



COMISIÓN
PARA EL MERCADO
FINANCIERO

The background of the document is a photograph of several modern skyscrapers with glass facades, viewed from a low angle looking up. The buildings are partially obscured by a large, semi-transparent white arrow pointing downwards, which is centered on the page.

Anexo N°1: Documento de Política
Revisión de Estándares y Principios
Internacionales en materia de Conducta de
Mercado

Junio 2021

www.cmfchile.cl

Contenido

1.	Asociación Internacional de Supervisores de Seguros.....	4
2.	CCIR, Canadian Council of Insurance Regulators - CANADÁ	8
3.	Unión Europea (EIOPA).....	12
4.	National Association of Insurance Commissioners, NAIC	17
5.	Australian Securities and Investments Commission (ASIC).....	20
6.	Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP)	25
7.	Financial Conduct Authority	27
8.	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).....	34
9.	International Organization of Securities Commissions (IOSCO)	37

Introducción

Con el objetivo de establecer principios comunes en materia de Conducta de Mercado (CdM), la CMF hizo un análisis de los estándares y mejores prácticas a nivel internacional, tanto de entes reguladores como de organismos multilaterales referentes en aspectos de supervisión y regulación en las industrias de bancos, seguros y valores.

De la revisión de los antecedentes que se presentan a continuación, se puede advertir que pese a las diferencias que existen entre las industrias, los elementos sustantivos que subyacen en las guías, principios sectoriales y directrices revisadas son coincidentes con los principios que está proponiendo la CMF en el Documento de Política **Desarrollo estándares y principios generales en materia de Conducta de Mercado referidos a Protección de Clientes Financieros**, trabajo del que este levantamiento forma parte integral.

Estos principios y recomendaciones internacionales, junto con el análisis de las prácticas en distintas jurisdicciones, además de la experiencia de la CMF en materia de supervisión y regulación en tópicos de conducta de mercado en las industrias de bancos, valores, seguros y otras entidades, forman la base conceptual del trabajo y que se presenta en este Documento de Política.

1. Asociación Internacional de Supervisores de Seguros

Establecida en 1994, la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS, por sus siglas en inglés) es una organización de afiliación voluntaria de supervisores y reguladores de seguros de más de 200 jurisdicciones, que constituye el 97% de las primas de seguros del mundo. Es el órgano normativo internacional encargado de elaborar y asistir en la implementación de principios, normas y otros materiales de apoyo para la supervisión del sector de seguros.

Actualmente, la IAIS cuenta con 25 principios para la supervisión de las empresas de seguros cuyo objetivo es apoyar al establecimiento y mantenimiento de un mercado de seguros eficiente y confiable para el beneficio y la protección de los usuarios del seguro.

En sus principios básicos de supervisión de seguros (ICP), actualizados en el año 2019, la IAIS considera un principio especial para la conducta de mercado y la protección de los asegurados y otro principio para la supervisión de los intermediarios de seguros (principios 19 y 18, respectivamente). Dichos principios, reconocidos y aceptados a nivel internacional, establecen una serie de aspectos que deberían ser considerados en los sistemas de regulación y supervisión, para un adecuado logro del objetivo de protección a los asegurados.

1.1 IAIS ICP's 18 Y 19: Actualización noviembre 2019¹

De acuerdo a la actualización del "*Insurance Core Principles and Common Framework for the Supervision of Internationally Active Insurance Groups*" a noviembre de 2019, se han realizado enmiendas a varios ICP's individuales, siendo las más recientes:

- ICP 4, 5 y 23: noviembre de 2015.
- ICP 13, 18 y 19: noviembre de 2017.
- ICP 6: noviembre de 2018.
- Introducción y metodología de evaluación de los ICP's 1, 2, 3, 7 8, 9, 10, 12, 15, 16, 20, 22, 24, 25: noviembre de 2019.

1.2 INSURANCE CORE PRINCIPLE 18

ICP 18 Intermediarios: El supervisor establece y hace cumplir los requisitos para la conducta de los intermediarios de seguros, a fin de que realicen sus actividades de manera profesional y transparente.

Este ICP consta de 9 sub-principios²:

- 18.1 El supervisor exige que se otorgue una licencia a los intermediarios de seguros que operan en su jurisdicción.
- 18.2 El supervisor vela por que los intermediarios de seguros autorizados en su jurisdicción estén sujetos a una revisión supervisora continua.
- 18.3 El supervisor exige que los intermediarios de seguros mantengan niveles adecuados de conocimientos profesionales y experiencia, integridad y competencia.
- 18.4 El supervisor exige que los intermediarios de seguros apliquen una gobernanza adecuada.
- 18.5 El supervisor exige a los intermediarios de seguros que revelen a los clientes, al menos:
 - los términos y condiciones comerciales entre ellos y el cliente;
 - la relación que tienen con las aseguradoras con las que tratan; y
 - información sobre la base de la remuneración cuando exista un posible conflicto de intereses.
- 18.6 El supervisor requiere que un intermediario de seguros que gestione el dinero de los clientes disponga de salvaguardas para proteger esos fondos.
- 18.7 Cuando procede, el supervisor adopta medidas de supervisión contra los intermediarios de seguros autorizados.

¹<https://www.iaisweb.org/page/supervisory-material/insurance-core-principles-and-comframe//file/91154/iais-icps-and-comframe-adopted-in-november-2019>

² Destacados los dos sub-principios agregados en la actualización.

- 18.8: El supervisor comprueba que el intermediario está adoptando las medidas necesarias y las intensifica si no se atienden sus preocupaciones.
- 18.9: El supervisor adopta medidas contra las personas o entidades que realizan actividades de intermediación de seguros sin la licencia necesaria.

Modificaciones:

Se agregaron dos nuevos sub-principios:

- 18.8: El supervisor comprueba que el intermediario está adoptando las medidas necesarias y las intensifica si no se atienden sus preocupaciones.
 - ✓ 18.8.1 El supervisor deberá examinar los resultados de las medidas que haya exigido a un intermediario y la eficacia de las medidas adoptadas.
 - ✓ 18.8.2 Si las medidas adoptadas por el intermediario no responden adecuadamente a la preocupación del supervisor, éste debe exigir medidas adicionales.
 - 18.8.3 Las medidas de supervisión deben ampliarse en consonancia con la preocupación del supervisor por el intermediario y el riesgo para los consumidores.
- 18.9: El supervisor adopta medidas contra las personas o entidades que realizan actividades de intermediación de seguros sin la licencia necesaria.
 - ✓ 18.9.1 El supervisor debe contar con mecanismos para identificar cuándo se está llevando a cabo una intermediación de seguros sin licencia. Ejemplos de tales mecanismos incluyen monitorear los medios y la publicidad, revisar las quejas de los consumidores y alentar a la industria y otras partes interesadas a notificar al supervisor sobre actividades sospechosas.
 - ✓ 18.9.2 Cuando se identifica una intermediación de seguros sin licencia, el supervisor debe actuar para abordar el problema. Los ejemplos incluyen solicitar órdenes judiciales para exigir a la persona o entidad sin licencia que detenga la actividad, informar a las autoridades policiales sobre inquietudes penales y/o civiles, y dar a conocer el hecho de que la persona/entidad no tiene licencia para realizar intermediación de seguros.

Otras modificaciones a considerar de sub-principios ya existentes:

- Aumenta el número de requerimientos de supervisión que pueden surgir del monitoreo Off-Site (política de compensación del personal; acuerdos de incentivos; datos de reclamaciones; datos de quejas entre otros).
- Agrega que el supervisor puede utilizar la supervisión de las aseguradoras para recopilar información y, en cierta medida, monitorear las actividades de los intermediarios.
- Especifica las medidas supervisoras preventivas, correctivas y sanciones a aplicar contra un intermediario.

1.3 INSURANCE CORE PRINCIPLE 19

ICP 19 Conducción de la Actividad: El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios, en su conducción de negocios de seguros, traten a los clientes de manera justa, tanto antes de que se celebre un contrato como hasta el punto en que se hayan cumplido todas las obligaciones contraídas en virtud de un contrato.

Este ICP consta de 13 sub-principios³ agrupados en cuatro categorías:

i. Trato justo de los clientes

- 19.1 El supervisor requiere que las aseguradoras y los intermediarios actúen con la debida competencia, cuidado y diligencia al tratar con los clientes.
- 19.2 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios establezcan e implementen políticas y procesos sobre el trato justo a los clientes, como parte integral de su cultura empresarial.

³ Destacado el sub-principio agregado en la actualización.

- 19.3 El supervisor requiere que los aseguradores e intermediarios eviten o gestionen adecuadamente cualquier posible conflicto de intereses.
- 19.4 El supervisor requiere que los aseguradores y los intermediarios dispongan de acuerdos para negociar entre sí, a fin de garantizar un trato justo a los clientes.

ii. Desarrollo de producto y etapa precontractual

- 19.5 El supervisor requiere que las aseguradoras tengan en cuenta los intereses de los distintos tipos de consumidores al elaborar y distribuir productos de seguro.
- 19.6 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios promocionen productos y servicios de una manera clara, justa y no engañosa.
- 19.7 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios proporcionen información precontractual y contractual oportuna, clara y adecuada a los clientes.
- 19.8 Cuando los clientes reciben asesoramiento antes de celebrar un contrato de seguro, el supervisor requiere que el asesoramiento proporcionado por las aseguradoras e intermediarios tenga en cuenta las circunstancias reveladas por el cliente.

iii. Servicio de pólizas

- 19.9 El supervisor requiere de las aseguradoras:
 - pólizas de servicio apropiadas hasta el punto en que todas las obligaciones bajo la póliza han sido satisfechas;
 - revelar al asegurado información sobre cualquier cambio contractual durante la vigencia del contrato; y
 - revelar al tomador de la póliza más información relevante dependiendo del tipo de producto de seguro.
- 19.10 El supervisor requiere que las aseguradoras manejen los reclamos de manera oportuna, justa y transparente.
- 19.11 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios manejen las denuncias de manera oportuna y justa.
- 19.12 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios cuenten con políticas y procesos para la protección y uso de la información sobre los clientes.

iv. Información que respalda el trato justo

- 19.13 El supervisor divulga públicamente información que respalda el trato justo de los clientes.

Modificaciones:

Se agrega el acuerdo de negociar entre sí (aseguradora e intermediario), en la sección sobre Trato Justo de los Clientes:

- 19.4 El supervisor requiere que los aseguradores y los intermediarios dispongan de acuerdos para negociar entre sí, a fin de garantizar un trato justo a los clientes.

Se agrega lo referente a *outsourcing* al siguiente sub-principio

- 19.10 El supervisor requiere que las aseguradoras manejen los reclamos de manera oportuna, justa y transparente.
 - ✓ 19.10.12 Si alguno de los procesos de tramitación de reclamaciones se subcontrata en parte o en su totalidad, los supervisores deben requerir que los aseguradores mantengan una estrecha supervisión y la responsabilidad última de la tramitación justa y transparente de las reclamaciones y la resolución de las mismas.

Se reorganiza el subíndice y se especifica sobre el cuidado de datos

- 19.12 El supervisor exige que los aseguradores e intermediarios tengan políticas y procesos para la protección y uso de la información sobre los clientes.
 - ✓ Protección de la privacidad de la información personal

- ✓ Protección contra el mal uso de la información del cliente
- ✓ *Outsourcing*
- ✓ Acceso a los datos en caso de reorganización

2. CCIR, Canadian Council of Insurance Regulators - CANADÁ

El Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros (CCIR) es una asociación inter-jurisdiccional de reguladores de seguros. Su mandato es facilitar y promover un sistema de regulación de seguros eficiente y efectivo en Canadá para servir al interés público, trabajando para desarrollar soluciones a problemas regulatorios comunes.

El origen del CCIR se remonta a 1914, cuando los Superintendentes de Seguros de las cuatro provincias occidentales de Canadá se reunieron para discutir las formas de asegurar la uniformidad en las leyes relativas a los contratos de seguros, creándose la llamada Asociación de Superintendentes Provinciales de Seguros de Canadá.

Durante las décadas siguientes el nombre cambió varias veces y la asociación se amplió para incluir todas las provincias, territorios y la Oficina Federal del Superintendente de Instituciones Financieras. En 1989 cambió su nombre al actual Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros.

Memorándum de Entendimiento y Protocolo sobre Cooperación e Intercambio de Información⁴

En junio de 2015 cuatro miembros CCIR firman el Memorándum de Entendimiento y Protocolo sobre Cooperación e Intercambio de Información, que establece el protocolo para el intercambio de información como parte del marco cooperativo de supervisión.

El objetivo que persigue el memorándum es limitar la duplicación regulatoria, para que los resultados de las acciones de un supervisor se puedan compartir, en lugar de que cada regulador tenga que realizar el trabajo por sí mismo; y, permitir el intercambio de datos y análisis, lo que da como resultado una comprensión mejor y más completa de las prácticas del mercado y una identificación temprana más eficaz de los riesgos⁵.

Marco para la Cooperación en la Supervisión de Conducta de Mercado⁶

La supervisión de las prácticas de conducta del mercado es autoridad exclusiva de las provincias y territorios. Las autoridades de supervisión en cada provincia y territorio, los miembros del CCIR, tienen el mandato dentro de sus respectivas jurisdicciones de supervisar la conducta de las empresas de seguros e intermediarios para garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones, proteger a los clientes de prácticas comerciales injustas o abusivas y trabajar pro trato justo de los clientes durante todo el ciclo de vida de un producto de seguro.

Publicado y adoptado en noviembre de 2015, el Marco para la Cooperación en la Supervisión de Conducta de Mercado brinda claridad sobre el compromiso de los miembros del CCIR de colaborar y compartir información en la supervisión de la conducta del mercado en Canadá.

Identifica los tipos de información que los miembros del CCIR compartirán y los tipos de actividades que realizan en conjunto, las que incluyen:

- ✓ Realizar revisiones o exámenes cooperativos a nivel de industria y entidad;
- ✓ Análisis de mercado sistémico a través de una declaración anual sobre la conducta del mercado;
- ✓ Compartir estadísticas de reclamos de los clientes;
- ✓ Revisiones de nuevos productos y cambios importantes.

⁴ <https://www.ccir-ccrra.org/Documents/View/3544>

⁵ <http://www.pacicc.ca/wp-content/uploads/2017/11/apr14-ROFmeeting.pdf>

⁶ <https://www.ccir-ccrra.org/Documents/View/2592>

Declaración Anual sobre Conducta de Mercado⁷

La Declaración Anual sobre Conducta de Mercado fue presentada en 2017 por el Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros (CCIR) para que los reguladores de seguros de Canadá reciban información detallada sobre el mercado y las prácticas de las aseguradoras.

A través de la Declaración Anual para compañías de seguros generales y de vida, los aseguradores deben presentar información relacionada con su gobierno corporativo, prácticas y políticas con respecto al trato justo de los clientes.

El propósito de la Declaración Anual desarrollado por el CCIR corresponde a un enfoque armonizado para comprender mejor y evaluar el mercado de seguros y la conducta de mercado del asegurador.

Mediante la Declaración Anual, los miembros del CCIR (que son los reguladores de conducta del mercado de seguros de Canadá) trabajan juntos para recopilar información de las aseguradoras con respecto a su gobierno corporativo, prácticas, políticas y trato justo de los clientes⁸.

Los miembros del CCIR se han comprometido a incrementar la cooperación y el intercambio de información para mejorar la protección de los clientes y asegurar el alineamiento con las mejores prácticas y estándares internacionales, en particular los Principios Básicos de Seguros (ICPs) de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS), en especial los principios 18 sobre Intermediarios, 19 sobre conducta en los negocios y 25 sobre Coordinación y Cooperación de los Supervisores.

La Declaración Anual es el primer esfuerzo colaborativo para recolectar inteligencia de conducta del mercado y reducirá la necesidad de que las aseguradoras tengan que presentar múltiples solicitudes de información similar en cada Provincia.

La información solicitada a los aseguradores a través de la Declaración Anual se incluye en las siguientes 8 categorías:

1. Gobierno Corporativo
2. Políticas Productos
3. Primas y Comisiones
4. Distribuidores
5. Gestión de Ventas e Incentivos
6. Siniestros
7. Informes de Reclamos
8. Protección de Información Personal

Las preguntas se han desarrollado teniendo en cuenta los Principios Básicos de Seguros (ICP por sus siglas en inglés) de la IAIS, así como los principios incluidos en la Guía de buenas prácticas comerciales⁹ de la Autoridad de los Mercados Financieros (AMF), publicada en junio de 2013.

Al recolectar esta información, los miembros del CCIR desarrollarán un mejor entendimiento del mercado de seguros, cultura y prácticas de aseguradoras, así como identificar, analizar y monitorear proactivamente las tendencias del mercado y los riesgos potenciales. En consecuencia, la Declaración Anual ayudará a los reguladores de seguros en sus esfuerzos para proteger mejor a los clientes y promover un mercado de

⁷ <https://lautorite.qc.ca/en/professionals/insurers/market-conduct/>

⁸ <https://www.ccir-ccra.org/Documents/View/2822>

⁹ https://lautorite.qc.ca/fileadmin/lautorite/reglementation/lignes-directrices-assurance/ligne-directrice-saines-pratiques-commerciales_an.pdf

seguros saludable.

Guía sobre Conducta de Negocios de Seguros y Trato Justo a Clientes¹⁰

Los miembros del CCIR están comprometidos a observar, cuando sea razonable, los ICPs que incluyen fomentar la cooperación, promover el intercambio de información y comunicación y facilitar una mejor coordinación. Este compromiso se afirmó en 2018, con la publicación de la Guía sobre Conducta de Negocios de Seguros y Trato Justo a Clientes.

Basada en los ICPs, la Guía sobre Conducta de Negocios de Seguros y Trato Justo a Clientes, la Guía, establece la visión de los miembros del Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros ("CCIR") y las Organizaciones Reguladoras de Servicios de Seguros Canadienses ("CISRO"), incluidas sus expectativas (en función de la autoridad respectiva) en relación con la conducción del negocio de seguros y trato justo a los Clientes.

Esta guía proporciona a las aseguradoras e intermediarios la libertad necesaria para determinar las estrategias, políticas, procesos, procedimientos y controles necesarios que se aplican a la oferta de productos y servicios de seguros a los clientes en función de la naturaleza, el tamaño y la complejidad de sus actividades, teniendo en cuenta las obligaciones regulatorias de las aseguradoras para facilitar el logro de los resultados de los Clientes reflejados en esta guía.

Estableciendo una guía de lo que se espera de las aseguradoras e intermediarios en los siguientes ámbitos:

1. Conducta de negocios
2. Trato justo a clientes
3. Cultura empresarial
4. Relaciones entre aseguradoras e intermediarios
5. Relaciones con las autoridades reguladoras
6. Resultados y expectativas del cliente

A modo de ejemplo, a continuación, se describen Conducta de negocios y Trato justo a clientes.

1. Conducta de Negocios:

En la conducción del negocio de seguros, se espera que los aseguradores e intermediarios:

- ✓ Actuar con la debida habilidad, cuidado y diligencia al tratar con los Clientes;
- ✓ Mantener buenas y sólidas relaciones entre ellos y con las autoridades reguladoras;
- ✓ Establecer e implementar políticas y procedimientos sobre el trato justo de los Clientes, como parte integral de su cultura empresarial;
- ✓ Actuar de conformidad con las leyes, reglamentos y directrices a las que están sujetos;
- ✓ Promover productos y servicios de manera clara, justa y no engañosa;
- ✓ Proporcionar a los Clientes información precontractual y contractual oportuna, clara y adecuada;
- ✓ Tener en cuenta las circunstancias reveladas de un Cliente cuando ese Cliente recibe asesoramiento y antes de celebrar contratos de seguro;
- ✓ Evitar o gestionar adecuadamente cualquier posible conflicto de intereses antes de celebrar un contrato de seguro;
- ✓ Manejar las quejas de manera oportuna y justa;
- ✓ Tener y utilizar políticas y procedimientos apropiados para la protección y uso de la información del Cliente; y

¹⁰ <https://www.ccir-ccra.org/Documents/View/3450>

- ✓ Tener acuerdos contractuales entre ellos, que aseguren un trato justo a los Clientes.

Además, se espera que las aseguradoras:

- ✓ Tener en cuenta los intereses de los grupos de consumidores objetivo al desarrollar y distribuir productos de seguros;
- ✓ Políticas de servicio adecuadas a lo largo del ciclo de vida del producto;
- ✓ Divulgar información sobre cualquier cambio contractual que ocurra durante el ciclo de vida del contrato al asegurado;
- ✓ Divulgar información relevante según el tipo de producto de seguro al asegurado;
- ✓ Manejar reclamos de manera oportuna y justa.

2. Trato Justo a Clientes:

El trato justo a los clientes engloba conceptos como el comportamiento ético, actuar de buena fe y la prohibición de prácticas abusivas.

Garantizar un trato justo a los Clientes comprende lograr resultados tales como:

- ✓ Desarrollar, comercializar y vender productos de una manera que anteponga los intereses de los Clientes a los propios;
- ✓ Proporcionar a los Clientes información precisa, clara, no engañosa y suficiente antes, durante y después del punto de venta, que les permitirá tomar decisiones informadas;
- ✓ Minimizar el riesgo de ventas que no sean adecuadas a las necesidades de los clientes;
- ✓ Asegurarse de que cualquier consejo proporcionado sea pertinente;
- ✓ Tratar las reclamaciones, quejas y disputas del Cliente de manera justa y oportuna;
- ✓ Proteger la privacidad de la información del Cliente.

Los ICPs y la Guía, combinados con la creciente complejidad en el mercado de seguros, han vuelto a enfatizar la importancia del trabajo conjunto para los miembros del CCIR y se espera que resulten en un mejor uso de los recursos regulatorios, una mejor identificación de los problemas de conducta del mercado y respuestas regulatorias más proactivas, así como niveles similares de protección al consumidor en provincias y territorios.

3. Unión Europea (EIOPA)

La European Insurance and Occupational Pensions Authority¹¹ (EIOPA, por sus siglas en inglés) es un órgano consultivo independiente de la Comisión Europea, del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea (UE). Es una de las agencias de la UE que llevan a cabo tareas jurídicas, técnicas o científicas específicas y proporcionan asesoramiento basado en pruebas para ayudar a formular políticas y leyes informadas tanto a nivel de la UE y como a nivel nacional.

Los principales objetivos de EIOPA son:

- ✓ Mejorar la protección de los consumidores, reconstruyendo la confianza en el sistema financiero.
- ✓ Asegurar un nivel elevado, eficaz y coherente de regulación y supervisión teniendo en cuenta los diversos intereses de todos los Estados miembros y la naturaleza diferente de las instituciones financieras.
- ✓ Lograr una mayor armonización y aplicación coherente de las normas aplicables a las instituciones y mercados financieros de la Unión Europea.
- ✓ Fortalecimiento de la supervisión de los grupos transfronterizos.
- ✓ Promover una respuesta coordinada de la Unión Europea (UE) en materia de supervisión.

Las principales responsabilidades de EIOPA consisten en apoyar la estabilidad del sistema financiero, la transparencia de los mercados y los productos financieros, así como la protección de los asegurados y los beneficiarios de los planes de pensiones. La EIOPA está encargada de supervisar e identificar las tendencias, los riesgos potenciales y las vulnerabilidades derivadas del nivel micro-prudencial, a través de las fronteras y entre sectores.

Para tener en cuenta las condiciones específicas en los mercados nacionales y la naturaleza de las instituciones financieras, el Sistema Europeo de Supervisión Financiera es una red integrada de autoridades nacionales y europeas de supervisión que proporciona los vínculos necesarios entre los niveles macro y micro prudencial, dejando la supervisión del día a día a nivel nacional. EIOPA se rige por su Junta de Supervisores, que integran las autoridades nacionales competentes (NCA por sus siglas en inglés) en el ámbito de los seguros y las pensiones de cada Estado miembro. Las autoridades nacionales de supervisión de la Unión Europea son una fuente de conocimientos e información sobre temas de seguros y pensiones.

Estrategia de EIOPA hacia un Marco Integral Preventivo y Basado en Riesgos para la Supervisión de la Conducta de Negocios¹²

En enero de 2016 EIOPA publica documento que establece el Enfoque Estratégico para desarrollar un marco integral preventivo y basado en riesgo para la supervisión de conducta de negocios a nivel europeo.

Lo anterior, bajo el mandato que se refiere el reglamento fundacional de EIOPA sobre "fomentar la protección de los asegurados, afiliados y beneficiarios de planes de pensiones" y en varias disposiciones legales del mismo reglamento, en concreto, los artículos N°s 1, 8, 9, 29 y 35¹³.

Las disposiciones anteriores, se complementan con legislación sectorial europea específica; por ejemplo, el artículo N° 27 de Solvencia II¹⁴ establece que las autoridades de supervisión deben contar con todos los medios necesarios para lograr sus objetivos, entre ellos, la protección de los asegurados y beneficiarios.

Por su parte, los artículos N°s 15 y 16 del Reglamento sobre productos de inversión retail minoristas y basados en seguros (PRIIP)¹⁵, exige específicamente que EIOPA controle el mercado, en este caso para productos de inversión basados en seguros y, cuando proceda, restringir o prohibir temporalmente dichos productos en la Unión Europea.

¹¹ https://www.eiopa.europa.eu/about/mission-and-tasks_en

¹² https://register.eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-16-015_EIOPA_Strategy_on_Conduct_Supervision_Framework_sanitised.pdf

¹³ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:331:0048:0083:EN:PDF>

¹⁴ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:335:0001:0155:en:PDF>

¹⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R1286&qid=1450195857264&from=EN>

Uno de los objetivos estratégicos de EIOPA es garantizar la transparencia, la sencillez, la accesibilidad y la equidad en el mercado interior para los consumidores, basado en sus atribuciones de asumir un papel de liderazgo en la promoción de la transparencia, la simplicidad y la equidad en el mercado de productos o servicios financieros de consumo en todo el mercado interior y, de desarrollar metodologías comunes para evaluar el efecto de las características de los productos y los procesos de distribución en la posición financiera de las instituciones y en la protección del consumidor.

Esto proporciona una base clara para las herramientas necesarias para implementar un marco de supervisión de conducta de negocios.

EIOPA reconoce que se ha generado una pérdida de confianza en el consumidor compuesta por la asimetría de la información existente y la falta de educación financiera, existiendo una clara necesidad de una cultura centrada en el consumidor con un enfoque distinto al actual, en el cual la supervisión y regulación de la conducta de negocios está basada en los puntos de ventas, enfoque que ha demostrado ser insuficiente para evitar las malas ventas.

El enfoque de la EIOPA para la protección del consumidor debe centrarse en todo el ciclo de vida del producto con un mayor énfasis en la supervisión preventiva de la conducta basada en el riesgo.

En vista de esto, la perspectiva de la EIOPA debe ampliarse a toda la cadena de valor y fortalecer el enfoque en los riesgos y su prevención, centrándose en áreas claves como el lenguaje común, la metodología y los indicadores tanto cualitativos como cuantitativos.

Enfoque estratégico de EIOPA para la Supervisión Preventiva de la Conducta Basada en Riesgos

El marco de supervisión se basará en un enfoque de dos vertientes:

- ✓ **Basado en Riesgos:** identificar la profundidad y la escala de los problemas y centrar las prioridades y los recursos donde más importan para construir una perspectiva y un enfoque de supervisión común dentro de la UE, con un seguimiento constante y una capacidad "dinámica" para responder a la innovación y el cambio; y
- ✓ **Preventivo/Proactivo:** anticipar el detrimento del consumidor en una etapa temprana, en lugar de simplemente reaccionar después de la aparición de problemas, resuelva los problemas del futuro, en lugar del pasado. Esto solo puede hacerse mediante un enfoque prospectivo, que se concentre en cómo identificar y abordar mejor, de manera oportuna y eficaz, los riesgos emergentes para los consumidores. El seguimiento del mercado, la recopilación de datos y la capacidad de analizar datos de forma inteligente son cruciales para este enfoque.

Central a estos dos aspectos, el desarrollo del marco de supervisión descansará en la información recolectada por las autoridades nacionales miembros de carácter cuantitativo y cualitativo, a través de diversas herramientas, tales como:

- ✓ **Informes de tendencias del consumidor/encuestas ad hoc**¹⁶, que proporcionan un panorama de los casos existentes de perjuicio al consumidor en los mercados de seguros y pensiones, a través de intercambios cuantitativos y cualitativos de información sobre protección del consumidor entre EIOPA y las Autoridades Nacionales miembros, así como servir de herramienta valiosa en la detección de tendencias de perjuicio de consumidores y de riesgo emergentes.
- ✓ **Revisiones temáticas**¹⁷, las que se utilizan para centrarse en una actividad o un producto financiero específico que perjudique al consumidor o cree una barrera para el funcionamiento eficaz de un mercado minorista o la obtención de buenos resultados para el consumidor, permitiendo que EIOPA investigue un riesgo específico, lo que lleva a un análisis más profundo que el obtenido a través de las herramientas normales.

¹⁶ https://www.eiopa.europa.eu/reports-and-data-consumer-protection_en?source=search

¹⁷ https://www.eiopa.europa.eu/reports-and-data-consumer-protection_en?source=search

- ✓ **Indicadores de riesgo retail**¹⁸, tales como ratios de siniestros, ratios combinados, niveles de comisión y ratios de caducidad/rescate. Estos indicadores tienen como objetivo, por ejemplo, medir la rentabilidad (siniestros y ratios combinados), o las prácticas de distribución y la rentabilidad (niveles de comisión) o la movilidad del consumidor (caducidad) en relación con determinados productos de seguros y/o prácticas de distribución.

Este tipo de indicadores permiten evaluar de manera preventiva los efectos de las características del producto y los procesos de distribución en la protección del consumidor; y, determinar si el detrimento o perjuicio del consumidor en cuestión es un problema puramente nacional o si es un problema común en varios países de la UE.

Informe de Tendencias del Consumidor

Corresponde a un ejercicio anual, sobre cambios en el comportamiento de los consumidores, incluidos los tipos de productos y servicios que se compran y cambios en su funcionamiento en la práctica para los consumidores. Las tendencias incluyen nuevos riesgos potenciales para el consumidor, así como desarrollos con efectos positivos. El análisis se publica en un informe anual de tendencias del consumidor.

En el informe de diciembre de 2019, en la sección metodológica, se describe que, en cuanto a la información cualitativa, se solicitó a las autoridades nacionales competentes que completaran cuatro encuestas: dos para seguros y dos para pensiones. Las dos encuestas cubrieron (1) los tres principales problemas de los consumidores, desarrollo positivo y trabajo temático y (2) innovaciones financieras.

Por su parte, en cuanto a los datos cuantitativos para el sector de seguros, las autoridades nacionales competentes proporcionaron datos sobre contratos vendidos para una serie de categorías de productos para seguros y sobre el número de miembros activos y asegurados para pensiones. Además, también proporcionaron datos sobre reclamos.

Asimismo, el informe se nutre de los indicadores de riesgo retail, basados en datos de Solvencia II, con el propósito de ayudar a identificar áreas potenciales de preocupación.

A continuación, algunos de los indicadores utilizados en este informe y las posibles explicaciones de las tendencias relevantes:

- ✓ **Crecimiento de primas:** un alto crecimiento podría ser un signo de buenas políticas de consumo o tendencias generales del mercado, así como un cambio en el modelo comercial. También podría estar relacionado con prácticas de ventas agresivas, particularmente si se combina con altas comisiones.
- ✓ **Índice de siniestros:** los índices de siniestros pueden ayudar a evaluar si un producto tiene una "buena relación calidad-precio" para los consumidores o si se ha identificado el mercado objetivo adecuado. Un período prolongado de ratios de siniestros bajos o reducciones bruscas puede ser causado por rechazos de siniestros altos o pagos de siniestros bajos, lo que indica una posible venta indebida y una mala redacción de los contratos. Sin embargo, una disminución también podría estar relacionada con desarrollos positivos o factores externos; por ejemplo, una disminución en la tasa de siniestralidad del seguro de automóviles podría significar menos accidentes automovilísticos. Las variaciones en los índices de siniestros también podrían relacionarse con otros indicadores, ya que los índices de siniestros son medidas relativas basadas en dos valores (Primas y el monto total pagado en siniestros). Los índices de siniestros bajos y persistentes, si se relacionan con pagos bajos o rechazos de siniestros altos, podrían conducir a un aumento en los reclamos relacionadas con siniestros.

Datos de gestión de siniestros:

- Un alto porcentaje de siniestros rechazados podría indicar una posible venta indebida o una redacción deficiente de los contratos / diseño del producto. Por otro lado, también podría significar que los consumidores pueden no estar documentando sus declaraciones de siniestros de manera adecuada o que pueden presentar declaraciones por cuestiones no cubiertas. Un bajo porcentaje de siniestros rechazados, junto con una baja tasa de siniestros, también podría indicar un "exceso de seguro".

¹⁸[https://register.eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-BoS-15-260%20%20Retail Risks Indicators Methodology Report update-15-02-2016.pdf](https://register.eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-BoS-15-260%20%20Retail%20Risks%20Indicators%20Methodology%20Report%20update-15-02-2016.pdf)

- Un alto porcentaje de siniestros aún abiertos al final del año puede indicar retrasos en el proceso de gestión de siniestros.
- Un alto porcentaje de siniestros rechazados o aún abiertos al final del año puede dar lugar a un gran número de reclamos relacionados con siniestros y, a largo plazo, a una disminución en los índices de siniestros.
- ✓ **Tasas de comisión:** las tasas de comisión altas podrían proporcionar incentivos para que los intermediarios vendan productos a los consumidores con el propósito de generar comisiones. Sin embargo, las altas tasas de comisión también deben considerarse junto con otros factores relacionados con las estructuras de gobierno corporativo, incluido lo que se tiene en cuenta en las políticas de remuneración específicas. Además, los diferentes modelos de distribución pueden generar diferencias en las tasas de comisión.
- ✓ **Ratio combinado:** un ratio combinado inferior al 100% es un indicador de que la empresa está obteniendo beneficios. Las ganancias elevadas pueden indicar productos que ofrecen poco valor a los consumidores o pueden indicar altos incentivos para un comportamiento inadecuado de ventas o marketing.
- ✓ **Cancelaciones:** un valor alto de cancelaciones podría significar problemas con el producto, incluida una posible venta indebida y/o también podrían significar cambios unilaterales de pólizas por parte de un agente o intermediario.
- ✓ **Índice de nuevos contratos:** este indicador debe leerse junto con la información sobre las tasas de comisión; un índice de contratos nuevos muy bajo podría explicar las tasas de comisión altas porque la variable se basa en el nivel de primas. Las altas tasas de contratos nuevos también pueden explicar las altas tasas de comisión debido a un cambio en el modelo comercial o costos de adquisición significativos.

Marco de Evaluación de Riesgo de Conducta a través del Ciclo de Vida del Producto¹⁹

En febrero de 2019 EIOPA publica éste marco cuyo propósito es identificar los impulsores (drivers) del riesgo de conducta y las implicaciones de estos en la aparición de perjuicios al consumidor.

El marco se centra en el riesgo de conducta en todas las etapas del ciclo de vida del producto, es decir, desde el momento anterior a la celebración de un contrato, hasta el momento en que se hayan cumplido todas las obligaciones estipuladas en dicho contrato.

El marco considera una definición amplia de riesgo de conducta para abarcar una perspectiva global, tomando lo definido por la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS), que establece que el riesgo de conducta es "el riesgo para los clientes, las aseguradoras, el sector de seguros o el mercado de seguros que surge de las aseguradoras y/o intermediarios que llevan a cabo sus negocios de una manera que no garantiza un trato justo a los clientes"²⁰.

Los riesgos considerados en este marco se pueden agrupar de la siguiente manera:

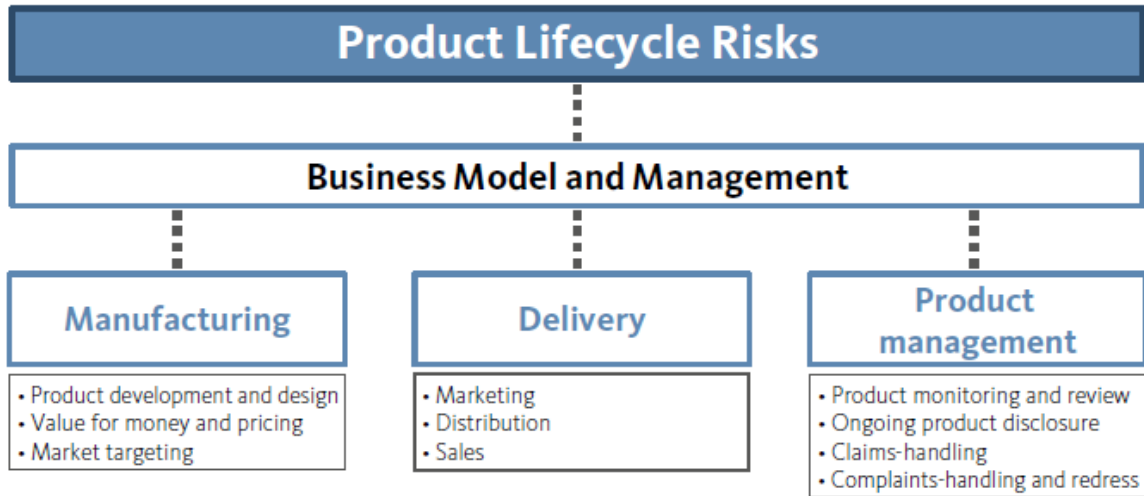
- ✓ **Modelo de negocio y gestión de riesgos:** riesgos que surgen de la forma en que las empresas estructuran, impulsan y gestionan su negocio y de las relaciones con otras entidades de la cadena de valor;
- ✓ **Riesgos de diseño:** riesgos que surgen de la forma en que las empresas de seguros diseñan los productos antes de su comercialización y cómo se orientan a los clientes;
- ✓ **Riesgos de distribución:** riesgos que surgen en la introducción de los productos de seguros en el mercado y de la interacción entre los clientes y las empresas de seguros/ intermediarios en los puntos de venta;

¹⁹ https://www.eiopa.europa.eu/content/framework-assessing-conduct-risk-through-product-lifecycle_en

²⁰ <https://www.iaisweb.org/file/57927/issues-paper-on-conduct-of-business-risk-and-its-management>

- ✓ **Riesgos de la gestión de productos:** riesgos que surgen después de la venta del producto de seguro y la forma en que las empresas de seguros/intermediarios interactúan con los clientes y les prestan servicios hasta que todas las obligaciones estipuladas en el contrato se hayan cumplido.

Diagrama de mapeo de los riesgos descritos anteriormente:



4. National Association of Insurance Commissioners, NAIC²¹

La Asociación Nacional de Comisionados de Seguros, NAIC, por sus siglas en inglés, es la organización de apoyo regulatorio y de establecimiento de estándares de EE. UU, creada en 1871 para abordar la necesidad de coordinar la regulación de las aseguradoras que operan en múltiples estados y gobernada por los principales reguladores de seguros de los 50 estados, el Distrito de Columbia y cinco territorios de EE. UU. A través de la NAIC, los reguladores de seguros estatales establecen estándares y mejores prácticas, llevan a cabo revisiones por pares y coordinan su supervisión regulatoria.

La misión de la NAIC es apoyar a los reguladores de seguros estatales, individual y colectivamente, a servir el interés público y lograr los siguientes objetivos regulatorios de seguros fundamentales de una manera receptiva, eficiente y rentable, de acuerdo con los objetivos de sus miembros.

- ✓ Proteger el interés público;
- ✓ Promover mercados competitivos;
- ✓ Facilitar el trato justo y equitativo de los consumidores de seguros;
- ✓ Promover la confiabilidad, solvencia y solidez financiera de las instituciones de seguros; y
- ✓ Apoyar y mejorar la regulación estatal de seguros.

Ley Prácticas Comerciales Deshonestas (Unfair Trade Practices Act, MO880)²²

Emitida en enero de 2004, el propósito de esta Ley es regular las prácticas comerciales en el negocio de los seguros al definir o disponer la determinación de todas las prácticas que constituyan métodos desleales de competencia o actos o prácticas desleales o engañosas y al prohibir las prácticas comerciales así definidas o determinadas.

Prácticas comerciales definidas

Una práctica comercial desleal de una aseguradora se produce si:

- Se comete de forma flagrante y consciente
- Se ha cometido con tal frecuencia que indica una práctica comercial habitual en la que se utiliza ese tipo de conducta.

Prácticas comerciales deshonestas

Cualquiera de las siguientes prácticas, se definen como prácticas comerciales desleales en el negocio de los seguros:

- Declaraciones y publicidad falsas de pólizas de seguro
- Información y publicidad general falsa
- Difamación
- Boicot, coacción e intimidación
- Estados financieros falsos
- Discriminación injusta
- Registro de grupos prohibidas
- No mantener registros de marketing y rendimiento
- No mantener procedimientos y/o procesos de administración de reclamos

²¹ https://content.naic.org/index_about.htm

²² <https://content.naic.org/sites/default/files/inline-files/MDL-880.pdf>

- Tergiversación en solicitudes de seguros
- Prácticas deshonestas de asesoramiento financiero
- No proporcionar historial de siniestros

Regulación de Conducta de Mercado

Un componente esencial de la regulación de seguros es la supervisión adecuada de las formas en que las compañías de seguros distribuyen sus productos en el mercado, es decir, la regulación de la conducta del mercado (regulación de mercado), cuyo objetivo fundamental es garantizar el bienestar de los consumidores y mantener la confianza del público en la industria de seguros.

La regulación del mercado intenta garantizar que se cobre a los consumidores precios de seguros justos y razonables. También se esfuerza por garantizar que los consumidores tengan acceso a productos de seguros beneficiosos y compatibles, y estén protegidos contra las aseguradoras que no operen de manera legal y justa para los consumidores.

Manual de Regulación de Conducta de Mercado

Elaborado en 2005 como una herramienta guía para una comprensión básica del mercado de seguros a través del análisis de mercado, que servirá como base para futuras actividades de supervisión del mercado, tales como investigaciones adicionales o exámenes de conducta del mercado diseñados para abordar problemas de cumplimiento y proporcionar orientación y fomentar las prácticas uniformes de regulación del mercado de seguros.

Los estados han agregado recientemente el análisis de mercado como una herramienta adicional para mejorar la regulación del mercado. El propósito del análisis de mercado es identificar, evaluar y priorizar los problemas de conducta del mercado que pueden tener un impacto adverso sustancial en los consumidores, asegurados y demandantes.

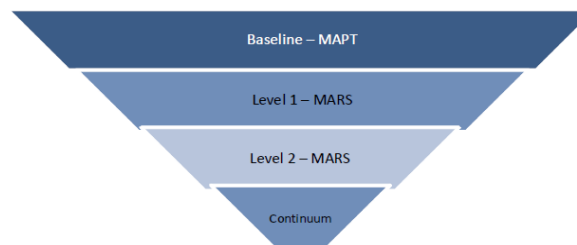
Marco de Análisis de Conducta de Mercado²³

Análisis que permite identificar eventos de conducta de mercado lo antes posible dentro de un marco regulatorio eficaz y eficiente.

Objetivos:

- ✓ Identificar compañías para análisis
- ✓ Identificación de eventos de mercado
- ✓ Predecir incumplimiento

Descansa sobre un proceso por etapas, desde el mercado como un todo, hacia un número manejable de compañías. A medida que se avanza en las etapas, la información aumenta de volumen y detalle.



- Baseline: Summary data – marketplace (state, regional, national) – MAPT
- Level 1: Summary data – company-specific (state and national) – MARS
- Level 2: Summary and transactional data – company-specific – MARS
- Continuum: Transactional data – company- and/or issue-specific – MITS

²³ https://www.naic.org/cipr_newsletter_archive/vol5_market_conduct_framework.pdf

Descripción Modelo

Análisis Base

Tiene como objetivo priorizar compañías para análisis, utilizando indicadores en una herramienta de priorización. Asigna scores para las compañías en distintas categorías, tales como reclamos y acciones de supervisión.

Nivel 1

Comprende un análisis más detallado de las compañías seleccionadas en el nivel anterior, teniendo como foco concentrar la atención en operaciones específicas de la compañía para dar respuesta a las inquietudes detectadas en el análisis previo. Este nivel de análisis se enfoca en un proceso guiado en base a preguntas y debe brindar una visión clara de la situación financiera general de la empresa y los posibles problemas de conducta del mercado.

Nivel 2

Análisis con información más detallada, a nivel transaccional, requiere dar respuestas detalladas del analista y registrar los hallazgos en 6 áreas de interés, reclamos, actividades continuas, exámenes, comunicaciones interdepartamentales, análisis de mercado y acciones de supervisión.

Continuum

La actividad continua es cualquier respuesta regulatoria a un problema de conducta del mercado. La gama de posibles respuestas se conoce como un continuo debido a la multitud de formas posibles de trabajar con las empresas para comprender y resolver los problemas de conducta del mercado.

Las posibles respuestas pueden variar desde una llamada telefónica o una carta hasta auditorías y exámenes, tales como una entrevista o una encuesta.

Un análisis de mercado exitoso da como resultado un uso eficiente de los recursos del departamento de seguros y proporcionará suficiente información para permitirle al departamento determinar qué tipo de respuesta regulatoria se necesita para resolver un problema de conducta del mercado.

5. Australian Securities and Investments Commission (ASIC)²⁴

Australia tiene un modelo de dos cumbres (“twin peaks”) en el cual la Autoridad Australiana de Regulación Prudencial (APRA) es responsable de la supervisión prudencial de la banca, las aseguradoras y los fondos de jubilación, mientras que la Comisión Australiana de Valores e Inversiones (ASIC) es responsable de promover la integridad del mercado y la protección de los consumidores en todos los servicios financieros y sistemas de pago.

- **APRA:** Es responsable de promover la gestión prudente de las entidades reguladas para que puedan cumplir con sus obligaciones financieras en todas las circunstancias razonables.
- **ASIC:** Regula la conducta, a fin de mantener, facilitar y mejorar el funcionamiento del sistema financiero, promover la participación de inversores y consumidores en el sistema financiero con confianza e información; y supervisar y promover la integridad del mercado y la protección de los consumidores en relación con el sistema financiero.

La ASIC es un organismo gubernamental australiano independiente, creado y administrado en virtud de la Ley de la Comisión Australiana de Valores e Inversiones de 2001 (Ley ASIC). Regula los servicios financieros y los créditos de consumo, y los mercados financieros autorizados que operan en Australia.

Respecto a los **servicios financieros**, la ASIC otorga licencias y supervisa a las empresas de servicios financieros buscando asegurar una operación eficiente, honesta y justa. Estos negocios normalmente se ocupan de la jubilación, fondos administrados, acciones y valores de la empresa, derivados y seguros.

En relación a los **créditos de consumo**, otorga licencias y regula a las personas y empresas que participan en actividades de crédito de consumo (incluidos bancos, cooperativas de crédito, empresas financieras y agentes hipotecarios y financieros). Se asegura que los licenciatarios cumplan las normas - incluyendo sus responsabilidades con los consumidores - establecidas en la Ley Nacional de Protección del Crédito al Consumidor de 2009.

Por último, en lo concerniente a los **mercados**, la ASIC evalúa la eficacia con la que los mercados financieros autorizados cumplen con sus obligaciones legales de operar mercados justos, ordenados y transparentes. Asimismo, asesora al Ministro respecto a la autorización de nuevos mercados y supervisa la negociación en los mercados nacionales de acciones, derivados y futuros con licencia de Australia.

5.1 Obligaciones del licenciatario de AFS

Para realizar un negocio de servicios financieros es necesario contar con una licencia de Servicios Financieros de Australia (AFS). En particular, la regulación establece que es posible necesitar una licencia AFS si parte del negocio es:

- Proporciona asesoramiento sobre productos financieros a clientes.
- Negocia un producto financiero.
- Crea un mercado para un producto financiero.
- Opera en un esquema registrado.
- Proporciona un servicio de custodia o depósito, o
- Proporciona servicios tradicionales de sociedades fiduciarias.

Se menciona, además, que los consumidores deben saber que el proceso de concesión de licencias es una evaluación puntual del titular de la licencia, no de sus propietarios o empleados y que tener una licencia de AFS no garantiza la probidad o la calidad de los servicios del licenciatario.

Sin embargo, la ASIC establece lineamientos y obligaciones a los licenciatarios que deben cumplir. En específico, la ASIC señala que todos los licenciatarios de servicios financieros australianos (AFS) tienen la obligación general de prestar servicios financieros eficientes, honestos y justos.

²⁴ <https://asic.gov.au/>

Al respecto, la ASIC cuenta con un informe de infracciones de los titulares de licencias de AFS²⁵, en el cual los licenciarios del AFS deben notificar por escrito cualquier incumplimiento (o probable incumplimiento) significativo de sus obligaciones tan pronto como sea posible, y, en cualquier caso, dentro de los diez días hábiles siguientes a haber tenido conocimiento de la infracción o posible infracción.

Los licenciarios de AFS poseen obligaciones generales sobre (todos contenidos y detallados en diferentes guías regulatorias que pone a disposición la ASIC):

Obligaciones Generales
Conducta y divulgación
La prestación de servicios financieros
La competencia, conocimiento y habilidades de sus gestores responsables
La formación y competencia de sus asesores financieros y representantes autorizados
Asegurar que sus asesores financieros y representantes autorizados cumplan con las leyes de servicios financieros
Cumplimiento, gestión de conflictos de interés y gestión de riesgos
Adecuación de sus recursos financieros, tecnológicos y humanos
Acuerdos de resolución de disputas y compensación (si sus clientes incluyen clientes minoristas).

Cabe agregar que, en enero de 2019, comenzaron a aplicarse estándares profesionales para asesores financieros, la cual establece que los licenciarios del AFS tienen la obligación de garantizar que sus asesores financieros cumplan con estos estándares (esto incluye notificar a la ASIC cuando los asesores financieros han cumplido (o incumplido) las normas). En particular, los estándares profesionales requieren que los asesores financieros:

- Tengan una aprobada calificación.
- Aprueben el examen FASEA con el fin de probar la aplicación práctica de sus conocimientos en áreas de competencia clave.
- Participen en programas de 40 horas de desarrollo profesional continuo (CPD) al año para mantener y ampliar sus capacidades, conocimientos y habilidades profesionales, y
- Cumplan con el Código de Ética de los asesores y planificadores financieros (un conjunto de principios y valores fundamentales en las áreas de comportamiento ético, atención al cliente, proceso de calidad y compromiso profesional).

5.2 Consumidores

La ASIC establece lineamientos respecto a los consumidores, impartiendo directrices de conducta para bancos, pensiones y seguros, generando un código de conducta/prácticas en cada caso.

1.- Bancos

La ASIC regula tanto los bancos como a los proveedores de servicios financieros, estableciendo y haciendo cumplir las normas bancarias, e investigando y actuando en contra de las faltas de conducta que se producen en el sector bancario.

En el caso de bancos las directrices relativa a los consumidores apuntan a:

- 1) Actuar profesionalmente,
- 2) Tratarlo de manera justa y priorizar sus mejores intereses,
- 3) Proporcionarle productos financieros que satisfagan sus necesidades,
- 4) Cumplir con sus obligaciones crediticias responsables y
- 5) Divulgación adecuada del proveedor (información sobre productos y servicios y cualquier costo y condición asociados).

Asimismo, tiene el rol de establecer y hacer cumplir estándares para la resolución de disputas (para esto

²⁵ <https://asic.gov.au/regulatory-resources/financial-services/breach-reporting-by-afs-licensees/>

requiere que todos los proveedores de servicios financieros sean miembros de la Australian Financial Complaints Authority (AFCA)²⁶ para que todos tengan acceso a esta organización imparcial e independiente para resolver sus quejas); tomar medidas contra los proveedores de servicios financieros que sean engañosos, induzcan a error o que no cumplan los requisitos reglamentarios; trabajar en estrecha colaboración con otras agencias gubernamentales APRA, Banco de la Reserva entre otros.

La ASIC señala que, si una persona presenta problemas con su banco o su cuenta bancaria, esta debe seguir tres pasos para resolver el problema con el banco o la institución financiera:

1. **Ponerse en contacto con el banco** y explicar el problema vía telefónica, en persona, o por escrito.
2. **Realizar una queja formal** en caso de que la persona no quede satisfecha con su respuesta o si el problema no se logra resolver, se debe preguntar al banco por su procedimiento de tramitación de quejas o buscarlo en su sitio web. La persona debe poner su queja por escrito usando los consejos de Moneysmart²⁷ sobre qué incluir en su carta.
3. **Quejarse al AFCA** si es que no recibe una respuesta en un tiempo razonable o no está satisfecho con la respuesta.

2.- Jubilación

La ASIC, junto a la APRA, tiene responsabilidades como regulador en virtud de la Ley de la Industria de Pensiones (Supervisión) de 1993 (Ley SIS)²⁸.

La ASIC se centra en el comportamiento de los fideicomisarios de los fondos de jubilación que afectan a los consumidores, esforzándose por garantizar que los consumidores reciban información adecuada, sean tratados de manera justa por personas calificadas, reciban información útil sobre sus productos e inversiones y puedan acceder a procedimientos adecuados de tramitación de reclamaciones.

El papel de ASIC en temas de jubilación incluye:

- Llevar a cabo actividades de supervisión y vigilancia centradas en la divulgación y las obligaciones de conducta de los fideicomisarios de jubilación
- Tomar medidas de ejecución en respuesta al incumplimiento de las leyes administradas por la ASIC
- Evaluar las solicitudes de licencia del Servicio Financiero Australiano (AFS)
- Ejercer poderes administrativos en relación con las licencias AFS y la divulgación
- Proporcionar orientación a la industria y asesoramiento sobre políticas al gobierno, y
- Proporcionar exenciones de las disposiciones de servicios financieros.

Respecto al procedimiento de quejas, la ASIC señala que, si una persona tiene una queja sobre un súper fondo (referido a un fondo de jubilación), primero se debe presentar una queja directamente al fondo, lo que le da la oportunidad al fondo de resolver la queja. Si la persona no queda satisfecha con la respuesta del fondo, puede presentar una queja ante la AFCA.

²⁶ La Autoridad Australiana de Reclamaciones Financieras (AFCA) es un sistema externo de resolución de disputas (EDR, en inglés) que trata las reclamaciones de los consumidores en el sistema financiero. La AFCA sustituye los tres antiguos sistemas de EDR, esto es, el Servicio del Defensor del Pueblo Financiero (FOS, en inglés), el Defensor del Pueblo de Crédito e Inversiones (CIO, en inglés) y el Tribunal de Reclamaciones de Pensiones (SCT, en inglés) con el objetivo de proporcionar a los consumidores acceso a un único sistema de EDR. Cabe señalar que la ASIC aprobó las Reglas de la AFCA, las que son efectivas para todas las reclamaciones presentadas a la AFCA a partir del 1 de noviembre de 2018. Por último, cabe mencionar que el AFCA no es un departamento o una agencia gubernamental, y no es un regulador de la industria de servicios financieros. Es una empresa sin fines de lucro, limitada por una garantía que se rige por un Consejo de Administración, que incluye un número igual de representantes de la industria y los consumidores.

²⁷ Moneysmart es un sitio web creado por la ASIC para consumidores e inversores, cuyo objetivo es ayudar a tomar medidas para mejorar las finanzas personales, utilizando una guía y herramientas en línea, que permiten estar mejor informado al tomar decisiones financieras. El sitio web tiene 27 calculadoras y cientos de páginas de orientación sobre: endeudamiento y crédito, pensiones y jubilación, presupuesto y ahorro, inversiones, estafas.

²⁸ La APRA junto con la Oficina Australiana de Impuestos (ATO) son co-reguladores de la industria de las pensiones. Por su parte, la ASIC y la APRA son las principales responsables de la supervisión de la Ley de Sociedades de 2001 y la Ley de la Industria de Pensiones (Supervisión) de 1993, respectivamente. La ATO tiene un papel regulador en relación con los fondos de jubilación auto gestionados (SMSFs, por sus siglas en inglés). Los súper fondos también tienen importantes obligaciones de información y administrativas para la ATO.

3.- Seguros

La ASIC otorga licencias y regula a las aseguradoras con el objetivo de que esta última trate al consumidor de manera honesta y justa, tomando medidas contra las aseguradoras que incumplan las leyes de servicios financieros. Incluso cuando las aseguradoras están siendo engañosas o están actuando inconscientemente.

Por lo general, no actúa en nombre de las personas y solo toma medidas cuando ello resulte en un impacto mayor en el mercado y beneficie al público en general de manera ampliada.

El papel de ASIC es garantizar que las aseguradoras y los corredores de seguros cumplan con:

- Ofrecer seguros de manera eficiente, honesta y justa.
- Emplear personal calificado que esté capacitado para desempeñar su función.
- Utilizar la publicidad para informar a los consumidores, en lugar de engañarlos.
- Dar a los consumidores la información adecuada sobre los productos y hacerlo en el momento preciso.
- Informar de inmediato cualquier incumplimiento significativo de una ley de servicios financieros.
- Manejar las quejas de forma adecuada, incluso aceptando las decisiones de la AFCA.

Asimismo, la ASIC espera que las aseguradoras:

- Traten a los clientes de forma honesta y justa.
- Antepongan siempre los intereses de los clientes a sus intereses comerciales.
- Ofrezcan a los clientes solo productos y servicios que ofrezcan una buena relación precio-calidad.
- Evalúen las reclamaciones de seguro con prontitud y pagar las reclamaciones admisibles.
- Compensen a los clientes si como resultados de un mal comportamiento de las aseguradoras los clientes incurrir en pérdidas.

Cabe agregar que, es requisito legal para las aseguradoras, proporcionar una declaración de divulgación de producto para cada producto de servicios financieros que ofrecen (*Insurance Product Disclosure Statements -PDS-*). La ASIC establece estándares regulatorios para los PDS, con el fin de garantizar que estos sean claros, precisos y completos. Un PDS proporciona información importante - sobre exclusiones, límites y otras condiciones - que los consumidores necesitan al comparar y elegir el mejor producto de seguro.

Para la resolución de problemas con las compañías de seguros, la ASIC dispone los mismo tres pasos señalados para bancos, esto es, (1) contactar a la aseguradora; (2) realizar una queja formal y (3) presentar una queja al AFCA en caso de no recibir una respuesta en un tiempo razonable o no estar satisfecho con la respuesta.

Adicionalmente, la ASIC cuenta con una guía específica respecto a cómo abordar las disputas sobre seguros de vida²⁹. En particular, el primer paso consiste en tratar de resolverlo directamente a través del proceso de resolución de disputas internas (IDR por sus siglas en inglés) de la firma financiera. En caso de haber pasado por el proceso de IDR con una firma financiera y no se está satisfecho con la respuesta, el segundo paso es llevar la queja al AFCA (en algunas quejas existen ciertos límites monetarios con los que la AFCA puede tratar).

5.3 Panel Disciplinario de Mercados³⁰

La ASIC cuenta con un Panel Disciplinario de Mercados (MDP, por sus siglas en inglés). Este es un panel de revisión entre pares del que del que se forman paneles para tomar decisiones sobre si los participantes en el mercado deben dar avisos de infracción por supuestos incumplimientos de las normas de integridad del mercado.

El MDP cuenta con un registro de resultados, el cual contiene todos los resultados de sus decisiones en relación con presuntas infracciones de las normas de integridad del mercado.

²⁹ <https://asic.gov.au/about-asic/contact-us/how-to-complain/disputes-about-life-insurance/>

³⁰ <https://asic.gov.au/regulatory-resources/markets/markets-disciplinary-panel/>

En el registro se publican los detalles de los asuntos en los que el MPD ha decidido que debe darse una notificación de infracción, las cuales suelen ir acompañadas de un comunicado de prensa.

En los casos en que el MPD no realice hallazgos desfavorables, el registro incluirá un resumen de dicho hallazgo, el que en general, no incluirá el nombre del participante del mercado³¹.

³¹ <https://asic.gov.au/regulatory-resources/markets/markets-disciplinary-panel/mdp-outcomes-register-2014-present/>

6. Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP)

En España, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), organismo estatal que forma parte del Ministerio de Economía y Empresa (Real Decreto 1046/2018), es el órgano destinado a supervisar y controlar tanto los fondos de pensiones como el sector de los seguros, con el fin de proteger a los clientes o perjudicados por tales productos.

El sistema de supervisión en España es sectorial: con un supervisor para la banca (Banco de España), otro para los seguros (DGSFP) y otro para los mercados (CNMV).

Las normas sobre conductas de mercado se encuentran recogidas en el capítulo VII del título II de la Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (LOSSEAR).

Se trata de normas sobre pólizas y tarifas, deber de información al tomador y mecanismos de solución de conflictos entre otras.

6.1 Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (LOSSEAR)

1.- Pólizas y Tarifas

En relación a pólizas y tarifas, la ley señala que:

- Las tarifas de primas deberán fundamentarse en bases técnicas y responderán a un régimen de libre competencia en el mercado de seguros.
- Las condiciones contractuales y modelos de pólizas, las tarifas de primas y las bases técnicas no estarán sujetas a autorización administrativa ni deberán ser objeto de remisión sistemática a la DGSFP, sin perjuicio de que podrán requerirse siempre que sea pertinente.

2.- Deber de Información

En cuanto al deber de información, la ley señala que:

- La aseguradora deberá informar al tomador sobre el Estado miembro y la autoridad a los que corresponde el control de la actividad de la propia entidad aseguradora.
- Antes de celebrar un contrato, la entidad aseguradora deberá informar por escrito al tomador sobre la legislación aplicable al contrato, sobre las disposiciones relativas a las reclamaciones que puedan formularse y sobre los demás extremos que se determinen reglamentariamente.
- Informar en forma clara y precisa el importe a percibir diferenciando el caso de seguros de vida en que el tomador asume (considerando fluctuaciones del mercado) o no asume el riesgo de inversión (rentabilidad esperada considerando todos los costos).
- En seguros de deceso o enfermedad, informar sobre los criterios a aplicar para la renovación de la póliza y actualización de las primas.
- Se deberá informar (en seguros de vida) modificaciones de la información inicialmente suministrada y, asimismo, sobre la situación de su participación en beneficios, en los términos y plazos que reglamentariamente se determinen. Dicha información será accesible, facilitándose en los formatos y canales adecuados a las necesidades de las personas con discapacidad, de forma que puedan acceder efectivamente a su contenido sin discriminaciones y en igualdad de condiciones.

3.- Solución de Conflictos y Otras Disposiciones

En cuanto a la solución de conflictos y otras disposiciones contenidas en la ley, se hace mención a mecanismos para la solución de conflictos, así como en temas relativos a publicidad, protección de datos y fraude.

3.1.- Mecanismos de solución de conflictos

- Conflictos entre tomadores de seguro, asegurados, beneficiarios, terceros perjudicados o derechohabientes con entidades aseguradoras se resolverán por jueces y tribunales competentes, árbitros o mediadores.
- Las entidades aseguradoras estarán obligadas a atender y resolver las quejas y reclamaciones que los tomadores, asegurados, beneficiarios, terceros perjudicados o derechohabientes de cualesquiera de ellos puedan presentar. A estos efectos, las entidades deberán contar con un departamento o servicio de atención al cliente encargado de atender y resolver las quejas y reclamaciones.

3.2.- Publicidad

- La publicidad estará sujeta a la Ley General de Publicidad, sin perjuicio de que la DGSFP podrá aprobar normas especiales en la materia, pudiendo cesar o rectificar publicidad que resulte contraria a las disposiciones establecidas.

3.3.- Protección de datos de carácter personal

- Las entidades aseguradoras podrán tratar los datos de los tomadores, asegurados, beneficiarios o terceros perjudicados, así como de sus derechohabientes sin necesidad de contar con su consentimiento a los solos efectos de garantizar el pleno desenvolvimiento del contrato de seguro y el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la ley (para cualquier finalidad distinta de las especificadas, deberá contar con el consentimiento específico de los interesados).
- Las entidades aseguradoras podrán tratar sin consentimiento del interesado los datos relacionados con su salud en ciertas circunstancias (asistencia sanitaria y gastos relacionados)
- Las entidades aseguradoras podrán intercambiar datos de carácter personal, sin necesidad de contar con el consentimiento del interesado con el fin de cumplir obligaciones de supervisión.
- Ante cesión de cartera, transformación, fusión o escisión de entidades aseguradoras, no se producirá cesión de datos
- Las entidades aseguradoras podrán establecer ficheros comunes que contengan datos de carácter personal para la liquidación de siniestros y la colaboración estadístico actuarial

3.4.- Lucha contra el fraude en seguros

- Las entidades aseguradoras deberán adoptar medidas efectivas para, prevenir, impedir, identificar, detectar, informar y remediar conductas fraudulentas relativas a seguros y podrán suscribir convenios de colaboración con otras instituciones.

7. Financial Conduct Authority ³²

La FCA (Financial Conduct Authority) es el organismo regulador de conducta del Reino Unido. Además, es el regulador del mercado financiero y regulador prudencial de entidades financieras distintas a las que le corresponden a la PRA (Prudential Regulation Authority)³³, institución a través de la cual, el Banco de Inglaterra regula y supervisa prudencialmente a las empresas de servicios financieros.

En particular, la FCA regula la conducta de casi 60.000 empresas, es el supervisor prudencial de 49.000 empresas y establece normas específicas para 19.000 empresas.

La FCA se fundó el 1 de abril de 2013 como consecuencia de un nuevo marco regulatorio en Reino Unido y asumió las competencias de la anterior agencia, la FSA (Financial Services Authority). Los principales objetivos de este organismo son:

- Protección al consumidor y al inversor.
- Protección y mejora de la estabilidad financiera.
- Mantenimiento de la confianza en el sistema financiero.
- Vigilancia y reducción de los delitos financieros.

Es un organismo público independiente, financiado íntegramente por las entidades a las que regula y rinde cuentas al Ministerio de Hacienda (responsable del sistema financiero del Reino Unido) y al Parlamento.

El Handbook del FCA entrega 11 principios que aplican transversalmente a la industria, estableciendo normas de conducta y estándares individuales y a directores. En particular, el Handbook se organiza de la siguiente manera:

- Estándares de alto nivel
- Estándares prudenciales
- Estándares de negocio
- Procesos regulatorios
- Compensación
- Libros de consulta especializados
- Listado, prospecto y divulgación
- Guías del manual
- Guías regulatorias

En el Handbook se exponen las disposiciones legislativas y de otra índole de la FCA, adoptadas en virtud de las facultades que le confiere la Ley de Servicios y Mercados Financieros de 2000 (FSMA, por sus siglas en inglés).

7.1 Estándares de alto nivel

Los estándares de alto nivel forman los componentes básicos del sistema regulatorio de la FCA y establecen las obligaciones fundamentales de las empresas que están reguladas. El bloque se divide en varios módulos de la siguiente manera:

- Principios para empresas (PRIN)
- Acuerdos, sistemas y controles de la alta dirección (SYSC)
- Código de conducta (COCON)
- Condiciones de umbral (COND)
- Declaraciones de principios y código de prácticas para personas autorizadas (APER)
- Prueba de ajuste y adecuación para empleados y personal directivo (FIT)
- Libro de consulta sobre estabilidad financiera y confianza del mercado (FINMAR)
- Capacitación y competencia (TC)
- Disposiciones Generales (GEN)
- Manual de tarifas (FEES)

³² <https://www.handbook.fca.org.uk/handbook>

³³ La PRA es responsable de la regulación y supervisión prudencial de Bancos; Compañías de Seguro; Sociedades de Préstamo Inmobiliario (Building Societies); Cooperativas de Crédito y Grandes Empresas de Inversión. Actualmente, la PRA supervisa alrededor de 1.500 instituciones financieras.

1.- Principios para empresas (PRIN):

Los Principios son una declaración general de las obligaciones fundamentales de las empresas y de las demás personas a las que se aplican en virtud del sistema regulatorio, aplicándose total o parcialmente a todas las empresas³⁴.

En esencia, los Principios expresan las principales dimensiones del estándar de integridad (*Fit and Proper*) establecida para las empresas en la condición de umbral 5 (Idoneidad), aunque no derivan su autoridad de ese estándar ni agotan sus implicaciones.

Los Principios		
1	Integridad	Una empresa debe realizar sus negocios con integridad
2	Habilidad, Cuidado y Diligencia	Una empresa debe realizar sus negocios con la debida habilidad, cuidado y diligencia
3	Gestión y Control	Una empresa debe tener un cuidado razonable para organizar y controlar sus asuntos de manera responsable y eficaz, con sistemas adecuados de gestión de riesgos
4	Prudencia Financiera	Una empresa debe mantener recursos financieros adecuados
5	Conducta de Mercado	Una empresa debe observar los estándares adecuados de conducta del mercado
6	Interés de los Clientes	Una empresa debe tener debidamente en cuenta los intereses de sus clientes y tratarlos de manera justa
7	Comunicación con los Clientes	Una empresa debe prestar la debida atención a las necesidades de información de sus clientes y comunicarles la información de forma clara, justa y no engañosa
8	Conflicto de Interés	Una empresa debe gestionar los conflictos de intereses de forma justa, tanto entre ella misma y sus clientes como entre un cliente y otro cliente
9	Clientes: Relación de Confianza	Una empresa debe tener un cuidado razonable para garantizar la idoneidad de sus consejos y decisiones discrecionales para cualquier cliente que tenga derecho a confiar en su juicio
10	Activos del Cliente	Una empresa debe organizar una protección adecuada para los activos de los clientes cuando sea responsable de ellos
11	Relaciones con el Regulador	Una empresa debe tratar con sus reguladores de manera abierta y cooperativa, y debe revelar a la FCA de manera apropiada cualquier cosa relacionada con la firma de la cual ese regulador razonablemente esperarí recibir notificación.

La violación de un Principio genera que una empresa o persona a la que se le apliquen los Principios esté sujeta a sanciones disciplinarias. Para determinar si se ha violado un Principio, es necesario observar el estándar de conducta requerido por el Principio en cuestión. Según cada uno de los Principios, la FCA tendrá la responsabilidad de demostrar que una empresa o persona ha cometido una falta.

Lo que constituye "falta" varía entre diferentes Principios. Según el Principio 1 (Integridad), por ejemplo, la FCA tendría que demostrar una falta de integridad en la conducción de los negocios de una empresa o de otra persona. Según el Principio 2 (Habilidad, cuidado y diligencia), una empresa u otra persona incurriría en incumplimiento si se demostrara que no actuó con la debida habilidad, cuidado y diligencia en la conducción de su negocio. De manera similar, bajo el Principio 3 (Administración y control) una firma u otra persona no incurriría en incumplimiento simplemente porque no pudo controlar o prevenir riesgos imprevisibles; pero se produciría una infracción si la empresa u otra persona no hubiera tenido un cuidado razonable para organizar y controlar sus asuntos de manera responsable o eficaz.

³⁴ La aplicación de los principios se modifica para empresas que realizan ciertas actividades. La aplicación de los Principios se modifica para: *MiFID business, incoming EEA firms, incoming Treaty firms, UCITS qualifiers AIFM qualifiers, and Annex II benchmark administrators*. El principio 3, especifica a quién, a qué y dónde se aplican los Principios.

Cabe señalar que, en relación a las características de los clientes, los requisitos impuestos en los Principios 6 (Interés de los Clientes), 7 (Comunicaciones con los clientes), 8 (Conflictos de intereses), 9 (Clientes: Relación de Confianza) y 10 (Activos del cliente), que apuntan a la relación de las empresas con sus clientes o consumidores, dependen, en parte, de las características del cliente o consumidor en cuestión. Esto se debe a que lo que es "debida consideración" (en los Principios 6 y 7), "justa" (en los Principios 6 y 8), "clara, justa y no engañosa" (en el Principio 7), "prudencia razonable" (en el Principio 9) o "adecuada" (en el Principio 10) dependerá, de esas características. Por ejemplo, las necesidades de información de un agente de seguros generales serán diferentes de las de un asegurador general minorista.

2.- Acuerdos, sistemas y controles de la alta dirección (SYSC):

Corresponde a requisitos reglamentarios de gestión cuyo propósito es:

- Aumentar la certidumbre ampliando el Principio 3 (Gestión y Control), según el cual una empresa debe tener un cuidado razonable para organizar y controlar sus asuntos de manera responsable y eficaz, con sistemas adecuados de gestión de riesgos;
- Alentar a las empresas a confiar la responsabilidad de una organización eficaz y responsable a directores y altos directivos específicos, y
- Crear una plataforma común de requisitos de organización, sistemas y controles para todas las empresas.

3.- Código de conducta (COCON):

El código de conducta (COCON) establece "Normas de conducta individuales" y "Normas de conducta del personal directivo superior"

Normas de conducta individuales	Normas de conducta del personal directivo superior
Regla 1: Debe actuar con integridad.	SC1: Debe tomar medidas razonables para asegurarse de que el negocio de la empresa de la que es responsable se controla eficazmente.
Regla 2: Debe actuar con la debida habilidad, cuidado y diligencia.	SC2: Debe tomar medidas razonables para asegurarse de que el negocio de la empresa de la que es responsable cumple con los requisitos y estándares pertinentes del sistema regulador.
Regla 3: Debe ser abierto y cooperar con la FCA, la PRA y otros reguladores.	SC3: Debe tomar medidas razonables para asegurarse de que cualquier delegación de sus responsabilidades es a una persona apropiada y que supervisa el cumplimiento de la responsabilidad delegada efectivamente.
Regla 4: Debe prestar la debida atención a los intereses de los clientes y tratarlos con justicia.	SC4: Debe divulgar apropiadamente cualquier información de la cual la FCA o PRA (<i>The Prudential Regulation Authority</i>) esperaría recibir una notificación.
Regla 5: Debe observar los estándares adecuados de conducta del mercado.	

4.- Condiciones de umbral (COND):

Las condiciones de umbral de la FCA representan las condiciones mínimas por las que la FCA es responsable, que una empresa debe satisfacer y seguir cumpliendo para poder recibir y conservar el permiso de la Parte 4A (permiso para realizar actividades reguladas).

Las condiciones de umbral establecen:

- **Ubicación de oficinas:** Si la empresa es una oficina central y registrada; si no es una persona

jurídica, pero la oficina central se encuentra en el Reino Unido; si está tratando de llevar a cabo o está llevando a cabo una actividad de inversión; una actividad de distribución de seguros.

- **Supervisión efectiva:** La empresa debe ser capaz de ser supervisado eficazmente por la FCA teniendo en cuenta todas las circunstancias, incluyendo: la naturaleza de la actividad; la complejidad de los productos; la forma en a que el negocio está organizado; si la pertenencia a un grupo podría impedir la supervisión efectiva por parte del FCA; si la empresa está sujeto a supervisión consolidada; si la empresa tiene vínculos cercanos con otra persona.
- **Recursos apropiados:** Los recursos de A deben ser apropiados en relación con las actividades reguladas que la empresa realiza o pretende realizar. Los asuntos que son relevantes para determinar si A tiene los recursos apropiados incluyen: (a) la naturaleza y escala del negocio que lleva a cabo, o que llevará a cabo la empresa; (b) los riesgos para la continuidad de los servicios prestados por, o para ser proporcionado por la empresa; y (c) la pertenencia de la empresa a un grupo y cualquier efecto que esa membresía pueda tener.
- **Idoneidad:** La empresa debe ser una persona apta y adecuada teniendo en cuenta todas las circunstancias, incluidas: (a) la conexión de la empresa con cualquier persona; (b) la naturaleza (incluida la complejidad) de cualquier actividad regulada que la empresa lleve a cabo o busque realizar; (c) la necesidad de asegurar que los asuntos de la empresa se lleven a cabo de manera apropiada, teniendo en cuenta en particular los intereses de los consumidores y la integridad del sistema financiero del Reino Unido; (d) si la empresa ha cumplido y está cumpliendo con los requisitos impuestos por la FCA en el ejercicio de sus funciones, o solicitudes hechas por la FCA, relacionadas con el suministro de información a la FCA y, cuando la empresa lo haya cumplido o esté cumpliendo, la forma de ese cumplimiento; (e) si quienes administran los asuntos de la empresa tienen las habilidades y experiencia adecuadas y actúan con probidad; (f) si el negocio de la empresa se está gestionando o se va a gestionar de tal forma que se garantice que sus asuntos se llevarán a cabo de forma sana y prudente; y (g) la necesidad de reducir al mínimo la medida en que es posible que el negocio realizado por la empresa, o llevado a cabo por la empresa, sea utilizado para un propósito relacionado con un delito financiero.

5.- Declaraciones de principios y código de prácticas para personas autorizadas (APER):

Corresponde a estándares de comportamiento que la FCA espera de las personas autorizadas.

Declaración del Principio	
1	Una persona autorizada debe actuar con integridad en el desempeño de sus funciones de responsabilidad
2	Una persona autorizada debe actuar con la habilidad, el cuidado y la diligencia debidos en el desempeño de sus funciones de responsabilidad
3	Una persona autorizada debe observar los estándares adecuados de conducta de mercado en el desempeño de sus funciones de responsabilidad
4	Una persona autorizada debe tratar con la FCA, la PRA y otros reguladores de una manera abierta y cooperativa y debe revelar apropiadamente cualquier información de la que la FCA o la PRA esperaría razonablemente aviso
5	Una persona autorizada que ejerza una función de responsabilidad de alta dirección deberá adoptar medidas razonables para garantizar que la actividad de la empresa de la que sea responsable en su función de rendición de cuentas esté organizada de manera que pueda controlarse eficazmente.

6	Una persona autorizada que realice una función de responsabilidad de alta dirección debe ejercer la debida habilidad, cuidado y diligencia en la gestión del negocio de la empresa de la que son responsables en su función de responsabilidad
7	La persona autorizada que desempeñe una función de responsabilidad de alta dirección deberá adoptar medidas razonables para garantizar que la actividad de la empresa de la que sea responsable en el desempeño de su función responsable cumpla los requisitos y normas del sistema regulador.

6.- Pruebas de integridad ("Fit and Proper") para empleados y personal directivo (FIT):

La FCA especifica los estándares mínimos para convertirse y permanecer como una persona autorizada. De este modo, la FCA tendrá en cuenta una serie de factores a la hora de evaluar la conveniencia y la idoneidad de una persona para realizar una función controlada particular:

- **Honestidad, integridad y reputación:** Los asuntos que la FCA tendrá en cuenta incluyen, pero no se limitan, 13 aspectos tales como si un individuo ha sido condenado por cualquier delito penal; si ha sido objeto de algún fallo adverso o cualquier acuerdo en un proceso civil; si hay una investigación previa o procedimientos disciplinarios, por parte del regulador correspondiente etc.
- **Competencia y capacidad:** (1) si la persona cumple los requisitos pertinentes de formación y competencia de la FCA en relación con la función controlada que realiza o se pretende realizar; (2) si la persona ha demostrado por experiencia y formación que es adecuada, o será adecuado, si está aprobado, para realizar la función controlada; (3) si la persona tiene tiempo suficiente para realizar la función controlada y cumplir las responsabilidades asociadas con esa función.
- **Solidez Financiera:** (1) si la persona ha sido objeto de alguna deuda judicial o de pago, en el Reino Unido o en otro lugar, que sigue pendiente o no se ha satisfecho en un plazo razonable; (2) si, en el Reino Unido o en otro lugar, la persona ha hecho algún arreglo con sus acreedores, se ha declarado en quiebra, se le ha entregado una petición de quiebra, ha sido declarada en quiebra, ha sido objeto de una orden de restricción de quiebra (incluida una orden de restricción de quiebra provisional) , ofreció una empresa de restricciones por quiebra, le secuestraron activos o estuvo involucrado en procedimientos relacionados con cualquiera de estos

7.- Libro de consulta sobre estabilidad financiera y confianza del mercado (FINMAR):

Este estándar es pertinente para todas las personas físicas y jurídicas a las que se aplica el Reglamento sobre ventas en corto, estén o no reguladas por el FCA.

Impone medidas para prohibir o restringir las ventas en corto o limitarlas en caso de una significativa del precio durante un día de negociación.

8.- Capacitación y competencia (TC):

La capacitación y competencia impone requisitos para la formación del personal y el mantenimiento de registros.

La regla de los empleados competentes es el requisito principal relativo a la competencia de los empleados. La finalidad de este manual es apoyar la función supervisora de la FCA complementando la norma de los empleados competentes para las actividades minoristas.

En este manual, competencia significa tener las habilidades, el conocimiento y la experiencia necesarios para cumplir con las responsabilidades del rol de un empleado. Esto incluye lograr un buen estándar de comportamiento ético.

Una empresa debe realizar registros apropiados para demostrar el cumplimiento de las reglas de este

manual y conservarlos durante los siguientes períodos después de que un empleado deje de realizar la actividad: (1) al menos 5 años para negocios MiFID (Markets in Financial Instruments Directive); (2) 3 años para negocios no MiFID; y (3) indefinidamente para un especialista en transferencias de pensiones.

9.- Disposiciones Generales (GEN):

Trata una serie de temas relacionados con el marco legal subyacente del Handbook y la regulación de los servicios y mercados financieros.

El propósito es evitar que los clientes sean engañados sobre el alcance en que la FCA ha aprobado los asuntos de una empresa.

A menos que así lo exija el sistema reglamentario, la empresa no debe garantizar que ni ella ni nadie que actúe en su nombre reclame, en una declaración pública o a un cliente, expresa o implícitamente, que sus asuntos, o cualquier aspecto de ellos, cuentan con la aprobación de la FCA u otra autoridad competente.

7.2 Estándares de Negocio

Los Estándares de Negocio corresponden a reglas de conducta cotidianas que se aplican a las empresas, según se especifique.

El estándar de negocios incluye:

- **Libro de consulta sobre la conducta empresarial (COBS):** Aplica a todas las empresas que aceptan depósitos, realizan negocios de inversión designados y realizan negocios de seguros de largo plazo relativos a pólizas de vida.
- **Seguros: libro de consulta sobre conducta empresarial (ICOBS):** Aplica a las actividades comerciales de las aseguradoras que no son de inversión.
- **Hipotecas y financiación de viviendas: libro de consulta sobre la conducta empresarial (MCOB):** Aplica a empresas que realizan actividades hipotecarias reguladas y financiación de viviendas.
- **Banca: libro de consulta sobre la conducta empresarial (BCOBS):** Aplica a empresas que aceptan depósitos de clientes bancarios.
- **Gestión de reclamaciones: guía de conducta empresarial (CMCOB):** Establece las obligaciones detalladas que son específicas de las actividades reguladas de gestión de siniestros y las actividades relacionadas con las actividades realizadas por las empresas.
- **Activos del cliente (CASS):** Normas y orientaciones sobre la tenencia de activos y dinero del cliente, incluidos los requisitos sobre separación y custodia segura de activos, fideicomisos legales para el dinero del cliente y recuperación de información en caso de insolvencia.
- **Conducta de mercado (MAR):** Se aplica principalmente a los mercados mayoristas y de profesionales.
- **Manual de intervención y gobernanza de productos (PROD):** Establece requisitos de gobernanza de productos para fabricantes y distribuidores y se aplica a empresas de inversión MiFID, entidades de crédito CRD, empresas de exención opcional MiFID y sucursales de empresas de inversión de otros países.

1.- Estándares de Negocio Seguros: libro de consulta sobre conducta empresarial (ICOB):

El libro de consulta sobre conducta empresarial en seguros contempla:

- **Cuestiones Generales:** Categorización de clientes; Comunicaciones a clientes y promociones financieras; Incentivos; Mantenimiento de registros; Actuar de forma honesta, justa y profesional, exclusión de responsabilidad, condiciones y garantías; Distribución de contratos vinculados a través de personas exentas (exención de contratos relacionados del artículo 72B de la Orden de

Actividades Reguladas).

- **Comunicaciones a distancia:** Marketing a distancia y comercio electrónico.
- **Información sobre la firma, sus servicios y remuneración:** Requisitos generales para intermediarios de seguros y aseguradoras; Medios de comunicación con los clientes; Requisitos adicionales para pólizas de protección para intermediarios de seguros y aseguradoras; Divulgación de remuneraciones; Divulgación de la Comisión para clientes comerciales; Información de la Comisión sobre contratos de protección pura vendidos con productos de inversión minoristas.
- **Identificar las necesidades del cliente y asesorar:** Aspectos generales (tomar medidas razonables para asegurarse de que un cliente solo compre una póliza según la cual sea elegible para reclamar beneficios –principio 6-); Demandas y necesidades; Ventas asesoradas.
- **Información del Producto:** Producción y suministro de información del producto; Suministro de información del producto a los clientes; Información precontractual: contratos de seguros generales; Información pre y post contrato: contratos de protección pura; Información pre y post contrato: políticas de protección; Renovaciones; Medios de comunicación.
- **Cancelación:** El derecho a cancelar y efectos de la cancelación.
- **Gestión de reclamaciones:** Aseguradoras en general; Aseguradoras de responsabilidad de vehículos de motor; Intermediarios de seguros (y aseguradoras que manejan reclamaciones sobre la póliza de otra aseguradora); Seguro de responsabilidad de empleadores

2.- Conducta de mercado MAR:

El libro de consulta sobre conducta de mercado contempla:

- **Abuso de Mercado.**
- **Estabilización** (relativo a reglas de estabilización de precios)
- **Soporte de las funciones del panel de adquisición** (relativo al el Código de la Ciudad sobre Adquisiciones y Fusiones emitido por el Panel de Adquisiciones).
- **Instalaciones comerciales multilaterales (MTF).**
- **Internalizadores sistemáticos** (relativo a una empresa de inversión que negocia por cuenta propia mediante la ejecución de órdenes de clientes fuera de un mercado regulado).
- **Comercio algorítmico** (requisitos a empresas de inversión relativos a (1) la realización de operaciones algorítmicas, o (2) la prestación de servicios de acceso electrónico directo a un centro de negociación, o (3) la prestación de servicios de compensación.
- **Benchmarks.**
- **Servicio de suministro de datos** (establece requisitos armonizados de autorización y supervisión de servicios de datos de mercado y están diseñados para garantizar un nivel necesario de calidad de la información de la actividad comercial en los mercados financieros de la UE).
- **Límites y controles de posición de derivados de materias primas, e informes de posición.**

8. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Considerando la importancia de la confianza del cliente y la confianza en un mercado de servicios financieros que funcione correctamente para efectos de promover la estabilidad financiera, el crecimiento, la eficiencia y la innovación a largo plazo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha establecido 10 principios diseñados para ayudar en los esfuerzos por mejorar la protección del cliente financiero.

Los principios están dirigidos a los miembros del G20³⁵ y otras economías interesadas y están diseñados para ayudar en los esfuerzos por mejorar la protección del cliente financiero. Son principios voluntarios, diseñados para complementar, no sustituir, los principios o directrices financieros internacionales existentes. En particular, no abordan temas específicos del sector tratados por las organizaciones internacionales relevantes y los emisores de normas financieras (como BCBS, IAIS e IOSCO).

8.1 Principios

1. Marco legal, regulatorio y de supervisión

La protección del cliente financiero debe ser una parte integral del marco legal, regulatorio y de supervisión, y debe reflejar la diversidad de circunstancias nacionales y desarrollos regulatorios y del mercado global dentro del sector financiero.

Deben existir mecanismos legales, judiciales o de supervisión sólidos y efectivos para proteger a los clientes y sancionar fraudes financieros, abusos y errores.

Los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben estar debidamente regulados y/o supervisados, teniendo en cuenta los servicios pertinentes y los enfoques específicos del sector.

Se debe consultar a las partes interesadas no gubernamentales relevantes, incluidas la industria y las organizaciones de clientes, los organismos profesionales y las comunidades de investigación, cuando se desarrollen políticas relacionadas con la protección y educación del cliente financiero.

2. Papel de los entes supervisores

Debe haber órganos de supervisión (dedicados o no) explícitamente responsables de la protección del cliente financiero, con la autoridad necesaria para cumplir con sus mandatos. Requieren responsabilidades claras y objetivamente definidas y una gobernanza adecuada; independencia operativa; responsabilidad por sus actividades; poderes adecuados; recursos y capacidades; marco de aplicación definido y transparente y procesos regulatorios claros y coherentes. Los órganos de supervisión deben observar altos estándares profesionales, incluidos estándares apropiados de confidencialidad de la información del cliente y de propiedad y la prevención de conflictos de intereses.

Debe promoverse la cooperación con otras autoridades de supervisión de servicios financieros, la cooperación internacional entre organismos de supervisión, prestar especial atención a aspectos de protección del cliente que surgen de las transacciones internacionales, del marketing y las ventas transfronterizas.

3. Trato equitativo y justo a los clientes

Todos los clientes financieros deben ser tratados de manera equitativa, honesta y justa en todas las etapas de su relación con los proveedores de servicios financieros. Tratar a los clientes de manera justa debe ser

³⁵ G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection (October 2011). Los ministros de finanzas y gobernadores de bancos centrales del G20 fueron convocados en febrero de 2011 por la OCDE, el FSB y otras organizaciones internacionales, para desarrollar principios de alto nivel comunes sobre protección del consumidor en el ámbito de los servicios financieros. El Grupo de Trabajo estuvo abierto a todos los miembros del G20 y FSB y celebró varias rondas de consultas, incluida una pública, en diferentes versiones de principios. Finalmente, los principios finales de alto nivel sobre el consumidor financiero fueron ratificados por los Ministros de Finanzas del G20 y Gobernadores de bancos centrales en su reunión del 14 al 15 de octubre 2011. Ver en: <http://www.oecd.org/regreform/sectors/48892010.pdf>

una parte integral del buen gobierno y cultura corporativa de todos los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados. Se debe prestar especial atención a las necesidades de los grupos vulnerables.

4. Divulgación y transparencia de información

Los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben proporcionar a los clientes información clave de los beneficios, riesgos y condiciones fundamentales del producto. También deben proporcionar información sobre conflictos de intereses asociados con el agente autorizado a través del cual se vende el producto.

Todo el material de promoción financiera debe ser preciso, honesto, comprensible y no engañoso. Deben adoptarse prácticas estandarizadas de divulgación precontractual (por ejemplo, formularios) cuando corresponda y sea posible para permitir comparaciones entre productos y servicios de la misma naturaleza.

Se deben desarrollar mecanismos de divulgación específicos, incluidas posibles advertencias, para proporcionar información acorde con productos y servicios complejos y riesgosos. Siempre que sea posible, se debe realizar un estudio del cliente para ayudar a determinar y mejorar la efectividad de la divulgación de información (disclosure).

La prestación de asesoramiento debe ser lo más objetivo posible y, en general, debe basarse en el perfil del cliente considerando la complejidad del producto, los riesgos asociados con él, así como los objetivos financieros, el conocimiento, las capacidades y la experiencia del cliente.

5. Concientización y educación financiera

Todas las partes interesadas pertinentes deben promover la concientización y educación financiera, y los clientes deben tener fácil acceso a información clara sobre la protección, los derechos y las responsabilidades del cliente. Se deben desarrollar mecanismos apropiados para ayudar a los clientes actuales y futuros a desarrollar el conocimiento, las habilidades y la confianza para comprender adecuadamente los riesgos, incluidos los riesgos financieros y las oportunidades, tomar decisiones informadas, saber a dónde acudir para obtener ayuda y tomar medidas efectivas para mejorar su propio bienestar financiero.

Se debe promover la entrega de información y educación financiera de base amplia para profundizar el conocimiento y la capacidad financiera de los clientes, especialmente para los grupos vulnerables.

Teniendo en cuenta las circunstancias nacionales, la educación y la concientización financiera deben fomentarse como parte de una estrategia más amplia de educación y protección del cliente financiero, impartirse a través de canales diversos y apropiados, comenzar a una edad temprana y ser accesibles para todas las etapas de la vida. Los programas y enfoques específicos relacionados con la educación financiera deben estar dirigidos a grupos vulnerables de clientes financieros.

Se debe alentar a todas las partes interesadas relevantes a implementar los principios y directrices internacionales sobre educación financiera desarrollados por la Red Internacional de Educación Financiera (INFE) de la OCDE.

6. Conducta responsable de proveedores de servicios financieros y agentes autorizados

Los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben tener como objetivo trabajar en el mejor interés de sus clientes y ser responsables de defender la protección del cliente financiero. Los proveedores de servicios financieros también deben ser responsables de las acciones de sus agentes autorizados.

Dependiendo de la naturaleza de la transacción y con base en la información proporcionada principalmente por los clientes, los proveedores de servicios financieros deben evaluar las capacidades financieras relacionadas, la situación y las necesidades de sus clientes antes de aceptar proporcionarles un producto, asesoramiento o servicio. El personal (especialmente aquellos que interactúan directamente con los clientes) debe estar debidamente capacitado y calificado. Cuando surja la posibilidad de conflictos de intereses, los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben esforzarse por evitar dichos conflictos. Cuando dichos conflictos no puedan evitarse, los proveedores de servicios financieros y

los agentes autorizados deben garantizar la divulgación adecuada, disponer de mecanismos internos para gestionar dichos conflictos o negarse a proporcionar el producto, el asesoramiento o el servicio.

La estructura de remuneración del personal, tanto de los proveedores de servicios financieros como de los agentes autorizados, debe diseñarse para fomentar una conducta empresarial responsable, un trato justo de los clientes y evitar conflictos de intereses. La estructura de remuneración debe ser revelada a los clientes cuando sea apropiado, como cuando los posibles conflictos de intereses no se pueden manejar o evitar.

7. Protección de los activos del cliente contra el fraude y el uso indebido

Los mecanismos de información, control y protección pertinentes deben proteger de manera adecuada y con un alto grado de certeza los depósitos, ahorros y otros activos financieros similares de los clientes, incluso contra el fraude, la apropiación indebida u otros usos indebidos.

8. Protección de datos personales y privacidad

La información financiera y personal de los clientes debe protegerse mediante mecanismos de control y protección adecuados. Estos mecanismos deben definir los propósitos para los cuales los datos pueden ser recopilados, procesados, retenidos, usados y divulgados (especialmente a terceros). Los mecanismos también deben reconocer el derecho de los clientes a ser informados sobre el intercambio de datos, a acceder a los datos y a obtener la pronta corrección y/o eliminación de datos inexactos o recopilados o procesados ilegalmente.

9. Manejo de reclamos y reparación

Las jurisdicciones deben garantizar que los clientes tengan acceso a mecanismos adecuados de tratamiento y resolución de reclamos que sean accesibles, independientes, justos, responsables, oportunos y eficientes. Dichos mecanismos no deberían imponer costos, retrasos o cargas irrazonables a los clientes. De acuerdo con lo anterior, los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben contar con mecanismos para el manejo y resolución de reclamos. El recurso a un proceso de reparación independiente debe estar disponible para abordar los reclamos que no se resuelven de manera eficiente a través de los mecanismos internos de resolución de disputas de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados. Como mínimo, la información agregada con respecto a los reclamos y sus resoluciones debe hacerse pública.

10. Promover la competencia

Deben promoverse mercados competitivos a nivel nacional e internacional a fin de ofrecer a los clientes más opciones entre los servicios financieros y crear una presión competitiva sobre los proveedores para ofrecer productos competitivos, mejorar la innovación y mantener una alta calidad de servicio. Los clientes deberían poder buscar, comparar y, cuando proceda, cambiar entre productos y proveedores de forma sencilla y a costos razonables y conocidos.

9. International Organization of Securities Commissions (IOSCO)

La Organización Internacional de Comisiones de Valores (IOSCO, por sus siglas en inglés) define tres objetivos fundamentales de la regulación de los mercados de valores, los cuales dicen relación con la protección de los clientes financieros, con garantizar que los mercados sean justos, eficientes y transparentes, y con la reducción del riesgo sistémico; y establece 38 principios para lograr el cumplimiento de dichos objetivos.

9.1 La protección de los inversionistas

Los inversionistas deben estar protegidos de prácticas engañosas, manipuladoras o fraudulentas, incluyendo la contratación de valores con información privilegiada, el *front running* o negociar por encima de los intereses de los clientes, y el uso indebido de los activos de los clientes. Los inversionistas deben tener acceso a un mecanismo neutral (como tribunales u otros mecanismos de solución de diferencias) o a medios de reparación e indemnización por conductas indebidas.

Por otra parte, establece que, en caso de que se produzca una infracción de la ley, los inversionistas deben ser protegidos haciendo cumplir estrictamente la legislación de valores.

La forma más importante de garantizar la protección de los inversionistas, es la divulgación integral de cualquier información importante para las decisiones de los inversionistas, así tendrán una mejor capacidad para evaluar los riesgos y frutos potenciales de sus inversiones, para proteger sus propios intereses. Es clave, la aplicación de estándares de contabilidad y auditoría de calidad alta e internacionalmente aceptable.

Sólo personas con una licencia adecuada o debidamente autorizadas se les debería permitir ofrecer al público servicios de inversión, como intermediarios de mercado u operadores de bolsas, por ejemplo. Los requerimientos de capital inicial y permanente, deben estar diseñados para lograr que las entidades puedan atender las demandas actuales de sus contrapartes y, si es necesario, reducir paulatinamente su actividad sin pérdidas para sus clientes.

La regulación de los intermediarios de mercado debe ayudar a proteger a los inversionistas estableciendo normas mínimas para los participantes en los mercados. Los inversionistas deben ser tratados de manera justa y equitativa por parte de los intermediarios de mercado, de acuerdo con normas que deben quedar recogidas en un código de conducta. La supervisión por parte de los reguladores debe incluir un sistema integral de inspección, vigilancia y programas de cumplimiento normativo.

La supervisión y la ejecución de las leyes de forma efectiva dependen de una estrecha cooperación entre los reguladores a escala nacional e internacional.

9.2 Garantizar que los mercados sean justos, eficientes y transparentes.

La equidad de los mercados está estrechamente vinculada a la protección de los inversionistas y, en particular, a la prevención de prácticas de negociación incorrectas. Las estructuras del mercado no deben favorecer indebidamente a algunos usuarios del mercado en detrimento del resto. La aprobación por el regulador de los operadores de bolsas y sistemas de negociación y de las normas de negociación contribuye a garantizar unos mercados justos.

La regulación debe:

- Detectar, disuadir y sancionar la manipulación del mercado y otras prácticas de negociación injustas.
- Garantizar que se conceda a los inversionistas un acceso justo a los servicios del mercado y a la información del mercado o sobre precios.
- Promover unas prácticas de mercado que garanticen un tratamiento justo de las órdenes y un proceso de formación de precios que sea fiable.
- Promover la eficiencia de mercado. La difusión de información pertinente se debe producir en el momento oportuno y de manera generalizada, lo cual se verá reflejado en el proceso de formación de precios

- Garantizar los máximos niveles de transparencia. Se define transparencia como el grado en que la información sobre la negociación se haga pública en tiempo real. Esto incluye, la información previa a las operaciones, esto es la publicación de ofertas precios comprador y vendedor en firme, para que los inversionistas puedan saber, con un cierto grado de certeza, si pueden contratar y a qué precios; y la información posterior a las operaciones, esto es, precios y el volumen de todas las operaciones individuales realmente efectuadas.

9.3 La reducción del riesgo sistémico.

La reducción del riesgo sistémico también está íntimamente vinculada a la protección del inversionista. Los reguladores deben promover y permitir la gestión eficaz de riesgos y garantizar que los requerimientos de capital y los demás requisitos prudenciales sean suficientes para afrontar una adecuada aceptación de riesgos, permitir la absorción de algunas pérdidas y controlar la aceptación de riesgos excesivos. Se requiere que exista un proceso eficiente y preciso de compensación y liquidación, que sea correctamente supervisado y utilice herramientas de gestión de riesgos eficaces.

Deben existir acuerdos efectivos y jurídicamente seguros para manejar incumplimientos, más allá de la legislación de valores, hasta las regulaciones que se refieren a la normatividad y trato jurídico de una jurisdicción.

La inestabilidad puede deberse a hechos sucedidos en otras jurisdicciones, de modo que las respuestas de los reguladores a las perturbaciones de mercado deben tratar de facilitar la estabilidad a escala nacional y mundial a través de la cooperación y del intercambio de información.

La regulación debe intentar reducir el riesgo de quiebra (incluidos en los requerimientos de capital y de control interno), y en caso de que se produzca, la regulación debe tratar de reducir el impacto e intentar circunscribir el riesgo a la entidad quebrada. Por tanto, los intermediarios de mercado deben estar sujetos a unos requerimientos de capital y otros requisitos prudenciales adecuados y permanentes. Si es necesario, un intermediario debe ser capaz de reducir paulatinamente su actividad sin causar pérdidas a sus clientes y contrapartes ni causar daños sistémicos.

9.4 Principios para los Intermediarios de valores

IOSCO establece 38 principios para la regulación de los mercados de valores, con recomendaciones a los reguladores, a entidades autorreguladoras, y otros integrantes del mercado, como es el caso de los intermediarios del mercado de valores. Para éste último caso, se establecen 4 principios específicos con el fin de respaldar los objetivos IOSCO.

En ese sentido, la metodología para la evaluación de la implementación de los objetivos y principios, señala que los intermediarios deben ejercer su actividad de una manera que proteja los intereses de sus clientes y ayude a preservar la integridad del mercado. Los principios fundamentales incluyen los siguientes deberes para las entidades:

- Observar un alto nivel de integridad y contratación imparcial (fair dealing).
- Actuar con el debido cuidado y diligencia en defensa de los mejores intereses de sus clientes y de la integridad del mercado.
- Respetar estrictas normas de conducta de mercado.
- No debe anteponer sus intereses a los de sus clientes y debe tener un trato similar a los clientes en una situación similar.
- Cumplir con cualquier ley, código o norma relevante para la regulación de los mercados.

La regulación, por su parte, debe apuntar a proveer una supervisión continua adecuada; el derecho a inspeccionar sus libros, registros y actividades; amplias facultades de investigación y recursos para supervisar, inspeccionar y sancionar, al regulador u otra autoridad competente en caso de infracciones; un proceso rápido y justo para medidas disciplinarias, y la suspensión o cancelación de licencia, y la existencia de un mecanismo eficiente y efectivo para hacer frente a los reclamos de los inversionistas.

La supervisión de los intermediarios debe orientarse principalmente a las áreas en las que su capital, los activos de clientes, y la confianza del público, podrían ponerse en riesgo. Esto incluye los riesgos de:

- Incompetencia, inadecuada gestión de riesgos o que no sea adecuada ante un evento extraordinario, los que podrían llevar a no proveer la mejor ejecución, rápida liquidación o asesoramiento adecuado.
- Incumplimiento de los deberes, leyes y regulaciones que podrían generar apropiación indebida de activos de clientes, uso indebido de instrucciones de clientes para negociación por cuenta propia, como "front running" u operar antes que los clientes.
- Manipulación, uso de información privilegiada y otras irregularidades de negociación; o fraude, lavado de activos o financiamiento del terrorismo.
- Conflictos de interés.
- Insolvencia de un intermediario, que podría implicar pérdida de activos de clientes o de oportunidades de negociación; y que puede mermar la confianza en el mercado.

A continuación, se presentan en detalle, los principios 29 y 31 que contienen materias específicas respecto a protección de los inversionistas:

- **Principio 29. La regulación debe proveer unas normas mínimas de acceso para los intermediarios de mercado.**

La inscripción y la supervisión de los intermediarios del mercado, incluido su personal, deberían establecer normas mínimas para ellos y ofrecer un tratamiento coherente a todos los intermediarios del mercado en situación similar. También debe reducir el riesgo para los inversionistas de pérdidas causadas por un comportamiento negligente o ilegal y/o un capital inadecuado. Temas clave para cumplir los objetivos:

Autorización:

1. La autorización debe especificar los servicios o las actividades que el intermediario está autorizado a desarrollar.
2. La autorización debe establecer normas mínimas de acceso, con criterios claros y las normas que deben cumplirse permanentemente, las que deben incluir:
 - a) Capital mínimo inicial.
 - b) Evaluación completa del solicitante y de aquellos que, directa o indirectamente, puedan controlar o influir sustancialmente en él. La regulación debe determinar las condiciones que debe cumplir el intermediario y su personal para poder participar como, por ejemplo, conocimientos, conducta empresarial, los recursos, habilidades, conducta pasada, organización interna adecuada.
 - c) Un requisito que las normas de acceso sean aplicadas de forma coherente

Autoridad del Regulator:

- i. La autoridad que concede la licencia debe estar facultada para denegarla, si no se cumplen los requisitos, y para retirar, suspender o aplicar una condición, en caso que un cambio de control u otro cambio implique incumplimiento de los requisitos relevantes.
- ii. El regulador o el Autorregulador debe demostrar su capacidad para llevar a cabo una revisión eficaz de las solicitudes de autorización, para asegurar el cumplimiento de los requisitos regulatorios.

Requisitos permanentes:

- i. Debe exigirse actualización periódica de información pertinente y elaboración de los informes sobre cambios sustanciales que afecten las condiciones de la concesión de la licencia, para garantizar que sigue siendo adecuado mantener la licencia, como por ejemplo cambios en el control.
 - ii. Para que los inversionistas puedan proteger mejor sus propios intereses, el regulador debe tratar de asegurar que el público tenga acceso a la información relevante relacionada con el intermediario, como la identidad de los altos directivos y de los que están autorizados para actuar en su nombre, el estado actual de la licencia, y las actividades autorizadas. La información debe ser gratuita y de fácil acceso.
- **Principio 31. Se debe requerir que los intermediarios del mercado tengan que establecer una función interna que se encargue del cumplimiento de las normas de organización interna y del comportamiento operativo, con el fin de proteger los intereses de los clientes y sus activos, y de garantizar una adecuada gestión del riesgo, a través de la cual la Dirección del intermediario asuma la responsabilidad principal de estas cuestiones.**

Los intermediarios del mercado deben llevar a cabo sus actividades de manera que se protejan los intereses de sus clientes y sus activos y se ayude a preservar la integridad del mercado.

La regulación debe exigir que tengan políticas y procedimientos internos para el cumplimiento de la legislación, disponer de una adecuada organización interna y de sistemas de gestión de riesgos apropiados. La regulación debe aspirar a garantizar que haya una correcta gestión de riesgo de mercado.

Pese a la existencia de procedimientos internos para impedir conductas indebidas o negligencias, pueden darse infracciones operacionales; no es factible que el regulador supervise a diario su cumplimiento, esa responsabilidad es de la Dirección del intermediario, debiendo sus miembros garantizar que son capaces de delegar esa responsabilidad.

Temas Clave:

Dirección y supervisión:

1. La dirección del intermediario debe ser responsable de asegurar el mantenimiento de normas de conducta adecuadas y el cumplimiento de los procedimientos en toda la entidad. Se incluye asegurar una estructura apropiada y controles adecuados, para el tipo de actividad que realiza (incluyendo actividades externalizadas), para garantizar la protección de los inversionistas y la gestión de riesgos.

- i. La dirección debe garantizar el cumplimiento diario de los procedimientos internos, además de comprender el negocio, sus procedimientos, su entorno, sus políticas en materia de asunción de riesgo, y entender el alcance de su autoridad y responsabilidades.
- ii. Toda la información relevante acerca de la empresa debe ser oportuna, de fácil acceso y comunicada periódicamente a la Dirección; y estar sujeta a procedimientos para mantener su seguridad, disponibilidad, fiabilidad e integridad.

2. Es necesaria la evaluación periódica de los procesos de gestión de riesgo, la que debe ser realizada por alguien autónomo; autorreguladores y otros como auditores externos podrían usarse para asistir este proceso.

Requisitos organizativos:

3. Los intermediarios deben tener sistemas o procesos para asegurar que se cumplan las disposiciones legales y reglamentarias y reducir el riesgo de sanciones legales o regulatorias, pérdidas financieras o riesgo reputacional.

4. La organización interna, incluidas las funciones de gestión de riesgos, auditoría interna y cumplimiento normativo, variará en función del tamaño de la empresa, la naturaleza del su negocio y los riesgos que asume. El marco normativo debe exigir que se considere lo siguiente:

- a) El cumplimiento de todos los requisitos legales y reguladores, y de sus propias políticas y procedimientos debe ser vigilado por una función de cumplimiento normativo que dependa directamente de la alta dirección, independiente de las divisiones operativas.
- b) El mantenimiento de las políticas, procedimientos y controles operativos eficaces en relación con la actividad, incluyendo políticas que abarquen gestión de riesgos y controles para la negociación por cuenta propia, y procedimientos para garantizar la integridad, seguridad, disponibilidad, fiabilidad y el rigor de toda la información, continuidad del negocio, y procedimientos de externalización de funciones.
- c) Evaluación de la eficacia de los procedimientos y controles para asegurar la integridad de las prácticas de negociación, incluyendo el trato imparcial, honesto y profesional a clientes, y la adecuada segregación de funciones y responsabilidades (no detectar errores o abusos que expongan a clientes o a la entidad).
- d) Abordar conflictos de intereses entre los propios y de sus clientes, garantizando trato imparcial, medidas para gestionar el conflicto con medidas organizativas para evitar perjuicio a los intereses del cliente, como normas internas, normas de confidencialidad, divulgación de información, o abstenerse de actuar cuando no se pueda resolver.

5. Si se permite el acceso electrónico directo, los intermediarios deben utilizar controles, incluidos controles automatizados previos a operar, para limitar que clientes coloquen órdenes que sobrepasen la posición o los límites de crédito.

Protección del Inversionista:

6. Cuando un intermediario del mercado tiene el control o es responsable de los activos pertenecientes a un cliente que debe salvaguardar, debe tomar las medidas adecuadas para salvaguardar los derechos de propiedad de los clientes (por ejemplo, la segregación e identificación de esos activos). Esas medidas tienen por objeto: ofrecer protección contra malversaciones; facilitar la transferencia de posiciones en casos de grave interrupción del mercado; impedir la utilización de los activos de los clientes para operar por cuenta propia o para financiar las operaciones del intermediario; y contribuir a la liquidación ordenada en insolvencia de un intermediario y la devolución de los activos de los clientes.

Las obligaciones particulares al intermediario, deberían incluir: mantener registros actualizados y precisos, y reportes de activos de clientes que fácilmente establezcan la naturaleza, cantidad y ubicación y estado de los activos, y los clientes para quienes los activos son mantenidos; e informar a los clientes donde serán mantenidos sus activos en el extranjero y que estarán sujetos al régimen de protección de activos y/o insolvencia de esa jurisdicción extranjera. Cualquier revelación requerida de ese régimen y los riesgos involucrados deberían estar por escrito en forma clara, simple, y entendible.

7. Se debe exigir a los intermediarios que adopten y apliquen políticas y procedimientos adecuados para distinguir entre los clientes minoristas y no minoristas cuando distribuyan productos financieros complejos. La clasificación de los clientes debe basarse en una evaluación razonable del cliente en cuestión, teniendo en cuenta la complejidad y el riesgo de los diferentes productos. El regulador debería proporcionar orientación a los intermediarios en relación con la clasificación de los clientes.

8. Los intermediarios del mercado deben disponer de un mecanismo eficiente y eficaz para atender los reclamos de los inversionistas.

9. Respecto a la conducta del intermediario con los clientes, se consideran importantes los siguientes componentes:

- a) El intermediario debe identificar y verificar la identidad del cliente usando datos fiables e independientes, obtener la información para identificar a las personas que sean titulares de valores o los controlen y, en su caso, otras cuentas. Estos procedimientos ayudarán a atenuar el riesgo de estar implicados en un fraude, blanqueo de capitales o financiación del terrorismo.
- b) El intermediario debe obtener y conservar información sobre las circunstancias y objetivos de inversión del cliente, relevante para los servicios que prestará; si entrega asesoría, debe prestarse sobre la base del conocimiento de las necesidades y circunstancias del cliente (idoneidad de las recomendaciones de inversión).
- c) El cliente debe obtener un contrato por escrito; o un impreso por escrito de las condiciones generales y particulares de hacer negocios a través del intermediario.
- d) Los registros que contengan la información antes citada deben conservarse durante un número razonable de años, para facilitar la protección de los inversionistas y el intercambio de información entre jurisdicciones. Si se permite que recurran a terceros fiables para cumplir sus obligaciones frente a los clientes de acuerdo con estos Principios, los intermediarios seguirán siendo responsables del cumplimiento de dichas obligaciones. Deben establecerse políticas y procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad, fiabilidad y rigor de toda la información, incluyendo la documentación y los datos almacenados electrónicamente, pertinentes para las actividades empresariales del intermediario.
- e) El intermediario debe revelar al cliente o poner a su disposición información suficiente, de manera comprensible y oportuna, para que pueda tomar una decisión de inversión fundada. Puede ser necesario exigir una determinada forma de revelación de información, en caso

de que los productos conlleven un riesgo que el cliente minorista no advierta fácilmente. La selección y formación deben tratar de asegurar que el personal que preste asesoramiento de inversiones comprenda las características de los productos sobre los que asesore.

- f) El intermediario debe proporcionar rápidamente, y a intervalos apropiados, a cada cliente: un informe sobre el valor y la composición de su cuenta o cartera de los clientes, incluido un estado de operaciones y saldos.
- g) El intermediario debe proporcionar a cada cliente información sobre tarifas y comisiones.
- h) La revelación de información clave respecto a los esquemas de inversión colectiva a inversionistas minoristas en su distribución debe ser clara, precisa y no engañosa para el inversionista
- i) El intermediario debe actuar: con el debido cuidado y diligencia en defensa de los mejores intereses de sus clientes y proteger sus activos, de manera que ayude a preservar la integridad del mercado.
- j) El regulador debe ser capaz de demostrar que ha establecido un programa de supervisión que incluya los procesos internos, el personal cualificado y experimentado y otros recursos, y que vigile el cumplimiento por los intermediarios de mercado de estos requisitos.