

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE SUPERVISORES DE SEGUROS



PRINCIPIOS PARA LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO DE SEGUROS

Diciembre de 1999

Principios para la operación del negocio de seguros

Contenido

Definiciones	1
I. Antecedentes.....	2
II. Principios para la operación del negocio de seguros	
Principio 1. Integridad	3
Principio 2. Capacidad, cuidado y diligencia.....	3
Principio 3. Prudencia.....	4
Principio 4. Revelación de información a los clientes.....	4
Principio 5. Información sobre los clientes.....	5
Principio 6. Conflictos de interés.....	5
Principio 7. Relación con los reguladores.....	5
Principio 8. Quejas.....	6
Principio 9. Administración y control.....	6
III. General.....	7

Definiciones:

En este documento:

Asegurador/compañía aseguradora se refiere a una entidad jurídica autorizada que suscribe pólizas de seguro.

Autoridad supervisora de seguros se refiere a la autoridad reguladora de seguros o bien a la autoridad supervisora de seguros de la jurisdicción, según sea el caso.

Jurisdicción se refiere a un país, estado, provincia u otro territorio con leyes locales de seguro legalmente ejecutables, relacionadas con la incorporación u operación de aseguradores y/o de intermediarios.

Intermediario se refiere a toda persona u organización que ofrece orientación sobre un producto de seguros mediante publicidad de oferta directa o de persona a persona e incluye la promoción de dicho producto o facilita un acuerdo o contrato entre un asegurador y un cliente. Los intermediarios se dividen generalmente en clases separadas. Los tipos más comunes son el “intermediario independiente” que representa al comprador en las transacciones con el asegurador (conocido también como “corredor independiente”) y el “agente”, (que en general incluye múltiples agentes y sub-agentes), que representa al asegurador.

Proveedor de servicios se refiere a un asegurador y/o intermediario, dependiendo del contexto en que se usa.

Cliente implica asegurado y asegurado potencial.

I. Antecedentes

1. La tarea principal de todas las autoridades supervisoras de seguros es establecer los medios para asegurar altos estándares en cuanto a la solidez financiera y a la conducta de todos los aseguradores bajo su supervisión. Los principales objetivos de dichas medidas son proveer un alto grado de seguridad a los asegurados y mantener la confianza en la industria.

2. Para muchos participantes del mercado, los productos de seguros son difíciles de entender y evaluar. Estos toman la forma de promesas acordadas contractualmente por el asegurador para proveer beneficios o compensación (indemnización) para cubrir sucesos o riesgos específicos a cambio de ciertas obligaciones por parte del asegurado. Por lo anterior es importante que el cliente tenga información relevante, significativa y comprensible, en la medida de lo posible, por escrito. La información escrita se puede complementar con información verbal, por lo que, las personas que proveen la información verbal deben tener el conocimiento necesario para poder asesorar.

3. Deben existir los medios a través de los cuales los asegurados potenciales tengan acceso a toda información significativa antes de suscribir un contrato de seguros, reciban orientación de manera correcta y significativa a la hora de evaluar sus necesidades de seguros, que sean informados acerca de sus derechos y obligaciones durante el término del contrato, que tengan plena confianza de que recibirán una compensación correcta y oportuna en caso de que haya una reclamación legítima y, que en caso de alguna duda, puedan recibir orientación complementaria de una entidad neutral. Los asegurados tienen el derecho de negociar con aseguradores e intermediarios honrados, confiables e informados.

4. Los aseguradores y los intermediarios poseen un mayor conocimiento sobre los asuntos relacionados con los seguros que la mayoría de los asegurados. Los consumidores posiblemente no puedan detectar los contratos que estén sesgados a favor de los aseguradores, que se puedan interpretar de manera irracional a favor de los aseguradores, o que simplemente no cumplan con sus necesidades. Los métodos de mercadeo podrían ejercer presión sobre los asegurados potenciales. Podrían existir otras prácticas lesivas al consumidor que sustentan la necesidad de tener unos principios sólidos de conducta del mercado. Es por estas razones que los reguladores deben aprobar e implantar principios para la operación del negocio de seguros.

5. La expectativa razonable es que los principios para la operación del negocio de seguros mejoren las relaciones entre los aseguradores, los intermediarios y los consumidores, reforzando así la confianza y la protección de los consumidores. Un conjunto de principios comunes debe proveer las normas básicas para la conducta comercial dondequiera que se realice. Esto deberá facilitar las operaciones transfronterizas, estimular la competencia y proteger la integridad del mercado. Tal marco de principios puede servir de guía en lo que se refiere a prácticas de mercado legítimas y aceptables. Servirá de marco referencial para probar los tipos de conducta que pudieran conllevar sanciones (si fuera aplicable) y servirá de guía al momento de establecer los reglamentos locales de manera que a los afectados por la conducta abusiva del mercado se les facilite obtener el resarcimiento adecuado.

6. Las tareas de los reguladores de origen se harán más fácilmente si se pueden acordar principios internacionales. Esto implica que cada jurisdicción deba decidir sobre la situación legislativa, la implementación y la rendición de cuentas en relación con estos principios. Se deberán establecer responsabilidades claras para la fiscalización, ejecución y establecimiento

de sanciones, cuando esto sea necesario. Estos principios podrán ser desarrollados aun más estableciendo estándares que posteriormente puedan ser adaptados por los reguladores de origen para que se ajusten a sus propias circunstancias. Estos estándares serán el tema de otros documentos.

7. Los principios deben ser aplicables a los aseguradores e intermediarios involucrados en todos los aspectos del seguro. Los asuntos se describen en términos de las implicaciones de estos principios para el mercado de seguros al por menor. Este enfoque no tiene el propósito de impedir que se apliquen dichos principios a los mercados de seguros al por mayor, a los beneficios para empleados y al mercado de reaseguro.

8. Estos principios para la operación del negocio de seguros son aplicables tanto a los aseguradores como a los intermediarios, ya sean personas particulares o entidades jurídicas. Algunos principios específicos puede que sean aplicables a uno o a ambos. Sin embargo, el que los aseguradores y/o intermediarios cumplan con estos principios no significa que el consumidor no deba evaluar con sumo cuidado los riesgos y la idoneidad del producto en cuanto a sus necesidades.

II. Principios para la operación del negocio de seguros.

Los supervisores de seguros deberán cerciorarse que los siguientes principios se cumplan para proteger los intereses de los clientes y la integridad del mercado.

Principio 1: Integridad

Los aseguradores y los intermediarios siempre deberán actuar con honradez y rectitud.

9. Los proveedores de servicios tienen la obligación de evitar actos o representaciones equívocas o engañosas. Los proveedores de servicios no deben intentar excluir o restringir algún deber o responsabilidad que les corresponda frente a un cliente conforme a las leyes y/o las prácticas aceptadas. No deben tampoco ampararse de manera injusta en alguna disposición para evitar o rehuir a un deber o responsabilidad.

Principio 2: Capacidad, cuidado y diligencia

Los aseguradores y los intermediarios deben llevar a cabo sus actividades comerciales con la debida capacidad, pericia y diligencia.

10. El proveedor de servicios tiene el deber de actuar de manera competente y diligente con respecto a todas las transacciones entre éste y su cliente. Cuando sea apropiado, se deben evaluar las necesidades individuales del cliente a fin de determinar cuál es la cobertura de seguros que necesita. El concepto de “cuidado” implica que los aseguradores y los intermediarios deben cumplir con los deberes que se espera de una persona prudente en una situación y circunstancia similares. Incluye, además, tomar las debidas precauciones para la protección adecuada de los activos del cliente, cuando se tenga la responsabilidad con respecto a éstos en el contexto de la naturaleza del marco legal del proveedor de servicios y su actividad comercial.

Principio 3: Prudencia

Los aseguradores y los intermediarios deberán conducir su negocio y organizar sus asuntos con prudencia.

11.1 Esto incluye:

- mantener recursos financieros adecuados, incluyendo la liquidez adecuada, y
- mantener sistemas de administración de riesgo efectivos.

11.2 La prudencia exige que el asegurador no asuma riesgos sin tomar en cuenta las posibles consecuencias. “Adecuado” implica tomar en cuenta los márgenes necesarios para las contingencias inesperadas. También se deberá tomar en cuenta el posible impacto de las actividades no reguladas del asegurador sobre sus actividades reguladas.

Principio 4: Divulgación de información a los clientes

Los aseguradores y los intermediarios deberán atender las necesidades de información que tengan sus clientes y darles un trato justo.

12.1 Esto incluye comunicar:

- la información pertinente y significativa de manera expedita y completa para que el cliente pueda tomar una decisión balanceada e informada;
- los beneficios y cualquier riesgo al cliente de una manera equitativa y balanceada;
- las obligaciones del proveedor de servicios y del cliente de una manera clara y comprensible.

12.2 El proveedor de servicios deberá ejercer un cuidado razonable para que la información sea correcta en todos sus aspectos esenciales, que no sea engañosa, sea fácil de comprender y se encuentre disponible por escrito o por un medio electrónico apropiado.

12.3 Al cliente se le debe proveer información sobre:

- el intermediario (si fuera el caso) y especialmente su estatus, v.g.r. si es intermediario independiente o un intermediario que tiene vínculos comerciales con el asegurador, es decir, si el intermediario actúa a nombre del cliente o a nombre del asegurador;
- el asegurador;
- el producto, como por ejemplo, el precio, la cobertura, las condiciones, los propósitos del producto, los factores de riesgo, las garantías, las exclusiones especiales, etc;
- cargos y rendimientos estimados (si aplica); y

- el manejo de reclamaciones y otros acuerdos contractuales.

12.4 La frecuencia con la cual se deberá revelar la información dependerá del tipo de contrato.

Principio 5: Información sobre los clientes

Los aseguradores y los intermediarios deben solicitarle a sus clientes la información que razonablemente se espera antes de orientarlos o suscribir un contrato.

13. La relación entre el proveedor de servicio y el cliente debe ser una relación de confianza. Para establecer esa relación de confianza, el proveedor de servicios debe obtener suficiente información sobre el cliente para poder evaluar sus necesidades. La información que el cliente espera que se mantenga confidencial debe ser tratada como tal. A los clientes se les deberá informar sobre su obligación de suministrar la información relevante.

Principio 6: Conflictos de interés

Los aseguradores y los intermediarios deben evitar conflictos de interés.

14. El proveedor de servicios debe evitar los conflictos de interés. Sin embargo, en las situaciones en que surjan conflictos, el proveedor de servicios debe asegurar un trato justo a todos sus clientes, mediante la divulgación de la información, reglas internas de confidencialidad, negándose a actuar, o de cualquier otra forma. Un proveedor de servicios no debe anteponer injustificadamente sus propios intereses ante los de sus clientes, y en las situaciones en que un cliente debidamente informado tenga la expectativa razonable de que el proveedor de servicios vaya a anteponer los intereses del cliente a los suyos, el proveedor de servicio deberá cumplir con dicha expectativa.

Principio 7: Relación con los reguladores:

Los aseguradores y los intermediarios deben tratar con sus reguladores de manera abierta y cooperativa.

15. El proveedor de servicios debe tratar con su regulador/supervisor de una manera abierta y cooperativa y mantenerlo al tanto de cualquier evento significativo.

Este principio se extiende a informar y notificar sucesos relacionados con actividades no reguladas, cuando sea el caso. Los proveedores de servicios deben asegurar el tener un programa de cumplimiento efectivo que cumpla con los requerimientos de los reguladores supervisores.

Principio 8: Quejas

Los aseguradores y los intermediarios deben mantener un sistema de manejo de quejas, cuando sea aplicable.

Los proveedores de servicios deben atender las querellas o quejas de los clientes de manera eficaz y justa. Se debe proveer un procedimiento sencillo y justo de resolución de disputas mediante el cual se puedan atender las quejas de los clientes de manera efectiva. Este procedimiento debe divulgarse ampliamente y ser de fácil acceso. Además, es aconsejable que se establezca alguna entidad neutral, independiente de los proveedores de servicios, como un mecanismo alternativo para la solución de disputas, que maneje las quejas de manera efectiva y costeable. Dicha entidad neutral debe realizar un informe al público por lo menos una vez al año y los proveedores de servicios deben apoyar dicho sistema voluntariamente.

Principio 9: Administración y control

Los aseguradores y los intermediarios deben organizar y controlar sus asuntos en forma efectiva.

17.1 El proveedor de servicios debe mantener un control efectivo sobre sus propios asuntos. Los sistemas de administración y control requeridos variarán dependiendo del tamaño y complejidad del proveedor de servicios. En el caso de un negocio de una sola persona, bastarán procedimientos relativamente sencillos mientras que en el caso de una organización compleja con toda probabilidad harán falta sistemas más sofisticados.

17.2 El proveedor de servicios deberá, cuando sea apropiado:

17.2.1 tener directores y alta gerencia que sean idóneos para sus cargos;

17.2.2 asignar las responsabilidades entre sus directores y la alta gerencia de manera que:

- las responsabilidades de cada uno sean claras; y
- la operación del proveedor de servicios esté adecuadamente fiscalizado mediante sistemas de controles internos a nivel de la alta gerencia y del consejo de administración.

17.2.3 tomar medidas rigurosas para cumplir con las normas y los requisitos del sistema regulador y para impedir las prácticas abusivas en el mercado o delitos financieros (incluyendo la detección y la prevención del lavado de dinero) y

17.2.4 mantener registros adecuados y ordenados de sus operaciones comerciales y organización interna.

17.3 El inciso 17.2.1 se refiere a la responsabilidad del proveedor de servicios de asegurarse de que sus empleados sean idóneos para las funciones que desempeñan. Esto incluye la competencia y la honradez, y en algunos casos su situación financiera también podría ser pertinente. Las personas que desempeñan funciones a nombre del proveedor de

servicios incluyen no sólo a sus empleados, sino también todo tipo de intermediarios, agentes corporativos y proveedores contratados.

17.4 El inciso 17.2.2 requiere que el proveedor de servicios implante una separación clara de deberes entre sus directores y la alta gerencia y asegurar que todas las operaciones comerciales del proveedor de servicios estén controladas por la alta gerencia mediante una combinación apropiada de responsabilidades individuales y colectivas.

17.5 El inciso 17.2.3 requiere que el proveedor de servicios opere mecanismos de cumplimiento robustos y confiables. Estas medidas deberán incluir disposiciones que impidan la participación o su utilización por terceros como un vehículo para realizar abusos comerciales o delitos financieros tales como el lavado de dinero.

17.6 El inciso 17.2.4 requiere que se mantengan registros adecuados de las operaciones llevadas a cabo que incluyan, sean auditados o no, estados financieros, reportes financieros o estatutarios, incluyendo el balance y el estado de situación financiera elaborado con el propósito de divulgación al público y/o a las autoridades supervisoras. Los registros adecuados también incluyen descripciones de la organización interna como por ejemplo, la designación de las responsabilidades entre la alta gerencia.

III. General

18. Los principios antes expuestos formarán la base para estándares específicos de conducta del mercado. Estos estándares podrán tener el respaldo legislativo o podrán tener soporte estatutario o ser supervisados y ejecutados por asociaciones de la industria, dependiendo lo que cada jurisdicción decida. Estas pueden contener algunas medidas definidas y otras opcionales entre las cuales los supervisores podrán escoger y definir como la mejor práctica.