**ACTA DE REUNIÓN**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| C:\Users\azarruk\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary Internet Files\Content.Word\img_logo.jpg | | **CÁMARA TÉCNICA DE AUTOMÓVILES** | | **No. de acta: 245** | |
| **Fecha:** Julio 11 de 2023 | | **Lugar:** Piso 11, Sala de Juntas Fasecolda | | **Hora:** 8:00 – 10:00 am | |
| **Agenda de la reunión:** | | | | | |
| 1. Verificación quórum y aprobación del acta anterior. 2. Libreta de asistencias. 3. Tema de Contexto Observatorio de Cifras. 4. Informe mensual monitoreo mercado automotor. 5. Informe mensual del desempeño del ramo. 6. Avance Diálogo con las Marcas. 7. Plan piloto Marcus Conductores. 8. Determinar los niveles de servicio de Sisa-Cexper. 9. Formulario: propuesta reporte de información asistencias. 10. Proposiciones y Varios. | | | | | |
| **Participantes** | | | | | |
| **Compañía** | **Nombre** | | **Compañía** | | **Nombre** |
| Allianz | Beatriz López | | Liberty Seguros | | Oscar Casallas |
| Solidaria | Franklin Susa | | Mapfre | | William Chaparro |
| Cardiff | Guillermo Pinilla | | SBS | | William Gonzalez |
| Bolívar | Carlos Tobón | | Alfa | | Milder Melo |
| Mundial | Alexander Giraldo | | Seguros del Estado | | Andrés Gonzalez |
| HDI | Daniel Beltrán | | Sura | | Sarita Delgado |
| Equidad | Antonio Garzón | | Sura | | David Cortez |
| Equidad | Edisson Vargas | | Zurich | | Henry Macallister |
| Previsora | Wilman Beltrán | | Zurich | | Freddy Daza |
| **Asistentes Fasecolda** |  | |  | |  |
| Director de la Cámara de Automóviles | | | Jasson Cruz | | |
| Subdirector de la Cámara de Automóviles | | | Daniel Suárez | | |
| Profesional de la Cámara de Automóviles | | | Sebastián Acosta | | |

|  |
| --- |
| 1. **Verificación del quórum y aprobación del acta anterior** |
| Se inicio la sesión a las 8:15 am. El presidente de la Cámara, Franklin Susa, da la aprobación para iniciar con el quorum presente, Jasson Cruz presenta el contenido de la sesión y se valida el acta de la sesión anterior, la cual se aprueba. |
| 1. **Libreta de asistencia** |
| Se presenta la libreta de asistencia |
| 1. **Tema de Contexto Observatorio de Cifras.** |
| El equipo de C&C presenta el octavo tema de contexto del Observatorio de Cifras, que aborda la frecuencia y la severidad de los siniestros de vehículos livianos y pesados, caracterizándolos y clasificándolas por marca de vehículo.  **Contexto.**  César Caballero, de Cifras y Conceptos, presenta el análisis de la frecuencia y severidad de los siniestros por marca, centrándose en las 10 marcas de vehículos livianos, motos y pesados más representativas del mercado. Tras esta introducción, Andrea Mateus, también de Cifras y Conceptos, inició la presentación del Observatorio de Cifras.  **Principales mensajes.**  **Distribución del Parque Automotor.**   1. Las Cifras, a corte de mayo de 2023, nos muestran que el parque automotor se compone en un 60,9% de motos, en un 35,6% de vehículos livianos y en un 3,5% de vehículos pesados 2. Por otra parte, se muestra que las motos comprenden tan solo el 14,1% del parque asegurado, los livianos el 77% y los vehículos pesados el 8,9%   **Participación de los vehículos asegurados por modelo de vehículo**   1. El 45,4% de las motos aseguradas tienen entre 1 y 4 años de antigüedad. 2. El 38,5% de las motos aseguradas son último modelo. 3. El 36,1% de los livianos asegurados tienen entre 1 y 4 años de antigüedad. 4. El 33,4% de los vehículos livianos tienen entre 5 y 9 años. 5. La participación de los vehículos livianos último modelo en el parque asegurado es de 7,4%.     **Tiempo de Aseguramiento de los vehículos**   1. El tiempo que 56,6% de las motos se mantienen aseguradas es de 1 año o menos. 2. La cantidad de motos que permanecen aseguradas tiende a decrecer con el tiempo. 3. El 42,9% de los vehículos livianos y el 41,3% de los vehículos pesados permanecen asegurados por más de 3 años.     **Tiempo de permanencia de un vehículo en la misma compañía aseguradora**   1. El 59,2% de las motos, el 45,3% de los vehículos livianos y el 43,5% de los vehículos pesados permanecen asegurados con la misma compañía por 1 año o menos. 2. El 70% de los vehículos livianos y el 67% de los vehículos pesados cambian de aseguradora cada dos años o menos. 3. Tan sólo el 13,7% de los vehículos livianos y el 9,3% de las motos permanecen con la misma aseguradora por entre 2.1 y 3 años. 4. El 43,5% de los vehículos pesados permanecen con la misma aseguradora por un año o menos.     **Principales Conclusiones de Cifras y Conceptos en torno al comportamiento del consumidor de seguros voluntarios de vehículos**   1. Teniendo en cuenta la subrepresentación de las motos en el parque asegurado, se deben desarrollar estrategias para penetrar este mercado y aprovecharlo mejor 2. Las aseguradoras deben desarrollar estrategias para aumentar la retención de sus clientes. La mayor parte de los asegurados no permanecen en la misma compañía por más de un año 3. Los consumidores de seguro voluntario no adquieren una póliza por el interés de asegurarse, sino por las condiciones de los créditos para compra de automóviles que exigen los bancos. Esto hace que tres cuartas partes de los vehículos permanezcan asegurados por menos de 4 años.   **Participación de las Marcas en el Mercado automotor y en el parque de vehículos asegurados (Vehículos Livianos)**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Marca** | **Participación en el Parque Automotor** | **Participación en el Parque Asegurado (Porcentaje de Pólizas Vigentes)** | | **Renault** | 18.5% | 18.9% | | **Chevrolet** | 24.5% | 17.5% | | **Nissan** | 5.9% | 8.7% | | **Mazda** | 8.6% | 8.5% | | **Toyota** | 5.4% | 7.9% | | **Kia** | 5.3% | 7.6% | | **Ford** | 4.7% | 5.6% | | **Volkswagen** | 2.8% | 5.0% | | **Suzuki** | 1.9% | 3.8% | | **Hyundai** | 4.9% | 3.7% |  1. Renault y Mazda están representadas de forma similar en el mercado automotor y en el parque asegurado. 2. Chevrolet y Hyundai están subrepresentados en el parque de vehículos asegurados 3. Suzuki, Nissan, Ford, Kia, Toyota y Volkswagen están sobrerrepresentados en el parque automotor asegurado   **Participación de las Marcas en el Mercado automotor y en el parque de vehículos asegurados (Vehículos Pesados)**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Marca** | **Participación en el Parque Automotor** | **Participación en el Parque Asegurado (Porcentaje de Pólizas Vigentes)** | | **Chevrolet** | 30.4% | 33.7% | | **International** | 8.1% | 9.6% | | **Kenworth** | 5.3% | 9.5% | | **Foton** | 2.6% | 7.0% | | **Hino** | 3.9% | 6.9% | | **JAC** | 2.7% | 4.8% | | **Freightliner** | 1.8% | 2.9% | | **Mercedes Benz** | 2.5% | 2.4% | | **Nissan** | 2.8% | 2.1% | | **Hyundai** | 3.0% | 2.0% |  1. JAC, Kenworth, International, Foton, Hino, Chevrolet y Freightliner están sobre representados en el parque asegurado de vehículos pesados – en comparación a su participación del parque automotor 2. Mercedes, Nissan y Hyundai en cambio están subrepresentados en esta categoría.   **Participación de las Marcas en el Mercado automotor y en el parque de vehículos asegurados (Motos)**   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Marca** | **Participación en el Parque Automotor** | **Participación en el Parque Asegurado (Porcentaje de Pólizas Vigentes)** | | **Yamaha** | 19.9% | 20.4% | | **Bajaj** | 18.8% | 13.3% | | **Suzuki** | 14.4% | 12.2% | | **AKT** | 11.5% | 11.8% | | **Honda** | 15.9% | 11.0% | | **Victory** | 1.9% | 9.1% | | **TVS** | 2.2% | 6.4% | | **Hero** | 1.7% | 3.7% | | **Kymco** | 3.6% | 2.5% | | **BMW** | 0.1% | 2.2% |  1. Yamaha, AKT, Victory, TVS, Hero y BMW son las marcas sobrerrepresentadas de este segmento 2. Hyundai, Kymco y Bajaj están subrepresentadas en el segmento de motos.   **Comentarios:**   * Jasson Cruz, director de la cámara, menciona en la primera diapositiva, que la participación de las motos en el total del parque automotor no sólo es la más significativa, sino que está en crecimiento, pues ell 80% de los vehículos matriculados recientemente son motos. * Jasson Cruz menciona que, teniendo en cuenta la baja participación de las motos en el parque asegurado, y su alta participación en el parque automotor, este mercado representa una oportunidad de crecimiento para las compañías aseguradoras. * Sarita Delgado, de Sura, menciona que las aseguradoras sólo se están enfocando en vehículos entre 0 y 9 años. Es decir, en los vehículos que pertenecen a los grupos de 10-14 años, 15-19 años y más de 20 años. * César Caballero, de cifras y conceptos, menciona que se están vendiendo menos automóviles ahora que hace unos años, y que en muchos casos la póliza de seguros de estos vehículos está vinculada a un préstamo. Una vez se acaba el préstamo, el asegurado también cancela su póliza de seguro voluntario * Sarita Delgado, de Sura, menciona que la mayor parte de las motos se adquieren con créditos, crédito que se liga a una póliza voluntaria, reforzando así el comentario de César Caballero * Sarita Delgado, de Sura, menciona que se está dependiendo mucho de los créditos de adquisición de vehículos para vender seguros voluntarios, también menciona que se deben buscar estrategias para mantener a estos clientes en el largo plazo * António Garzón, de Equidad, menciona que el constante cambio de aseguradora por parte de los consumidores sin que se revise su historial de aseguramiento previo muestra el “free riding” que ejerce el consumidor con el sistema asegurador. También menciona que esta práctica estresa las reservas, pues no permite hacer un estudio de precios adecuado de las pólizas y permite que varias compañías aseguren “riesgos malos” que han cancelado sus pólizas previamente en otras aseguradoras. * Jasson Cruz, director de la cámara de autos menciona, que el costo de oportunidad de mantener una póliza de seguro voluntario de automóviles es muy alto después de tres años * A propósito del análisis de frecuencia y severidad que se hizo por marca, William Chaparro, de Mapfre, pregunta cómo se calculó la frecuencia siniestral en estos gráficos * César Caballero, de cifras y conceptos, comenta que se emitirá una nota técnica al respecto * António Garzón, de Equidad, pregunta la postura de Fasecolda frente a una nueva legislación aprobada recientemente, en el marco de una breve actualización sobre Marcus Conductores * Jasson Cruz, director de la cámara responde que efectivamente Fasecolda participó de la demanda * Franklin Susa, de Solidaria, menciona que en un futuro análisis de cifras y conceptos sería bueno ver la frecuencia y severidad, no sólo por marca, sino por dato demográfico en una sola matriz, es decir, juntar la caracterización demográfica del consumidor de seguros con la frecuencia y severidad por marca. * Antonio Garzón, de Equidad, menciona que también sería bueno ver las diferencias entre el parque automotor usado y el cero kilómetros por marca en un análisis futuro * Franklin Susa, de Solidaria, menciona también que la información provista por cifras y conceptos es muy valiosa, sin embargo, que el análisis de esta información no le permite a las compañías aseguradoras sacar conclusiones contundentes con las que se puedan tomar decisiones concretas de mercado. |
| 1. **Informe: Monitoreo del Mercado Automotor** |
| **Contexto:**  Andres Galeano, socio de Quantil y director del programa de la Guía de Valores, presenta a los miembros de la Cámara el monitoreo mensual del mercado automotor del país.  **Índice general de la guía.**   1. Por primera vez desde agosto, se observa una reducción de los precios de vehículos nuevos. Aunque baja, al incorporar el hecho de los descuentos por fuera de lista (que alcanzan a llegar al 5%), la reducción de precios es importante.     **Segmentos**   1. El principal segmento que jalona la caída es el segmento de livianos. 2. La inclusión de cada vez más híbridos en el mercado ha ayudado a amortiguar el efecto, ya que estos se han depreciado menos.     **Edad**   1. A diferencia de otros meses, en este mes se observó una caída generalizada de todos los rangos de edad, aunque los vehículos último modelo mostraron el comportamiento más estable, seguidos por los de menos de 2 años.   **Marca**   1. El retorno acumulado de la marca Toyota es mayor al de las otras marcas, con una tendencia creciente en todos los meses 2. La marca que presenta más estabilidad en el tiempo es Kia.     **Conclusiones.**   1. El mercado automotriz en Colombia viene mostrando señales de corrección de los precios de vehículos en el segmento de usados. 2. Esto, sumado al retorno a la normalidad de las listas de espera y al crecimiento de los inventarios, llevará en el corto o mediano plazo a una caída o estabilización de los precios de nuevos. 3. Asimismo, el mercado de usados también ha experimentado caídas en los traspasos (-17.2% en marzo), lo que se ha empezado a notar en algunos precios de la Guía. Vehículos pocos comerciales siguen predominando la subida, pero al analizar únicamente el parque asegurado y ponderar por la cantidad de matrículas, se observa que la caída ya empezó en el mes de abril. 4. La experiencia de EE. UU. también pareciese indicar una caída en los precios de los usados, del orden del 15% al 20%. 5. A pesar de la compleja coyuntura y futuro cercano, se destaca que la Guía ha logrado interiorizar esta información de mercado de manera automática, lo que le permitirá reaccionar de manera rápida y en tiempo real a la coyuntura del mercado y a la caída futura de los precios, lo que permitirá que esta se dé de manera suave mes a mes.   **Comentarios:**   * Antonio Garzón, de Equidad, menciona que se está experimentando una burbuja de precios en el sector causada en parte por el incremento de precios de los automóviles y en parte por la falta de demanda. Esta burbuja se estallará en algún momento y el gremio asegurador debe tomar medidas al respecto * Antonio Garzón, de Equidad, menciona también que se debe construir una campaña comunicacional para informar al cliente sobre las realidades del mercado * Franklin Susa, de Solidaria, menciona que esta temática se podría tratar en un entorno de foro, en donde se realice una discusión abierta sobre el estado del sector asegurador y del mercado en la actualidad * Antonio Garzón, de Equidad, menciona que el precio de las primas está siendo influenciado fuertemente por el precio de los vehículos, y que el sector debe prepararse para futuros incrementos en el precio de los vehículos |
| 1. **Informe Mensual del Desempeño del Ramo** |
| **Resumen General Producción:** En términos de las primas devengadas, el ramo de autos está presentando un buen desempeño, y viene en crecimiento desde el año pasado. Los puntos para resaltar son:   * La producción anual alcanzo los 5,09 billones de pesos. * Desde Abril 2021 el Valor de la póliza viene incrementándose hasta alcanzar 2,16 Millones de pesos (Var. 113%). * Los vigentes alcanzaron un máximo de 2,4 millones en diciembre de 2022. * La participación de la póliza con respecto al valor asegurado ha venido recuperándose frente al máximo presentado en septiembre de 2018. * La razón entre la prima media y el valor asegurado promedio aún no ha llegado a niveles prepandemia. * Las ventas de Vehículos a mayo de 2023 ↓24% con respecto al mismo periodo en 2022. * La demanda se ha contraído por: * Los Costos de financiamiento - Tasa de interés * El precio de vehículos nuevos no ha disminuido   **Resumen General Siniestros:** Los siniestros vienen en aumento desde mayo 2020. Se tuvo una variación de 19,6% con respecto a mayo del año pasado. Los puntos para resaltar son:   * En lo que atañe a la composición de los siniestros incurridos, desde 2019 se tiene que la mayoría son ocasionados por las perdidas parciales por daños (46,12%). * La segunda participación más alta en siniestros incurridos, la tiene la pérdida total por daños (22,25%). * A febrero del año presente, el número de heridos en accidentes de transito se ha mantenido constante con respecto al año pasado y el número de fallecidos (de vehículos distintos a las motos) ha disminuido. * Por otra parte, el valor de los repuestos, según la canasta de repuestos creada por Cesvi, ha incrementado, lo que podría ayudar a explicar el continuo incremento del valor asegurado.   **Comentarios:**   * Antonio Garzón, de Equidad, menciona que es importante tener una nota técnica por parte de Fasecolda y cifras y conceptos pues quieren replicar los ejercicios realizados * Franklin Susa, menciona que sería interesante tener la nota técnica, pues también considera que es importante ver el proceso con el que se obtuvieron los resultados, y también tener la posibilidad de replicar los ejercicios. * Sarita Delgado, de Sura, menciona que, sería importante separar severidad y frecuencias por amparo, para tener una mayor claridad en torno al impacto que cada amparo tiene sobre el mercado. |
| 1. **Avance Diálogo con las Marcas.** |
| Jasson Cruz presentó los principales avances que se han hecho en torno al proyecto de diálogo con las marcas  **Ideas Principales de Esta Sección:**   * A lo largo de los meses de julio y agosto se realizarán las primeras reuniones de diálogo con las marcas de automóviles. Se seleccionó a Chevrolet y a Nissan como las primeras marcas con la que se establecerá un diálogo * En las reuniones participarán directivos, gerentes de posventa, responsables de ingeniería y otros expertos que la compañía considere relevantes * La dinámica planteada implica realizar una presentación de dos horas en donde se traten temas de interés transversales que giren en torno a puntos clave previamente identificados por los miembros de la cámara. * Se presentarán cifras a la marca en torno a 4 ejes principales:   + **Costos de Reparación**   + **Servicio Posventa**   + **Frecuencia de Hurto**   + **Temas de Interés Transversales** * El horizonte de tiempo que se plantea para las reuniones con las marcas es el siguiente:     **Comentarios:**   * Antonio Garzón, de Equidad, menciona que la expectativa de las marcas tiende a ser que las aseguradoras disminuyan el valor de las pólizas. También menciona que hay un riesgo inherente que no se va a poder disminuir y que este es muy importante a la hora de determinar el precio de la póliza * Sarita Delgado, de Sura, menciona que son precisamente las marcas las que gestionan y tienen la capacidad de reducir el riesgo inherente a partir de la forma en que diseñan sus vehículos. * Antonio Garzón, de Equidad, y Sarita Delgado de, Sura, mencionan que los premios vía, y las iniciativas de Fasecolda deben volverse un referente para la compra de vehículos seguros, que permitan al consumidor informarse mejor u tomar mejores decisiones en torno a su seguridad y al valor de las pólizas de seguro que adquirirá en función del vehículo que compre. * Jasson Cruz, director de la cámara, menciona que este es un primer acercamiento, que se debe obtener retroalimentación por parte de las compañías de seguro y que la idea es tender un puente a partir del cual se construya, con el tiempo, una mejor relación entre las marcas y las compañías de seguro. * Sarita Delgado, de Sura, menciona, que los puntos sensibles de discusión (limitaciones en locales de venta de repuestos y costos de las reparaciones, por ejemplo) se pueden abordar en una segunda reunión y que en la primera se puede establecer un primer contacto con las marcas en donde se exponga la idea general del diálogo y los beneficios que el mismo podría traer para las marcas y las empresas del sector asegurador. |
| 1. **Plan Piloto Marcus Conductores** |
| **Contexto:**  Jasson Cruz, director de la cámara hace una breve exposición de los avances con respecto a Marcus Conductores y presentó el cronograma del plan piloto:    **Comentarios:**   * Sarita Delgado, de Sura, menciona que se debe replantear la línea temporal con la que se planea hacer la implementación de Marcus conductores, haciendo alusión a lo justo que le parece que está el tiempo; en otras palabras, no le parece una ventana de tiempo realista hacer la recolección y el análisis de las muestras del plan piloto el primero de agosto. * Jasson Cruz, director de la cámara menciona que sí están justos de tiempo, pero a la vez considera necesario resaltar que intentarán seguir el cronograma y lanzar el plan piloto lo antes posible, para tener los resultados en una fecha cercana a la estipulada * Sarita Delgado, de Sura, menciona que los datos proporcionados por Marcus podrían ser útiles para las aseguradoras, pues las reclamaciones hechas por Marcus son utilizados como indicador por las compañías de seguros. |
| 1. **Determinar los Niveles de Servicio SISA - CEXPER** |
| **Contexto:**  Jasson Cruz, director de la cámara, hace una breve mención a la determinación de los niveles de servicio de Sisas-Cexper. Posteriormente John Jairo, de Inverfas, hace unas aclaraciones sobre el contenido de la encuesta que será remitida a las aseguradoras.  Las instrucciones para diligenciar la encuesta son las siguientes:   1. Revisar, en primer lugar, la hoja denominada “Pautas” del documento Excel que se adjunta, allí se encuentra la descripción de cada campo que se debe diligenciar. 2. La hoja “AUTOS” contiene la tabla que se debe completar y una pregunta abierta sobre proyectos de la compañía que demanden mayores exigencias sobre la plataforma de Fasecolda e Inverfas.   **Comentarios:**   * John Jairo, de inverfas, menciona que la idea principal de la encuesta es obtener información sobre los usos y la demanda de uso que se le está dando a esta herramienta * John Jairo también menciona que este servicio no fue diseñado para realizar consultas masivas, y que mejorarlo en el sentido técnico requiere un sondeo en donde las compañías aseguradoras manifiesten sus necesidades * Jasson Cruz menciona, que este servicio tiene como objetivo principal proporcionar información a Fasecolda, por parte de todas las compañías y dar insumos a la cámara para realizar los análisis que se brindan mensualmente en la cámara. Jasson también menciona que, las compañías de seguros podrán aprovechar los servicios de mejor manera en caso de diligenciar la encuesta * Antonio Garzón de Equidad, manifiesta que el volumen de consultas en el sistema evoluciona con el mercado, y que se debe evitar que ocurra un rezago tecnológico, |
| 1. **Formulario: propuesta reporte de información asistencias.** |
| **Contexto:**  Jasson Cruz, director de la cámara, hace una invitación a las compañías a diligenciar el formulario de la propuesta de reporte de información de asistencias  **Comentarios:**   * Franklin Susa, de Solidaria, menciona que es necesario tener muy en cuenta la gobernanza de datos que tendrá este reporte de información de las asistencias. |
| 1. **Proposiciones y varios** |
| El tiempo de la sesión no alcanzó para abrir el tema de proposiciones y varios. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Próxima reunión** | | |
| **Fecha: 16 de Agosto de 2023** | **Lugar: Fasecolda, Sala de Juntas, Piso 11** | **Hora:** 8:00 A.M |

Hacia las 10:10 a.m. se dio por terminada la reunión.

|  |  |
| --- | --- |
| **FRANKLIN SUSA** | **JASSON CRUZ** |
| Presidente de la Cámara | Director Cámara de Autos y Transporte |