

Propuesta

Reglamento sobre Conducta de Negocio para el Trato Justo del Consumidor de Seguros

Lanzamiento de consulta externa



01

Aspectos Generales

Reglamento sobre Conducta de Negocio
para el Trato Justo del Consumidor de Seguros

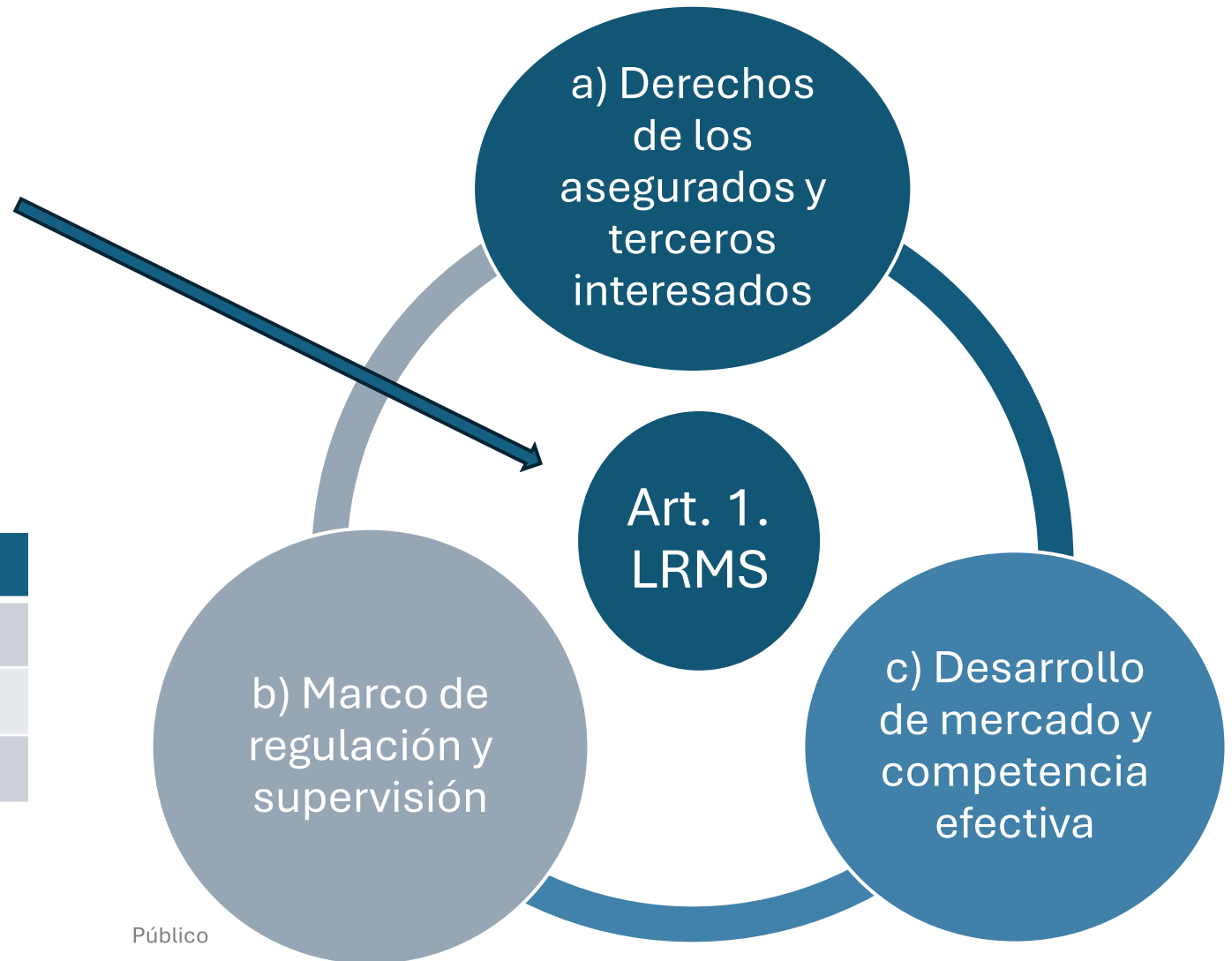




Mandato legal (PJD-SGS-001-2023)

*Art. 29 LRMS:
“Velar por el **EFICIENTE**
funcionamiento del
mercado de seguros”*

Gestiones realizadas	
Pagos colones (2016-Jun 24)	+ 900 millones
Pagos dólares (2016-Jun 24)	+ 1.2 millones
Trámites (2015 – Jun 24)	+ 800





Lo que tenemos en materia de protección al consumidor de seguros

Tratado de Libre
Comercio EUA, AC,
RD 2006
(PBS IAIS)



Ley Reguladora del
Mercado de
Seguros 2008



Ley Reguladora del
Contrato de
Seguros 2011

Reglamento sobre Conducta de Negocio para el trato justo del consumidor de seguros (26 artículos)

Norma de principios y disposiciones para aplicación de esquema SBR para los riesgos de Conducta de Negocio



4 Reformas



1 Derogatoria

Reglamento Comercialización

- Reforma integral (15 artículos)
- Evitar duplicidades normativas y mantener aspectos regulatorios específicos de comercialización de seguros

Reglamento MISS

- Reforma parcial (8 artículos)
- Incorporar dentro de esquema SBR y Matriz de Supervisión el riesgo inherente de Conducta de Negocio

RIAS

- Reforma parcial (4 artículos)
- Guardar consistencia con normativa de Conducta de Negocio y mantener una definición uniforme de cadena de valor del seguro y etapas del ciclo de vida del producto

Reglamento R. Productos

- Reforma parcial (1 artículo)
- Incorporar el "Análisis de Seguro" incluido como nuevo requisito en la etapa de diseño del producto dentro del proceso de registro de productos

Reglamento Defensa y Protección

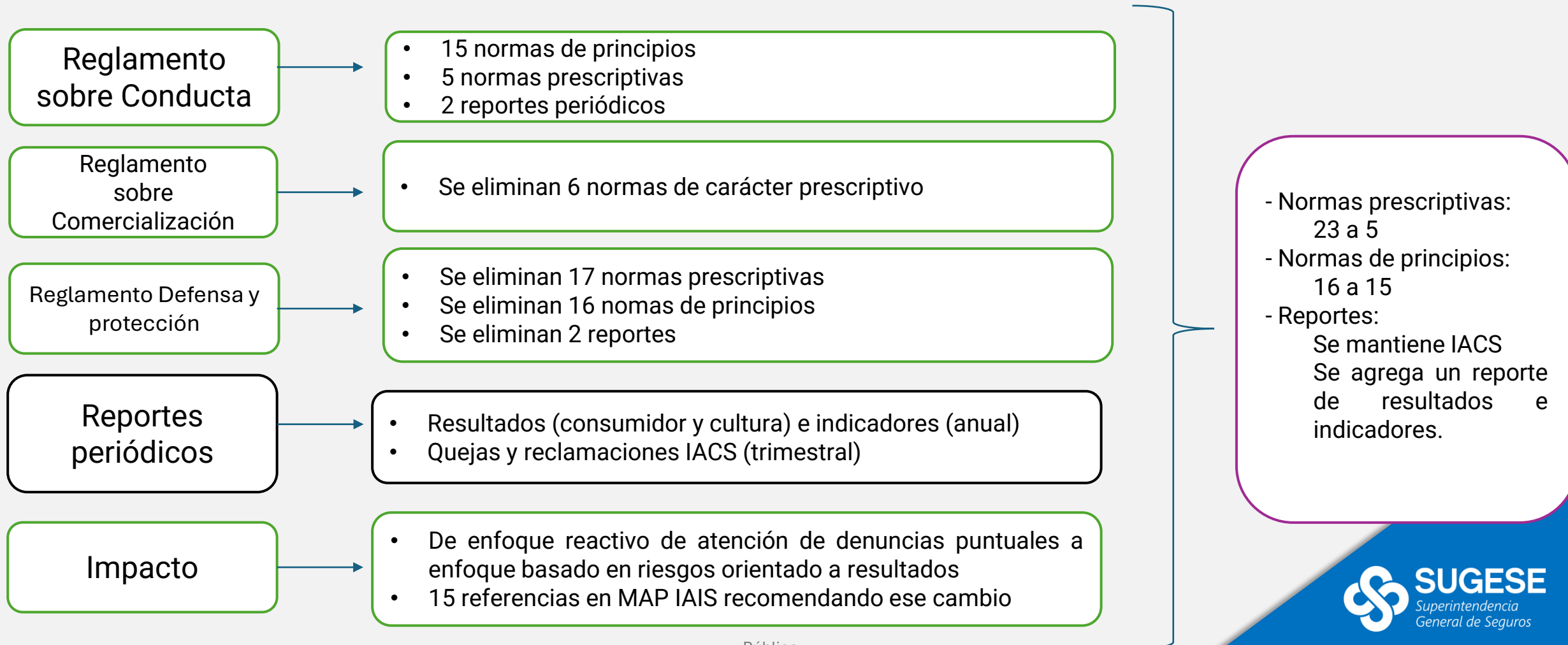
- Derogatoria del reglamento
- Evitar duplicidades y contradicciones regulatorias dado que nueva normativa aborda integralmente los temas relacionados con protección al consumidor de seguros

Acuerdo Superintendente

Lineamientos y Guías para el cumplimiento de principios y disposiciones del nuevo "Reglamento sobre Conducta de Negocio para el trato justo del consumidor de seguros" (16 artículos y V anexos)



Más simple y mayor impacto



Misión y Visión de las aseguradoras

Garantizamos tranquilidad a nuestros clientes

Servicio oportuno, consistente y transparente

La mejor experiencia

Generar valor económico, social y ambiental

Excelencia en la calidad del servicio y innovación

Añadir valor real a los clientes

Calidad en el servicio, resultados y calidez

Mejorar la calidad de vida de las personas

La mejor relación con nuestros clientes

Experiencia ágil, confiable y humana.

Mejorar el sentido bienestar

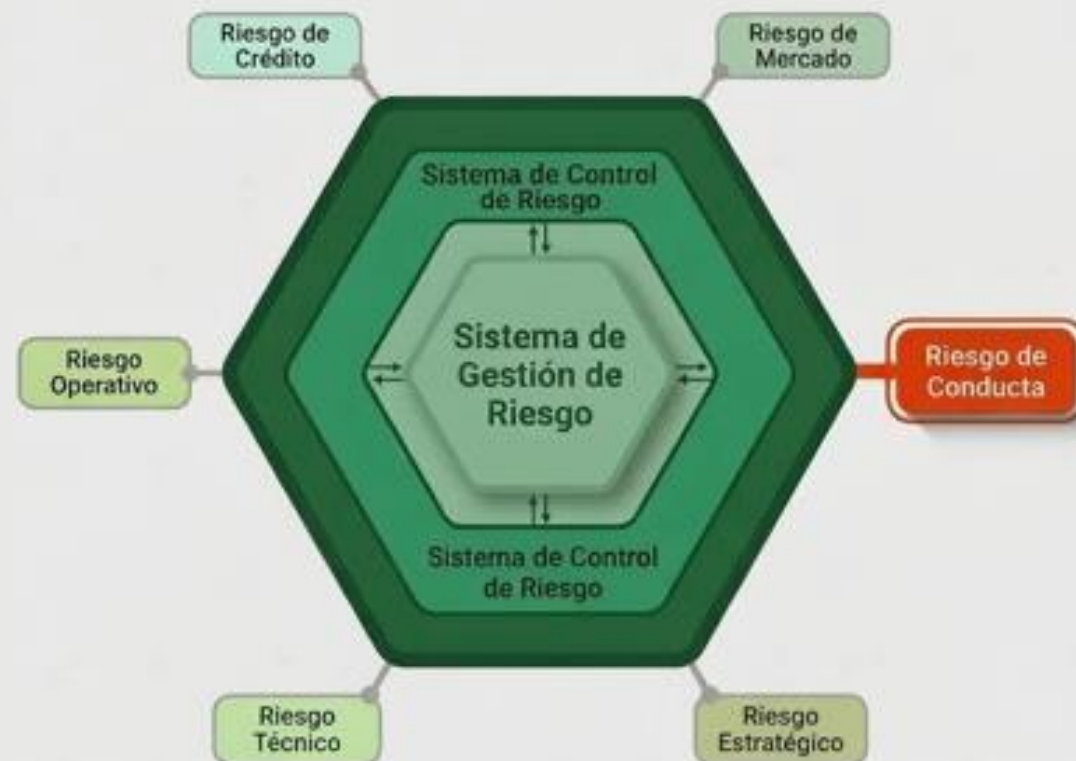
Satisfacer plenamente las expectativas de nuestros clientes

Transformar las historias de las personas

Satisfacer las neccidades

Brindar protección y tranquilidad

Mejorar la vida



PLATAFORMA DE GOBIERNO CORPORATIVO





Estructura del Reglamento sobre Conducta de Negocio

Capítulo I: Disposiciones Generales

- Finalidad
- Ámbito de aplicación
- Definiciones

Capítulo II: Conducta de Negocio Responsable

- Integración del trato justo del consumidor
- Resultados asociados al trato justo del consumidor
 - Sección I: Modelo de Negocio
 - Sección II: Cultura Corporativa
 - Sección III: Gobernanza del Producto

01

02

03

Capítulo III: Mecanismo Interno de Manejo de Quejas y Reclamaciones

- Instancia de Atención al Consumidor de Seguros (IACS)

04

Capítulo IV: Gestión y Control de la Cadena de Valor del Seguro

- Deberes de las entidades aseguradoras

05

Capítulo V: Disposiciones Finales

- Información que puede divulgarse públicamente
- Competitividad
- Comunicaciones y medios a distancia
- Plazos
- Acuerdos del Superintendente
- Disposiciones transitorias
- Vigencia
- Anexos



Estructura del Acuerdo de Lineamientos sobre Conducta de Negocio

Capítulo I: Disposiciones Generales

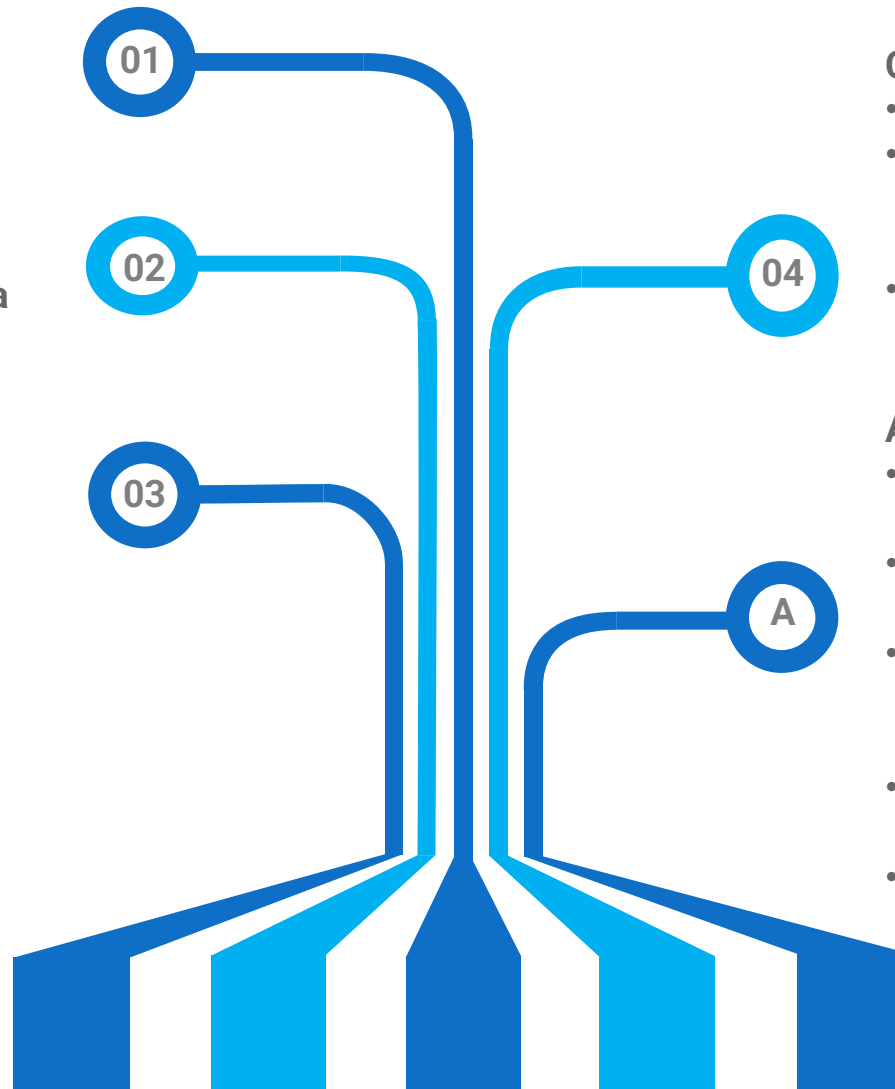
- Finalidad
- Aplicación proporcional y diferenciada de las guías

Capítulo II: Modelo de Negocio y Cultura Corporativa

- Integración del trato justo
- Consecución de Resultados

Capítulo III: Gobernanza del Producto

- Fases del ciclo de vida
- Informes de CN de aseguradoras
- Informes de la IACS (Defensorías)
- Gestión de la cadena de valor de los productos



Capítulo IV: Disposiciones Finales

- Plazos
- Actualizaciones y ajustes de políticas, procedimientos, contratos y productos
- Vigencia

Anexos

- **Anexo I:** Formato y requisitos de resolución de reclamos
- **Anexo II:** Informes de CN de aseguradoras (Indicadores de CN)
- **Anexo III:** Requisitos mínimos y conocimientos de participantes de la Cadena de Valor
- **Anexo IV:** Modelo leyenda de información agentes y SAS
- **Anexo V:** Modelo leyenda de SCS

4.1

Descripción detallada de la Nueva Regulación

Capítulo 1: Disposiciones Generales

Reglamento sobre Conducta de Negocio
para el Trato Justo del Consumidor de Seguros

Finalidad del Reglamento

Objetivo Principal

Procurar que las entidades aseguradoras e intermediarios de seguros cuenten con una **conducta de negocio enfocada al trato justo del consumidor**, en beneficio de los derechos subjetivos e intereses legítimos de este.

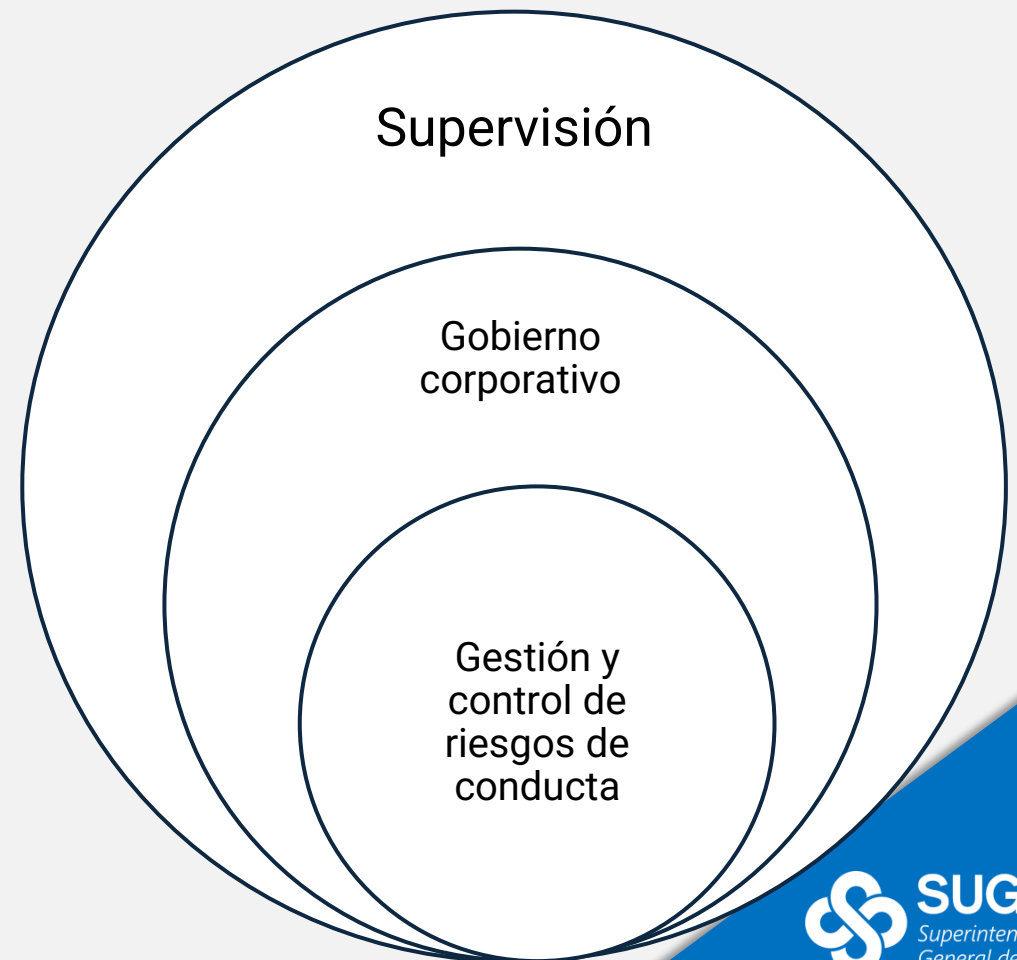
Objetivo Complementario

Fortalecer la confianza en el mercado y su aprovechamiento inclusivo y sostenible por parte de los consumidores.

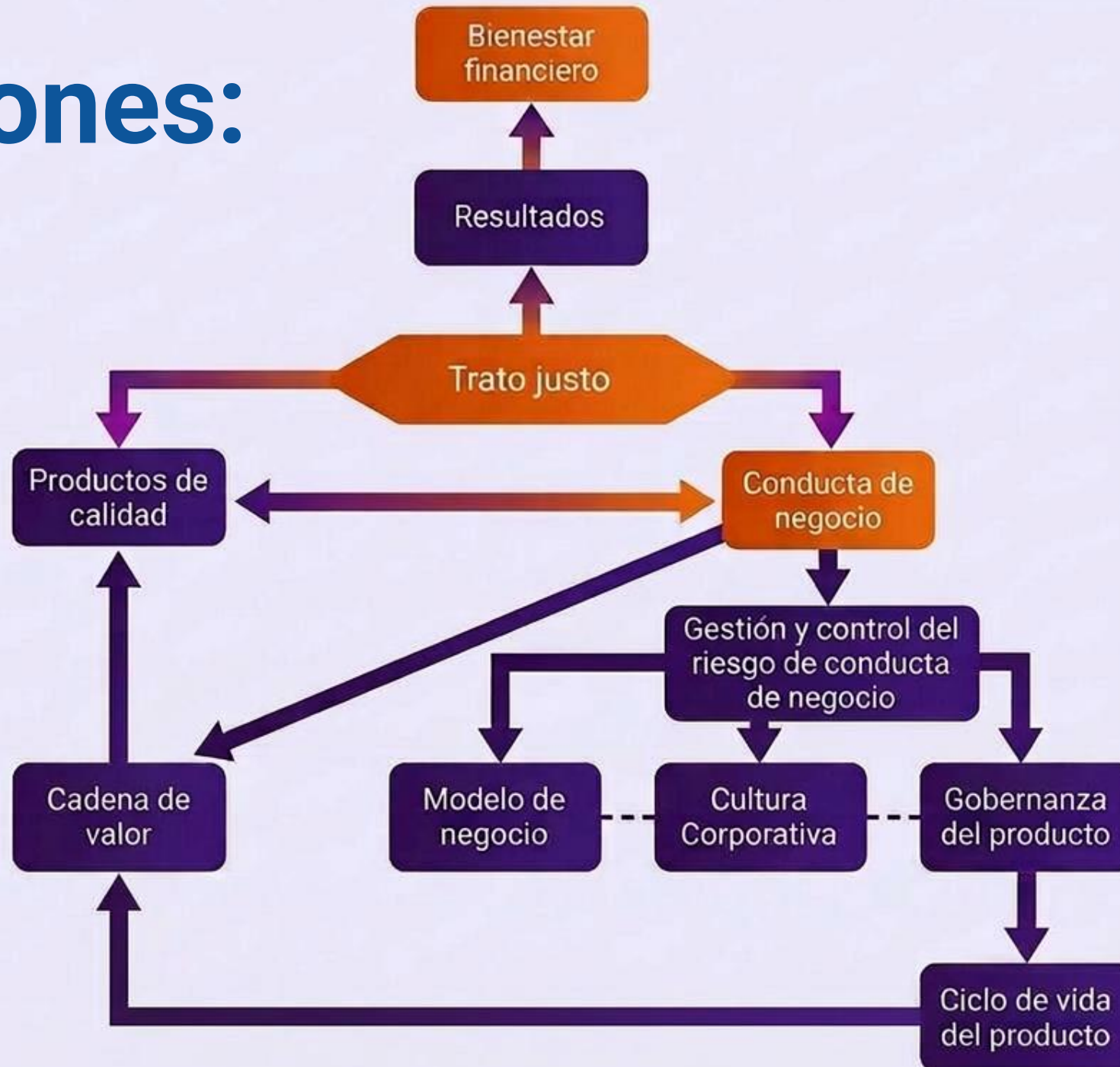
Mitigar los riesgos reputacionales y prudenciales de los proveedores que puedan derivarse de la materialización de riesgos de conducta.

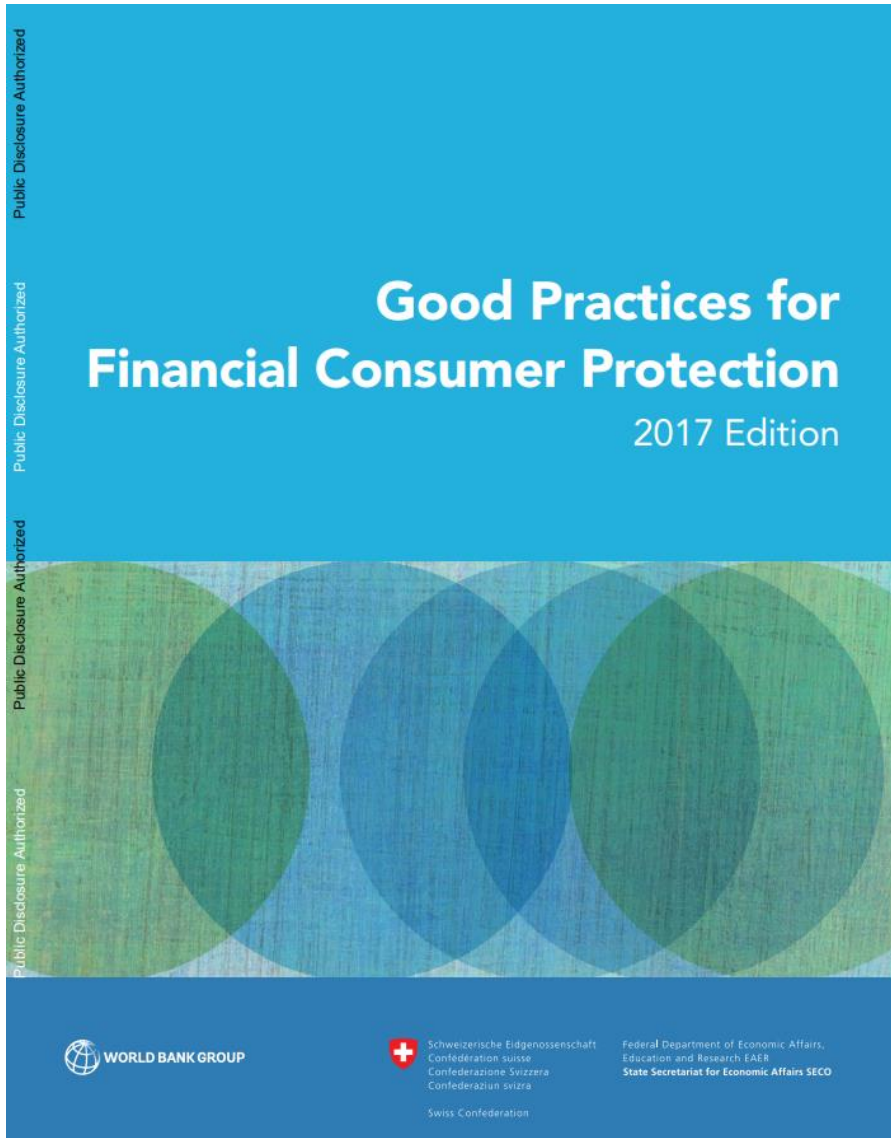


Ámbito de la norma propuesta



Definiciones:



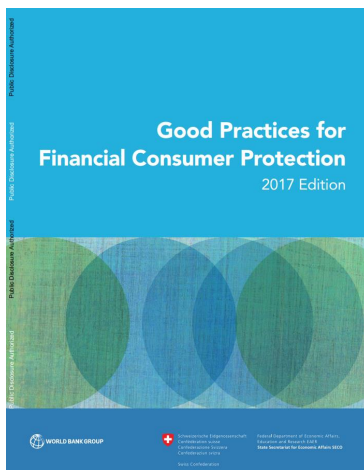


Regulación basada en principios

- *“La mayoría de las jurisdicciones utilizan una combinación de reglas y enfoques basados en principios para tratar de lograr el resultado del trato justo.*
- *Los enfoques basados en reglas prescriptivas apoyan la certeza regulatoria y previsibilidad, pero también pueden resultar en autoridades más preocupadas en si los participantes de la industria cumplen con los requisitos (a veces obsoletos) que en si los consumidores están siendo protegidos contra daños. También pueden reprimir la innovación de productos y la inclusión financiera.*
- **Los enfoques basados en principios permiten una mayor flexibilidad para que las autoridades adapten su enfoque de supervisión a una gama de modelos de negocio y para adaptarse a la naturaleza cambiante de los riesgos de conducta de negocio.(...)”**

Reglamento basado en principios

Disposiciones
Generales



“Los enfoques basados en principios permiten una mayor flexibilidad para que las autoridades adapten su enfoque de supervisión a una gama de modelos de negocio y para adaptarse a la naturaleza cambiante de los riesgos de conducta de negocio.(...)” *Good Practices for Financial Consumer Protection, Word Bank, 2017*

Público

4.2

**Descripción detallada de la
Nueva Regulación**

Capítulo 2: Conducta de Negocio Responsable

Reglamento sobre Conducta de Negocio
para el Trato Justo del Consumidor de Seguros

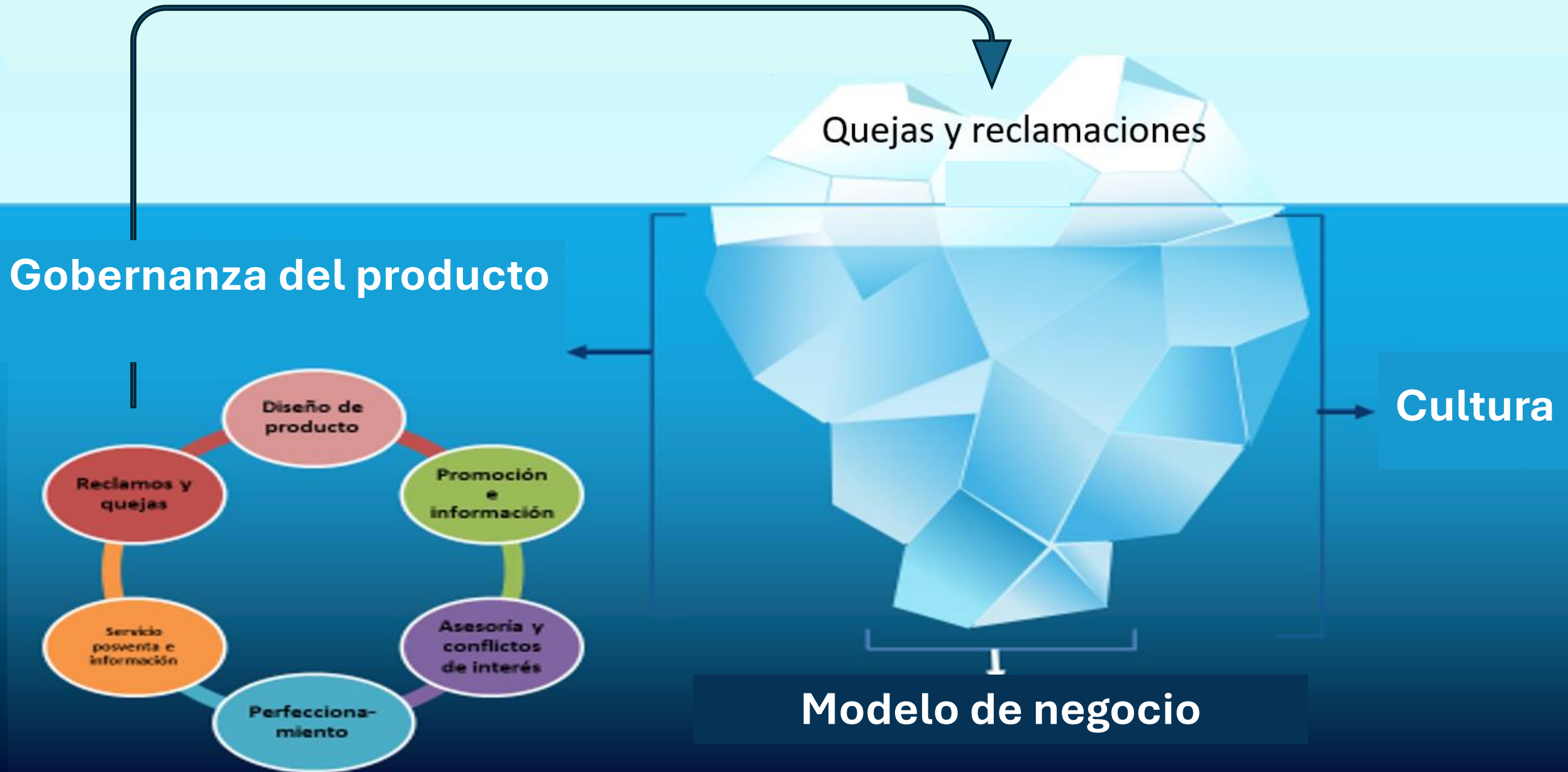


Componentes de Conducta de Negocio

OECD PAN PCF 8 e IAIS PES 19



Componentes Conducta de Negocio



Supervisión basada en riesgos con enfoque en resultados

G20/OECD High-Level Principles on Financial Consumer Protection 2022



Principio 1: Marco Legal, Regulatorio y de Supervisión

“Cuando resulte relevante para complementar enfoques relacionados con conducta el marco puede incluir promover resultados adecuados para el consumidor que contribuyan a su bienestar financiero.”

Principio 9: Conducta de negocio y cultura responsable de los proveedores de servicios financieros e intermediarios.

“La conducta y cultura de los proveedores de servicios financieros y sus intermediarios deben estar alineados con la promoción del trato justo al consumidor y alcanzar resultados apropiados para el consumidor que contribuyan a su bienestar financiero.”

Resultados asociados al trato justo del consumidor

Conducta de
Negocio
Responsable



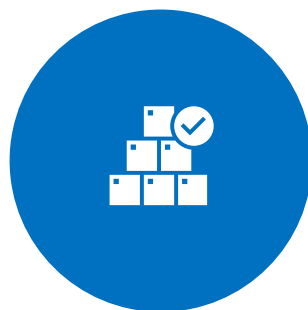


Modelo de negocio

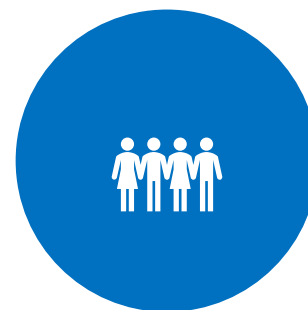
Conducta de
Negocio
Responsable



**Definiciones
estratégicas**



**Políticas,
procedimientos y
procesos**



Personal



**Modelo de negocio
(Órgano director)**

Objetivos claros y específicos en cuanto al trato justo del consumidor y la gestión y control de riesgos de conducta



Cultura corporativa

Conducta de
Negocio
Responsable

Importancia del Trato Justo al Cliente:

La organización entiende la importancia de brindar un trato justo y equitativo al cliente. Con base en ello, toma decisiones, comportamientos y acciones.

Gestión de Riesgos de Conducta:

Todos los niveles de la organización gestionan y controlan, de manera oportuna y eficaz, los riesgos de conducta.

Ética e Integridad Organizacional:

Altos niveles éticos, integridad y estándares consistentes con las definiciones estratégicas de la entidad en materia de trato justo al consumidor.

Monitoreo y Evaluación de Resultados:

Monitorear, evaluar y reportar los resultados esperados relacionados con el trato justo al consumidor.





Gobernanza producto

Conducta de
Negocio
Responsable

Diseño de producto

Promoción e información

Reclamos y quejas

Servicio
posventa e información

Asesoría y
gestión de
conflictos de
interés

Perfeccionamiento





FASE 1

Diseño del Producto

La gobernanza del producto de las entidades aseguradoras debe procurar el **desarrollo de seguros idóneos y de calidad**, con base en información y análisis auditables, explicables y de alta calidad.



Diseño: Mercado Meta y Adecuación

Lineamiento 1 – Mercado meta

Para cada producto debe **determinarse el mercado meta** con suficiente detalle, analizando características, necesidades e intereses de los posibles asegurados. Se brindará especial atención a **personas susceptibles de vulnerabilidad**. El valor y las características del producto deben responder a dicho análisis.

Lineamiento 2 – Adecuación al mercado meta

El diseño técnico, la documentación contractual, los canales de distribución, la cadena de valor y la estructura de servicio deben ser adecuados para el mercado meta definido, considerando sus **intereses legítimos** y procurando el trato justo del consumidor.



Diseño: Revisión, Metodología y Verificación

1

Revisión y prueba previa

Antes de comercializarse, el producto debe ser revisado y probado en cuanto a los **riesgos de conducta**, sus mitigadores, su idoneidad y consistencia con el ordenamiento jurídico y las disposiciones internas de la entidad.

2

Metodología e indicadores

Determinación de una metodología, indicadores y recursos necesarios para evaluar periódicamente que el producto **cumple los objetivos** para los que fue diseñado y permite alcanzar los resultados de trato justo.

3

Verificación del representante legal

El representante legal verificará el cumplimiento de todos los requerimientos y lo hará constar en el "**Análisis de seguro**", que se incluirá en el trámite de registro o actualización ante la SUGESE.



FASE 2

Promoción e Información

La gobernanza de la fase de promoción e información procurará que los consumidores tengan acceso a información **adecuada, oportuna e inteligible** sobre los productos de seguros, tanto antes de adquirirlos como durante su vigencia.





Lineamientos de Promoción e Información

Acceso a información

Los consumidores deben tener acceso a información adecuada y oportuna **antes de la decisión de adquirir** el producto y durante su vigencia, en relación con los ajustes que correspondan y para su uso adecuado.

Material promocional

Debe ser **inteligible, justo, claro** y no susceptible de generar confusión. Debe declarar que no contiene la totalidad de la información, indicando cómo acceder a ella.

Consentimiento de la aseguradora

El material promocional e informativo no podrá ser modificado o producido por los participantes de la cadena de valor **sin el consentimiento expreso** de la entidad aseguradora.



FASE 3

Asesoría y Gestión de Conflictos de Interés

La entidad aseguradora, intermediarios y demás participantes de la cadena de valor deben contar con una gobernanza que garantice **asesoría de calidad** y una gestión adecuada de los conflictos de interés.



Lineamientos de Asesoría

Lineamiento 1 – Acceso a asesoría de calidad

El consumidor debe poder acceder a **asesoría de calidad** por canales y medios idóneos, con el fin de facilitar la toma de decisiones informadas, gestionar sus productos y ejercer sus derechos contractuales.

Lineamiento 2 – Gestión de conflictos de interés

Deben definirse e implementarse medidas para **evitar los conflictos de interés** al brindar asesoría. En caso de presentarse, deben ser gestionados y revelados adecuadamente al consumidor cuando puedan incidir en su decisión de compra.

A circular inset image showing two men in business attire shaking hands across a desk. On the desk are several documents, a pen, and a laptop. The background is a modern office with glass partitions.

FASE 4

Perfeccionamiento del Contrato

En la fase de perfeccionamiento del contrato, y del aseguramiento individual en pólizas colectivas, la gobernanza debe garantizar que el consumidor reciba **información oportuna y completa** para el ejercicio pleno de sus derechos.



Lineamiento de Perfeccionamiento

1

Información adecuada y oportuna

Verificación de la remisión al consumidor de información adecuada y oportuna, o indicación oportuna sobre cómo tener acceso a la misma.

2

Constancia de aseguramiento

Entrega de la **constancia de aseguramiento** e información sobre el trámite de valoración de la solicitud de seguro cuando corresponda.

3

Obtención de información contractual

Recopilación, al perfeccionarse el contrato o lo antes posible, de todos los datos necesarios para cumplir con las **prestaciones contractuales de forma ágil**.



FASE 5

Servicio Pos-venta

En la fase de servicio pos-venta, la gobernanza debe estar enfocada en garantizar la **ejecución justa del contrato**, la tramitación oportuna de reclamos, la confidencialidad de la información y la protección de los activos del consumidor.



Lineamiento del Servicio Pos-venta



Ejecución contractual justa

La ejecución contractual y los ajustes que procedan se realizarán de forma **justa y consistente** con el ordenamiento jurídico, considerando los intereses legítimos del consumidor.



Tramitación de reclamos

Los reclamos de siniestros y el otorgamiento de prestaciones se tramitarán de manera **justa y oportuna**, brindando información adecuada sobre el trámite y su resolución.



Confidencialidad

Se preservará la confidencialidad de la **información personal del consumidor**, observando la normativa vigente y las políticas internas de la entidad.



Protección de activos

Se protegerán los activos del consumidor contra **fraude, estafas y uso indebido**, garantizando la integridad de su patrimonio asegurado.



FASE 6

Quejas y Reclamaciones

En la fase de quejas y reclamaciones, la gobernanza debe garantizar trámites **claros, ágiles y accesibles**, así como un mecanismo interno de resolución extrajudicial que proteja efectivamente los derechos del consumidor.



Lineamientos sobre Atención de Quejas

Los trámites de atención de quejas y reclamaciones deben ser **claros, ágiles y sencillos**, con requisitos necesarios, acordes a las obligaciones de cada parte y de fácil obtención según la naturaleza del producto y su mercado meta.



Claros y ágiles

Trámites sencillos con requisitos necesarios y de fácil obtención para el consumidor.



Acordes a las partes

Consistentes con las obligaciones específicas de cada parte involucrada en el proceso.



Según mercado meta

Adaptados a la naturaleza del producto y al mercado meta definido para el mismo.



Lineamientos sobre Mecanismo interno de resolución

Umbral de aplicación

El mecanismo operará al menos para reclamaciones **inferiores a 200.000 Unidades de Desarrollo**, a cargo de la instancia de atención al consumidor de seguros, conforme al Artículo 18 del reglamento.

Características del mecanismo

- **Gratuito** para el consumidor
- Accesible, efectivo, justo y oportuno
- Imparcial e independiente
- Con consideraciones especiales para personas susceptibles de vulnerabilidad

Activación del mecanismo

El mecanismo se activará cuando, tras gestionar ante la aseguradora, lo resuelto **no resulte satisfactorio** para el consumidor.

Acudir a esta instancia es **requisito previo** para acceder al mecanismo de atención de quejas a cargo de la SUGESE.



Lineamientos Resoluciones sobre quejas y reclamaciones y monitoreo

Lineamiento 3 – Contenido de las resoluciones

Las resoluciones deberán cumplir con el contenido señalado en el **inciso 61.2 del artículo 61 del Código Procesal Civil, Ley 9342**. Deben ser emitidas por escrito, debidamente motivadas y claras para el consumidor.

Lineamiento 4 – Monitoreo y control estadístico

Se garantizará el monitoreo y control de **estadísticas e información sobre quejas y reclamaciones**, con el detalle y desagregación suficiente para la toma de decisiones que beneficien el trato justo del consumidor.

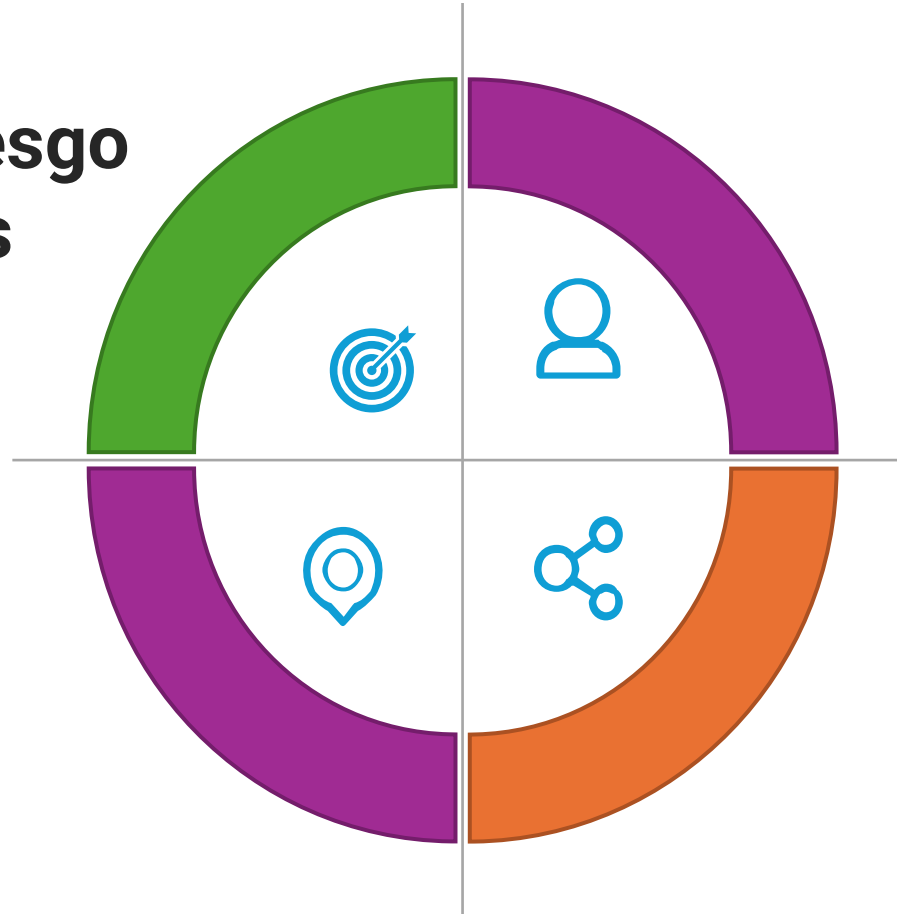


Supervisión de conducta de negocio

Conducta de
Negocio
Responsable

**Enfoque basado en riesgo
orientado a resultados**

Informe periódico



Supervisión directa

Supervisión indirecta

Principales modelos supervisión de la conducta de negocio



Coherencia, integridad, simplicidad, menor costo para supervisados, mayor visibilidad y trascendencia empresarial del riesgo de conducta, recomendado por Toronto Centre.



Medidas de Aplicación Forzosa y Reporte

Medidas Preventivas y Correctivas

Para la aplicación forzosa del marco legal y regulatorio relacionado con la conducta de negocio, SUGESE implementará medidas preventivas y correctivas que resulten **útiles, proporcionadas, oportunas y conformes con las mejores prácticas** en materia de supervisión de seguros. Cuando corresponda, dichas medidas serán escaladas para obtener los resultados esperados.

Procedimientos Sancionatorios

Los procedimientos administrativos sancionatorios se utilizarán cuando las medidas preventivas y correctivas hayan resultado **insuficientes** o cuando la gravedad de la situación lo amerite según criterio informado del Superintendente. Para las entidades aseguradoras, se aplicará lo dispuesto en el **Marco Integrado de Supervisión de Seguros, Acuerdo Sugese 10-17**.

Informe de Carácter Público

Las entidades aseguradoras reportarán a Sugese un **informe de carácter público** de conformidad con los artículos 25 incisos a), c), r) y t) de la Ley 8653. El mismo contendrá estadísticas, indicadores, medición de resultados y aspectos generales relevantes sobre temas de conducta de negocio según los términos, periodicidad y condiciones que defina el Superintendente mediante lineamientos.



Anexo II Lineamientos: Informe de Conducta de Negocio

1. Observaciones Clave

Principales hallazgos y acciones acordadas. Detalle en anexo.

1

2

2. Resultados Trato Justo del Consumidor

Evaluación por producto y modalidad con niveles definidos y alcanzados. Metodología en anexo.

3

3. Indicadores de Conducta

Índices de gastos, siniestralidad, ingreso neto, renovaciones, crecimiento, puntualidad, rechazo, quejas y reclamaciones.

4

4. Resultados Cultura Corporativa

Evaluación de cuatro dimensiones organizacionales. Metodología e instrumentos en anexo.

5

5. Acuerdo de Junta Directiva

Fecha, referencias y acta completa de la sesión de aprobación como anexo (puede ser confidencial).



Sección 2: Resultados Asociados al Trato Justo del Consumidor

Al menos para los seguros específicos y modalidades de aseguramiento que se dirá, se informará la evaluación de los resultados asociados al trato justo del consumidor según el siguiente formato:

Producto y modalidad:

[Indicar producto y modalidad]

Período evaluado:

[Indicar período]

Resultados	Nivel definido	Nivel alcanzado
1. El consumidor entiende de forma clara y oportuna las características principales y limitaciones de los productos respecto a sus intereses antes de tomar la decisión de adquirirlo.	XX%	XX%
2. Cuando corresponde, el consumidor tiene acceso y recibe asesoría de calidad de acuerdo con sus características e intereses legítimos.	XX%	XX%
3. El consumidor adquiere productos idóneos y de calidad.	XX%	XX%
4. El consumidor entiende cualquier ajuste en la póliza, el uso del seguro, los mecanismos de quejas y reclamaciones, y el resultado y justificación de cualquier gestión que realice al hacer uso del seguro.	XX%	XX%
5. Los reclamos de siniestros, quejas y reclamaciones se gestionan de manera justa y oportuna atendiendo los derechos subjetivos del consumidor y sus intereses legítimos.	XX%	XX%
6. La información privada del consumidor se resguarda conforme al marco normativo.	XX%	XX%



Sección 4: Resultados Asociados a la Cultura Corporativa

Se informará la evaluación de los resultados asociados a la cultura corporativa según el siguiente formato:

Período evaluado:		[Indicar período]		
#	Resultados	Nivel definido		Nivel alcanzado
1	La organización entiende la importancia de brindar un trato justo del consumidor y las definiciones que en ese sentido incorpore el modelo de negocio. Lo anterior se evidencia en la toma de decisiones, el comportamiento, los mecanismos de control y la actividad en general de la organización.	XX%		XX%
2	En todos los niveles de la organización se gestionan y controlan de manera óptima los riesgos de conducta. Periódicamente, las funciones de control correspondientes informan y recomiendan al órgano de dirección sobre ese aspecto.	XX%		XX%
3	La organización entiende la importancia de monitorear, evaluar y reportar la consecución de los resultados esperados relacionados al trato justo del consumidor. Para ello, utiliza datos, herramientas e indicadores adecuados y específicos, analizándolos y procurando la mejora continua del modelo de negocio, la cultura corporativa y la gobernanza del producto.	XX%		XX%
4	Los directores, el personal y los proveedores que participen en la cadena de valor del producto cumplen con altos niveles éticos y de integridad y estándares consistentes con las definiciones estratégicas de la entidad en materia de trato justo del consumidor.	XX%		XX%

4.3

**Descripción detallada de la
Nueva Regulación**

Capítulo III: Mecanismo interno de Manejo de Quejas y Reclamación

Reglamento sobre Conducta de Negocio
para el Trato Justo del Consumidor de Seguros



Mecanismos de Atención de Quejas y Reclamaciones

Mecanismo Interno de Manejo de Quejas y Reclamaciones

Mecanismo Interno (IACS)



Capítulo III Lineamientos: Informe trimestral IACS

Externo (SUGESE): Sistema de trámites de consumidor financiero (TCF)

4.4

**Descripción detallada de la
Nueva Regulación**

Capítulo IV: Gestión y control de la Cadena de Valor del Seguro

Reglamento sobre Conducta de Negocio
para el Trato Justo del Consumidor de Seguros

Claves para un Trato Justo al Consumidor

Gestión y Control de la Cadena de Valor del Seguro

Trato justo del consumidor



Responsabilidad



Gestión y control de riesgos de conducta

Capítulo III Lineamientos: Gestión de la cadena de valor de los productos

Manual

Debida
Diligencia
(Participantes de
Cadena Valor)

Contratos

Público

4.5

**Descripción detallada de la
Nueva Regulación**

Disposiciones Finales

Reglamento sobre Conducta de Negocio
para el Trato Justo del Consumidor de Seguros

Aspectos Clave

Disposiciones
finales



**Información
que puede
divulgarse
públicamente**



Competitividad



Plazos



**Disposición
transitoria (12
meses)**

Capítulo IV Lineamientos: Disposiciones finales

Consulta Pública con Industria

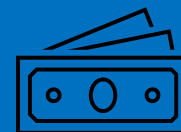
Oficio SGS-0360-2026
23/03/2026



- Proyecto Reglamento CN
- Proyecto Acuerdo (Lineamientos)



- Matriz del Proyecto de Reglamento CN
- Matriz del Proyecto de Acuerdo (Lineamientos)



- Matriz de Actividades y Cronograma de Implementación
- Plantilla de estimación impacto económico



- Cronograma de reuniones bilaterales

Matrices de Observaciones a Reglamento y Lineamientos

Texto Propuesto	Observaciones Supervisados		
	Comentario	Fundamento Técnico /Legal	Redacción sugerida
El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero, en el artículo 8 del acta de la sesión 2004-2026, celebrada el 23 de febrero de 2026,			
I. En lo referente al envío en consulta de una serie de asuntos reglamentarios.			
dispuso por unanimidad:			
Remitir en consulta pública, en acatamiento de lo estipulado en el numeral 3, artículo 361, de la <i>Ley General de la Administración Pública</i> , Ley 6227, por un periodo de seis meses contados a partir de su publicación en el diario oficial La Gaceta, lo siguiente:			
i.- proyecto de “Reglamento sobre Conducta de Negocio para el Trato Justo del Consumidor de Seguros”			



Matriz de Identificación de Actividades de Implementación

Objetivo: Recopilar información de las entidades supervisadas sobre las actividades necesarias para la implementación de la propuesta de Reglamento sobre Conducta de Negocio para el Trato Justo del Consumidor de Seguros.

Esta matriz servirá de insumo para la matriz de análisis de impacto económico.

Las entidades **podrán modificar y/o agregar actividades de implementación adicionales** en caso de identificar alguna otra actividad o alcance no contemplado en la presente matriz

No.	Actividad de Implementación	Capítulo del Reglamento	Entregable	Área Responsable	Fecha Inicio	Fecha Finalización	Dependencia con actividades previas	Observaciones
1	Análisis detallado de la propuesta normativa e identificación de brechas y actividades de implementación requeridas.	Toda la normativa						



Plantilla de Estimación de Impacto Económico

Objetivo: Recopilar información de las entidades supervisadas que permita estimar el impacto económico que generará la implementación de la propuesta normativa en el mercado de seguros.

Revisar la **guía metodológica** previo a completar la plantilla, para lo cual la entidad **requiere recopilar información necesaria** (quejas y reclamaciones, costos asociados al proceso, litigios y costos legales, pagos de siniestros, fuga (leakage) de siniestros, costos operativos de IACS).

Paso 1

Revisar guía metodológica

Paso 2

Recopilar información previa necesaria

Paso 3

Completar actividades de implementación

Paso 4

Estimar beneficios económicos derivados de la reducción de riesgos

Paso 5

Revisar escenarios (resultados) bajo los distintos supuestos de reducción de riesgos

Paso 6

Consolidar el flujo de caja (registrar costos y beneficios por año)

Paso 7

Revisar métricas financieras (VAN – TIR)

Paso 8

Revisión final antes de enviar (consistencia y coherencia)



Hoja de Ruta



05

Gracias

Reglamento sobre Conducta de Negocio
para el Trato Justo del Consumidor de Seguros