

## Para conocer el cliente

## Alianza Seguros - Corredores

Las medidas de prevención de la legitimación de capitales en el área de Seguros deben aplicarse más al cliente que a los productos. Ahí es donde está nuestro reto, asegura Alberto Ávila, Oficial de Cumplimiento del Grupo BAL, de México

**N**o ha sido fácil para las empresas de seguros, ejecutar el Sistema de prevención y control de la legitimación de capitales (PCLC) y financiamiento del terrorismo, impuestos por las leyes y otros instrumentos legales. Tienen la dificultad de actuar con clientes que en la mayoría de los casos son ocasionales o con una relación de negocio que alcanza apenas un año.

El sector de los seguros está comenzando a establecer políticas y programas de PCLC en respuesta a las leyes y regulaciones que, tanto a nivel internacional como nacional, han entrado en vigor. Aunque en la Ley USA Patriot (del 26 de octubre de 2001), los seguros son sujetos obligados, fue apenas en noviembre del 2005 cuando aparecieron las primeras normas para el sector, las cuales entraron en vigencia en noviembre del 2006.

En el marco de la XII Conferencia Internacional sobre Lavado de Dinero, organizada por Global Media Alert, fue tratado el tema de los seguros. Uno de los expositores principales fue el mexicano Alberto Ávila, Oficial de Cumplimiento del Grupo BAL. Con él sostuvimos la siguiente entrevista:

**Margarita W. de Tablante:** *¿Cómo ha recibido el sector asegurador las nuevas leyes y regulaciones que le imponen ocuparse de la prevención y control de la legitimación de capitales, antes circunscrito sólo a la Banca?*

**Alberto Ávila:** Ha sido un trago muy amargo, porque el trabajo de la industria de los seguros se basa mucho en la buena fe. Los clientes resienten un poco las



Alberto Ávila, Oficial de Cumplimiento del Grupo BAL de México

preguntas, creen que es por desconfianza. Sin embargo, a medida que se va creando conciencia acerca de la necesidad de proteger a nuestros países y a la sociedad en general de la delincuencia organizada, los clientes han ido entendiendo. En cuanto a los gastos que generan todos estos programas de prevención de legitimación de capitales, al no estar previstos, ha sido un duro golpe. Sobre todo porque hay que tratar de ponerlos en marcha sin retrasar la emisión de los negocios. Se convierte en un tema de competitividad. ¿Cómo establecer los controles sin interrumpir la velocidad a la que se deben hacer este tipo de negocios? -se pregunta.

Asegura que en México, el Sistema de prevención y control de la legitimación de capitales "está montado". Las Leyes, regulaciones, órganos reguladores, entre

otros sistemas están vigentes. La Comisión Nacional de Seguros y Fianzas ya lleva tres años visitando las instituciones. Hemos logrado consensuar un manual-tipo, el cual ha sido referencia general para todo el sector.

**M.W.T:** *¿Es posible trasladar el modelo de PCLC, que ha venido funcionando en la Banca, al sector asegurador?*

**A.A:** Sí y no. Es posible en cuanto a los conceptos principales, pero no es posible con relación al negocio, porque es completamente diferente. El simple hecho de asegurar un celular, lo cual puede hacerse por teléfono, o adquirir productos que sólo tienen vigencia por un año, que son la gran mayoría, hacen a los seguros diferentes. Es posible no volver a ver un cliente. En los bancos, los clientes llegan para quedarse y establecer una relación a largo plazo, desde donde manejar todas sus operaciones.

**M.W.T:** *¿A las aseguradoras se les dificulta conocer al cliente, porque su mayoría son captados por los corredores de seguros, con los cuales tienen una relación directa?*

**A.A.** Exacto. Son muy pocos los casos en los cuales las aseguradoras conocen de manera directa al cliente. Debemos crear alianzas con los corredores o agentes de seguros para compartir información, porque la ley así lo exige. A veces, puede hacerse al principio de la relación o en el momento del siniestro, ya que al cliente le interesa el reembolso. Sin embargo, son pocos los casos, por ello es necesario el trabajo en equipo entre los agentes y las aseguradoras. ▼



**M.W.T. ¿Cómo han recibido los corredores o agentes estas exigencias?**

**A.A.:** En México, las distintas aseguradoras están capacitando a sus agentes. Sin embargo, tenemos una disposición que obliga a los agentes constituidos en una empresa a dar capacitación a sus empleados.

**M.W.T. De todos los productos del sector, ¿cuáles corren un mayor riesgo de ser utilizados para legitimar capitales?**

**A.A.:** Los que tienen componente de inversión. Es decir, se le puede agregar más dinero que el correspondiente al pago de la prima. Por ejemplo, productos de educación donde uno puede ir agregando dinero a través del tiempo y de pronto cancelarlo, para luego retirar todo el dinero no correspondiente a la prima. La empresa de seguros emite en ese momento un cheque por ese monto, lo cual permite la operación de legitimación de capitales.

**M.W.T. ¿Cómo se puede legitimar a través de un seguro de vida?**

**A.A.:** No es fácil, a menos que la persona piense suicidarse... no es común. En este tipo de seguro, la empresa, dependiendo del monto, hace cierto tipo de investigaciones. Desde los hábitos del cliente hasta su tipo de vida. Pero es un fenómeno limitado. En el caso de los seguros de vehículos es difícil conocer si el mismo se compró con dinero ilícito. En estos casos, además de los incendios de edificaciones, los ilícitos tienen más que ver con los fraudes que con la legitimación de capitales.

## Alianza Seguros - Corredores

**M.W.T. ¿Cuáles son los aspectos principales de la prevención de legitimación de capitales en el área de seguros?**

**A.A.:** La alerta debería enfocarse especialmente en el comportamiento poco usual de algunos clientes. Por ejemplo: si un cliente contrata y cancela pólizas de manera constante, sin importar el ramo. Por ello, las medidas de prevención de legitimación de capitales en el área de seguros deben aplicarse más al cliente como tal que a los productos. Ahí es donde está nuestro reto.

**M.W.T. ¿Qué recomendaciones le daría a una compañía de seguros latinoamericana en este momento?**

**A.A.:** Lo primero, antes de adquirir cualquier tipo de sistema de prevención de legitimación de capitales, es verificar muy bien dónde está la fuente de información de todos sus clientes. Muchas compañías tienen los diferentes productos expresados en diferentes sistemas, por ejemplo, tal vez tengan los seguros de vida en un idioma de computación de los años 70, o los gastos médicos en uno de los 80.

Lo primero es organizar la información de los clientes para obtener la mayor cantidad posible y entonces buscar un proveedor de sistemas de prevención de legitimación de capitales, porque de lo contrario, los costos se vuelven inmanejables. Y lo otro es colocar los controles de PCLC de manera tal que no interrumpan el negocio y que permitan detectar pronto los posibles casos de legitimación.

Uno de los puntos más importantes es la capacitación del personal y de los agentes o corredores relacionados. En el caso de los agentes, por lo menos una capacitación genérica acerca de las regulaciones, y sobre todo que conozcan los documentos básicos que se tienen que pedir para los diferentes tipos de negocios, y que estén conscientes de que si no se tienen, eso va a retrasar la emisión del producto.

A lo interno si es necesario especializar la capacitación por rangos. No es lo mismo capacitar a la secretaria o los asistentes que el ejecutivo de ventas. Un aspecto importante es también tratar de acercarse a las autoridades que regulan el tema para explicarles como funciona el mundo de los seguros, y que entiendan las diferencias que tenemos con la Banca. Hay mucho desconocimiento al respecto y eso obstaculiza la labor de prevención.

**M.W.T. Usted es Oficial de Cumplimiento de una gran compañía y no tiene mucho personal en su unidad, sin embargo, ha logrado crear alianzas con otros departamentos para poder realizar su labor... ¿cómo lo ha hecho?**

**A.A.:** Hay dos grandes alianzas que debe hacer el Oficial de Cumplimiento. La primera es con el auditor interno. Si el auditor detecta algo, debe avisarle al oficial de cumplimiento y viceversa. La otra, es el área de marketing. Requerimos informaciones muy similares. Necesitamos conocer al cliente mejor para venderle nuevos productos, y también necesitamos saber quiénes son para prevenir la legitimación de capitales. Debemos trabajar coordinadamente.

**M.W.T. De todo lo mencionado: políticas, programas, planes, personal capacitado, sistemas computarizados, ¿cuál es la herramienta básica más importante para poder realizar una buena prevención de legitimación de capitales en el área de los seguros?**

**A.A.:** Todas son importantes, pero lo más relevante es crear conciencia acerca de la importancia del tema, y en las consecuencias que esto puede tener en lo personal y en lo institucional y hasta para el cliente. Se pueden tener los mejores controles del mundo pero si no se aplican, estamos arando en el mar ■