

Ciudad de México, 16 de mayo de 2017.

Versión Estenográfica de la Sesión Especializada “El futuro en materia de prevención de lavado de dinero”, dictada por Mario Rafael Craviotto Rivas y Erika Montaña Vázquez, en el marco de la 27 Convención de Aseguradores AMIS realizada en el salón Palacio de la Canal 5, del Centro Banamex, en esta ciudad.

Moderador: Muchas gracias.

Entramos ya con la segunda de los paneles que hemos dispuesto para la atención de ustedes. Y después de la primicia que acabamos de recibir por parte de la propia Comisión, en el sentido de que existe un importante avance para normar propiamente los medios electrónicos y ya no la contratación como se había venido dando. Creo yo que justamente todos estos temas se van vinculando uno con otro.

Y como ustedes saben, la actividad de los abogados ha ido creciendo, de pasar exclusivamente de los asuntos del litigio, nos hemos acercado cada vez al cliente, por eso yo comentaba hace un momento que era importantísimo hacerse interdisciplinario y darle la participación que siempre corresponde a otras áreas de las organizaciones, porque nuestra intervención ya es una parte de este engranaje y de alguna manera contribuye a empujar justamente la expansión y el desarrollo del seguro.

Desde luego también, como se decía hace un momento por alguna de las personas que hizo preguntas, concretamente a la expansión del seguro en las áreas de aquellas personas donde tradicionalmente no existía el microseguro, en este caso.

De manera tal que creo que tenemos ahora esta otra parte que corresponde a lo que es la prevención de lavado de dinero.

Y nos hacemos una pregunta, ¿qué sigue?

Así como lo hicimos el año pasado que comenzamos a analizar lo que era el futuro, ahora tenemos concretamente un nuevo punto de vista que nos faltaba, de hecho, y que hay que analizar también, y es lo que sigue en materia de prevención de lavado de dinero.

Para lo cual tenemos a dos excelentes ponentes, quienes nos harán favor de compartir su experiencia. Y me estoy refiriendo tanto a Mario Rafael Craviotto Rivas, a quien presentaré a continuación; y Erika Montaña, de todos o de muchos de ustedes ya conocidos.

Paso a las presentaciones con su permiso. Erika Montaña es maestra especialista en Ciencias Penales, egresada de la Universidad Nacional Autónoma de México y cursó una segunda carrera en el ámbito técnico de la legislación bancaria.

Actualmente cursa una tercera carrera por la misma institución, focalizada en perfiles criminales financieros, fraude y lavado de dinero.

Es especialista certificada en materia de prevención de lavado de dinero por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y actualmente ya elabora su protocolo doctoral.

Cuenta con certificaciones, diplomados, seminarios, cursos y congresos internacionales en México, Francia, Perú y República Dominicana en materia de prevención de lavado de dinero, antifraude, ciencias penales, delincuencia organizada, extinción de dominio, anticorrupción y delitos cibernéticos en instituciones, tales como ACAMS, Procuraduría General de la República, Poder Judicial, Congreso de la Unión, COFEMER, InterAmerican Community Affairs, FELABAN, entre otros.

Es ponente nacional e internación en foros especializados en seguros, derecho penal y lavado de dinero; tales como: reuniones plenarias en la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, donde también agradecemos nos apoya; la Conferencia Latinoamericana de ACAMS, el Seminario Anual de la Asociación Peruana de Seguros, Congreso Iberoamericano de Prevención de Lavado en Costa Rica, Conferencia de las Américas en Panamá, lavadodedinero.com, que es una página que da cuenta de este tipo de noticias, y en este último tanto como ponente y también escribiendo artículos especializados.

Es miembro activo del Comité de Comunicación y Control y Presidente del Comité de Siniestros Vida para detección de fraudes en AMIS, miembro de ACAMS, por supuesto; y en la Asociación Latinoamericana de investigadores de Fraudes y Crímenes Financieros.

Forma parte de la Junta Directiva del Capítulo México ACAMS, donde adicionalmente participa presidiendo, obviamente, el Comité de Seguros.

Se ha desempeñado en el sector financiero, aseguradoras, grupos financieros, casas de bolsa, SOFOLES, bancos y desde hace más de 10 años se ha enfocado principalmente en estas labores de cumplimiento, lavado de dinero, materia penal y prevención del fraude.

Actualmente labora como Local *Compliance Officer* y Oficial Prevención de Lavado en Zurich-México ocupando la Subdirección de esa área concretamente.

Mario Rafael Craviotto Rivas, él es licenciado en Finanzas egresado de la Universidad Tecnológica de México, con diplomado en Desarrollo de Líder del propio Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.

Diplomado en Administración de Riesgos por FINDES, diplomado en Finanzas Internacionales por IMERVAL, con maestría en Dirección de Empresas, egresado del IPADE y Programa de Desarrollo Directivo por el propio IPADE.

Posgrado en Administración Financiera y egresado de la Universidad Tecnológica de México.

Actualmente es Presidente del Grupo de Trabajo del Comité de Comunicación y Control de la propia Asociación y Director de Cumplimiento Normativo de Empresas Filiales, Bancomer.

En la experiencia profesional, debemos dar cuenta que es Subdirector de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo de las Empresas Filiales del Grupo y Subdirector de Cumplimiento Bancario en la propia institución BBVA-Bancomer.

Subdirector de Administración de Fondos Internacionales y *Middle Office* ASSET MANAGEMENT. Concretamente es el currículum de Mario Rafael Craviotto Rivas.

Y sin más, yo les voy a pedir que nos hagan el enorme servicio de ilustrarnos con su conocimiento.

Adelante.

Erika Montaña: Muchas gracias, principalmente a AMIS y a ustedes por acudir.

Primero y antes de comenzar mi exposición, quiero hacer nada más un comentario, que todo lo que vamos a ver a continuación es a título personal y, por ende, no marca una posición en particular de Zurich en México ni de Zurich a nivel mundial.

El futuro en materia de prevención de lavado de dinero. Como ustedes ven en pantalla, qué es lo principal, los reguladores a nivel mundial lo que están visualizando es que efectivamente las nuevas tecnologías traen un tema primordial que es cómo continuamos con un enfoque basado en riesgos; cómo mantener un enfoque basado en riesgos cuando tenemos, por ejemplo, una nueva tecnología, pero por otro lado leyes más restrictivas, que nosotros decimos: tenemos que contar con mayores controles, pero a la vez hay una nueva tecnología y tenemos que modificar nuestro actuar de identificación al cliente, que era algo que también veíamos en la exposición pasada.

¿Cómo empezamos a identificar a nuestros clientes?

Trajimos en esta tarde un punto muy relevante en el que se está enfocando GAFI a nivel mundial, que es en particular el riesgo de lavado de dinero pero visto a través de un enfoque basado en riesgos.

Este riesgo, como ustedes saben, es la posibilidad o pérdida o daño de exposición a la que está expuesta una compañía por el sólo hecho de la comercialización de productos que ésta efectúa, la materia de esta misma compañía; si esta materia de la compañía se vincula a canales de distribución diversos o a canales de distribución particulares.

Esto nos va a dar la primera instancia de un riesgo en lavado de dinero.

¿Qué se busca en este riesgo?

Efectivamente, es una vez ubicando el riesgo de la compañía de acuerdo a alguno de sus factores, ¿qué tan propensa es la institución a que se lleve a cabo un proceso de lavado de dinero?, ¿qué tan expuesta esta compañía, esta empresa a ser utilizada para un lavado de dinero?

Marcando el concepto en particular del entendimiento que tendremos de lavado de dinero, entramos al punto particular de la evaluación de riesgos, ahora sí la evaluación basada en riesgos.

Esta evaluación basada en riesgos, si ustedes recuerdan con la reforma de nuestras disposiciones del 2012, nuestras nuevas disposiciones ya recogen parte de lo que es la evaluación basada en riesgos, a través de la identificación del cliente que, como ustedes recuerdan, es por tipo de producto y por el monto de prima.

Ahí está haciendo una evaluación de riesgos nuestra autoridad para poder saber cuándo identificamos más o cuándo identificamos menos a un cliente, por qué, si es personal, si no es personal moral, cómo se identifica.

Si nos solicita un seguro de vida con ahorro e inversión, entonces esa particularidad de monto no va a ser relevante, ¿por qué?, por el riesgo que presenta ese seguro de vida.

Ese es el tema de enfoque basado en riesgos, ¿pero cómo lo identificamos, cómo sabemos si en particular estamos implementando ese enfoque de manera adecuada?

Este es uno de los factores del futuro del seguro, a nivel mundial se está buscando un programa de identificación y conocimiento al cliente efectivo.

Adelante vamos a ver por qué esas 40 recomendaciones señalan que existe un programa efectivo, la existencia de ese programa efectivo.

Y este enfoque basado en riesgos, y se los resalto aquí porque es muy importante que vean las palabras, se refiere a la identificación de ese riesgo, la evaluación y el entendimiento mismo de los riesgos.

Normalmente en otras ponencias que he tenido la oportunidad de dar, siempre les recomiendo que ustedes hagan una evaluación de riesgos por su compañía, porque nos pasa mucho que buscamos en diferentes compañías para evaluar: “oye, ¿tú cómo identificas, qué le pides, le pides lo mismo, y si no te lo da, qué te dicen los agentes?”.

Pero en realidad hay que identificar con la particularidad de nuestras compañías, porque si ustedes ubican esas palabras que nos dicen la primera de las recomendaciones de GAFI, es la identificación de los riesgos; los riesgos que tiene una compañía son diferentes a los que tiene otra.

Por eso es muy importante que hagamos la evaluación y la identificación de nuestra compañía en particular.

Como ustedes saben, esos riesgos no solamente se vinculan al lavado de activos o lavado de dinero, sino también a financiamiento al terrorismo.

¿Y qué dijimos previamente? El tema de la exposición. ¿Qué tan expuesta está la compañía?

Este esquema es algo que nos va a permitir identificar lo que les comento: el ideal del enfoque basado en riesgos en materia de prevención de lavado de dinero, porque como ustedes saben, el enfoque basado en riesgos va más allá, hasta la ISO, lo recaban también, lo resuelven diferentes normativas internacionales, como es la Guía de Enfoque Basada en Riesgos del Sector Bancario.

Pero en particular para el sector asegurador mucho se ha hablado de que este enfoque se evalúa en esos riesgos ya identificados previamente y a cada riesgo se implemente una medida. Este es el enfoque adecuado, es decir, tenemos ahí una uniformidad entre el riesgo y las medidas implementadas

Esto sería lo correcto en el enfoque basado en riesgos.

¿Pero qué pasa si nos vamos al principio de lo que les comentaba?

Tenemos problemas porque: “oye, yo no quiero ser sancionado, como no quiero ser sancionado yo voy a pedir toda la documentación del cliente y, no obstante, las disposiciones me permiten identificar solamente con datos mínimos a personas físicas, con primas menores a dos mil 500 dólares, mejor le pido todo porque la verdad mi sistema no hace el seguimiento de cúmulos, y como no lo hace mejor le pido todo, porque qué tal si un día ese cliente me pide otras pólizas, entonces va a ser un problema importante para la institución”.

Si nos vamos a ese punto de partida estaríamos en esta parte, el riesgo y las medidas serían superiores, es decir, que no estaríamos al 100 por ciento adheridos al enfoque basado en riesgos y, lamentablemente, esa distorsión quizá en la validación de lo que tengo que pedir o de las medidas que tengo que implementar, tienen un menoscabo o un problema con el área comercial.

¿Por qué? Porque estaríamos quedando fuera de la competencia cuando otra aseguradora no le pide toda la documentación; puede ser que no le pida todo porque sí tienen sistemas que acumulan o porque tienen algunas medidas diversas; Colbax, seguimientos para pedir la documentación pendiente cuando se detecta que supera los umbrales establecidos por la ley.

Pero justamente hacia dónde va el tema de seguros o ese futuro, es a tener una correcta evaluación del riesgo, basado en ese riesgo. Ese sería un ejemplo de esta particularidad.

Y existe el peor de ellos, desde mi punto de vista, que es cuando efectivamente tenemos bastantes riesgos, por ejemplo que seamos una aseguradora que sólo comercializa productos de vida con ahorro e inversión, y que en adición no tiene penalización por rescates anticipados, que acepta cualquier monto.

Y yéndonos a un escenario que es el más complejo: que acepta también dinero en su ventanilla, sería algo supercomplejo que estemos ante ese supuesto, tendríamos riesgos relevantes.

¿Por qué? Porque esos riesgos ya están identificados a nivel mundial que este tipo de pólizas tienen un riesgo mayor, es decir, que el factor de riesgo que sería el tipo de producto es elevado.

Si nosotros tenemos ese tipo de producto en este supuesto, tendríamos mayores riesgos; y si nuestra medida es: “oye, es que yo no le quiero pedir toda la documentación” o “le voy a pedir lo mínimo, quizá el origen de recursos se lo solicitaré cuando supere 200 mil dólares”.

Puede ser, si ustedes hacen una evaluación de riesgo completa, lo que comentábamos al principio, hacemos una identificación, una evaluación y colocación de medidas, podríamos tener algo similar y a pesar de que parece que tenemos más riesgos que medidas estaríamos en el enfoque basado en riesgos.

Pero si no es así y estamos ante esta postura que es: mayores riesgos y menos medidas, en adición a que no estaríamos en una adherencia al 100 por ciento del enfoque basado en riesgos, tendríamos un problema institucional, porque ya estamos hablando de responsabilidades, que adelante les vamos a comentar el detalle vinculado con el nuevo Código de Procedimientos Penal Nacional.

Los factores principales. Los factores principales de riesgo, de acuerdo a nuestra recomendación 10 de las 40 recomendaciones de GAFI en su nota interpretativa, señala que efectivamente esos factores de riesgo se vinculan al due diligence, es decir, a cómo vamos a identificar al cliente, esa debida diligencia que vamos a hacer al cliente.

Y estos factores de riesgo, como ustedes ven en pantalla, los principales son los productos que ya pusimos ese ejemplo de vida, con ahorro e inversión, los servicios que se ofrezcan en adición, clientes, canales de distribución, ubicación, localizaciones geográficas.

Aquí me gustaría hacer una pausa en el tema de localización geográfica porque actualmente PGR está publicando una especie de anuario donde señala todas las indagatorias que ha hecho año con año, de hecho ya está publicada la 2016, y en este anuario presenta los estados que han tenido la mayor incidencia en temas de averiguaciones previas antes con nuestro sistema penal anterior, todavía averiguaciones previas, por estado; eso es muy importante porque tenemos

incidencias, como ustedes saben, en el norte del país son las más en materia de prevención de lavado de dinero.

Se han hecho bastantes indagatorias, ¿y eso para qué nos ayudaría? Esa información nos ayuda para el tema de la localización geográfica.

En un enfoque basado en riesgos si nos solicitan una póliza de vida con ahorro e inversión en Sinaloa, ¿alguien me puede comentar cómo la clasifica?, ¿si de alto o bajo riesgo, analizarían algo en adición o solamente sería alto riesgo por estar en Sinaloa y ser una de vida con ahorro e inversión?

¿Alguien por aquí?

Intervención: (...) y puedas determinar si lo clasificas como de alto riesgo o lo señalas como una operación y lo reportas a la autoridad.

Erika Montaña: Perfecto. Muchas gracias.

Efectivamente ese es el enfoque basado en riesgos. No puedo clasificar con un solo riesgo, con un solo factor, porque si clasifico con un solo factor podría estar en la balanza que pusimos donde tengo menos riesgos y más medidas. Tendríamos que hacer un análisis completo.

Actualmente en Compliance ese análisis se le está llamando el análisis 360, que no solamente vincula lo relacionado a prevención de lavado de dinero, sino a todo lo que es crimen financiero.

Por ejemplo, antisoborno y corrupción, si esa persona es una persona políticamente expuesta o no, si es familiar de algunos de nuestros colaboradores o comerciales, tendríamos que hacer una validación en temas de conflictos de interés.

Eso es lo que actualmente está sucediendo con el tema de prevención de lavado de dinero, es que la política de *no you customer* se está robusteciendo a través de diferentes tópicos, como son los que les comentaba, que como ustedes saben, en Europa se maneja esa figura de *compliance officer* quien valida el cumplimiento y adherencia a todas las leyes que se vinculen al sector que se esté operando.

En general estos son los principales factores que menciona GAFI, y como ustedes ven aquí estos se pueden subdividir. Y en esa subdivisión en canales de distribución, vamos de la mano con el tema FinTech. Podemos tener ahí el uso de las nuevas tecnologías.

Adelante les voy a comentar, pero esa es una introducción para que ustedes lo tengan presente.

En general este es el esquema que actualmente se visualiza de cómo mantener el tema del enfoque basado en riesgos, lo que buscan a ese futuro es mantener el enfoque basado en riesgos a través de la evaluación que comentábamos.

Una vez que se hace la evaluación tendremos un riesgo inherente, ese es el riesgo per se. Si mi compañía solamente comercializa autos, entonces mi riesgo inherente va a ser menor que una compañía que comercializa al 90 por ciento seguros de ahorro con inversión, por ejemplo, a nivel canal de distribución, porque tendríamos que ver los factores adicionales.

Posteriormente, cuando yo implemento las medidas que deben de ser coincidentes con la evaluación y con el riesgo inherente que yo detecté, tendríamos algo llamado riesgo residual, es decir, eso es lo que ya resta de ese riesgo que tenía como inherente, ese riesgo principal cómo lo mitigo, que muchas de las personas que estudian al 100 por ciento el tema de riesgos siempre nos dicen que hay que tener en cuenta que el riesgo no se elimina, sino que se mitiga.

Entonces, el riesgo ya mitigado con las medidas tendríamos o estaríamos ante el riesgo residual, ese riesgo residual es con el que la compañía aseguradora tiene que vivir, el riesgo que tiene que manejar, tiene que evaluar y tiene que mantener en niveles aceptables bajo un programa de identificación y conocimiento al cliente adecuado.

¿Estas medidas qué requieren? Aquí les pongo supervisión y monitoreo, porque puede ser que el monitoreo lo haga la misma área de *Compliance*, que es así como lo exigen los organismos internacionales, o lo puede hacer un área diversa, como es una auditoría, las auditorías que ahora se nos exigen con estas nuevas disposiciones del 2012.

Podemos hacer una evaluación, una auditoría constante para ver si efectivamente funciona nuestro sistema de gestión de riesgo.

Posteriormente, también tenemos la supervisión del regulador. Es muy importante la supervisión del regulador porque el regulador, como ustedes saben, en adición a esas evaluaciones que nosotros llevamos a cabo, el regulador también nos clasifica a cada una de las compañías de acuerdo a lo que hemos comentado con ellos, a nuestro manual, al tema de seguimientos, ellos tienen esa obligación derivada de clasificar e identificar cómo va a ser su constante programa de auditorías o supervisiones que, como ustedes saben, pueden ser las ordinarias o las extraordinarias por un caso en específico.

A todo este marco que ustedes están viendo aquí será la gestión del riesgo. Lo relevante y hacia dónde va, porque aquí estábamos perfecto con la Norma ISO 9000 3001, todo era muy bien, el enfoque basado en riesgos tanto en procesos, temas operativos tanto en el manual, etcétera, teníamos esa evaluación de riesgo.

¿Pero hacia dónde va? Actualmente se ve como un dinamismo, dada la nueva tecnología ya no son fijos los riesgos.

De hecho, siempre hacíamos evaluaciones, por ejemplo, anuales, pero ahora ya es una exigencia hacerlo de manera constante, porque el dinamismo y la generalidad de estos riesgos se tiene que estar verificando.

Ahora los clientes operan de manera diferente. Lo que hemos escuchado a través de todas estas ponencias es *FinTech*, la actuación ahora de cómo ofrecer un producto a los *millennials*, todo esto conlleva a que haya un dinamismo, un dinamismo que va de la mano con el tema tecnológico.

A nivel mundial ya está previsto que todo el tema de colocación de productos, el tema de adherencia a las leyes debe ser coincidente con lo vinculado a esta gestión; a esta gestión de que si hay una nueva tecnología, entonces tengo que evaluar.

Sí, la compañía va a ofrecer productos a través de una nueva tecnología, si voy a tener agentes, si mis agentes son remotos, si vienen a la aseguradora, si no vienen a la aseguradora; todos estos puntos particulares son de riesgos, tenemos que evaluar si son o no son riesgos y hacer ese seguimiento.

Un ejemplo que siempre se maneja para este tema de riesgos, la comercialización y el dinamismo, es cuando una persona quiere cruzar una calle y dice: “quiero llegar muy rápido, ¿cruzo por el puente, por el paso peatonal pero está el alto o cruzo sin importarme y corro esperando que no me pase nada?”.

Esos tres supuestos justamente es lo mismo que nos pasa. Vendo de más, vendo y no pido, y bueno, esperando que el regulador modifique algún día la ley o le explicaré por qué son mis riesgos.

El tema es que lo único que tenemos que evaluar es que efectivamente estemos mitigando el riesgo, no tanto llegar más rápido, sino evaluar de manera correcta el riesgo.

Si la compañía fuera muy conservadora estaríamos cruzando el puente aunque nos tardemos más. Si la compañía es medianamente agresiva, probablemente diga: “okey, espero el alto y corro”.

Pero si la compañía es muy agresiva va a decir: “no importa, voy a correr y esquivar los autos”. Esa es una reflexión para que ustedes piensen qué tipo de compañía son o quieren ser.

Porque puede ser que ustedes estén más adecuados a: prefiero dar ese seguimiento, y si me voy a esperar pero bien mitigado el riesgo, y si algo pasa mal va a suceder con un soporte, y que adelante vamos a ver por qué es tan importante ahora en la toma y gestión y evaluación de riesgos tener siempre soportes de cumplimiento organizacional.

Como les comentaba, estas son notas en particular de lo que se habla a nivel mundial de los CEO más relevantes de colocación de productos tanto de seguros, como de banca, y sus dichos siempre son que la tecnología establece ahora el punto de partida

en las decisiones estratégicas de venta de productos; la tecnología ahora es lo más relevante.

Antes se visualizaba que vamos a vender productos y después vamos a solicitar un sistema. Ahora es, hay que adecuarnos al nuevo sistema que está de venta.

La forma de pensar ahora es digital, ahora todos tenemos un producto, podemos solicitar un taxi, como es Uber; podemos comprar accesorios, podemos comprar a través de diferentes medios, podemos hacer una variedad de cosas que antes no se podían hacer si no era frente a frente. La forma de pensar es digital.

Y el tema de FinTech, entrando en el tema de FinTech, que ya lo estuvimos oyendo bastante en el transcurso de la mañana, FinTech quizá más aterrizado al tema de seguros, como ustedes vieron, una parte de FinTech es el InsurTech. Entonces, este InsurTech se vincula a la forma en la que a nivel mundial se están vendiendo y comercializando seguros, utilizando las nuevas tecnologías

Nuevas tecnologías que, por ejemplo, una atención de siniestros en Estados Unidos en determinadas provincias, determinados estados, ahora sucede que si hay una colisión únicamente el oficial de tránsito saca esa foto y esa foto se envía a la aseguradora.

El oficial de tránsito ya tiene la información, entonces solamente la envía: “qué tipo de seguro es, okey, perfecto, esta aseguradora, le mando foto”.

Y los valuadores hacen una revisión y después le hablan al cliente y solamente en casos de anticrimen que pueden ser un tema fraude, visitarán al cliente; pero si el caso de manera inicial y de manera digital está correcto, ellos proceden a efectuar el pago.

Y eso lo recogen de Europa. Europa está teniendo esos seguimientos de tomar foto, de dar seguimiento, y se está haciendo un análisis para ver si eso se puede recuperar en gastos médicos.

Ese es un ejemplo para que ustedes visualicen cómo es este uso de FinTech y del tema de InsurTech en la comercialización de productos.

Algo bien interesante es que FinTech la mejor de las definiciones que yo encontré para ustedes es esta que ven en pantalla, donde yo quiero resaltarles que es cuando esa empresa o entidad aprovechan la tecnología más moderna, ahí está la nota, más moderna para mejorar servicios y ofrecer algunos novedosos, es decir, que utilizarán lo más innovador.

¿Y aquí qué se les viene a la mente? Nuestro tema de identificación al cliente.

¿Qué pasa en 60 segundos en la red? Uber, mil 389 Uber se piden en 60 segundos, solamente en 60 segundos. Visualicen el envío de mensajes de WhatsApp.

Esta es la última publicación de qué pasa en el internet, cómo se comercializa. De hecho, aquí les dejo la referencia por si quieren tener mayor información.

Ventas en Amazon, el número de Amazon, descargas, búsquedas en Google, 2.4 millones de búsquedas en 60 segundos. Esto es para que ustedes visualicen el por qué InsurTech, por qué el FinTech es tan relevante actualmente.

Y justamente hablando de la identificación del cliente, ¿qué pasa con la identificación del cliente?, justo para dar paso a esto teníamos por aquí un cuadro que les comentaba, pero se los voy a platicar, este cuadro refiere las diferencias entre el siglo XX y el siglo XXI.

Nos vamos a enfocar porque vienen 12 diferencias, pero las principales y las que nos importan a nosotros es el tema de prevención de lavado de dinero.

¿Qué pasa con el tema de prevención de lavado de dinero?

Yo les voy a platicar ese cuadro y, en su momento, también podemos enviárselos si ustedes lo quieren ver a detalle.

Pero esta diferenciación nos dice que la identificación del cliente en el siglo XX se visualizaba más con el cumplimiento. “Tengo que documentar, y quién sabe qué esté documentando, pero quiero todos los documentos que se puedan del cliente”.

Y en el siglo XXI lo que visualizan a nivel mundial estos estudios es que no solamente se habla de la identificación del cliente, sino de un conocimiento pleno, de un conocimiento del cliente donde ahora ya hasta podemos hacer métricas, donde existen sistemas que nos pueden decir de manera muy eficaz qué quiere el cliente, cómo lo quiere el cliente, qué busca el cliente.

Entonces, refieren que con estas nuevas tecnologías lo que se busca es conocer más al cliente por una parte.

Otro punto relevante es el no you customer como tal, la identificación. Antes documentos, como les decía, ahora en el siglo XXI qué se busca, siglo XXI entonces busca el origen de los recursos.

¿Por qué el origen de los recursos? Y no sé si ustedes han hecho compras en lugares que tienen claramente el sello de protección bancaria, que es un sello muy específico, al que también se adhieren las páginas de internet vinculadas a Estados Unidos.

Te piden que la persona que está comprando sea también la propietaria de la tarjeta, y en adición hacen validaciones del nombre que diste de alta contra el nombre de la tarjeta que ellos tienen esa base de datos y te piden autorización de revisar.

Esta revisión nos deja ver que la preocupación se vinculará al origen de recursos. Eso, si ustedes lo visualizan, va a ser muy bueno, porque actualmente yo coincido con eso,

de que efectivamente te pagan una prima y si tú identificas en un momento que el dinero no es del cliente directamente, hay ese mecanismo que te exige la ley de identificar al proveedor de recursos.

Entonces, lo estaríamos identificado, ¿pero qué pasa si no tenemos el control en sistemas para identificarlo? En teoría con FinTech, qué busca FinTech, que podamos identificar automatizadamente el origen de recursos.

¿Y qué pasa? Menor disminución de identificación del cliente. Él te dice: “oye, en vez de solicitar más datos y documentos, identifiquemos de una manera más breve”.

Para finalizar, ¿qué pasa con este enfoque basado en riesgos y cuál es el reto o el futuro?

Es la elaboración de un programa efectivo de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo.

¿Esa elaboración qué va a ser? Un programa que tiene que ser dinámico, de gestión de riesgo constante generalizado, en la medida de lo posible sí hacemos también validaciones no solamente de prevención de lavado de dinero, sino también por ejemplo en temas de FAC y RS, que tal cual la disposición de Estados Unidos nos da esa recomendación de: hazlo a través de tu análisis de KWC, así lo menciona.

Ese tema de generalización, la identificación política y procedimientos dinámicas siempre va cambiando, temas de canales de distribución. Estar evaluando qué se modifica.

Y como ven en la pantalla, es todo este seguimiento que ya recogen nuestras disposiciones, es lo que nos solicita justamente GAFI tener a todos los países miembros para estar en un cumplimiento y en la detección y prevención de lavado de dinero.

Reportes, capacitación, ahora ya la capacitación digital, como ustedes saben, es lo que se busca estar capacitando, hacer uso de estos sistemas digitales.

No sé si tienen alguna duda o algún comentario o si quieren lo podemos ver posterior a la plática de Mario para que podamos ir más eficientemente.

Mario Rafael Craviotto Rivas: Buenas tardes a todos. Muchas gracias primero por su asistencia a la presentación y a AMIS por la invitación.

Dando continuidad a lo que comenta Erika, vemos que ahora la tecnología permite colocar productos y servicios a través de diversos canales, nuevos canales que antes no utilizábamos. Ahora además de vender en sucursales, además de vender en el sitio también podemos vender a través de aplicaciones en teléfonos inteligentes, a través de cajeros automáticos, en fin.

Este tema yo creo que está iniciando y va para mucho tiempo, el tema digital, nuevas tecnologías.

Ahora, en cuanto a este tema es muy importante estar bien conscientes que el conocimiento de nuestros clientes va a estar relacionado con reformas que se van a venir a nuestras disposiciones.

Es bien sabido que en los demás sectores del sistema financiero ya ha habido reformas, mucho enfocado en temas de enfoque basado en riesgos precisamente, en mayor identificación de los clientes.

Vienen ahí temas de los umbrales de los reportes de operaciones relevantes que están disminuyendo de 10 mil a 7 mil 500 dólares, los días que vamos a tener para reportar a las autoridades se disminuyen a partir de la dictaminación.

Eso es en general los cambios que se han venido, como les comentaba en otros sectores del sistema financiero, nosotros creemos que se pueden venir en algún momento pronto al sector asegurador.

Y también creemos que van a venir influenciados esas reformas en disposiciones por los resultados de la revisión que recientemente hizo el GAFI a México, ahora fue en febrero-marzo fueron las entrevistas a los diferentes personajes que intervenimos en todo este proceso de prevención de lavado de dinero.

Yo creo que se puede venir combinado con lo que ya está pasando en otros sectores y combinado con los resultados que arroje el GAFI a finales de este año, quizá en octubre.

Y por los temas de nuevas tecnologías, sin duda también debemos acoplar nuestros procesos de conocimiento del cliente.

¿Qué vemos? Que estos factores los vamos a tener que también medirlos bien, como comentaba Erika, los factores del cliente, la ocupación, el tipo de cliente, los productos, servicios que ofrecemos por canales de distribución diversos que van creciendo a través precisamente de esta parte tecnológica y digital.

En la parte también de zona geográfica también va a ser otro factor muy interesante y muy importante a considerar nuestros factores de riesgo; como nacionalidad del cliente, residencia, la localidad donde ejecuta las operaciones también es un tema muy importante el considerarlo.

¿Qué vemos? Hay estudios, les trajimos un extracto donde vemos que a través del tiempo las empresas que tienen mayor éxito van innovando en ciertos procesos, nuevos procesos, nuevas herramientas, nuevas culturas.

También hay en estos estudios de esta empresa, hay cosas o temas que les preocupan a los usuarios, temas que les preocupan y temas que quieren los clientes; temas de

seguridad, temas de velocidad en la navegación en la operación, temas de firmas electrónicas, etcétera.

Esta presentación, me voy a ir poco rápido por la parte del tiempo que tenemos ya pocos minutos. Entonces, la vamos a compartir a través de la AMIS.

Viene un video que les queremos presentar, es un video muy rápido, que creemos que para allá va la parte del conocimiento del cliente.

(Proyección de video)

Mario Rafael Craviotto Rivas: Vemos como resumen de este video, que ya hay compañías que están trabajando en simplificar los temas del conocimiento del cliente, que pueden servirle al nuevo usuario o a la tendencia de los usuarios que quieren algo ágil, que quieren no perder el tiempo, que el tiempo es dinero para ellos.

Hay empresas que están trabajando en tener la parte de identificación del cliente centralizada para que pueda servir para contratar productos o servicios bancarios, de seguros y de otro tipo de proveedores.

Y tenemos como ejemplo el Proyecto Cooperativo para la Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo de España, donde en resumen de esto, es que las entidades financieras pueden compartir información entre ella para temas de tratar de mitigar el riesgo de lavado de dinero entre las mismas compañías del sistema financiero de ese país.

Creemos que puede ser una tendencia que se pudiera replicar en otros países ese tipo de situaciones. En México ya para los bancos hay intercambio con entidades financieras en el extranjero, ya ahorita con las nuevas disposiciones que aplican a bancos se pueden compartir con las entidades del grupo financiero temas relacionados con clientes que estén intentando hacer operaciones en esas empresas y se pueda gestionar el riesgo de forma integral en el grupo financiero.

Nosotros creemos que eso va a venir a permearse en los demás sectores.

Esto habla de lo mismo que comentaba del proyecto que tienen allá en ese país. Y vemos que definitivamente el tema del conocimiento del cliente tiene que ir relacionado con las nuevas tecnologías, con el enfoque basado en riesgos muy bien evaluado y con medidas suficientes para tratar de cumplir y estar en temas también de responsabilidad adecuadas.

Por último, el artículo 421 del Código Nacional de Procedimientos Penales ya establece que también las personas jurídicas tienen responsabilidad, la alta dirección y más si no demuestran un adecuado control interno que hayan llevado a cabo, pues sí pueden tener ahí repercusiones muy importantes.

Y si les parece si tienen algunas preguntas las aplicamos en los minutos que nos quedan disponibles.

Moderador: No sé si exista alguna pregunta. Estamos limitados de tiempo. Parece ser que por allá atrás, un par de preguntas.

Pregunta: Es muy breve. Al final de cuentas ahorita mencionábamos todo de KWC y todos los retos que tenemos, hay una necesidad por tener productos adecuados con tecnología.

¿Pero qué reto va a implicar para las áreas de prevención de lavado de dinero el contar con esas nuevas tecnologías y el poder identificar nuevos patrones de lavado de dinero?

¿Tendrían que ir a la par, tendríamos que estar modificando el modelo de riesgo, qué tendría que pasar para de la misma forma que nos vamos a adecuar con las tecnologías para ofrecer los productos de seguros identificar al cliente, a la par también podamos también identificar patrones de lavado de dinero?

Mario Rafael Craviotto Rivas: Gracias por la pregunta.

Efectivamente es un reto, yo lo veo como un reto, es algo nuevo para todos el estar abriéndonos a este tipo de canales, a los canales digitales.

Yo creo que nosotros como áreas de prevención de lavado de dinero, áreas de cumplimiento, sí debemos estar muy presentes y muy conscientes en los riesgos que va a llevar cada venta de servicio o producto a través de estos canales en esos comités de nuevos productos y servicios, debemos ahí valorar muy bien los riesgos y los controles que debemos meter.

Uno para que de entrada la identificación del cliente sea la adecuada, de acuerdo al producto que está vendiendo, de acuerdo a las primas.

Recuerden que las disposiciones también nos dicen que en los canales no presenciales debemos tener también medidas tan eficientes, como las que hay en los medios presenciales, entonces tenemos que cuidar muy bien el tema de la identificación de los clientes, que se venden a través de esos canales, si son de primas bajas, bueno, eso creo que nos ayuda mucho a la parte del cumplimiento.

Porque si vendemos primas altas a través de esos canales, creo que estamos en graves problemas, ¿por qué?, porque vamos a necesitar todos los datos del cliente y documentos de identificación, y si es para personas morales creo que todavía un poco más complejo.

Yo creo que estos debemos meterlos definitivamente a nuestros sistemas de monitoreo, lo que vendamos a través de esos canales digitales los debemos meter a través de

nuestros sistemas de monitoreo para tratar de detectar operaciones inusuales, quizá con nuevos escenarios, precisamente al tener nuevos productos o canales digitales.

Sí debemos meter algunos algoritmos a afinar y pensar en cómo nos podrían meter un gol, cómo nos podrían meter lavado de dinero a través de esos canales.

Entonces, yo creo que es un tema que iremos trabajando muy fuerte en la AMIS, a medida que vayamos dando los siguientes pasos. Y los invitamos a que estén muy al pendiente de eso, cualquier cosa seguramente somos varios ahí en el Comité y seguramente lo que se ocurre a uno, bueno, si se le ocurriera a otro y siempre va a ser muy valioso.

¿Alguien más?

Pregunta: ¿Qué tan disonante, es una opinión como expertos que yo les pido, qué tan disonante les parece que la legislación en México está versus la tecnología? ¿Mucho, poco, en qué punto estamos realista?

Mario Rafael Craviotto Rivas: Yo creo, y como lo han dicho en otras pláticas, efectivamente la regulación se tiene que ir adecuando y a pasos lo más rápido posible, precisamente por los nuevos negocios y nuevas tecnologías.

Yo creo que efectivamente vemos que en otros países están avanzando mucho, creo que nosotros apenas estamos empezando en eso, y aunque ya hay trabajo iniciado por muchas empresas, pero creo que en general estamos apenas iniciando con esto.

Yo creo que debemos de estar muy de la mano con las autoridades a través de nuestro gremio para ir tratando de avanzar lo más rápido posible en esto.

Y también debemos tener mucho cuidado en no vender ahorita cosas que no podemos vender de acuerdo a como está el marco legal hoy en día. No nos metamos en un riesgo grave por querer estar a la par de otros países.

Es bueno sí estar a la par o inclusive si pudiéramos estar más arriba de ellos sería lo ideal. Pero sí es bien importante que vayamos muy de la mano con las autoridades a través de la AMIS para tratar de ir avanzando juntos, porque yo creo que sí debemos cuidar mucho el tema de riesgo legal y reputación de nuestra empresa.

Moderador: Bien. Estamos ya en el límite de tiempo, les agradecemos mucho.

Y como lo hicimos en la anterior sesión, existe alguna pregunta, ya aquí aparece en la pantalla el dato de nuestro correo arealegal@amis.com.mx, donde con todo gusto haremos llegar sus preguntas a los ponentes.

Nosotros seguiremos trabajando en el propio Comité y daremos cuenta de ello y trataremos con temas como el que vimos de la identificación del QWC único, a través

de una identificación y otros que estamos abordando justo con las autoridades, les estaremos informando y con todo gusto.

Para finalizar, yo les pediría concretamente darles un aplauso junto con la entrega que hará nuestro Vicepresidente del Jurídico de la Comisión de Seguros, el licenciado Eduardo Iturriaga, a los ponentes.

Adelante, por favor. Muchas gracias, un aplauso.

- - - o0o - - -