industria aseguradora a nivel mundial desde hace un par de años viene promoviendo el concepto de seguros sostenibles, con el ánimo de hacer frente al reto de lograr un

crecimiento incluyente y ambientalmente responsable. Por lo anterior, organismos internacionales² que trabajan en temas de sostenibilidad han puesto a disposición del público herramientas y han brindado recomendaciones de buenas prácticas para las empresas que deseen empezar a incluir un enfoque de sostenibilidad en la gestión de su organización.

Algunas de las prácticas recomendadas hacen referencia a i) adoptar una estrategia de sostenibilidad, ii) llevar a cabo un análisis de materialidad y gestionar sus resultados, iii) adherirse a iniciativas globales en sostenibilidad que se encuentren alineadas con la estrategia de la compañía, iv) identificar a los grupos de interés más relevantes del negocio y v) contar con una herramienta de reporte que comparta los avances de las iniciativas antes mencionadas con los grupos de interés.

El objetivo de este capítulo es dar a conocer la forma en la que la sostenibilidad es abordada en las compañías de seguros, desde la perspectiva de la implementación de las buenas prácticas mencionadas anteriormente.

COMPAÑÍAS QUE RESPONDIERON ESTA SECCIÓN **30** 



 **91.4%**

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

¹ Principios para la sostenibilidad en seguros. UNEP Finance Initiative. 2012.

² Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Global Reporting Initiative (GRI), la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI) y los Principios para el seguro sostenible (PSI)

ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

El 59% de las compañías mencionaron tener una estrategia de sostenibilidad, el 38% de ellas indica que es propia y el 63% que es adoptada de la casa matriz. Respecto a la su divulgación, se encontró que el sector

está en fase exploratoria ya que tan solo el 23% de las compañías la realiza. Por lo anterior, se invita a las compañías a trabajar en incluir la estrategia de sostenibilidad en la estrategia empresarial y divulgarla.

Gráfico 1:
Porcentaje de compañías de seguros que tienen una estrategia de sostenibilidad

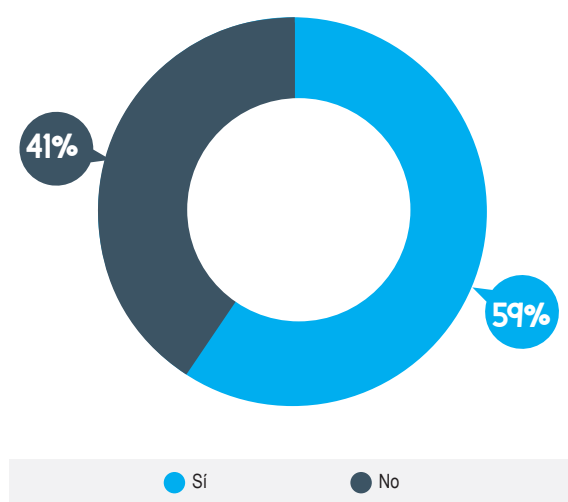


Gráfico 2:
Origen de la estrategia de sostenibilidad

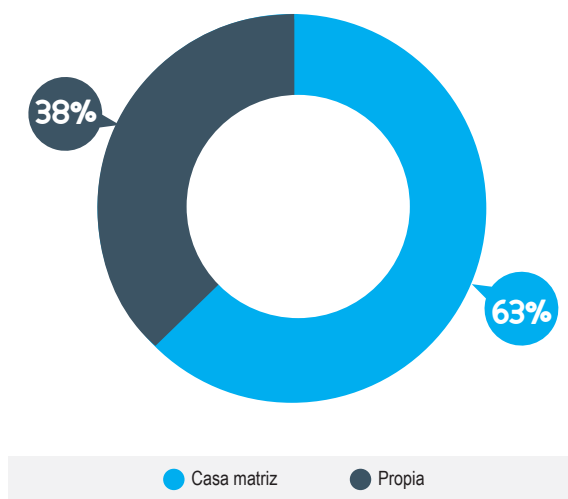
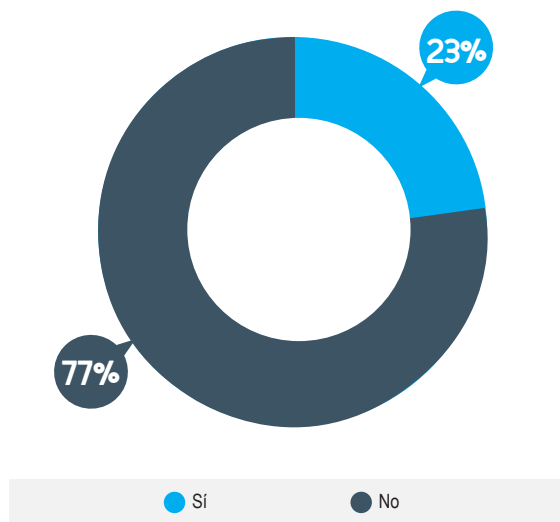


Gráfico 3:
Porcentaje de compañías que publica su estrategia de sostenibilidad

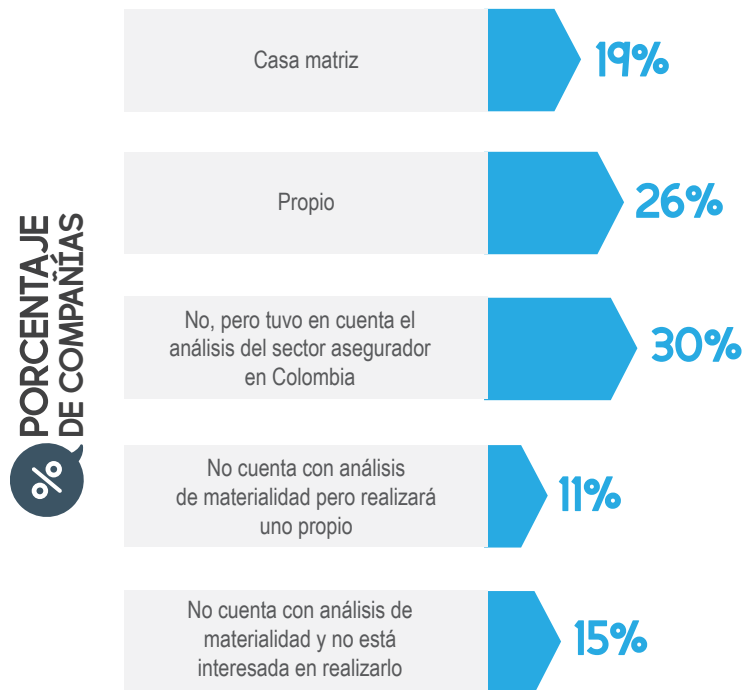


ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Un análisis de materialidad permite identificar y priorizar aquellos aspectos ambientales, sociales y de gobierno (ASG) que impactan significativamente en la sostenibilidad de una compañía, o que influyen de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés. En este sentido, el 45% de las compañías indicaron que cuentan con dicho análisis, del cual el 26% es propio y el 19% es de la casa matriz. Las compañías que respondieron que no cuentan con un análisis materialidad mencionaron que lo realizarán aproximadamente en un plazo de uno a dos años.

Es de resaltar que no contar con un análisis de materialidad no significa que las compañías no hayan identificado la importancia de abordar las tres dimensiones de la sostenibilidad y que no las gestionen. De la misma manera, no estar adherido a iniciativas internacionales en temas de sostenibilidad no quiere decir que las compañías no apliquen dichos lineamientos, buenas prácticas y recomendaciones que estas iniciativas proponen.

Gráfico 4:
Análisis de materialidad



(G4-15) (G4-16)



Dos compañías

están adheridas directamente al Pacto Global.

Cinco compañías

están adheridas mediante su casa matriz al menos a una de las siguientes iniciativas:



PACTO GLOBAL



UNEP-FI



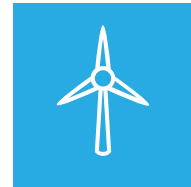
CARBON DISCLOSURE PROJECT (CDP)



PRINCIPIOS PARA LA INVERSIÓN RESPONSABLE (PRI)



PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS (PSI)











DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI).

RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Las compañías cuentan con mecanismos para relacionarse y dialogar con los grupos de interés en temas de sostenibilidad y aprovechan estos espacios para que los grupos se involucren y desarrollen los

temas. Sin embargo, estos espacios son utilizados en menor medida para motivar a los grupos de interés a incluir asuntos de sostenibilidad en su operación o en su proceso de toma de decisiones.

Tabla 1.
Relación con grupos de interés

		Porcentaje de compañías que tienen mecanismos de diálogo y relación con el grupo de interés en temas de sostenibilidad	Porcentaje de ellas que influye para que el grupo de interés se involucre y desarrolle temas relacionados con sostenibilidad*
	COLABORADORES	67%	20%
	ACCIONISTAS	53%	37%
	INTERMEDIARIOS DE SEGUROS	47%	20%
	CLIENTES	40%	20%
	PROVEEDORES	33%	17%
	ENTES DE GOBIERNO Y REGULADORES	23%	7%
	NO CUENTA CON MECANISMOS DE RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS.	23%	0%
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	20%	3%

* La tabla se entiende de la siguiente manera: el 67% de las compañías cuenta con mecanismos para relacionarse con los colaboradores en temas de sostenibilidad y de ese 67% el 20% aprovecha dichos espacios para que los colaboradores se involucren y desarrollen temas relacionados con sostenibilidad.

Reporte

Respecto a la práctica del reporte, la encuesta arrojó los siguientes resultados:

De las **27** compañías

que respondieron a esta subsección,

8 mencionaron que contaban con un informe anual de sostenibilidad diferente al del sector asegurador que publica Fasecolda y al de su casa matriz.

De las **8** compañías

que indicaron contar con un informe anual de sostenibilidad individual,

3



lo tienen disponible en su página web.

2



compañías lo verifican por un tercero independiente.

Es de resaltar que la existencia del reporte del sector asegurador colombiano no reemplaza los reportes de cada compañía, ya que estos últimos hacen referencia a los resultados particulares de cada empresa y de la manera en la que entienden y gestionan la sostenibilidad, mientras que el informe de sostenibilidad del sector asegurador colombiano brinda los resultados agregados de la industria.

En este sentido, se invita a que las compañías que aún no cuentan con un reporte individual analicen las ventajas de contar con un documento formal que refleje cómo están gestionando la sostenibilidad. Ahora

bien, es de resaltar que, más allá de la tenencia de un reporte en estos temas, el valor está en la capacidad de identificar oportunidades para contribuir al desarrollo sostenible mientras se logran los fines de crecimiento del negocio.

Para reconocer esos riesgos y oportunidades se han desarrollado múltiples herramientas, tales como el análisis de materialidad o el reporte de gestión sostenible, que sirven para actualizar los factores de riesgo que enfrentan las empresas y prepararlas para un entorno en el que los riesgos ASG influyen en el ambiente en el que estas operan.

