



CONFERENCIAS SOBRE SUPERVISIÓN FINANCIERA



AMIS
ASOCIACIÓN MEXICANA DE
INSTITUCIONES DE SEGUROS



Superintendencia de Bancos
Guatemala, C. A.

Recaredo Arias
Director General, AMIS

**Desafíos y oportunidades de las *InsurTechs*
para la industria y para el regulador.**

Contenido



Concepto de innovación



Tendencias



Desafíos



Innovación en seguros



Regulación



AMIS Hackathon



Conclusiones

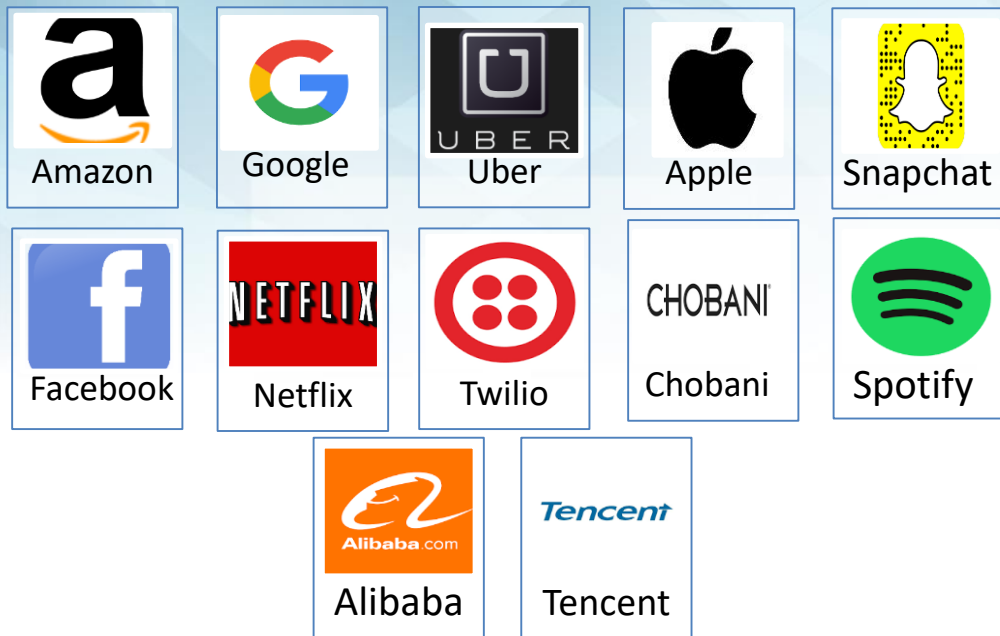
CONFERENCIAS SOBRE
**SUPERVISIÓN
FINANCIERA**

Pequeñas actividades que hasta hace poco nos **costaban tiempo** en desplazamientos y papeleo, hoy **son resueltas mediante el uso de las TIC's.**



Las TIC's son la espina dorsal sobre la cual se sostienen las operaciones de una organización tanto pública como privada.

Compañías más innovadoras del 2017



Este índice cambia cada año y es impresionante como entran nuevas compañías y salen otras.

Ranking de presencia en internet



Arag

Direct-

Direct-
seguros

**FÉNIX
DIRECTO**

Fénix
Directo



FIATC
Seguros

helvetia

Helvetia



línea directa
Línea
Directa



Catalana
Occidente
Seguros

Catalana
Occidente

DKV

DKV



Generali



Caser
Seguros



Santalucía



AMA



MUTUAMADRILEÑA

Mutua
Madrileña



MAPFRE



AXA

Nuevas tecnologías

Genómica



Internet of things



Robótica



Cyber risk



Sistemas cognitivos



Telemedicina



Telemática



Drones



Nanotecnología



Vehículos autónomos



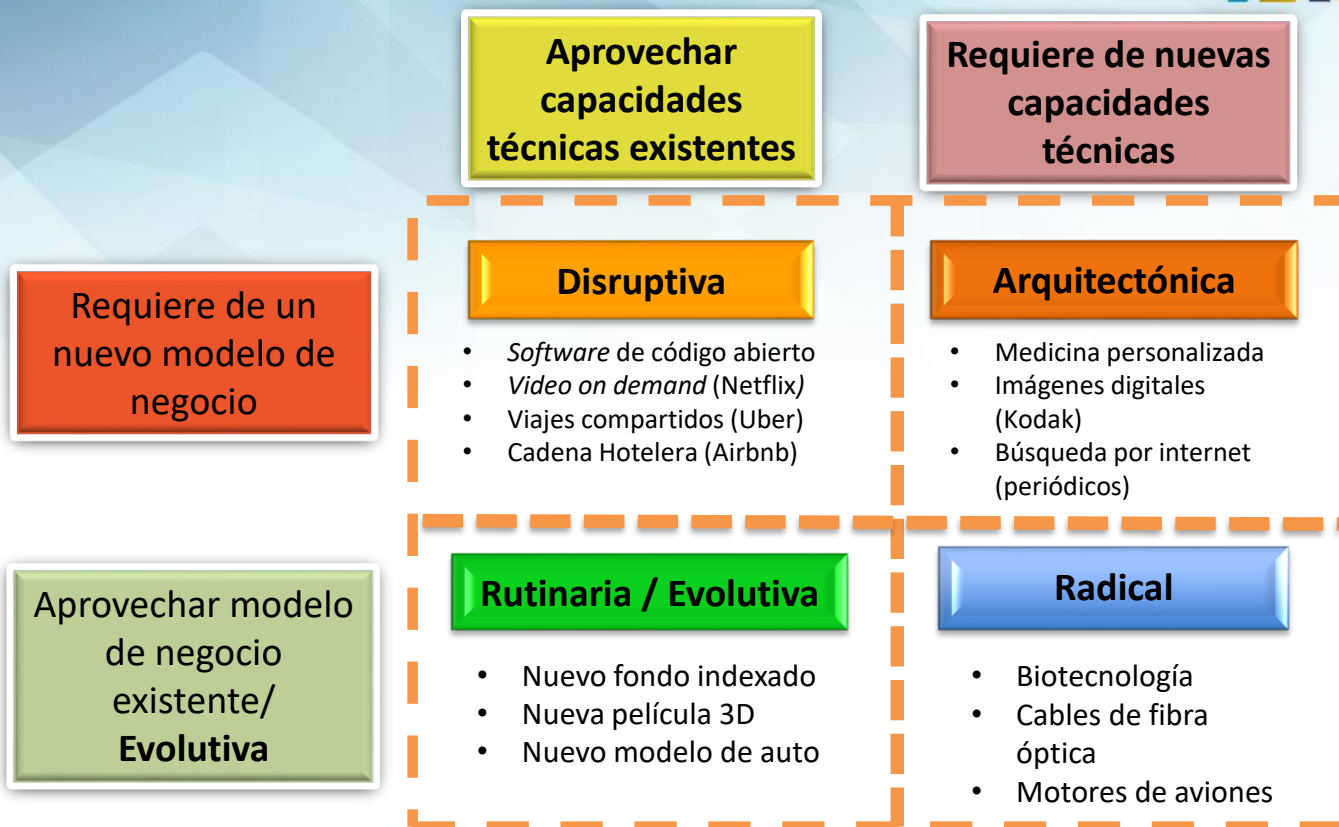
Alimentos



Impresión 3D



Tipos de innovación





TENDENCIAS

**Deja de pensar en las limitaciones y
empieza a pensar en las posibilidades.**

Macrotendencias



**6 tendencias que
definen el mundo
de los negocios**

Las empresas deberán **competir en los análisis** (*Data Science*) para diferenciarse.

La movilidad inteligente va a cambiar la forma en que la gente **interactúa**.

La tecnología **difumina las fronteras**.

La **computación en la nube** despegará finalmente.

El **poder del individuo** estimulará la innovación.

El **papel del gobierno** en materia de innovación crece.

Enfoques de la transformación digital

EVOLUCIÓN



Evolución de
servicios digitales

Evolución de los
servicios, productos y
canales tradicionales
hacia un **modelo digital**
sin que represente una
alteración disruptiva a
la esencia del negocio.

REVOLUCIÓN



Transformación digital
de la compañía

Transformación completa
de la organización y
modelo de negocio
actual, apuntando hacia
una **nueva relación y**
experiencia con los
clientes.

CONVERSIÓN

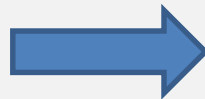


Nuevos modelos de
negocio

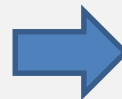
Aprovechamiento de las
tecnologías de mayor
disrupción para la
transformación hacia
nuevos modelos de
negocio y hacia una
organización
completamente digital.

Estrategias

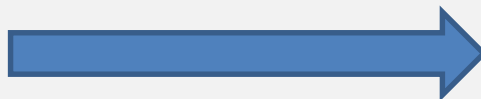
- Orientadas al consumidor



- Preguntarnos: **¿Cuál es tu estrategia en el mundo digital?** y no **¿Cuál es tu estrategia digital?**



- Simplicidad



sim-plic-i-ty
/sɪmˈplɪsəti/

El consumidor está cambiando: *los millennials*

Evitan la comunicación frente a frente, prefieren escribir mensajes de texto.

Beneficios personalizados y a la medida.

Inmunes al *marketing* por estar hiperconectados e hiperinformados.

Orientados a resultados de manera casi inmediata.

No adquieren un producto o servicio, adquieren una experiencia.

El 25% de la población mundial se encuentra en los grupos de edad nacidos entre **1976 y 2004**

Publicidad por medios tradicionales no atrae la atención de los *millennials*.
Requieren de plataformas como el *marketing* de estilo de vida.

Desconfían de los aspectos sociales e instituciones tradicionales, con una expectativa de vida mayor a las generaciones y a la vez **menos conforme**.

Es importante considerar el rol medular que la tecnología ha tomado en moldear el patrón de consumo de esta generación y que además se convierte en el camino para que las organizaciones puedan comunicarse, engancharse y ofrecer una experiencia de compra exitosa.

Big Data

El **Big Data/Analytics** trae consigo sistemas más potentes capaces de **manejar múltiples tipos de datos** y vincularse a información capturada, tanto por personas como por dispositivos, permitiendo **alinear** mejor la **tipología de servicios y productos** ofrecidos a través de los diferentes canales.

4 fuentes de información

Información interna estructurada

- Bases de datos y sistemas de la compañía.



Información interna no estructurada

- Llamadas, videos, dispositivos de IoT, etc.



Información externa estructurada

- Encuestas, datos estadísticos, estudios, etc.



Información externa no estructurada

- Redes sociales y otras fuentes externas



Big Data

Cuatro características asociadas con los datos a analizar por medio de las herramientas de *Big Data/Analytics*:

4 V's

Volumen

- Bases de datos enormes.

Velocidad

Analizar datos en poco tiempo para una ágil toma de decisiones.

Variedad

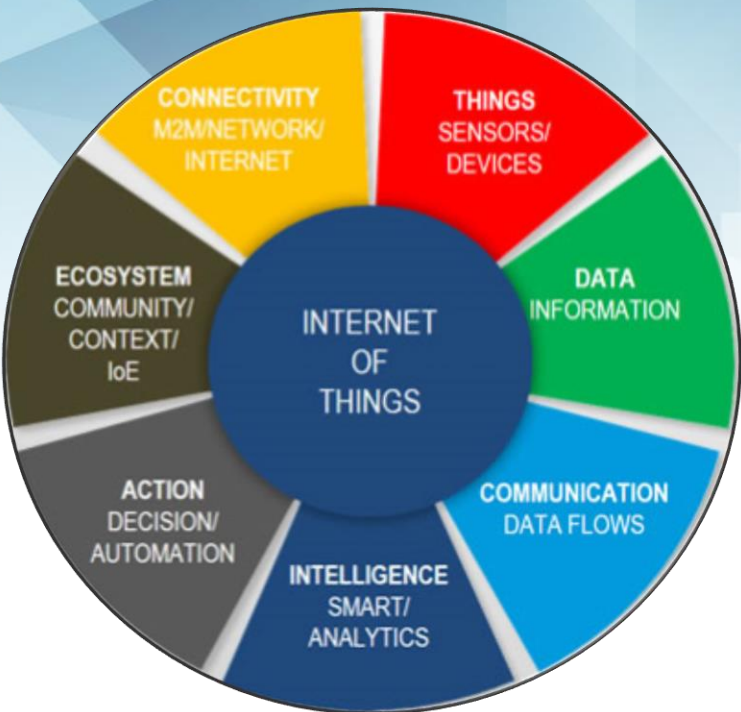
- Los datos provienen de fuentes diversas.

Veracidad

- La importancia de obtener y analizar los datos con certeza y veracidad.



Internet de las cosas (IoT)



Internet de las cosas (IoT)

Dispositivos aislados.

Se busca la eficiencia.

Acceso a los datos por dispositivo.



Etapas de Transición

Redes básicas.

Se busca la eficiencia.

Datos disponibles casi en tiempo real.



Red social de las cosas (SNoT)

Dispositivos altamente relacionados.

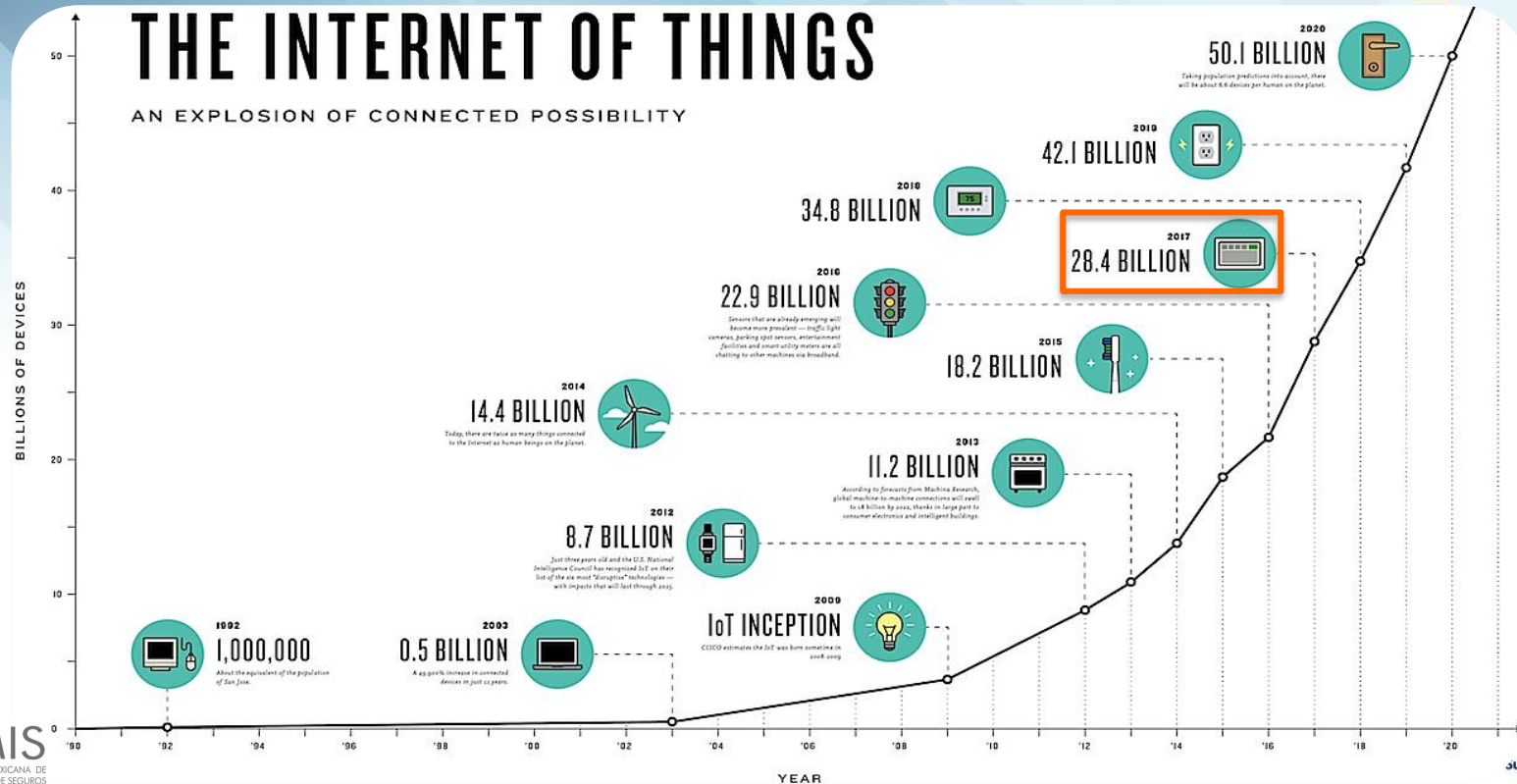
Se busca brindar una experiencia transformadora.

Datos provienen de varias fuentes en tiempo real. Las decisiones son autónomas.

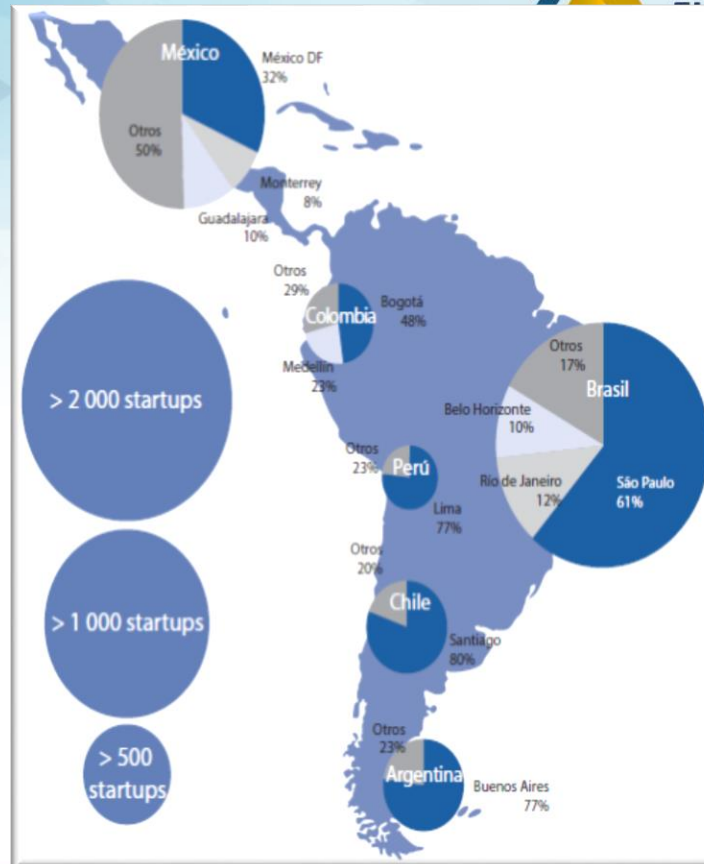
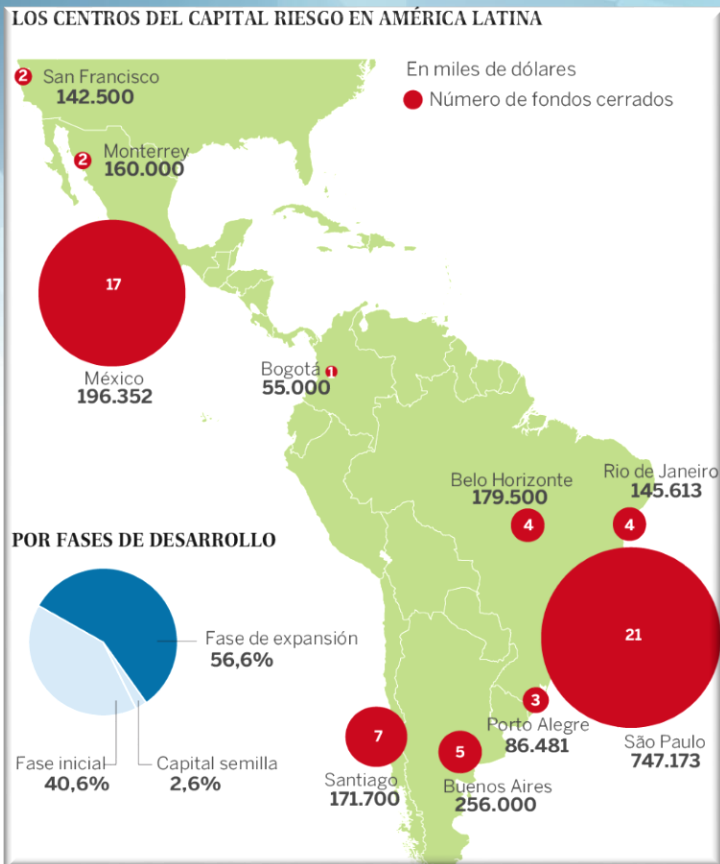


Superintendencia de Bancos
Guatemala, C. A.

Internet de las cosas (IoT)



Start-ups en América Latina



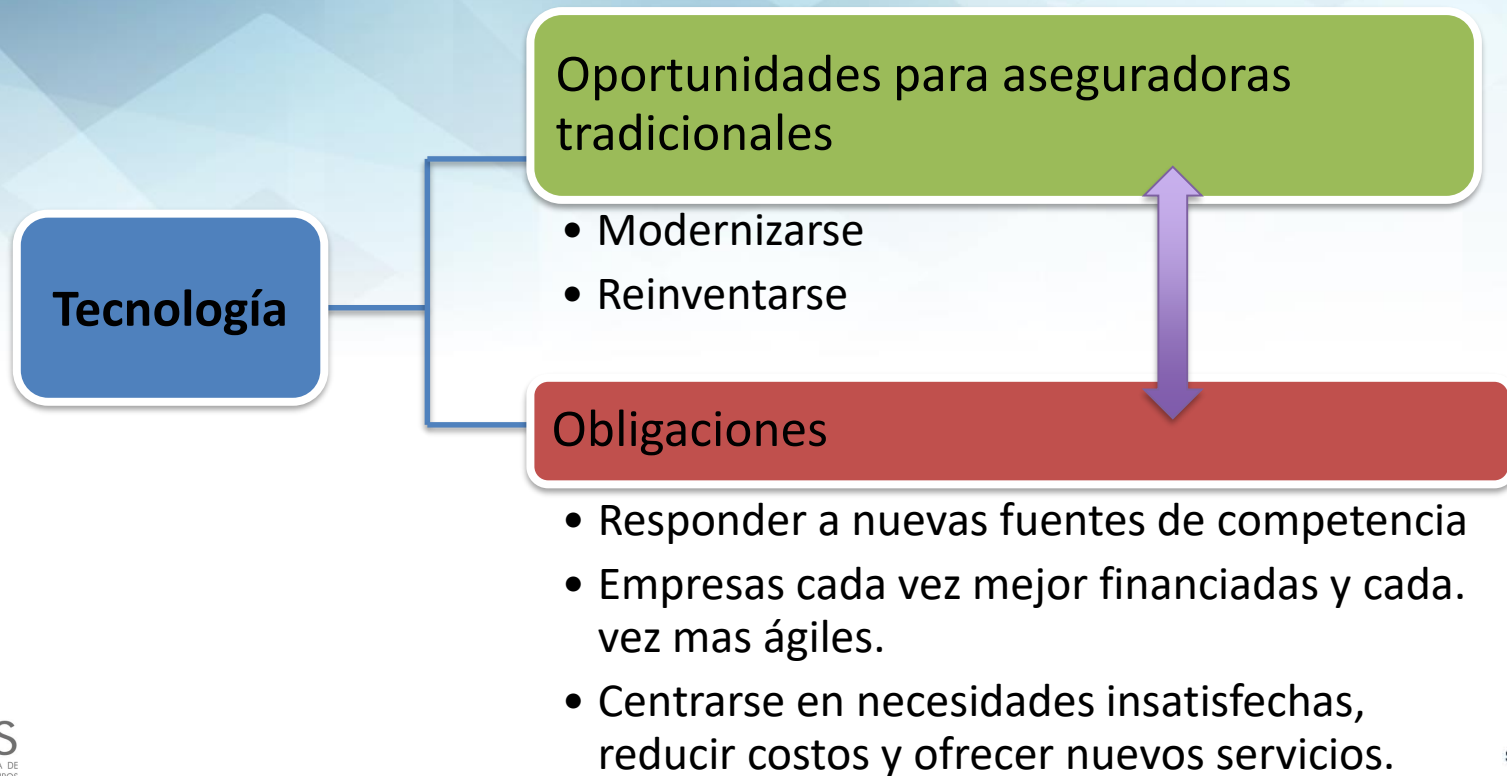
**Siempre debemos buscar una oportunidad
en cada reto, para no paralizarnos al pensar
en el desafío de cada oportunidad.**



DESAFÍOS

Solo lo que no se intenta es imposible.

Oportunidades y obligaciones



Desafíos

Economía de servicios

Transición en
toda la región a
una economía
terciaria

Cambios Tecnológicos

Reto de diseñar
productos que
respondan a las
innovaciones
tecnológicas

Necesidades no detectadas de aseguramiento

GMM / Expectativa
Vida
Ciber-riesgos
Robo identidad
Hackeo
Virus Informáticos
DCP *Disaster
Continuity Plan*
Cambio climático

Genoma

Respuestas con
productos
adecuados

Cuestionamientos
éticos

En el futuro, solo los millonarios tendrán acceso a GMM



**Sistemas
universales de
salud**

**Incremento de
enfermedades
crónicas**

Mejoras en
**tecnología /
equipos**
diagnósticos y
quirúrgicos /
incremento **costos**

**Medicamentos
inteligentes** para
enfermedades
graves o crónicas a
precios inaccesibles
/ ¿Son pertinentes?

**Biotecnología /
genoma humano /
Nanotecnología /
incremento calidad
de vida**

**Portabilidad /
beneficios vitalicios
/ certeza / derechos
del paciente**

Búsqueda de
nuevos **esquemas
para el
financiamiento /
sustentabilidad**

Masa crítica
(Tamaño de la
mutualidad)

Tendencias de
**seguridad social
/ sustentabilidad**

Seguros para
**enfermedades o
epidemias
específicas (AH1N1)**

**Seguros para
mujeres**

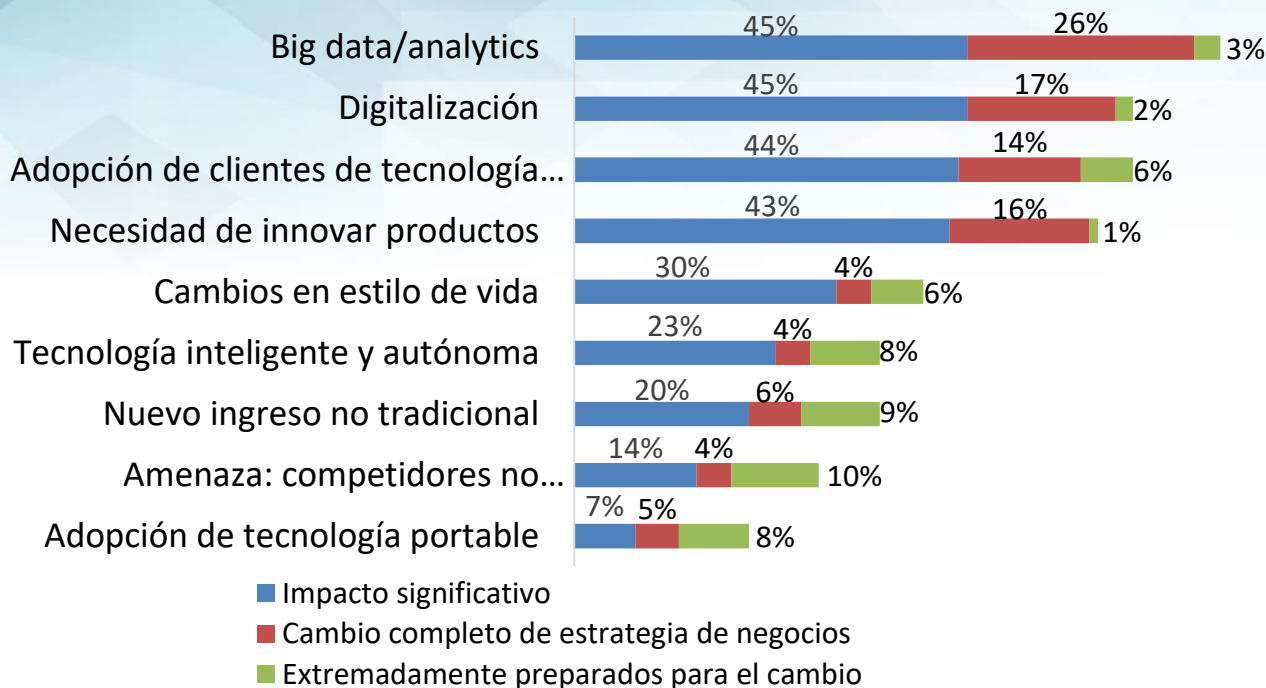


Innovación en seguros

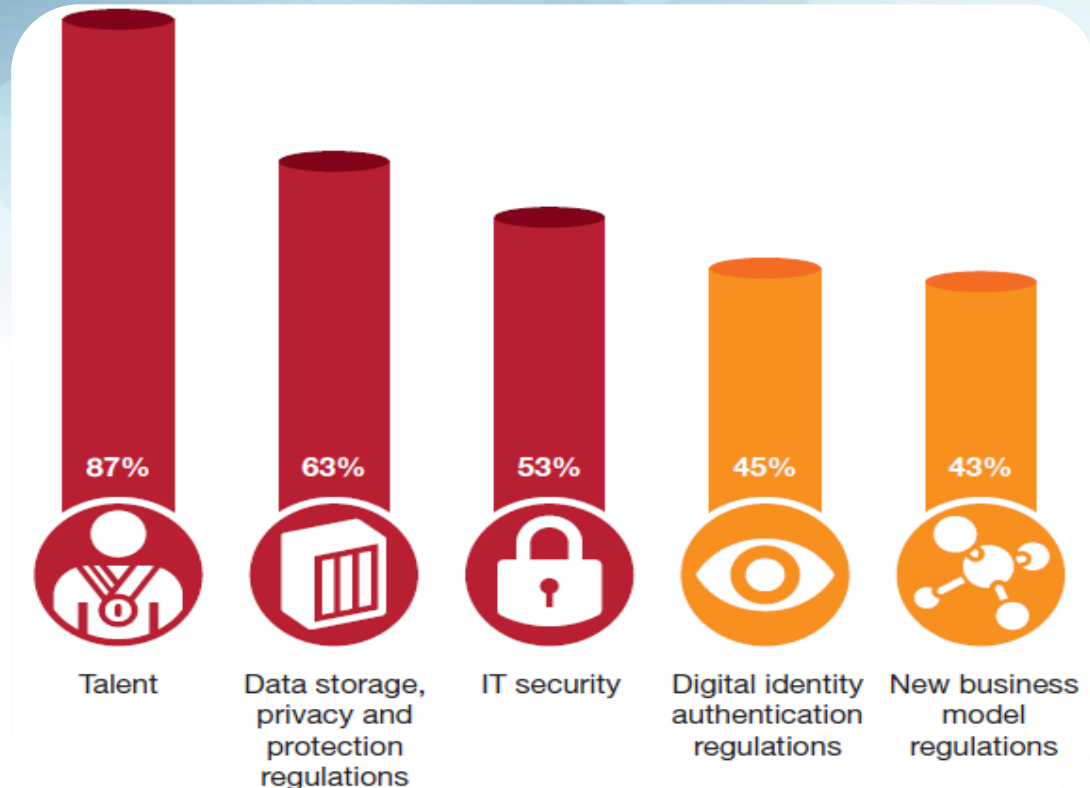
**El sector
asegurador se
transformará en
los próximos 7
años como no lo
había hecho en
los últimos 100.**

Aseguradoras no preparadas para cambios en la industria

Nivel de impacto de cada tendencia en la estrategia y visión de los negocios



Desafíos de la industria de seguros en su capacidad de innovar



Innovación en seguros



INNOVACIÓN

1. Internet personalizado

- Ofrecer al consumidor un portafolio de servicios optimizado, basado en su perfil (Big Data – Data Science).

2. Economía de los resultados

- Cambio de la competencia por la venta de productos y servicios hacia la competencia por la venta de resultados medibles importantes para el cliente.

3. La (R)evolución de las plataformas

- Plataformas digitales se están convirtiendo en las herramientas predilectas para construir la nueva propuesta de valor.

4. Empresa inteligente

- Inteligencia de *software* estará integrada en cada aspecto de la organización.

5. La fuerza laboral reinventada

- Colaboración entre humanos y máquinas.

La transformación digital (DX) y los seguros

Nuevos perfiles de riesgos y necesidades de protección requieren alternativas de seguros acordes a cada segmento del mercado que además innoven los procesos operativos y de distribución para garantizar el acceso y el uso óptimo de los productos.

Procesos en las compañías de seguros

Marketing
Desarrollo de producto
Adquisición
Administración de canales
Administración de pólizas
Servicios a clientes
Administración de siniestros
Reaseguro



A través del análisis de grandes volúmenes de datos es posible detectar tendencias, generar proyecciones, identificar nuevos segmentos de clientes y generar nuevas propuestas de valor para estos.

Con toda esta información, en los próximos años observaremos **nuevos productos, cada vez más personalizados** (“hechos a la medida” / “Data Science”).

Ofertas a la medida

Producto
+
Cobertura

Oferta tradicional

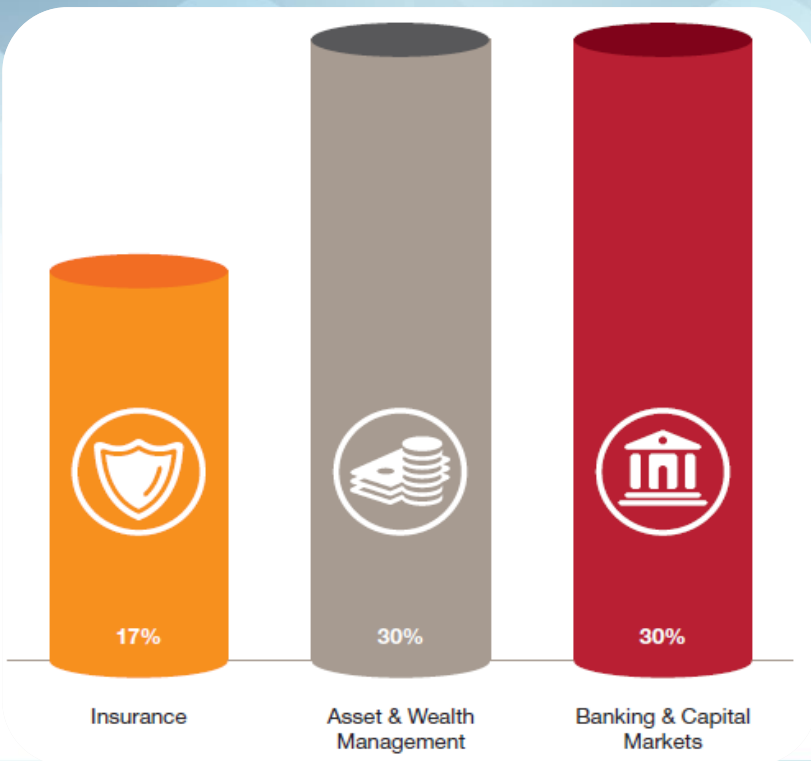
- Asegurado decide tipo de producto y coberturas.
- Aseguradora calcula las primas.

Producto
+
\$

Oferta innovadora

- Asegurado decide necesidades, aversión al riesgo, tipo de producto y primas.
- Aseguradora ofrece diferentes alternativas (productos y coberturas) dentro del precio máximo (presupuesto) establecido por el cliente.

Capacidad de los aseguradores para cooperar con innovadores



Porcentaje de titulares que califican su capacidad de cooperar con innovadores como muy buena.

¿Quién es el nuevo cliente de los seguros?

¿Quién es?

¿Cómo se ve?

¿Qué busca?

¿Cómo me puedo
comunicar con él?



¿Desleal?

¿Nómada?

¿Desinteresado?

¿Informado?

El cliente como centro de la transformación digital

1. “Digital” no es una unidad separada de negocio.
2. Los nuevos canales tienen una jerarquía igual o superior a los tradicionales.
3. El negocio digital tiene línea directa al más alto mando.

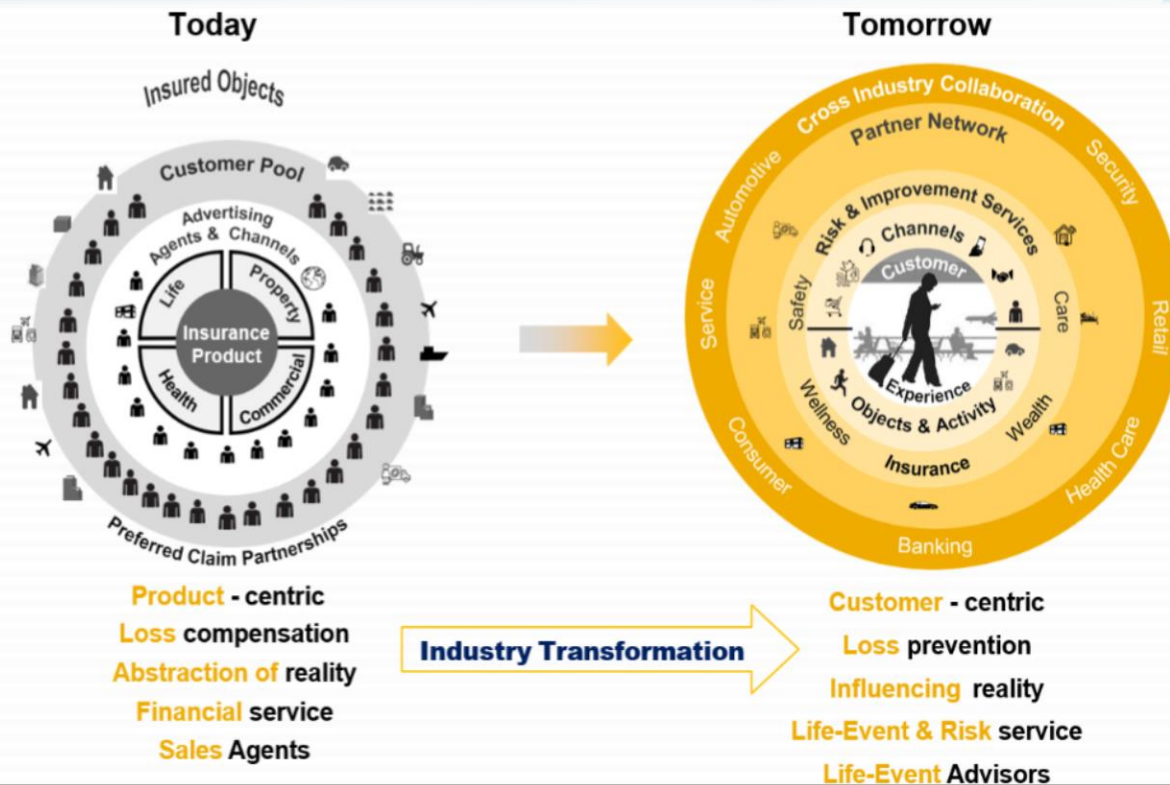


4. Los líderes digitales clave o altamente técnicos no vienen del negocio tradicional.
5. La alta dirección es altamente letrada en los principios operativos y métricas digitales.

6. Los productos son diseñados especialmente para el canal digital.
7. Las decisiones las toma quien tiene más conocimiento y datos, no el de más alta jerarquía.

8. Las revisiones del negocio digital son tan profundas y frecuentes como las del resto.
9. Los objetivos y planes se revisan y ajustan trimestralmente, no anualmente.
10. Las metas y la compensación variable asociada, son astronómicas.

Tendencias en el sector



New entrants Low interest rates + Other Market Challenges New regulation Time to Market

Eventos de vida (*Lifestyle*) diseño de productos para esas necesidades



CONFERENCIAS SOBRE
**SUPERVISIÓN
FINANCIERA**

Change is the
only constant.



Superintendencia de Banco
Guatemala, C. A.

Transformación digital en seguros



Nuevos canales de distribución



Nuevos servicios



Nuevas fuentes de datos



Nuevos productos



Nuevos enfoques de gestión de reclamación

Omnicanalidad

Single Channel

Multi Channel

Cross Channel

Omni Channel



Estado 1: Conservador

Estado 2: Desconectado

Estado 3: Integrado

Canales digitales
fuera de la
organización de
canales



Cada canal reporta
a un área distinta



Todos los canales están organizados
pero cada uno es un silo



Los canales están integrados y
reportan a una sola área multicanal
que combina tecnología y negocio



Principal reto organizativo:

Asegurar un alineamiento del argumentario
hacia el cliente

Principal reto organizativo:

Desarrollar habilidades de multicanalidad
en el personal

Principal reto organizativo:

Consolidar una comunicación interna con
recursos humanos digitales

**Niveles de
madurez
Omnicanalidad**

Experiencia del cliente de seguros



Modelos disruptivos en seguros

90% de la cadena de valor de seguros, tal como la conocemos el día de hoy, se ve amenazada por las rupturas tecnológicas.

Vitality
Health-Life



众安保险 Zhong An



Wibe: seguro de auto flexible



**Cobertura en 5
minutos**



FinTechs e InsurTechs

FinTech

Financial Technology, es una industria que consiste de empresas que utilizan la **tecnología** para reformular los **servicios financieros**.



InsurTech

Insurance Technology, es una industria que consiste de empresas que utilizan la **tecnología** para reformular los **servicios de las instituciones de seguros**.



Claves del éxito de *FinTechs* e *InsurTechs*

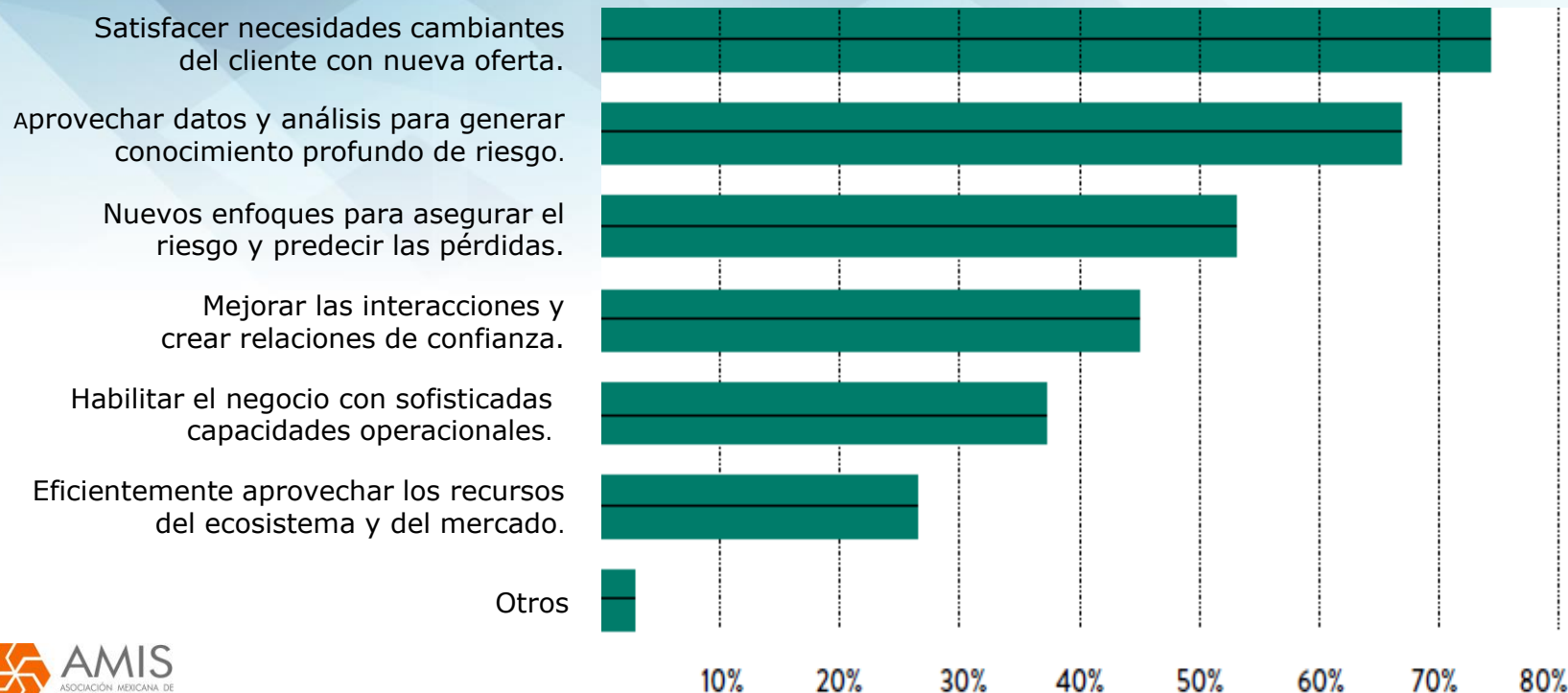
LAS CLAVES DEL ÉXITO DE UN ECOSISTEMA

FinTech



Impacto de las *InsurTechs*

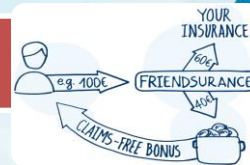
ÁREAS DONDE ASEGURADORAS VEN MAYOR IMPACTO DE *FINTECH*



Clasificación *InsurTech*

Redes de iguales (*Social Insurance, Peer To Peer*):

- Perfiles similares se aseguran buscando tarifas más justas y transparentes
- *Friendsurance*



Seguros basados en uso

- Cliente pague por lo que utilice
- *Metromile & Trov*



Plataformas de comparación y contratación

- *PolicyGenius & Knip*

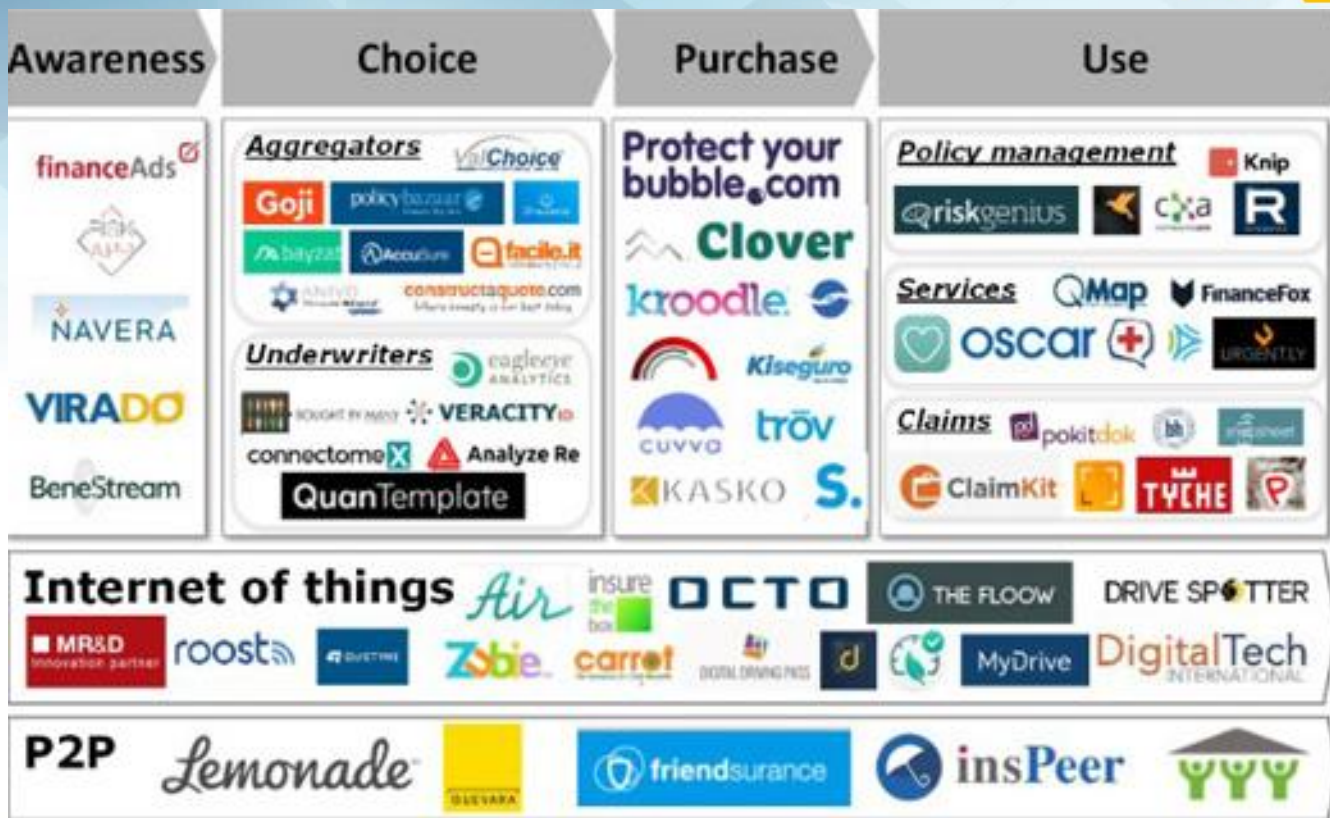
policygenius

Simplicidad y la utilidad de los recursos

- Reducir el costo de reclamaciones, administraciones y adquisición
- OSCAR

oscar

Ejemplos innovación de *InsurTech*



Startups dedicadas a suscripción



La suscripción pasa de evitación de riesgos a identificación proactiva de riesgos utilizando datos científicos.



Identificar riesgos más o menos rentables, supervisar rendimiento de suscripción y organizar informes para cumplir con reglamentos.



Combinar *Machine Learning* con *Big Data* para identificar pólizas con alta probabilidad de reclamo.



Utilizar meteorología para medir la "resiliencia climática" de las empresas.



Vigilancia de la salud en tiempo real para omitir revisión de los registros médicos.



Puntuación predictiva para apoyar la suscripción para seguros de automóvil y vida.



Crear, administrar y distribuir productos de seguros automatizando el proceso de suscripción.



Identificar patrones en datos para la suscripción, cumplimiento, fraude, fugas o detección de riesgos de crédito



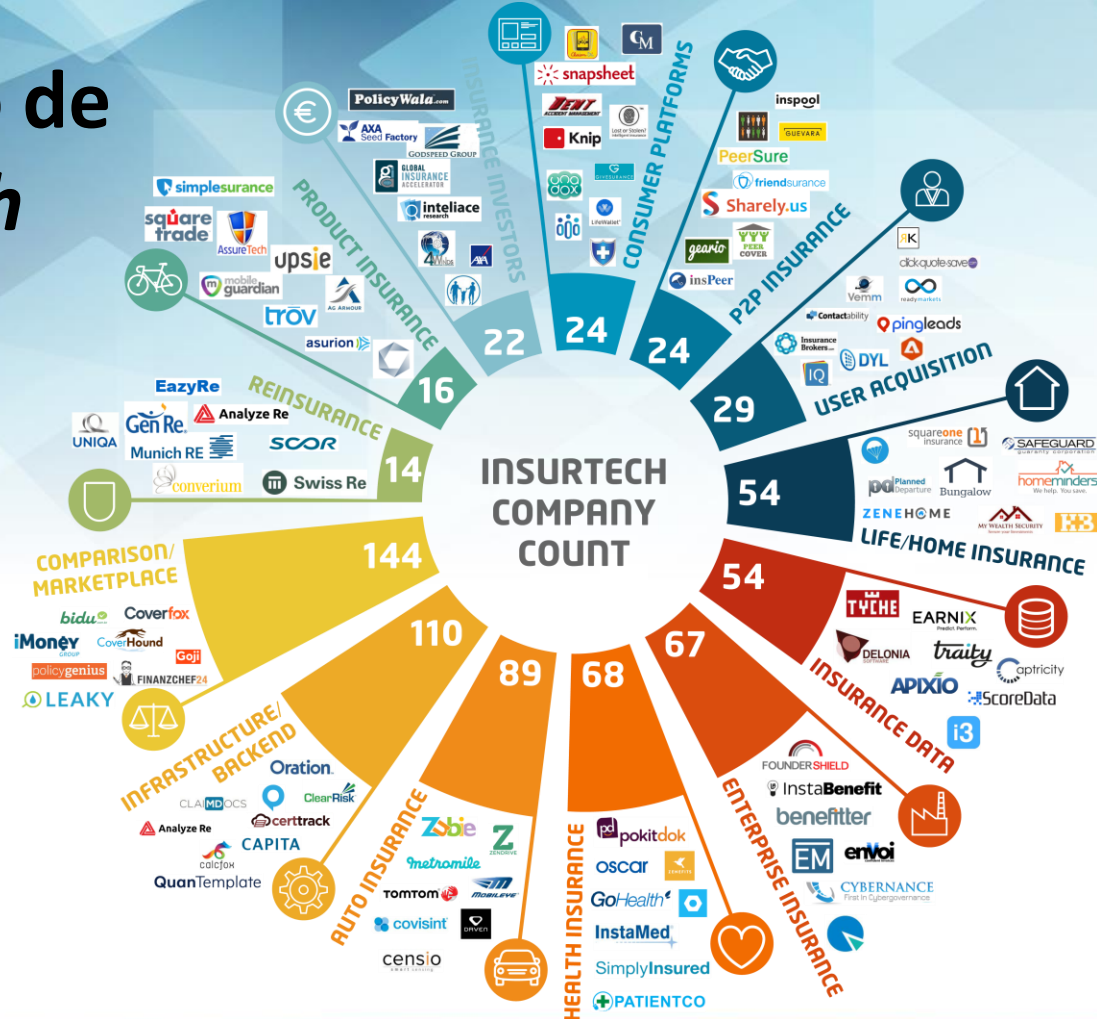
Mejorar los modelos existentes utilizando análisis predictivo y *Machine Learning* para el seguro de vida.



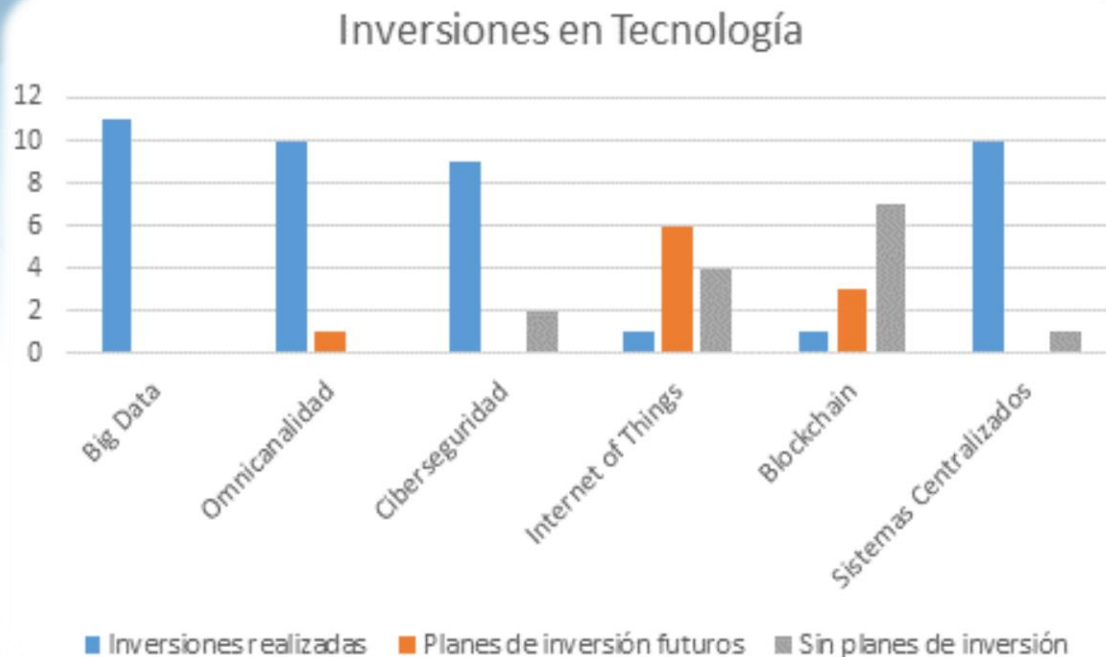
Superintendencia de Bancos
Guatemala, C. A.



Universo de InsurTech

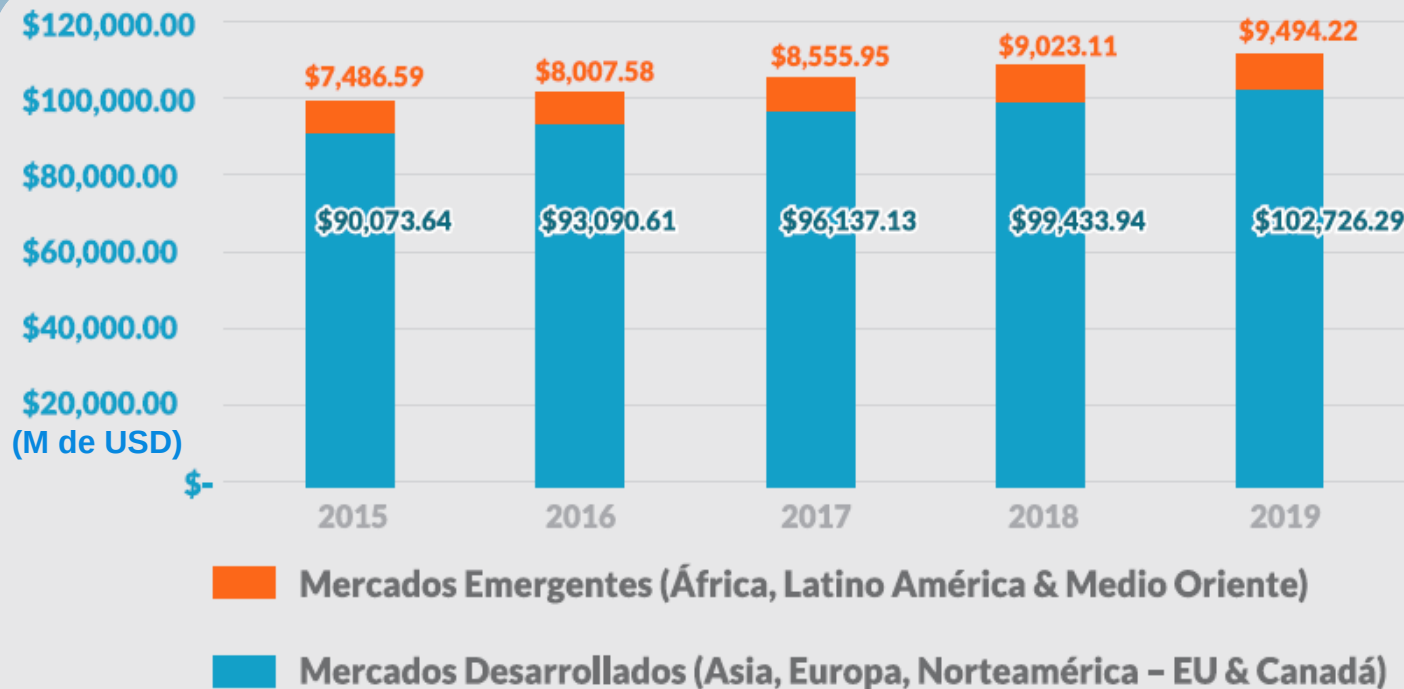


Inversión en nuevas tecnologías por parte de compañías de seguros



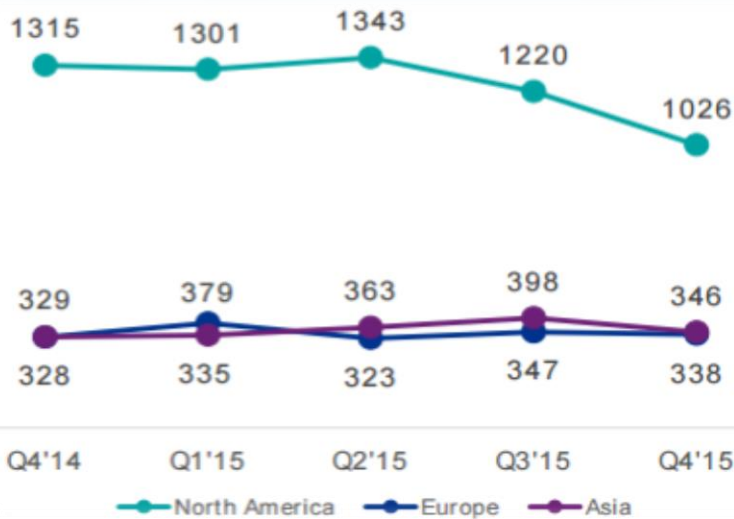
Las aseguradoras han comenzado a invertir en nuevas tecnologías que les permitan transitar a modelos centrados en el cliente y planean continuar haciéndolo.

Inversión en TIC de las instituciones de seguros

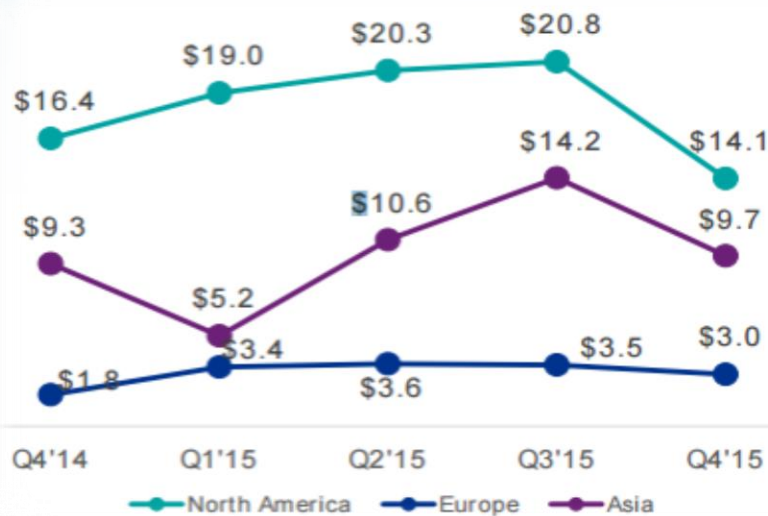


InsurTech: inversión y contratos por continente

Número de operaciones por continente
Q4'14 – Q4'15



Inversiones (\$MM) por continente
Q4'14 – Q4'15



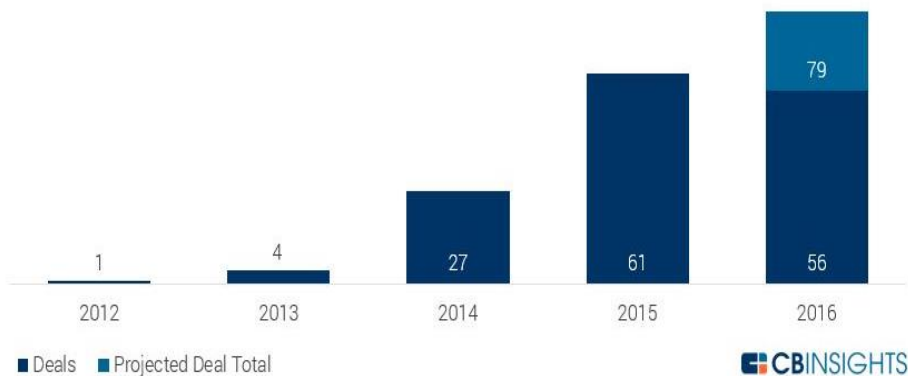
Sector asegurador: actividad de contratos de inversión estratégica

Actividad de contratos de inversión estratégica del sector asegurador



Inversión de reaseguradoras en *Startups* tecnológicas

Inversiones de reaseguradoras en tecnología

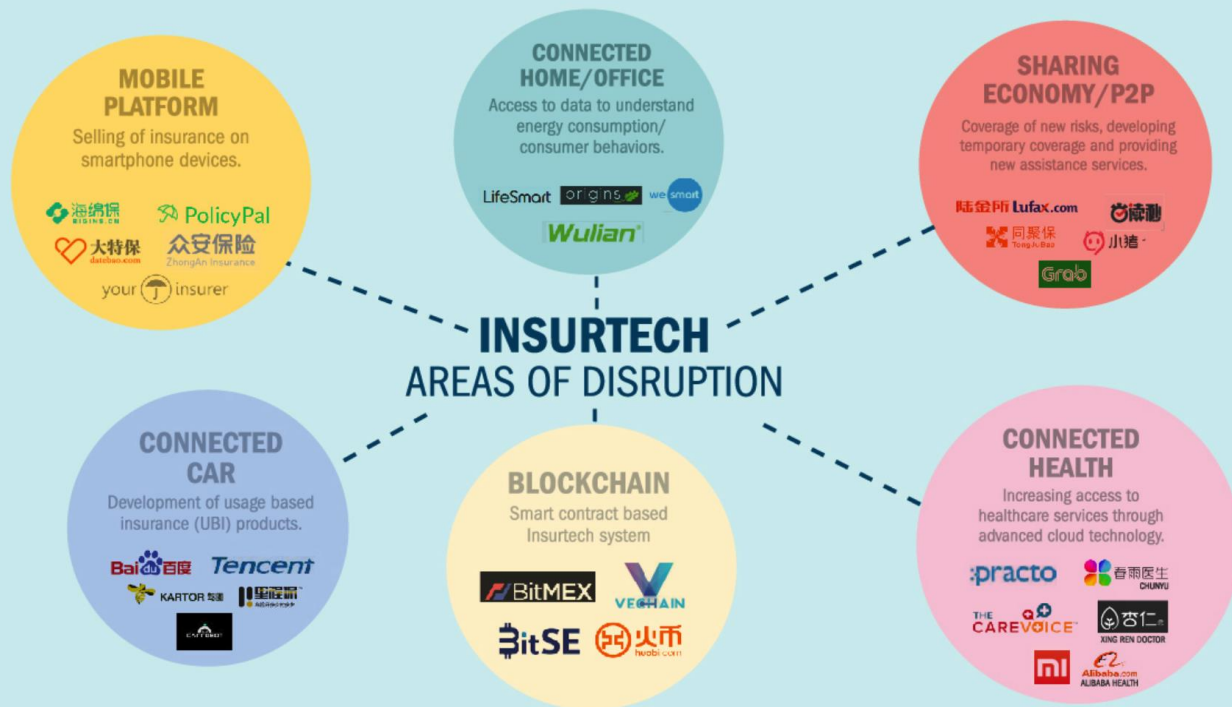


- Reaseguradoras de EUA firman el 72% de los contratos
- China, 12%
- Reino Unido, 6%
- Francia, 3%

- AXA creó Kamet en 2015, una incubadora de 100 millones de euros de *InsurTech* que trabaja con empresarios internos y externos.
- Aviva lanzó un brazo de capital de riesgo para invertir en nuevos negocios digitales a finales de 2015 con un fondo anual de aproximadamente USD 24.8 millones a invertir en los próximos cinco años.
- Munich Re ha hecho una inversión adicional a través de su división HSB Ventures en Slice Labs, que lanzó un producto para los anfitriones de “*homeshares*”: el seguro dura específicamente por el tiempo que el propietario está actuando como un negocio, los asegurados compran cobertura sólo cuando sea necesario.

InsurTech: áreas de disrupción

WE SEE DIVERSIFIED PLAYERS FILLING UP THE INSURTECH SPACE



InsurTech distribuidores

- Son aliados y herramientas muy poderosas para la **distribución de productos de seguros**.
- Las aseguradoras tradicionales deben tener una estrategia digital y desarrollar su *Insurtech* para la misma, o aliarse con *Insurtechs* nuevas o existentes.
- También son **plataformas tecnológicas** para "*Data Science*" y para dar servicios adicionales como cuidado de la salud.

InsurTech "Carriers"

- Modelos disruptivos, pueden ser el "**Uber de los seguros**", si son "*carriers*", al margen de la regulación, sin requerimientos de solvencia ni de reservas, sin supervisión y vigilancia.
- Actuando en un ambiente **multinacional** y en la **nube**.
- Es **indispensable una regulación para estos modelos**, a partir de IAIS, FMI y el FSB. Petición de GFIA y FIDES.
- Principio: "**Mismas reglas para las mismas actividades**".

Regulación en el entorno digital



La regulación debe adaptarse al nuevo entorno digital por los nuevos servicios, canales, productos, modelos, etc.

La vida es como andar en bicicleta, para mantener el equilibrio debes mantenerte en movimiento.

Innovación y regulación

Innovación

VS.

Regulación

- Incrementar conocimiento.
- Innovar y promover el emprendimiento.
- Se controla por reproducibilidad de resultados en investigaciones posteriores.



- Conocimiento de líneas de base y metodologías.
- Regular (toma de decisiones administrativas y legales).
- Debe ser auditable.
- Control mediante procesos de normalización.



Adopción de SII nos ha distraído

11 diciembre 2012

La iniciativa de LISF fue dictaminada por la Comisión de Hacienda y Crédito Público del Senado.

13 diciembre 2012

El Senado votó, aprobó la ley y envió a la Cámara de Diputados.

**Período de transición a
enero de 2016 para la
aplicación SII (del SCR,
BEL) y Balance Económico.**

**La implementación de SII y otros
factores regulatorios, han distraído el
esfuerzo del sector creando una brecha
en las aseguradoras de la transformación
digital.**

**28 de febrero
2013**

Aprobación en
la Cámara de
Diputados

4 abril 2015

Entrada en vigor

4 abril 2013

Publicación en el
Diario Oficial

Regulación debe adaptarse al entorno digital



Regulación en el mundo digital

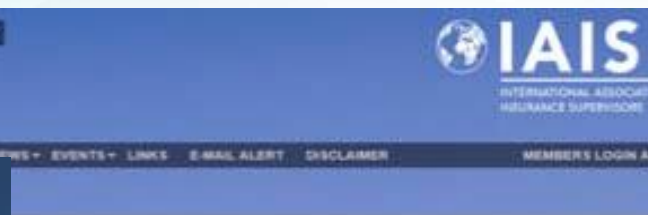
BIG DATA

 National Association of
Insurance Commissioners

SPECIAL SECTION: CYBERSECURITY
BREACH RESPONSE HQ


National Association of
Insurance Commissioners

CONSUMER
ALERT



Issues Paper on Cyber Risk to the Insurance Sector (14 April)



Rol de regulación



Superintendencia de Bancos
Guatemala, C. A.



Superintendencia de Bancos
Guatemala, C. A.

Rol del regulador



En el caso concreto de México, si las *InsurTech* quieren entrar al mercado con un modelo *De Iguales* (*Social Insurance, Peer to Peer [P2P]*), estas deberán apegarse a las leyes que regulen a las compañías de seguros ya establecidas.

Rubros por regular

Regulación de información

Protección de datos personales

Regulación jurídica de internet

Propiedad intelectual e informática

Delitos informáticos



Contratos informáticos

Comercio electrónico

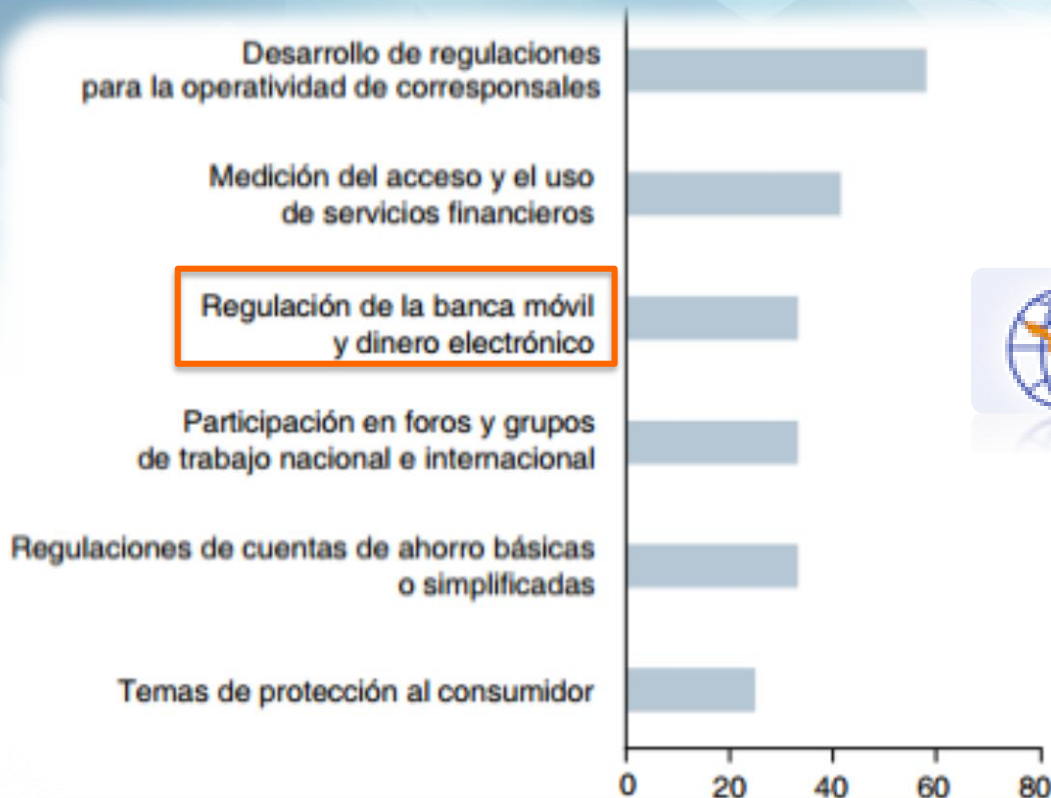
SPAM

Aspectos laborales de la informática

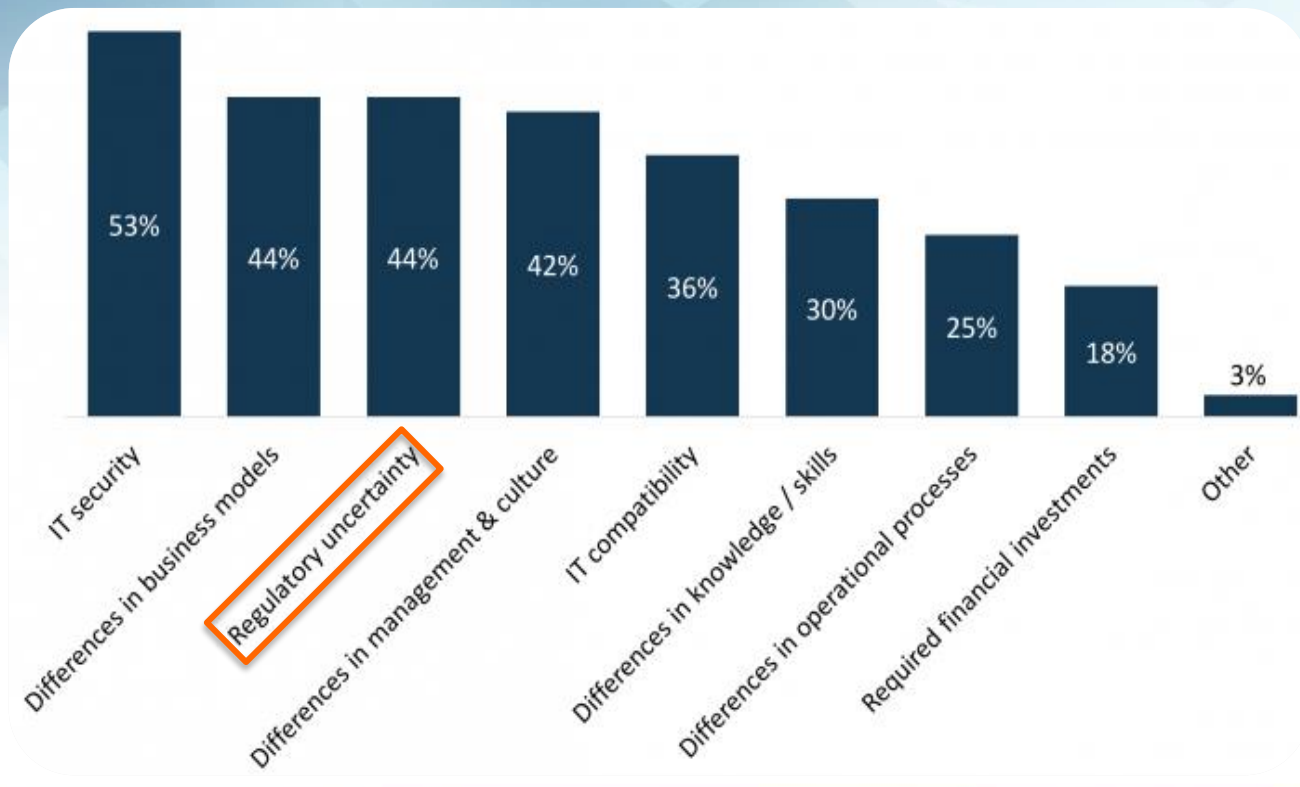
Valor de documentos electrónicos



Participación de Superintendencias de América Latina para la inclusión financiera



Preocupaciones de aseguradoras por trabajar con *InsurTechs*



Evaluación de calificadoras

S&P Global
Ratings

FitchRatings

Factores de evaluación de calificadoras

MOODY'S



Perfil de negocios

- Posición de mercado, marca y distribución
- Riesgo y diversificación de productos

Perfil financiero

- Calidad de activos
- Liquidez y calce de activos y pasivos
- Adecuación de capital
- Rentabilidad
- Adecuación de reservas
- Flexibilidad financiera
- Ambiente Operativo

PERFIL DIGITAL

Proyecto de Ley *FinTech* en México

Ley de Tecnologías Financieras (México):

Regular las actividades financieras que se operan a través de las siguientes plataformas :

1. *Crowdfunding*



2. Dinero electrónico



3. Activos virtuales y plataformas experimentales



4. *InsurTechs*



Es fundamental que la regulación de *Fintech* se armonice a nivel global para cerrar el círculo.

Regulación de *InsurTech*, posición de GFIA ante OCDE

Reconocer que los avances tecnológicos están teniendo un efecto significativo en la industria de seguros. La legislación y las regulaciones actuales de seguros podrían limitar la capacidad de las aseguradoras en algunas jurisdicciones para cumplir con su potencial.

El ritmo de la política y las regulaciones deben coincidir con la velocidad de los cambios tecnológicos.

También se advirtió contra las respuestas gubernamentales que crean un sistema de dos niveles de regulación, por el cual las aseguradoras establecidas están en desventaja con respecto a las nuevas empresas.

Algunas aseguradoras han expresado su interés en el desarrollo de un “sandbox” regulatorio, por lo cual se relajan las normas reguladoras para fomentar el desarrollo de productos innovadores que beneficien tanto a los aseguradores como a los consumidores. Sin embargo, para que este sandbox funcione, sería vital mantener una igualdad de condiciones entre los titulares y los nuevos participantes.

Sector asegurador mexicano coincide con GFIA

La industria debe trabajar en conjunto para garantizar un equilibrio adecuado entre la regulación y la innovación, con la finalidad de fomentar las mejoras tecnológicas en beneficio del cliente.

Se debe impulsar que se produzcan cambios en la regulación que creen un entorno propicio para la innovación.

Las políticas y regulaciones deben coincidir con la velocidad de los avances tecnológicos y las innovaciones que transforman las realidades sociales y económicas.

Se debe incluir la figura de la *Fintech Regulatory Sandbox*; así como los temas siguientes:

- ✓ Protección de datos Ciberseguridad.

- Derechos de los asegurados.

- Garantías para la revisión de algoritmos, de manera que no se identifique incorrectamente el riesgo del asegurado o se le aplique una tarifa no adecuada.

AMIS Hackathon

Desafíos

Acercar a las *Startups* al sector.

Promover una comunidad de *Startups* tecnológicas especializadas en seguros.

Educar a la industria sobre la importancia de la innovación para llegar a nuevos clientes y enfrentar la revolución tecnológica.

Objetivos

**Reto HACKATHON
Innovación
en Seguros**

Contacto permanente e innovador con el cliente al emitir políticas y gestión de reclamaciones.

Simplificar los procesos de suscripción y emisión de políticas.

Mejorar los indicadores de pérdidas y los servicios al cliente (Apps, Big Data, I.A., etc.).

Acceso a información de políticas en cualquier momento y lugar con la firma digital.

Mejorar el proceso de gestión de siniestros (emisión, registro, compensación).

Homogeneización de todos los canales de distribución y generación de inclusión financiera con microseguros.

Prevenir riesgos a través del IoT (aplicaciones, pulseras de salud, etc.).

Conclusiones



La revolución tecnológica cambia paradigmas.



Tasa de cambio que se acelera.



Necesidad de centrarse en el cliente.



La regulación puede ser una ventaja competitiva para dinamizar al sector.



Es fundamental que la regulación de *Fintech* se armonice a nivel global para cerrar el círculo.



Reflexión: Klaus Schwab,

President and Founder of the World Economic Forum



“Ni la **tecnología** ni la **disrupción** que viene asociada con ella es una **fuerza** exógena sobre la que **los humanos no tengamos control**. Todos somos responsables de guiar su evolución en las decisiones que tomamos todos los días como ciudadanos, consumidores e inversores. Debemos asir la oportunidad y el poder que tenemos para **dar forma a la Cuarta Revolución Industrial y dirigirla hacia un futuro que refleje nuestros objetivos y valores** (...) Al final, **todo se reduce a personas y valores**. Necesitamos dar forma a un futuro que funcione para todos **poniendo a las personas primero y empoderándolas**. En su forma más pesimista y deshumanizada, **la Cuarta Revolución Industrial tiene el poder de “robotizar” a la humanidad y privarla de su alma y corazón**. Pero como complemento de la mejor parte de la naturaleza humana — **creatividad, empatía y capacidad de administración**—, **puede levantar a la humanidad hacia una nueva conciencia moral colectiva, basada en un sentido compartido de nuestro destino**”.

Knowing is good.
Knowing everything is better.



“El mayor peligro no es que nuestro objetivo sea demasiado alto o no lo consigamos, sino que sea demasiado bajo y lo consigamos”.
Miguel Ángel Buonarroti



CONFERENCIAS SOBRE **SUPERVISIÓN FINANCIERA**



AMIS
ASOCIACIÓN MEXICANA DE
INSTITUCIONES DE SEGUROS



Superintendencia de Bancos
Guatemala, C. A.

 SIB Guatemala  @sib_guatemala  SuperBancosGuatemala
 sib_guatemala  Superintendencia de Bancos (SIB)
www.sib.gob.gt

¡Gracias!

“La tecnología es digital, pero su valor real proviene de su capacidad para responder a las mayores necesidades de la humanidad”.

Dirk Kempthorne
Presidente & CEO, ACLI
Presidente, GFIA