

MARCO CONCEPTUAL –
PROYECTO MODELO DE
SUPERVISIÓN DE CONDUCTA
DE NEGOCIO PARA LA
INDUSTRIA DE SEGUROS EN
COSTA RICA

Noviembre 2021



Contenido

<i>Marco General</i>	2
1. INTRODUCCIÓN	3
2. EXPERIENCIA INTERNACIONAL DEL ENFOQUE DE SUPERVISIÓN DE CONDUCTA DE MERCADO.....	5
2.1. Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS)	6
2.2. Autoridad Europea de Seguros y Pensiones (EIOPA)	8
2.3. G20 – Principios de Alto Nivel para la Protección al Consumidor Financiero	9
2.4. Reino unido	10
2.5. México.....	12
2.6. Suramérica	13
3. MARCO CONCEPTUAL DE LA SUPERVISIÓN DE CONDUCTA DE NEGOCIO	14
4. CRITERIOS DEFINIDOS POR SUGESE PARA EL DESARROLLO DEL MODELO DE SUPERVISIÓN DE CONDUCTA DE NEGOCIO.....	17
5. MODELO PROPUESTO.....	18
6. HOJA DE RUTA– PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN.....	22

Marco General

Una efectiva protección del consumidor de seguros, requiere de un esquema especial basado en la supervisión robusta de la conducta del negocio de aseguradoras, intermediarios y demás participantes relevantes del mercado.

El presente documento desarrolla la propuesta de implementación de un Modelo de Supervisión de Conducta de Negocio, basado en riesgos, que procure el enfoque en el trato justo al consumidor, la transparencia y la confianza en la integridad del mercado y que se aplique en las áreas de gobernanza y cultura, modelo de negocio, gestión y controles internos de los participantes.

1. INTRODUCCIÓN

La Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS por sus siglas en inglés), en el documento temático sobre riesgos de conducta de negocio y su gestión publicado en noviembre de 2015, expone que históricamente los supervisores de seguros han tratado de proteger los intereses de los consumidores, enfocándose principalmente en la supervisión prudencial de los grupos y conglomerados financieros que participan del negocio de los seguros. En ese sentido, aún y cuando desde tiempo atrás se ha reconocido que parte de las funciones de los sistemas de supervisión es proteger a los consumidores de prácticas comerciales injustas o abusivas, tales temas se han considerado como secundarios dentro de los objetivos del Supervisor¹.

No obstante lo anterior, el impacto de una mala conducta de negocio en entidades financieras, incluidas las del sector asegurador, además de afectar en forma directa el trato justo, transparencia y confianza en el mercado, pueden desencadenar riesgos legales, reputaciones, prudenciales y regulatorios que podrían amenazar la sostenibilidad de las aseguradoras de manera individual.

La relevancia indicada ha quedado reflejada en los temas clave² del Plan Estratégico de la Asociación de Supervisores de Seguros (IAIS por sus siglas en inglés) 2020–2024, todos los

¹ Sobre el tema consultar el “Issues paper on Conduct Business Risk and Its Management” (Documento temático sobre riesgos de conducta de negocio y su gestión) publicado por IAIS en noviembre de 2015 disponible en: <https://www.iaisweb.org/file/57927/issues-paper-on-conduct-of-business-risk-and-its-management>

² “• *Innovación tecnológica: FinTech presenta oportunidades significativas para la inclusión financiera y valor del asegurado, pero también plantea riesgos operativos y de suscripción. La rápida expansión en fuentes de datos alternativas y análisis de datos avanzados es de particular impacto y tiene el potencial para generar disrupción en el mercado de seguros;*

• *Resiliencia cibernética: las aseguradoras no solo están expuestas a riesgos cibernéticos, sino que también son activas en la toma de ciber riesgo a través de sus actividades de suscripción cibernética;*

• *Riesgo climático: las aseguradoras están expuestas tanto al riesgo de transición como inversores institucionales y al riesgo físico de desastres naturales a través de su suscripción, pero también pueden ser agentes clave en la mitigación y gestión del riesgo climático;*

• *Conducta y cultura: los cambios tecnológicos en el modelo de negocio de seguros presentan nuevos desafíos de conducta, como la supervisión del uso de análisis de datos avanzados. Un enfoque holístico a la supervisión de conducta de mercado y supervisión prudencial, requiere reconocer que los temas de conducta y culturales podrían generar problemas de solidez financiera y estabilidad; y*

• *Inclusión financiera y desarrollo económico sostenible: la supervisión de seguros tiene un papel importante que desempeñar en el desarrollo del mercado de seguros y, en términos más generales, en el desarrollo económico sostenible en el contexto más amplio de lograr la Misión de la IAIS. La protección del tenedor de pólizas y la contribución a la estabilidad financiera son fundamentales para garantizar la participación sostenible del sector asegurador en cerrar la brecha de protección, incluida la resistencia a desastres naturales y seguridad en la vejez; apoyar mercados de seguros inclusivos; promoviendo inversión sostenible a largo plazo; y el desarrollo del mercado de seguros cibernéticos en apoyo de un sistema financiero más resiliente.”*

cuales tienen una estrecha relación con la conducta de negocio de los participantes en el mercado.

Por su parte, la Superintendencia General de Seguros ha venido desarrollado su marco de supervisión aplicando modelos modernos de supervisión en el pilar prudencial o financiero y en el de gobernanza. Igualmente se ha desarrollado una supervisión de conducta basada principalmente en un sistema de atención de denuncias de consumidores alrededor del cual se desarrollan investigaciones, estudios temáticos y se activan medidas de actuación supervisora, complementado con cierto abordaje mediante en el marco de la evaluación prudencial de los riesgos operativos, técnico de seguros y estratégico de las entidades.

En ese contexto, corresponde en la actualidad evolucionar a un nuevo y moderno modelo regulatorio y de supervisión de conducta de negocio, completando así los tres pilares de un marco integrado de supervisión adecuado para abordar integralmente los riesgos prudenciales y los de conducta de negocio, que entre otras cosas permita reconocer las diferencias e interrelaciones entre ambos esquemas.

Al respecto es importante observar que una pobre gestión de los riesgos prudenciales puede llevar a presiones financieras que afecten el trato al cliente, como puede ser el caso de una tarificación injusta, tácticas de ventas agresivas inapropiadas o manejo injusto de reclamos. A la inversa prácticas de trato injusto al cliente pueden exponer a la entidad a riesgos legales, reputacionales y regulatorios que podrían amenazar su sostenibilidad.

Asimismo, cuando las practicas deficientes se generalizan en un mercado, se erosiona la confianza del consumidor, afectando la sostenibilidad de la industria como un todo.

La implementación de un “Modelo de Supervisión de Conducta de Negocio” se enmarca dentro de los objetivos estratégicos establecidos por Sugese en el plan estratégico institucional 2019-2023, a efectos de cumplir con los mejores estándares internacionales en protección del consumidor de seguros.

El enfoque de supervisión establecido en el Principio Básico de Seguros No. 19 sobre “Conducta de Negocio” actualizado por IAIS en noviembre de 2017, requiere que el supervisor tenga pleno conocimiento del alcance y escala de los riesgos que tienen una incidencia directa en el trato justo del cliente, durante todas las etapas del ciclo de vida del producto de seguros.

En ese sentido, se establece la necesidad de que el modelo a implementar tome un “enfoque de supervisión basado en riesgos” (SBR), con el fin de poder evaluar a cada supervisado en particular, tanto aseguradoras como intermediarios y así determinar desde

una visión integral, cuál es el perfil y categoría de riesgos a los que se enfrenta cada supervisorado y definir en ese sentido las medidas de supervisión que correspondan.³

Asimismo, se sugiere que al igual que con la supervisión prudencial, la supervisión de los aspectos propios de la conducta de negocio debe ser sistemática, basada en los riesgos de cada entidad, proactiva y equilibrada y enfocada en el objetivo final de la supervisión, que se entiende es procurar el trato justo al cliente.

Desde una óptica regulatoria, el modelo integraría en un solo cuerpo normativo las normas relacionadas con la materia de protección al consumidor de seguros que hoy en día se tratan en normas diferentes como el Reglamento sobre la Comercialización de Seguros, Reglamento de Defensa y Protección al Consumidor de Seguros, Reglamento sobre Seguros Colectivos entre otros.

En cuanto a la actividad de supervisión, el modelo seguirá en la medida de lo posible la dinámica de supervisión ya existente con la cual está familiarizada tanto la Superintendencia como el mercado, adoptando lo necesario para una adecuada supervisión de los riesgos de conducta de negocio así como para la idónea independencia y manejo de eventuales conflictos entre ambos ámbitos de supervisión dentro de un estrecho esquema de coordinación.

Los criterios definidos como guía del diseño del modelo son la aplicación de buenas prácticas internacionales consistentes con el mercado costarricense, coherencia e integridad con los principios generales del modelo de supervisión existente, simplicidad, búsqueda de un bajo regulatorio, enfoque digital centrado en análisis de datos y marco de aplicación forzosa basado en medidas preventivas y correctivas pero con sanciones de impacto cuando lo amerite.

A partir de una serie de referencias al abordaje internacional sobre el tema, el presente documento explica en el Capítulo 3 el marco conceptual del modelo de supervisión de conducta de negocio, en el Capítulo 4 se exponen los criterios definidos por Sugese para el desarrollo del modelo, en el Capítulo 5 la descripción del modelo propuesto y finalmente en el Capítulo 6 la hoja de ruta planificada.

2. EXPERIENCIA INTERNACIONAL DEL ENFOQUE DE SUPERVISIÓN DE CONDUCTA DE MERCADO

La experiencia internacional y la definición de mejores prácticas y principios a incorporar en los modelos de supervisión es abundante. Sobre este tema la IAIS sugiere como mejor

³ Application Paper on Approaches to Conduct of Business Supervision emitido por IAIS en octubre de 2014, Pág. 21.

práctica un enfoque de supervisión basado en riesgo, a partir de las distintas etapas del ciclo de vida del producto de seguros como base principal de sus recomendaciones.

Asimismo, el regulador de la Comunidad Europea -EIOPA-, ha desarrollado el enfoque de evaluación del riesgo de conducta a lo largo del ciclo de vida del producto, enfocándose en el modelo de gestión del negocio de la actividad aseguradora, el origen de los principales riesgos de conducta y su impacto en la interacción con el cliente. Al mismo tiempo aborda las medidas de gobernanza y estructuras internas en materia de transparencia y trato justo del consumidor.

A continuación se presenta un resumen con algunos de los principios y mejores prácticas sugeridas dentro de la experiencia internacional.

2.1. Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS)

La Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS por sus siglas en inglés), es el organismo definidor de estándares en materia de supervisión del mercado de seguros a nivel mundial. Como parte de sus aportes al sector, la IAIS emite los “Principios Básicos de Seguros”⁴ (PBS) los cuales proporcionan un marco globalmente aceptado para la supervisión del sector y resultan aplicables a la supervisión en todas las jurisdicciones, sin importar el nivel de desarrollo o sofisticación de los mercados, el tipo de productos o servicios supervisados o la naturaleza de las entidades supervisadas.

Dentro de este marco, la expectativa a nivel mundial es que dichos PBS sean adoptados proporcionalmente en cada jurisdicción local por los supervisores, de conformidad con las responsabilidades y facultades legales asignadas en materia de supervisión del sector asegurador. Al respecto, los PBS representan los elementos esenciales que deben estar presentes en cualquier régimen de supervisión, para promover un mercado de seguros estable, eficiente y seguro que proporcione un nivel adecuado de protección a los derechos de los asegurados.

Con el desarrollo del Modelo de Supervisión de Conducta de Negocio y su posterior implementación, se pretende obtener un mejor nivel de observancia y cumplimiento de estos principios, especialmente en el PBS 19 relacionado con la “Conducta del Negocio” actualizado en noviembre de 2017 por la IAIS. Dicho principio se modificó en su enunciado y estructura, dirigida a promover el trato justo al cliente a través de las distintas etapas del ciclo de vida del producto, adecuándose a un modelo de supervisión propio de la conducta de negocio⁵. Adicionalmente el modelo debe considerar el cumplimiento de los siguientes principios relacionados con el 19:

⁴ Principios Básicos de Supervisión (ICP por sus siglas en inglés) emitidos por la revisados en noviembre de 2019. Los PBS 18 y 19 fueron revisados en noviembre 2017.

⁵ Sobre el tema en el Anexo IV del Diagnóstico se muestra un cuadro comparativo con la versión de octubre 2011 y noviembre 2017 del PBS 19 sobre “Conducta de Negocio”.

- ✓ **PBS 7, Gobierno Corporativo:** El supervisor requiere que las aseguradoras establezcan e implementen un marco de gobierno corporativo que brinde una administración y supervisión de la actividad de la aseguradora estable y prudente, y que reconozca y proteja de manera adecuada los intereses de los asegurados.
- ✓ **PBS 8, Gestión de riesgos y controles internos:** El supervisor exige a la aseguradora, como parte del marco general de su gobierno corporativo, que cuente con sistemas efectivos de gestión de riesgos y controles internos, incluyendo funciones eficaces en materia de gestión de riesgos, cumplimiento, materia actuarial y auditoría interna.
- ✓ **PBS 9, Revisión y Presentación de Informes al Supervisor:** El supervisor tiene un sistema integrado de supervisión basado en el riesgo, que emplea tanto al monitoreo remoto (off-site) como a las inspecciones in situ para examinar la actividad comercial de cada aseguradora, evaluar su situación, la calidad y la efectividad de su Consejo de Administración y de la alta gerencia, así como el cumplimiento de la legislación y los requisitos en materia de supervisión. El supervisor obtiene la información necesaria para llevar a cabo una supervisión efectiva de las aseguradoras y evaluar el mercado de seguros.
- ✓ **PBS 18, Intermediarios:** El supervisor establece y hace cumplir requerimientos para la conducta de los intermediarios de seguros, con el fin de que lleven a cabo su conducta de negocio forma transparente y profesional.
- ✓ **PBS 19, Conducta del Negocio:** La autoridad supervisora requiere a los aseguradores e intermediarios, que en su conducta de negocio de seguros, traten a los consumidores justamente, desde antes de la formalización del contrato, y en todo momento hasta que todas las obligaciones contractuales hayan sido satisfechas.
- ✓ **PBS 20, Revelación Pública:** El supervisor requiere a los aseguradores revelar información relevante, comprensiva y adecuada de forma periódica para brindar a los tomadores de pólizas y participantes del mercado una clara visión de sus actividades de negocios, desempeño y posición financiera. Se espera que esto expanda la disciplina de mercado y el entendimiento de los riesgos a los cuales un aseguradora está expuesto y la manera en la cual esos riesgos se gestionan.
- ✓ **PBS 21, Prevención del fraude en seguros:** El supervisor requiere que las aseguradoras y los intermediarios tomen medidas efectivas a fin de disuadir, prevenir, detectar, informar y reparar el fraude en los seguros.

Asimismo como complemento de los PBS, en relación con la materia de análisis, IAIS ha emitido una Guía sobre los enfoques de supervisión de conducta de negocio⁶, Guía sobre los enfoques de supervisión de conducta de intermediarios⁷, y un documento temático sobre los Riesgos de Conducta de Negocio y sus Gestión de noviembre del 2015⁸.

Finalmente, en enero de 2020 se emitió el informe para la Superintendencia General de Seguros del Proceso de Revisión de Pares sobre Conducta de Negocio (PBS-19) el cual se dividió en dos secciones. La Sugese ha sido evaluada con una calificación de ampliamente observado en la sección de aseguradores (11 estándares observados y dos ampliamente observados) y la misma calificación para para la sección de intermediarios (3 estándares observados y 6 ampliamente observados). No obstante lo anterior, subyacen áreas de oportunidad de mejora que corresponde corregir a efecto de tener una efectiva supervisión de la Conducta de Negocio.

2.2. Autoridad Europea de Seguros y Pensiones (EIOPA)

La Autoridad Europea de Seguros y Pensiones (EIOPA por sus siglas en inglés), es el órgano técnico consultivo de la Unión Europea, que se encarga de brindar asesoría técnica y especializada en el diseño y formación del marco normativo y de supervisión para el sector de seguros y pensiones de Europa, donde su principal función es promover la estabilidad del sistema financiero, la transparencia de los mercados y los productos financieros relacionados con seguros y pensiones, así como la protección de los tomadores, asegurados y de los beneficiarios de planes de pensiones.

Dentro del ejercicio de sus funciones de órgano técnico en materia de conducta de negocio, EIOPA ha emitido un informe denominado “Marco para evaluar el riesgo de conducta a lo largo del ciclo de vida del producto”⁹ el cual plantea un análisis sobre el origen de los riesgos de conducta de negocio en aras de su gestión y mitigación.

Dicho informe expone y divide los riesgos de conducta en el proceso de diseño y comercialización en cuatro grupos según las distintas características de los productos y los consumidores meta, el modelo de distribución y el proceso post venta, según se detalla a continuación:

- ✓ Riesgos con el modelo de negocio y gestión: Se da énfasis al modelo de negocio al incorporar el tratamiento de conflictos de interés, ventas cruzadas, digitalización en

⁶ Application Paper on Approaches to Conduct of Business Supervision emitido por IAIS en octubre de 2014.

⁷ Application Paper on Approaches to Supervising the Conduct of Intermediaries publicado en noviembre de 2016.

⁸ Issues Paper on Conduct of Business Risk and its Management noviembre de 2015.

⁹ Framework for assessing conduct risk through the product lifecycle emitido por EIOPA en febrero de 2019.

el proceso de distribución, efectos del uso del Big Data en los consumidores y su relación con el precio. Adicionalmente, se abordan temas propios de la gestión del negocio relacionados con la cultura de la entidad, estructuras de gobernanza internas y aplicación del principio de transparencia en beneficio del consumidor.

- ✓ Riesgos de diseño – fabricación del producto: Se abordan los riesgos derivados del proceso de diseño y desarrollo del producto, el valor del producto frente a las necesidades del consumidor, frente al precio y los riesgos en la selección del público meta del producto frente a las necesidades reales del consumidor.
- ✓ Riesgos en el proceso de venta: Se expone un tratamiento a los riesgos que surgen de la relación entre el punto de venta y el cliente, donde se agrupan los riesgos derivados de las distintas técnicas de mercadeo y la selección de los canales de distribución seleccionados por las entidades en el proceso de venta.
- ✓ Riesgos de gestión del producto posterior a la venta: Se analiza el correcto funcionamiento de los servicios posteriores al proceso de venta, a efectos de asegurar que las características, intereses y necesidades del consumidor una vez formalizado el contrato, sean debidamente atendidas y tomadas en cuenta durante toda la vida del producto, hasta que las obligaciones del contrato sean debidamente satisfechas. En ese sentido, se analizan los riesgos relacionados con las actuaciones de las aseguradoras en la revisión de los productos, los riesgos derivados de la información suministrada por el consumidor a lo largo de la vida del producto y no menos relevante, los riesgos en la gestión de siniestro y reclamaciones.

2.3. G20 – Principios de Alto Nivel para la Protección al Consumidor Financiero

En octubre de 2011 los Ministros de Finanzas y presidentes de los Bancos Centrales del Grupo de los 20, en colaboración con la Organización para la Cooperación y del Desarrollo Económico (OCDE), el Consejo de Estabilidad Financiera (FSB), organizaciones internacionales relevantes, organismos reguladores, organizaciones de consumidores y asociaciones de la industria; publicaron los *“Principios de Alto Nivel para la Protección al Consumidor de Servicios Financieros”*.

Con el planteamiento de los Principios de Alto Nivel, se llama al reconocimiento de la protección legal del consumidor financiero, con la autoridad legal de los órganos de supervisión y los recursos necesarios para llevar a cabo su misión, garantizar el trato justo, la divulgación adecuada de la información, la mejora de la educación financiera, garantizar una conducta de negocio responsable de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados, una objetiva y adecuada asesoría, protección de los datos del consumidor incluyendo el fraude, competitividad y manejo adecuado de quejas y mecanismos de reparación, los cuales deben formar parte de un modelo de supervisión eficaz y eficiente en la protección de los derechos del consumidor.

Si bien el principio 6 es el que refiere específicamente a la conducta de negocio, ese tema conceptualmente abarca también puntos abordados por el principio 3 de trato justo al consumidor, 4 de divulgación y transparencia, 8 de protección de la información de consumidores y 9 de manejo de quejas y mecanismos de compensación.

Adicionalmente la OECD ha publicado múltiples documentos, recomendaciones y guías en relación con dichos principios. Actualmente esos principios de alto nivel se encuentran en revisión como parte de las tareas del Grupo de Acción de Protección al Consumidor Financiero de OECD y se prevé contar con un primer borrador de la propuesta de principios para el tercer trimestre del 2021 y que sean aprobados en 2022.

2.4. Reino unido

En el caso del Reino Unido, la Autoridad de Conducta Financiera (Financial Conduct Authority, FCA por sus siglas en inglés), es el regulador de conducta de negocio para las empresas de servicios y mercados financieros en dicho mercado. Dicho órgano tiene por objetivo, procurar que los mercados financieros de dicho país operen de una manera adecuada y correcta, tanto para los consumidores, como para las pequeñas y grandes empresas y la economía en su conjunto.

Desde una óptica de supervisión, dicha entidad tiene tres objetivos operativos: protección a los consumidores, protección a los mercados financieros y promoción de la competencia. Para el proyecto del Modelo de Supervisión de Conducta de Mercado, resulta de especial relevancia, el primer objetivo encomendado a la FCA de procurar que las operaciones en el mercado sean honestas, justas y eficaces para garantizar, que los consumidores obtengan un trato justo.

La FCA dentro de su base regulatoria tiene dos grupos de principios, los cuales rigen y guían las labores de supervisión y las actuaciones de las entidades supervisadas en el mercado respectivamente. Dentro de dichos principios se identifican los que tienen una relación directa con la supervisión de conducta de mercado.

2.4.1. Principios de Buena Regulación

- 2.4.1.1.** Principio 2 Proporcionalidad: Se debe asegurar que cualquier carga o restricción que se imponga a una persona, empresa o actividad, sea proporcional a los beneficios que se esperan como resultado. Para juzgar esto, se debe tener en cuenta los costos para las empresas y los consumidores.
- 2.4.1.2.** Principio 4 Responsabilidad del Consumidor: Los consumidores deben asumir la responsabilidad de sus decisiones.

- 2.4.1.3. Principio 5 Responsabilidad de la Alta Dirección: La dirección de la empresa es responsable de las actividades de la empresa y de asegurar que su negocio cumpla con los requisitos reglamentarios. Esto asegura un nivel adecuado, pero proporcional, de intervención regulatoria al mantener a la alta dirección responsable de la gestión de riesgos y los controles dentro de las empresas. Las empresas deben aclarar quién tiene la responsabilidad y asegurar que su negocio pueda ser adecuadamente monitoreado y controlado.
- 2.4.1.4. Principio 7 Apertura y Divulgación: Se debe publicar información pertinente sobre el mercado de las personas reguladas o exigir su publicación (con las debidas garantías). Esto refuerza la disciplina de mercado y mejora el conocimiento de los consumidores sobre sus asuntos financieros.
- 2.4.1.5. Principio 8 Transparencia: Se deben ejercer las funciones de la manera más transparente posible. Es importante proporcionar información apropiada sobre las decisiones regulatorias, y estar abierto y accesible a la comunidad regulada y al público en general.

2.4.2. Principios para las empresas

- 2.4.2.1. Principio 1 Integridad: La empresa debe conducir sus negocios con integridad.
- 2.4.2.2. Principio 2 Habilidad Cuidado y Diligencia: La empresa debe conducir sus negocios con la debida habilidad, cuidado y diligencia.
- 2.4.2.3. Principio 3 Gestión y Control: La empresa debe tener un cuidado razonable para organizar y controlar sus asuntos de manera responsable y eficaz, con sistemas de gestión de riesgos adecuados.
- 2.4.2.4. Principio 5 Conducta de Mercado: La empresa debe observar las normas adecuadas de conducta del mercado.
- 2.4.2.5. Principio 6 Interés de los Clientes: La empresa debe tener en cuenta los intereses de sus clientes y tratarlos de manera justa.
- 2.4.2.6. Principio 7 Comunicaciones con Clientes: La empresa debe tener en cuenta las necesidades de información de sus clientes, y comunicarles información de una manera clara, justa y no engañosa.

- 2.4.2.7. Principio 8 Conflictos de Interés: La empresa debe gestionar los conflictos de intereses de manera justa, tanto entre ella misma y sus clientes, como entre un cliente y otro cliente.
- 2.4.2.8. Principio 9 Relaciones de Confianza con los Clientes: La empresa debe tomar el cuidado razonable para garantizar la idoneidad de su asesoramiento y permitir decisiones discrecionales para cualquier cliente, que tiene derecho a confiar en su juicio.
- 2.4.2.9. Principio 11 Relaciones con los Reguladores: La empresa debe tratar con sus reguladores de manera abierta y cooperativa, y debe revelar apropiadamente al regulador cualquier información relacionada con la firma, que el regulador razonablemente esperaría que sea informada.

Como complemento de los principios, dentro de la normativa vigente y aplicable a las entidades supervisadas, en el Reino Unido existen una serie de estándares empresariales que deben ser cumplidos y atendidos por las entidades supervisadas en sus actividades comerciales. Sobre este tema, resulta de especial interés el Código de Conducta de Negocios de Seguros (Insurance Conduct of Business Sourcebook - ICOBS por sus siglas en inglés); el cual describe y establece las normas de alto nivel que se aplican a todas las ventas de productos de seguros (excluyendo pólizas con componente de inversión), dirigidas a asegurar el trato justo efectivo de los clientes.

Sobre el tema, es importante resaltar que el contenido de dicho Código de Conducta se considera una referencia de gran utilidad para las siguientes etapas del proyecto, a efectos de poder contrastar y referenciar cómo se plantean en la práctica, las herramientas y requerimientos de supervisión derivados de los principios y mejores prácticas existentes en la materia.

2.5. México

En el caso de México, también se sigue un modelo de supervisión twin peaks¹⁰, en el cual por una parte, la supervisión, protección y defensa de los derechos e intereses de los consumidores, está a cargo de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) y por otra, la supervisión prudencial del sector asegurador y afianzador se encuentra a cargo de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF).

¹⁰ Se denomina Modelo Twin Peaks a un modelo que tiene una *“organización basada en dos pilares: la estabilidad financiera y la protección al consumidor, con un órgano supervisor diferente para cada pilar”*. La Supervisión Financiera: Funciones, Modelos Existentes y retos Planteados por la Crisis. La Reforma Europea. Fundación de Estudios Financieros, España, 2010.

Propiamente sobre las disposiciones normativas que aplica la Condusef en materia de conducta, se observa la existencia de unas *“Disposiciones de carácter general en materia de sanas prácticas, transparencia y publicidad aplicables a las instituciones de seguros”*, emitidas en diciembre de 2015.

El objetivo de dichas disposiciones es *“definir las actividades que se apartan de las sanas prácticas y usos relativos al ofrecimiento y comercialización de las operaciones y servicios de las instituciones de seguros, así como la transparencia y la publicidad de estos, buscando en todo momento la adecuada protección de los intereses del público”*¹¹.

2.6. Suramérica

Sobre otras iniciativas de supervisión de conducta de negocio implementadas en la región, en Suramérica se observa que en Chile con la entrada en funciones de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) en 2018, se está implementando un enfoque de supervisión basado en riesgos aplicable a la conducta de negocio y protección del consumidor, donde la carga de la fiscalización es proporcional al tamaño, complejidad y riesgo de cada supervisado.

Por su parte en el caso de Perú la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) con el objetivo de fortalecer la protección de los usuarios del sistema asegurador en apego a la actualización del PBS 19 de IAIS de 2017, publicó en setiembre de 2019 el *“Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema de Seguros”*, el cual se enfoca en la supervisión de las prácticas que deben aplicar las compañías y corredores de seguros, a efectos de respetar el trato justo y equitativo, información oportuna y clara; así como la implementación de mecanismos de solución de reclamos eficientes y oportunos, asociados a la gestión de los productos y servicios ofrecidos.

Adicionalmente, en el caso de Colombia la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) trabaja en la consolidación de un modelo de supervisión de la conducta de negocio que se enfoque más en la identificación y prevención del origen de las violaciones a los derechos del consumidor, que en la reacción posterior. Como parte de esta estrategia de supervisión resalta el papel activo de la SFC en la emisión de guías de protección del consumidor de seguros, así como la publicación regular de informes y diversas estadísticas relacionadas con la atención y resultado final de reclamaciones y quejas por parte de los supervisados. Lo anterior con el objetivo de brindar mayores elementos de análisis y así incentivar la cultura de trato justo y transparente en beneficio del consumidor.

¹¹ Artículo 1 de las *“Disposiciones de carácter general en materia de sanas prácticas, transparencia y publicidad aplicables a las instituciones de seguros”*, emitidas por la Condusef y publicadas en el Diario Oficial el miércoles 23 de diciembre de 2015.

3. MARCO CONCEPTUAL DE LA SUPERVISIÓN DE CONDUCTA DE NEGOCIO¹²

3.1. ¿Qué?, ¿Cómo? Y ¿Para qué?

3.1.1. ¿Qué?

Se entiende como conducta de negocio de seguros la forma en que los proveedores de servicios de seguros conducen su negocio. Se considera apropiada, si dicha conducta se enfoca en i) el trato justo al consumidor, ii) la transparencia y iii) la confianza en la integridad del mercado.

Un riesgo de conducta de negocio es la posibilidad de que se afecte a los consumidores, aseguradores y sector asegurador a partir de una conducción de negocio por parte de los proveedores de servicios que no procure un trato justo al cliente. Estos riesgos se generan a partir de la gobernanza del producto, modelo de negocio y gestión, y se asocian a alguna de las siguientes fase del del ciclo de vida del producta:

- 3.1.1.1. Diseño de Producto, por ejemplo el desarrollo de un producto que no se enfoca en las necesidades del cliente, sino en las necesidades comerciales de la entidad. Tal sería el caso de incluir una cobertura innecesaria junto con otra necesaria en un producto paquete. Incluye también los aspectos relacionados con valor por costo y tarificación, definición de mercado meta y de cadena de valor del producto.
- 3.1.1.2. Promoción e información de productos (Proceso de venta). Por ejemplo publicidad engañosa, o poca transparencia en la entrega de información sobre el producto, ventas agresivas o aprovechar abusivamente temores u otros elementos conductuales de la estructura de decisión del consumidor (*“insurance and behavioral economics”*) para que este último tome de decisiones que no necesariamente correspondan a sus intereses legítimos.
- 3.1.1.3. Asesoría y conflictos de interés (Proceso de venta). Cuando un consumidor recibe asesoría que no está enfocada en sus

¹² Es importante aclarar la diferencia existente entre el concepto de Conducta de Negocio y el término Conducta de Mercado en los siguientes términos, el concepto de **“Conducta de Mercado”** está conformado por dos grandes áreas: i) **Conducta de Negocio**, asociado principalmente al trato justo de los clientes por parte de las entidades supervisadas (aseguradoras e intermediarios) a través de las distintas etapas del ciclo de vida del producto y; ii) **Eficiencia e integridad del mercado**, que incluye temas tales como educación del consumidor y alfabetización financiera, inclusión, promoción de competencia, combate del fraude, resolución independiente de disputas.

Para efectos de la conceptualización del proyecto es relevante tener presente, que el marco conceptual de supervisión que se propone versa sobre los aspectos propios de Conducta de Negocio, que están inmersos dentro del término amplio de Conducta de Mercado.

necesidades o no le son revelados los conflictos de interés evitando que tome decisiones que afecten sus intereses.

- 3.1.1.4.** Perfeccionamiento (Proceso de venta). Colocación de un producto que no es idóneo para el consumidor por ejemplo cobertura de desempleo para un profesional independientes o errores al perfeccionarse el contrato que afectarán la gestión de este como no entregar toda la información necesaria al consumidor o no tomar los datos necesarios de manera que la gestión del producto pueda verse afectada generando un trato injusto y desconfianza en el mercado.
- 3.1.1.5.** Servicio posventa e información (Gestión del producto posterior a la venta). Un producto puede haber atravesado de manera idónea las fases anteriores pero a la hora de gestionar alguna prestación existen deficiencias que afectan o imposibilitan el uso del producto incluido el trámite de atención y pago de siniestros.
- 3.1.1.6.** Reclamos y quejas (Gestión del producto posterior a la venta). Se refiere a la instancia interna a la cual puede acudir un cliente para poner una queja contra el proveedor o un reclamo sobre la forma en que fue resuelto algún interés contractual originado en la póliza.

Adicionalmente debe contemplarse la observancia de confidencialidad de la información privada del consumidor y en general el monitoreo constante y revisión periódica del producto.

3.1.2. ¿CÓMO?

Una buena conducta de negocio enfocada en el trato justo al consumidor, la transparencia y la confianza en la integridad del mercado se alcanza mediante la implementación en la aseguradora y el intermediario de una cultura en ese sentido y una idónea gobernanza del producto. Ello debe concebirse en el modelo de negocio de la entidad, en su gobierno corporativo, políticas y procedimientos y en sus sistemas de gestión de riesgo y controles internos.

La supervisión de la conducta de negocio evalúa, con un enfoque proporcional y basado en riesgo (proactivo y prospectivo), la existencia y ejecución de esos elementos y su aplicación en las distintas fases del ciclo de vida del producto por parte de los supervisados así como la obtención de los resultados esperados. Todo lo anterior, mediante la mitigación satisfactoria de los riesgos inherentes de conducta de manera que se prevenga y evite la afectación al consumidor.

La regulación en que se apoya la supervisión debe ser basada en principios y tomar en consideración resultados (outcomes-based)¹³ esperados de aplicación proporcional.

3.1.3. ¿PARA QUÉ?

La supervisión de conducta de negocio en la industria de seguros persigue que los participantes en la cadena de valor del producto brinden a los consumidores un trato justo, información adecuada, productos adecuados, una gestión adecuada del producto luego de su venta -acorde con las expectativas que generaron al venderlo-, un correcto manejo de quejas, reclamos y privacidad de información, promoviendo a su vez la confianza en el sector y la mitigación de riesgos reputacionales y prudenciales que se puedan generar por riesgos de conducta.

Lo anterior, permite un mayor desarrollo del mercado y un funcionamiento estable y eficiente del mismo.

En el esfuerzo para la consecución del objetivo indicado, se logra un mejor cumplimiento de los estándares internacionales en la conducción y supervisión de la actividad aseguradora e intermediación de seguros, e igualmente se cumple con el mandato legal impuesto a la Superintendencia General de Seguros en materia de protección al consumidor de seguros conforme a los artículos 1, 5 y 29¹⁴ de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros

¹³ Tomando como referencia Reino Unido, si bien el riesgo de conducta cubre un espectro extremadamente amplio y es muy complejo, los resultados de Tratar a los clientes de manera justa conforman su componente principal. El predecesor de la FCA (la Autoridad de Servicios Financieros, FSA) produjo en 2006 un documento de debate sobre los resultados que debían esperarse del trato justo al cliente (TCF). La FSA enumeró una serie de resultados TCF que pretendía lograr para los clientes minoristas. Estos seis resultados siguen siendo los mismos en la guía más reciente de la FCA de 2015 y 2019.:

Resultado 1: Los consumidores pueden estar seguros de que están tratando con empresas en las que el trato justo de los clientes es fundamental para la cultura corporativa.

Resultado 2: Los productos y servicios comercializados y vendidos en el mercado minorista están diseñados para satisfacer las necesidades de los grupos de consumidores identificados y se orientan en consecuencia.

Resultado 3: Los consumidores reciben información clara y se les mantiene adecuadamente informados antes, durante y después del momento de venta.

Resultado 4: Cuando los consumidores reciben asesoramiento, el asesoramiento es adecuado y tiene en cuenta sus circunstancias.

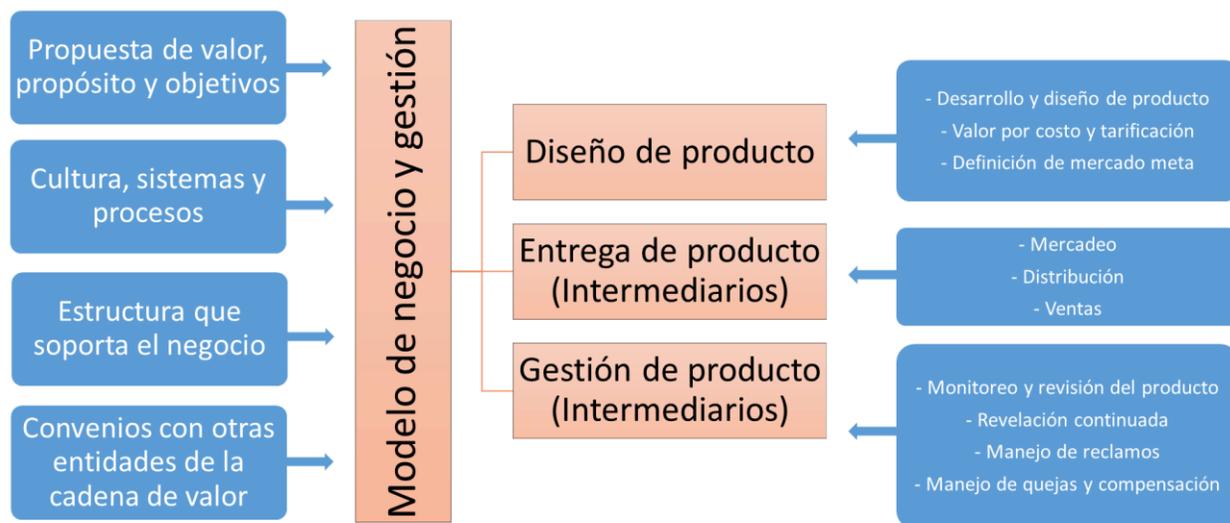
Resultado 5: Los consumidores reciben productos que funcionan como las empresas les han hecho esperar, y el servicio asociado es de un estándar aceptable y como se les ha hecho esperar.

Resultado 6: Los consumidores no enfrentan barreras postventa irrazonables impuestas por las empresas para cambiar de producto, cambiar de proveedor, presentar una reclamación o presentar una queja.

¹⁴ El artículo 1 de la establece como parte de sus objetivos: *“a) Proteger los derechos subjetivos e intereses legítimos de los asegurados y terceros interesados que se generen a partir de la oferta, suscripción, comercialización o ejecución de contratos de seguros”*. Por su parte el artículo 5 de la misma ley en materia de protección de intereses del consumidor expresamente indica: *“a) Se le garantiza el derecho a la protección de sus intereses económicos, así como a un trato equitativo y no discriminatorio”*. Finalmente el artículo 29 de la LRMS, dispone el deber de velar por el eficiente funcionamiento del mercado de seguros.

N°8653 (en adelante LRMS) que a su vez se desprende del deber legal de Sugese de actuar de manera consistente con principios de IAIS. (art. 1 Ley 8622 TLC, Cap 12, Anexo 12.9.2., Sección H.II.)

El siguiente esquema ilustra lo apuntado en esta sección:



Elaboración propia a partir de EIOPA, Informe “Framework for assessing conduct risk through the product lifecycle”

4. CRITERIOS DEFINIDOS POR SUGESE PARA EL DESARROLLO DEL MODELO DE SUPERVISIÓN DE CONDUCTA DE NEGOCIO.

Sugese definió los siguientes criterios en orden de prioridad para orientar el desarrollo del proyecto de definición del modelo de supervisión de conducta de negocio para el mercado de seguros:

- 4.1. **Aplicación de buenas prácticas internacionales.** Acorde con el objetivo estratégico definido por Sugese dentro del Plan Estratégico 2019 – 2023 y demás contexto nacional e internacional referido en la introducción de este documento el modelo definido debe acercar al mercado asegurado al cumplimiento de los mejores estándares internacionales en supervisión y protección del consumidor de seguros.
- 4.2. **Coherencia e integridad.** El modelo definido debe adaptarse e integrarse en lo que sea posible al modelo de supervisión implementado por Sugese, es decir basado en riesgos y proporcional, con una regulación en la medida de lo posible basada en principios y de aplicación proporcional complementada con reglas, aplicando

Ese objetivo solo es alcanzable cuando se da un equilibrio entre la oferta y la demanda de seguros, equilibrio que tiene lugar solo si los proveedores tanto aseguradoras como intermediarios, dan un trato justo a los consumidores todo dentro del marco de una adecuada conducta de negocio.

similares criterios generales a los existentes en el Marco Integrado de Supervisión de Seguros. Ello permitirá una mejor asimilación de este por parte del supervisor, la industria, el consumidor y otros terceros interesados y por ende una implementación más eficiente y eficaz.

- 4.3. Simplicidad.** Atendiendo los dos criterios anteriores, el modelo debe buscar un balance con la simplicidad en su presentación e implementación.
- 4.4. Bajo costo regulatorio para la industria.** Se debe considerar la coyuntura económica, así como la existencia de otros desarrollos regulatorios que están en proceso de implementación en los próximos años como el Modelo de Capital Basado en Riesgo, NIIF 17 y supervisión consolidada, de manera que el costo regulatorio para la industria al implementar el nuevo modelo sea el más eficiente y proporcional posible.
- 4.5. Enfoque digital y centrado en el análisis de datos.** El diseño del modelo debe tener en cuenta en todo momento los avances tecnológicos y las posibilidades de uso de herramientas Suptech y Regtech, el análisis y tratamiento de datos con tecnología Big Data, DLT (ej. Blockchain), machine learning, inteligencia artificial. Es decir, se debe considerar de forma prioritaria la posibilidad de uso de este tipo de herramientas sobre la conformación de otros esquemas que puedan generar más costo, ser menos eficientes e implicar mayor riesgo operativo.
- 4.6. Aplicación forzosa preventiva y correctiva más que sancionatoria pero esta última debe ser drástica.** El esquema de aplicación forzosa debe basarse en medidas preventivas y correctivas, que resulten ser útiles, proporcionadas y eficientes respecto de los objetivos de supervisión. Las medidas sancionatorias a través de procedimientos administrativos por su costo y limitada eficiencia desde el punto de vista de oportunidad y cumplimiento de objetivos de supervisión se utilizarían en casos especiales en los que se justifique su mayor utilidad sobre la aplicación de medidas preventivas y correctivas, o como forma de escalar dichas medidas cuando las misma hayan demostrado ser ineficientes. En caso de aplicación de sanciones estas deben resultar lo suficientemente disuasivas para que el beneficio de la práctica incorrecta no compense el impacto de la multa.

5. MODELO PROPUESTO

5.1. Marco regulatorio

En línea con el enfoque recientemente aprobado por el CONASSIF en el Acuerdo Sugese 11-20 *Reglamento sobre inclusión y acceso al seguro*, el modelo propuesto definiría una reestructuración normativa en materia de protección al consumidor de seguros, basado en principios y resultados esperados a partir del desarrollo de requerimientos de conducta de negocio.

Lo anterior implica la revisión y posible replanteamiento normativo y consolidación de los reglamentos de *Defensa y Protección del Consumidor de Seguros*, *Reglamento sobre Comercialización de Seguros* y *Reglamento sobre Seguros Colectivos* en un solo reglamento sobre protección del consumidor de seguros. A esa norma podrían integrarse igualmente, aunque en este caso no sería necesario un replanteamiento, el *Reglamento sobre inclusión y acceso al seguro* y el *Reglamento sobre Registro de Productos*.

Adicionalmente se valoraría la inclusión de normas puntuales o ajustes a las existentes para una correcta gestión del riesgo de conducta de negocio de los supervisados en los marcos normativos existentes sobre Gobierno Corporativo, Sistemas de Gestión de Riesgos y de Control Interno y Marco Integrado de Supervisión de Seguros.

Para efectos de implementación se emitirían dos Guías o lineamientos, una interna y otra externa.

- a. *Guía interna sobre evaluación del riesgo de conducta de negocio para aseguradoras y para corredoras de seguros de perfil de riesgo alto*: establecería referencialmente actividades de monitoreo extra situ con definición de indicadores de alerta temprana, actividades de monitoreo in situ, definición de actividades significativas y lista referencial de aspectos a evaluar, herramientas y taxonomía de hallazgos con peso en el valor del riesgo, así como medidas preferentes de referencia para las distintas situaciones y tipologías.
- b. *Guía externa sobre expectativas del supervisor en materia de gestión y control de los riesgos de conducta*, la cual recopilaría buenas prácticas y resultados esperados en materia de conducta de negocio por parte del Supervisor en relación con la cultura, el modelo de negocio y la gobernanza del producto en cada una de las fases del ciclo de vida del producto.

5.2. Actividades de supervisión

Se prevé que con base en las reformas regulatorias mencionadas las actividades de supervisión partirán del monitoreo y fiscalización de riesgos y resultados en materia de conducta de negocio y trato justo al cliente.

5.2.1. Evaluación de riesgos

Si bien no existe un modelo único o recomendado para la evaluación de riesgos de conducta, internacionalmente se han identificado tres modelos principales.

- 5.2.1.1.** Valoración en función de sus efectos prudenciales dentro del riesgo operativo, estratégico y técnico de seguros. Este es el modelo que aplica actualmente Sugese pero que se considera debe evolucionar

a un modelo que valore el riesgo por su materialidad en cuanto a un trato injusto al consumidor y no un efecto prudencial en la entidad, conforme con las prácticas internacionales.

- 5.2.1.2.** Consideración como un riesgo inherente adicional dentro de la matriz de riesgo. Este modelo permite analizar los riesgos de conducta por su naturaleza y su resultado directo en materia de trato justo al cliente, transparencia y confianza en la integridad del mercado y no solo por sus consecuencias prudenciales.
- 5.2.1.3.** Evaluación mediante una matriz independiente. Es el modelo utilizado principalmente por los sistemas de supervisión *twin peaks* en los que el supervisor de conducta es distinto del supervisor prudencial. Representa un costo de implementación importante por ser más complejo e igualmente incrementa el costo regulatorio por cuanto el supervisado debe lidiar con dos procesos de evaluación de riesgo independientes que finalmente arrojan resultados distintos y medidas distintas e incluso podría ocurrir duplicidad de actividades.

Luego del análisis de esos tres modelos se consideró como el más adecuado para nuestro mercado en la coyuntura actual es el modelo intermedio indicado en 5.2.1.2..

Bajo este modelo, el riesgo de conducta se integraría como un riesgo inherente a las actividades significativas que se evalúen en función del cual las funciones de gestión y control deben conformarse como mitigadores de ese riesgo. En el caso de las sociedades corredoras de seguros con perfil de riesgo de conducta alto en las que el objetivo de supervisión se centra en temas de conducta y los aspectos financieros solo interesan para efectos de continuidad operativa, se implementaría una matriz de riesgos independiente que analice los temas propios de conducta de negocio.

El modelo elegido, se fundamenta igualmente en que el riesgo de conducta tiene una naturaleza inherente a la actividad de seguros y su intermediación, entre otras cosas por la naturaleza del negocio de seguros y su ciclo comercial inverso; el conflicto de interés respecto a factores prudenciales presente en los modelos comerciales y la gestión, la asimetría informativa y de poder económico con el cliente retail, los sesgos conductuales del consumidor y el esquema de distribución del seguro (promovido por el proveedor más que por el comprador).

Este modelo tiene la ventaja de ubicar en el mismo plano de evaluación el riesgo de conducta junto con los riesgos prudenciales con lo cual se logra que los diferentes elementos de gestión y control deban otorgarle la relevancia equivalente ya que la calificación general se vería afectada independientemente de un adecuado desempeño en aspectos prudenciales. Por ejemplo un órgano director con idoneidad suficiente en temas

financieros/prudenciales pero sin idoneidad en temas de conducta vería afectada la evaluación general de su función de control.

La integración del riesgo inherente de conducta en la matriz general para evaluación de riesgos debe, a pesar de ello, observar las diferencias, independencias y coordinaciones requeridas entre los riesgos prudenciales y los de conducta y su dinámica de evaluación. Lo anterior partiendo desde la naturaleza del riesgo, pasando por el potencial conflicto entre los objetivos de la supervisión de conducta y de la supervisión prudencial e incluso el perfil de los supervisores que es diametralmente diferente para temas de conducta y temas prudenciales.

Finalmente, a diferencia del modelo de evaluación independiente, no es tan costoso y complejo y resulta más acorde con el marco institucional actual que integra la supervisión prudencial y de conducta en cada supervisor sectorial

5.2.2. Otras herramientas

Otras herramientas que utilizaría el modelo consistirían en estudios temáticos, estudios de mercado, sistema de quejas y reclamaciones y otro tipo de investigaciones, que en línea con lo definido en el MISS puedan activar medidas de actuación de supervisión.

5.3. Metodología de aplicación del Modelo Supervisión de Conducta de Negocio

La metodología y proceso de evaluación de las áreas de riesgo de las entidades supervisadas en materia de conducta de negocio, tanto para aseguradoras como para sociedades corredoras con perfil de riesgo alto, conlleva un análisis cuantitativo y cualitativo que evalúe los esquemas de riesgo individual y la gestión de estos que realiza cada supervisado.

Se buscaría la coordinación en la planificación para que los ejercicios de evaluación de riesgos prudenciales y de conducta se realicen de forma simultánea y se evite duplicidad de requerimientos, entrevistas y otros esfuerzos.

Adicionalmente, es importante aclarar que dentro del esquema de supervisión de conducta de negocio las entidades aseguradoras son responsables de la conducta de sus sociedades agentes y agentes así como de los servicios que subcontrate dentro de la cadena de valor del producto, mientras que las sociedades corredoras por su independencia se consideran responsables directos de su conducta de negocio aunque sí debe darse una debida diligencia y correcta gestión de la aseguradora respecto a sus canales de distribución incluyendo la figura del corretaje.¹⁵

¹⁵ Sobre el tema consultar “Application Paper on Approaches to Supervising the Conduct of Intermediaries” publicado por IAIS en noviembre de 2016, específicamente el párrafo 34, página 10 en relación con el “Grado de responsabilidad del asegurador por la conducta de los intermediarios”.

A tal efecto, resulta importante aclarar la diferencia en el alcance de las responsabilidades de la aseguradora y el modelo de supervisión aplicable para las actuaciones de los agentes y corredores. En el entendido de que por una parte se abordará un modelo de supervisión indirecta, que abarque las actividades de los agentes y sociedades agencia, esto a través de las entidades aseguradoras, el cual asignará una mayor responsabilidad a éstas para garantizar un trato justo a los clientes por parte de sus intermediarios.

Según lo anterior, el modelo de supervisión a nivel de intermediarios tendrá un enfoque directo para la conducta de negocio de los corredores de seguros que cumplan con un perfil de riesgo de conducta alto.

6. HOJA DE RUTA– PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN.

La implementación de un nuevo Modelo de Supervisión de Conducta de Negocio con un enfoque de supervisión basado en riesgos requiere considerar plazos razonables para su puesta en aplicación. En este sentido, la Sugese proyecta llevar a cabo este proceso en un plazo aproximado de dos años, de acuerdo con el siguiente calendario tentativo de actividades u hoja de ruta del proyecto:

Entregable	Fecha Estimada
Envío al Conassif de White Paper sobre el Marco Conceptual del Modelo de Supervisión de Conducta de Negocio (Modelo SCN)	Enero 2021 (Finalizado)
Aprobación del White Paper sobre el Marco Conceptual del Modelo de SCN	Febrero 2021 (Finalizado)
Presentación al Mercado del Marco Conceptual del Modelo de SCN	Mayo 2021 (Finalizado)
Publicación de White Paper sobre el Marco Conceptual del Modelo de SCN y Publicación de autoevaluación para el mercado	Noviembre 2021
Entrega de Autoevaluación – Mercado	Diciembre 2021
Primer borrador de propuesta del Modelo de SCN, propuesta de reformas reglamentarias y guías.	Enero 2022
Inicio de Plan Piloto	Enero 2022
Informes del Plan Piloto	Abril 2022

Entregable	Fecha Estimada
Ajustes en propuesta del Modelo de SCN, propuesta de reformas reglamentarias y guías.	Mayo 2022
Presentación al Conassif del Modelo de SCN y aprobación de Consulta Pública	Junio 2022
Aprobación final del Conassif y entrada en vigencia del Modelo de SCN (Probablemente incorporará un transitorio de al menos 6 a 12 meses dependiendo de la carga regulatoria que en ese momento tenga y se estime para la industria)	Octubre 2022