

Transparencia en Servicios de Seguros: Regulación y buenas prácticas

Karen Suguey Sibrián¹

INTRODUCCIÓN

El Sector Seguros posee un rol importante en el sistema financiero tanto como proveedores de servicios básicos en la gestión de riesgos como en su papel de inversionistas. Dicho sector está cambiando constantemente en respuesta a los cambios generados por fuerzas económicas, sociales y tecnológicas; por lo que los sistemas de supervisión y regulación deben actualizarse conforme a éstos cambios.

La transparencia es un elemento fundamental para el buen funcionamiento de las operaciones en el sector seguros, ya que genera un entorno de confianza a los usuarios, permitiéndoles así, de forma eficiente la contratación de los servicios de seguros de acuerdo a sus necesidades.

El objetivo de este documento, es destacar las principales regulaciones y prácticas de transparencia en materia de seguros.

En primer lugar, se darán a conocer los principios internacionales en materia de transparencia, los cuales han sido establecidos por la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS por sus siglas en inglés).

Posteriormente, se presentarán las experiencias de Costa Rica, República Dominicana, Chile, Perú, Ecuador, Argentina, Paraguay y España; centrándose en tres ejes como son: la información a divulgar al cliente (publicidad, términos y condiciones y divulgaciones públicas), protección al consumidor de seguros y protección de datos del cliente.

I. IMPORTANCIA DE LA TRANSPARENCIA

La transformación de la actividad aseguradora con el paso del tiempo ha establecido como ente principal al consumidor de seguros y como ejes a la transparencia y la sencillez en los servicios.

Usualmente los asegurados indican que no entienden “la letra pequeña” de los contratos de seguros, en la que habitualmente se manifiestan los términos y condiciones de la cobertura.

Las aseguradoras básicamente se han centrado en la transparencia en los precios, pero la divulgación de estos no es el único factor que deben tomar en cuenta los usuarios para la contratación, porque esto puede llevar a pagar menos, pero acosta de una menor cobertura. Por lo cual, se hace necesaria la divulgación de las características del producto, las implicaciones del mismo, su cobertura, entre otros aspectos.

Por tanto, es importante la existencia de entidades que

regulen y supervisen las prácticas promotoras de transparencia en los servicios ofrecidos por parte de las aseguradoras a los usuarios.

A continuación, se presentan las regulaciones internacionales, haciendo énfasis en Latinoamérica y Europa.

II. PRINCIPIOS INTERNACIONALES EN MATERIA DE TRANSPARENCIA

La IAIS es el ente responsable de desarrollar y asistir en la implementación de principios y estándares de supervisión del sector seguros. Esta institución en el año 2011 emitió el informe, “Principios Básicos de seguros (PBS), estándares, guía y metodología de evaluación”, siendo este un marco para la supervisión del sector, los cuales buscan promover un sector de seguros financieramente sano y un nivel adecuado de protección al asegurado. En la siguiente tabla se detallan las disposiciones relacionadas a la transparencia.

Adicionalmente, dentro de las regulaciones y prácticas en materia de transparencia que fomenta la IAIS tanto para autoridades supervisoras como para aseguradoras, están:

1- Pasante del Departamento de Normas del Sistema Financiero

Tabla 1: Principios básicos de seguros de la IAIS aplicables a la transparencia del sector seguros

PRINCIPIOS BÁSICOS DE SEGUROS	DISPOSICIONES
PBS 2: AUTORIDAD SUPERVISORA	El supervisor, incluyendo a su personal están obligados por ley a proteger la confidencialidad de la información. La inadecuada divulgación de información confidencial está sujeta a penalidades.
PBS 7: GOBIERNO CORPORATIVO	Se debe requerir a las aseguradoras, que establezcan e implemente un <i>marco de gobierno corporativo</i> que brinde una administración y supervisión de la actividad aseguradora, que reconozca y proteja de manera adecuada los intereses de los asegurados. A través de esta estructura las aseguradoras, crearán un Consejo de Administración, dentro del cual se debe establecer un comité de riesgo, encargado de desarrollar un programa de gestión de riesgos cibernéticos para identificar activos de información clave que deben protegerse contra compromisos, proteger activos de información.
PBS 10: MEDIDAS PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS	Ante el incumplimiento de requerimientos regulatorios por parte de las aseguradoras, en los cuales se genere vulnerabilidad para proteger a los asegurados, la entidad supervisora debe poseer capacidad legal y operativa disponible para la intervención oportuna.
PBS 12: LIQUIDACIÓN Y SALIDA DEL MERCADO	Ante la liquidación de una aseguradora, el marco legal otorga prioridad a la protección de los asegurados y procura minimizar cualquier irregularidad en el suministro oportuno de beneficios a los asegurados. Por tanto, la legislación del sector debe tener alcance para establecer el punto en el cual ya no es permisible que una aseguradora continúe desempeñando su actividad comercial con el fin de proteger a los usuarios.
PBS 17: ADECUACIÓN DEL CAPITAL	Se debe establecer requerimientos de capital regulatorio a un nivel suficiente de modo que, en situaciones adversas, la aseguradora pueda seguir cumpliendo con sus obligaciones hacia los asegurados a medida que vencen, y exige que todas las aseguradoras mantengan recursos de capital para cumplir con los requerimientos de capital regulatorio.
PBS 18: INTERMEDIARIOS	Se requiere la existencia de un acuerdo de términos y condiciones, instrumento conveniente para que un intermediario de seguros suministre información importante al cliente y satisfaga muchos requisitos de divulgación. En los casos en que resulte necesario disponer inmediatamente de la cobertura de seguros y no se entreguen de forma documentada dicho acuerdo, se podrá suministrar la información verbalmente y luego brindar la documentación escrita en un plazo prudencial.
PBS 19: CONDUCCIÓN DEL NEGOCIO	Este principio desarrolla los requisitos para la conducción de la actividad aseguradora a fin de garantizar que los clientes reciban un trato justo; por lo que es necesario que las aseguradoras y los intermediarios garanticen que, cuando los clientes reciban asesoría antes de celebrar un contrato de seguros, sea manejado adecuadamente cualquier posible conflicto de intereses y en caso de generarse posteriormente, deben ser a través de políticas y procedimientos adecuados.
PBS 20: DIVULGACIÓN	Las aseguradoras deben divulgar información relevante, integral y precisa oportunamente con el objeto de brindar a los asegurados y participantes del mercado una clara visión de sus actividades comerciales, desempeño y situación financiera.

Fuente: Elaboración propia con base en (Asociación Internacional de Supervisores de Seguros, 2011)

A. Autoridades supervisoras

Una de las prácticas que realizan las autoridades supervisoras es la divulgación de información de diversos aspectos, como la situación financiera del sector seguros, metodología para la valuación de activos y pasivos a fin de conocer la solvencia, el papel, responsabilidades y estados financieros de las aseguradoras.

Cuando se trata de la divulgación de información sobre aseguradoras por parte de las autoridades supervisoras, las prácticas varían de una jurisdicción a otra; dicha información puede abarcar desde poca o ninguna divulgación, hasta datos agregados del sector. Se debe considerar si la información disponible es confiable para las partes involucradas, de lo contrario las autoridades deben desempeñar un papel más activo en la difusión de información. Sin duda, la disponibilidad de internet ha hecho que las divulgaciones sean relativamente sencillas y ha mejorado la capacidad de hacerlas oportunamente.

El desarrollo del sector de seguros varía ampliamente en todo el mundo, por lo que el nivel de divulgación debe reflejar el estado del sector y la naturaleza, escala y complejidad de los aseguradores.

Aquellos países que poseen un sector de seguros sofisticado y/o aseguradoras con productos complejos, generalmente requerirán más información y es aquí donde los supervisores deben esforzarse por equilibrar la necesidad de establecer informes de supervisión efectivos.

En materia de protección de datos de los asegurados los PSB

proporcionan un buen punto de referencia para que las entidades reguladoras determinen requisitos reglamentarios para que las aseguradoras aborden el riesgo cibernético.

Las autoridades supervisoras de seguros también verifican que las aseguradoras tengan implementados marcos de trabajo eficaces de resistencia cibernética, a través de dos herramientas: Off-site Monitoring, que consiste en emprender una revisión horizontal para identificar el rango de prácticas de administración de riesgo cibernético en toda la industria y On site Inspection, que consiste en revisar las actas de las reuniones de la Junta Directiva para asegurarse de que haya informes periódicos sobre la evaluación de la aseguradora con relación a la resistencia cibernética.

La cooperación transfronteriza e intersectorial entre autoridades supervisoras de seguros es trascendental, hoy en día existen dos plataformas a través de las cuales se pueden intercambiar información, IAIS por medio del Memorando de Entendimiento Multilateral (MMoU por sus siglas en inglés) y por medio de los Supervisory Colleges, como la Autoridad Europea de Seguros y Pensiones de Jubilación (EIOPA).

En lo que concierne a protección del consumidor los PSB, guían a los reguladores y supervisores para que estos definan los criterios para tratar la insolvencia del asegurador y así poder establecer procedimientos y atenderla de manera oportuna; con el fin de minimizar el riesgo que surja de las obligaciones futuras de los nuevos asegurados, lo que podría poner en peligro los derechos de los ya existentes.

Por otra parte, la Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina (ASSAL), es una institución que aglutina en materia de seguros, a 21 países, 19 de ellos de Latinoamérica (como miembros de pleno derecho) y 2 miembros adherentes, siendo estos España y Portugal.

ASSAL desde sus inicios se ha encargado de promover la integración y cooperación entre sus miembros, mediante la difusión del conocimiento y experiencias de los países que la conforman. Asimismo, ha desarrollado una importante labor promoviendo la armonización de las políticas y mecanismos de supervisión de sus países miembros, para lo cual desarrolla criterios generales de supervisión.

Dicha institución en aras de fomentar la transparencia entre los miembros supervisados, intercambia información sobre legislación de seguros, características del sector, difusión de información estadística, e incentiva programas regionales en materia de educación de seguros y reaseguros.

A nivel europeo, el ente supervisor es la Autoridad Europea de Seguros y Pensiones de Jubilación (EIOPA por sus siglas en inglés), es un organismo que se encarga de apoyar la estabilidad del sistema financiero, la transparencia de los mercados y los productos financieros, así como la protección de los asegurados.

Ante esas y otras situaciones, la EIOPA, busca promover la transparencia, a través de un marco específico para fijar un enfoque continuo en los resultados que son

Figura 1: Países miembros de la Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina



Fuente: Elaboración propia con base en (ASSAL, 2018)

importantes para los consumidores y se apoya en herramientas existentes y futuras, que se basan en los datos recopilados de los países de la UE.

B. Aseguradoras

Las aseguradoras deben poner a disponibilidad de los usuarios y de las autoridades supervisoras, tanto información cuantitativa y cualitativa; en el caso de la primera, de acuerdo al PSB 20 están en obligación de proporcionar a la autoridad supervisora, la posición financiera de la aseguradora, como la determinación de reservas técnicas, la justificación de la elección de las tasas de descuento, metodología de consideración del riesgo de mercado, crediticio, de liquidez, de concentración y de moneda; dentro de los aspectos cualitativos, de presentar información detallada del perfil de

la compañía, como: naturaleza, productos claves, entorno externo donde opera, objetivos y estrategias para lograrlos, exposiciones a los riesgos materiales y relevantes que se pueden prever razonablemente, y sobre su gestión.

Con el fin que los usuarios comprendan las características del producto que quieran adquirir y entender cuándo y por qué se ajusta a sus necesidades, se les debe proporcionar, previo a la contratación de la póliza de seguros, información sobre los términos y condiciones, en la cual se describa el detalle de los servicios brindados, acuerdos de cobro, derechos de cancelación, notificación de reclamos, tratamiento de los interés, confidencialidad de la información suministrada, legislación relevante, e información relacionada con la base de la que

surge su remuneración.

La referida información, deberá proporcionarse previo a la contratación de la póliza de seguros.

La divulgación, es un paso inicial necesario en el desarrollo de una relación adecuada entre el asegurador y el usuario de un producto de seguros. En consecuencia, se debe difundir información suficiente y ponerla a disposición de los asegurados potenciales, con el fin que estos tomen una decisión informada antes de celebrar un contrato y a la vez tomen conciencia de sus derechos y obligaciones durante la duración del contrato.

La buena conducción de prácticas comerciales por parte de las aseguradoras y de los intermediarios de seguros contribuye a garantizar

que los clientes se encuentran suficientemente informados sobre los productos de seguros que adquieren antes de cerrar un contrato, por lo que la IAIS también regula la protección del consumidor de seguros.

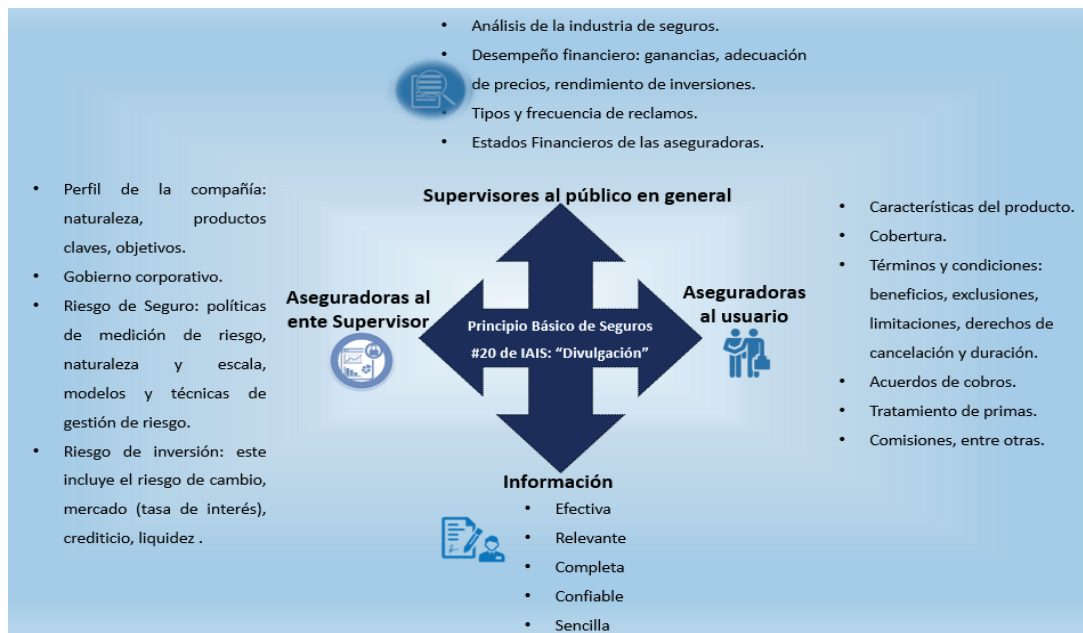
La promoción de la conciencia financiera puede beneficiar, particularmente, a los consumidores en aquellas jurisdicciones que tienen estándares de protección al consumidor débiles o bajos niveles de conocimiento financiero.

Sin duda, es necesario el establecimiento de un esquema de protección de los asegurados para protegerlos cuando una aseguradora enfrenta dificultades, por lo que los PBS 10, 12 y 17 ofrecen un marco que regula la solvencia de las aseguradoras, la cual resguarde al consumidor ante posibles pérdidas imprevistas significativas durante el desarrollo de las actividades.

Otro aspecto que consideran los PBS, específicamente el PBS 19 es la existencia de mecanismos para

la resolución de controversias que surjan entre el servicio/producto ofrecidos al usuario y establecidos en el contrato y los que realmente proporciona la aseguradora. Para lo cual, es importante que existan mecanismos sencillos, de fácil acceso e independientes de las aseguradoras y de los intermediarios, por lo general estos operan sobre la base de un código de procedimientos y en caso que las resoluciones no sean satisfactorias para el usuario, pueden recurrir a procesos judiciales.

Figura 2: Divulgación de Información en el sector seguros



Fuente: Elaboración propia con base en (Asociación Internacional de Supervisores de Seguros, 2011)

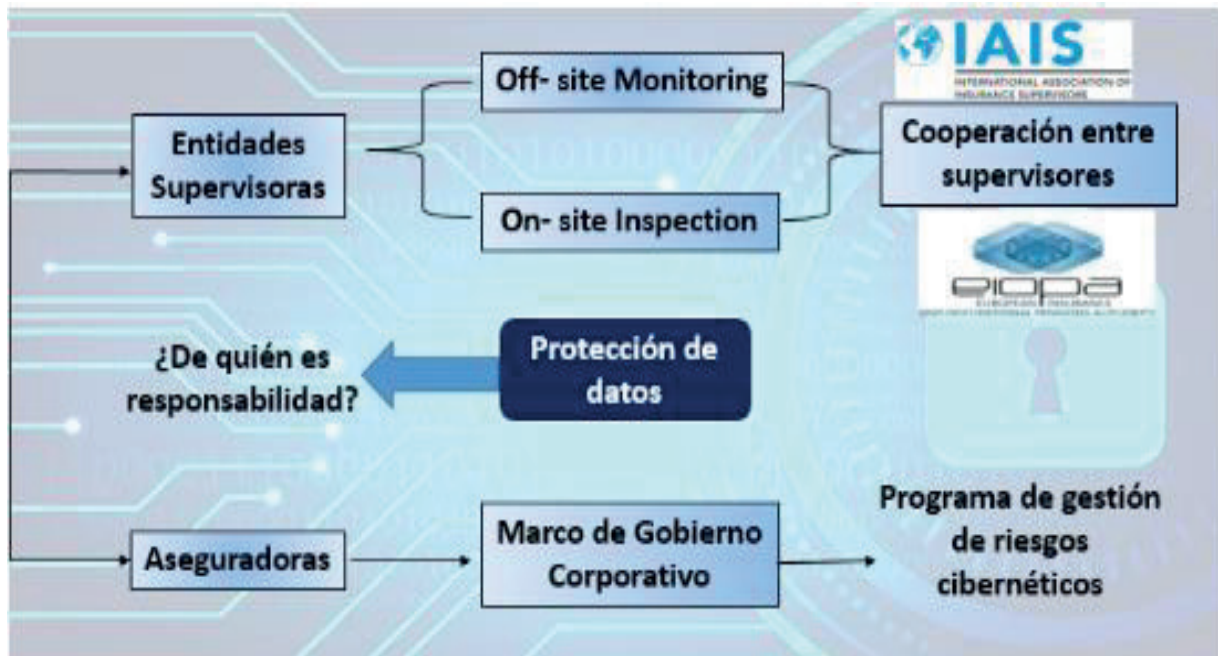
Ante controversias, las aseguradoras deben establecer prioridad de los reclamos de los titulares de las pólizas, los cuales deben tener un alto rango en la jerarquía de acreedores, ya que cuanto mayor sea la prioridad, mayor será la probabilidad de que se les pague cuando una aseguradora tiene fondos insuficientes para pagar a todos los acreedores.

De igual forma, la regulación de la protección de datos de los asegurados es un aspecto relevante, debido a que genera un entorno de confianza a estos y credibilidad a las aseguradoras ante las diversas exposiciones de riesgo cibernético. El PBS 7, ofrece un punto de referencia para que establezcan un marco de gobierno corporativo, estructura a través

del cual las aseguradoras, deben incluir un programa de gestión de riesgos cibernéticos.

Por tanto, la responsabilidad de la protección de los datos del usuario no es cuestión únicamente de los equipos de tecnología de información (TI) de las empresas, esta debe abordarse en todos los niveles, desde el personal de

Figura 3: Protección de datos de los asegurados



Fuente: Elaboración propia con base en (Asociación Internacional de Supervisores de Seguros, 2011)

atención al cliente hasta la alta gerencia y la junta directiva y sin dejar de supervisar las actividades subcontratadas.

III. Experiencia internacional en materia de transparencia

A. Costa Rica

1- Información a divulgar a los clientes

De acuerdo a la Superintendencia General de Seguros de Costa Rica (SUGESE), solo podrán hacer publicidad, aquellas aseguradoras que cuenten con la respectiva autorización.

La Ley Reguladora del Mercado de Seguros, establece que las

aseguradoras tienen la obligación de realizar su publicidad con información veraz, de manera que no resulte ambigua ni engañosa para el consumidor.

También por medio del Reglamento de comercialización de Seguros² se estipula que las aseguradoras deben verificar que la publicidad que realicen sus intermediarios y proveedores de servicios auxiliares se efectúe con respecto a las políticas y procedimientos de publicidad implementados por ella. Dicho Reglamento, establece que algunas normas que deben tomar en cuenta las aseguradoras previo a la difusión de cualquier información son:

» Toda información estadística debe citar la fuente de la cual proviene.

» No podrá promoverse o publicitarse seguros que no se han registrados en la SUGESE.

» Cuando en la publicidad se ofrezca la contratación de una determinada cobertura de seguro, deberá especificarse el nombre de la póliza, con el número de registro en la SUGESE, el nombre de la entidad aseguradora y del intermediario, si aplicase este último.

» La publicidad de los productos que se efectúe a través de folletos o de páginas en internet, deberá contener una descripción de las condiciones de la cobertura y exclusiones, monto y condiciones de pago de la prima, forma de aceptación y vigencia de la oferta del seguro.

2- Publicado en el Diario Oficial “La Gaceta” el 9/11/2010

Adicionalmente, la SUGESE, en su función de supervisor se encarga de difundir en su sitio web la información siguiente: perfiles de cada aseguradora, estados financieros, agentes de seguros (activos, inactivos, cancelados y sancionados), sociedades corredoras, pólizas vigentes, desinscritas, así como el listado de aquellos productos a los que se les ha prohibido la comercialización, documentación de los seguros obligatorios (seguros de riesgos del trabajo y seguros de automóviles), estadísticas de las principales variables de desempeño del sector y el histórico del índice de suficiencia de capital de cada aseguradora.

2- Protección al consumidor de seguros

La SUGESE en julio del año 2013 emitió la “Carta de Derechos de los Consumidores de Seguros”, en la cual se destaca que dentro de los derechos ante las aseguradoras e intermediarios destacan, la protección de sus legítimos intereses económicos, libre elección entre aseguradoras, intermediarios, productos y servicios auxiliares, obtención de la información adecuada previo y posterior a la contratación, protección de sus datos; en caso de ser vulnerados, los consumidores pueden realizar su reclamación ante la aseguradora y en segunda instancia a SUGESE o al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

Los derechos como usuarios de la SUGESE son, obtener respuesta

oportuna de sus solicitudes y reclamos en un máximo de treinta días, recibir un trato igualitario, digno y respetuoso, obtener información pública de forma gratuita, conocer el estado de sus requerimientos, quejas y denuncias, exigir transparencia en los procedimientos.

La SUGESE da a conocer a los asegurados los derechos y deberes que estos tienen ya sea en torno al contrato de seguros o a nivel general del sector.

3- Protección de datos del asegurado

En la Ley Reguladora del Contrato de Seguros, se establece que la información que en virtud de la suscripción de contratos privados de seguros obtengan las entidades aseguradoras queda tutelada por el derecho a la intimidad y confidencialidad. Dicha Ley también regula la resolución de conflictos tanto internos como alternativos, por lo cual los contratos contendrán una cláusula que establezca la posibilidad de acudir a medios alternos de solución de controversias, cuando así lo acuerden las partes.

B. República Dominicana

1- Información a divulgar a los clientes

La Superintendencia de Seguros de la República Dominicana dependencia de la Secretaría de Estado de Finanzas, tiene a su cargo la administración y aplicación del régimen legal de las compañías aseguradoras y reaseguradoras

en el país, la cual realiza la divulgación de información, como reportes estadísticos del sector asegurador, estados financieros de las aseguradoras, primas netas cobradas, índices de solvencia y liquidez, y boletines estadísticos³.

A través de la Ley No. 146-02, sobre Seguros y Fianzas, en materia de publicidad, de acuerdo al Art. 11, ninguna aseguradora podrá publicar por cualquier medio de divulgación, informes o datos inexactos que pudieran conducir a error a los usuarios respecto a planes de seguros, servicios u otras actividades. Cabe mencionar que la publicidad, anuncios, propaganda ya sea escrito u oral, debe ajustarse a las normas legales y éticas, de acuerdo al Art.238, de lo contrario la Superintendencia tiene la facultad de suspenderla.

Dicha Ley a la vez establece las disposiciones comunes que deben incluir los contratos de seguros (Art.41-43), por ejemplo, pólizas las cuales están constituidas por el acuerdo de seguros (explica el contenido y la extensión de las coberturas que pueden otorgarse), condiciones generales (condiciones establecidas por el asegurador y bajo las cuales éste aceptó el seguro) y exclusiones (señalan los hechos donde no existirá cobertura), certificados, resguardos provisionales, modificaciones o endosos, certificados de renovación.

3- La elaboración y publicación de los boletines estadísticos por parte de la Superintendencia esta normado en el Art. 238, de la Ley No. 146-02.

En materia financiera, las aseguradoras, de acuerdo al Art. 155 de la Ley 146-02, deben publicar en diarios de circulación nacional, el estado de situación, estado de ganancias y pérdidas y el estado de flujo de efectivo antes del 30 de junio de cada año.

2- Protección al consumidor de seguros

Con base en la Ley sobre Seguros y Fianzas, si existe alguna diferencia entre el asegurado y la compañía aseguradora, la misma será resuelta mediante el procedimiento de arbitraje, para lo cual la persona que tendrá la calidad de árbitro, será nombrada por ambas partes y si no están de acuerdo en la designación del árbitro único, se nombrará uno por cada parte.

Con el fin de proteger al consumidor, la referida Ley en su Art. 94, le confiere el derecho al asegurado de cancelar los contratos de seguros (excepto el de vida individual) durante el período de vigencia.

El sistema legislativo dominicano ofrece las herramientas para garantizar la protección de los derechos del consumidor, para lo cual se ha establecido el Departamento de Información al Usuario en la Superintendencia de Seguros.

3- Protección de datos del asegurado

Con base en la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal, Ley 172-13, se regula la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros públicos, bancos de datos u otros medios técnicos de tratamiento de datos destinados a dar informes, sean estos públicos o privados, así como garantizar que no se lesione el derecho al honor y a la intimidad de las personas (Art. 1).

El alcance de esta Ley, es de aplicación a los datos de carácter personal registrados en cualquier banco de datos y a toda modalidad de uso posterior de estos datos en los ámbitos tanto público como privado (Art.2).

C. Chile

1- Información a divulgar a los clientes

De acuerdo a la Circular N°2123 de la Superintendencia de Valores y Seguros de Chile (SVS), para transparentar la adquisición de los productos de seguro, la información destinada a ser entregada al público deberá contener a lo menos los siguientes aspectos: destinatario de la oferta de seguro, individualización de la compañía aseguradora y entidad intermediaria si correspondiere, características del seguro, requisitos de asegurabilidad, extensión de la cobertura y sus

limitaciones, indicando el código de depósito de modelo de texto de las condiciones generales de la póliza y cláusulas adicionales respectivas en la Superintendencia de Valores y Seguros.

Con referencia a las “Normas sobre promoción, publicidad y oferta de seguros y de beneficios asociados a la contratación de pólizas de seguros”, emitida en fecha de 22/10/2013, se establece que no podrán promoverse, publicitarse u ofrecerse seguros que no hayan sido previamente incorporados en el Depósito de Pólizas de la SVS, ni incluir referencia de terceros distintos y ajenos a la actividad aseguradora, salvo en cuanto al uso de sus dependencias o en el caso exclusivo de las entidades aseguradoras que posean convenios de promoción y publicidad con entidades ajenas a la actividad. Además, la promoción audiovisual o radial, deberá individualizarse en forma destacada, el nombre de la entidad aseguradora o del corredor de seguros, según sea el caso.

Por otra parte, la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), el cual es un servicio público descentralizado, de carácter técnico, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, que se relaciona con el Presidente de la República a través del Ministerio de Hacienda, a través de su sitio web da a conocer estadísticas del sector seguros, incluyendo informes financieros (número de compañías aseguradoras, reclamos, primas, inversiones por

tipo de instrumentos), indicadores de los seguros generales, de vida y agrícolas, entre otras.

Las funciones principales de la CMF son supervisora, normativa, sancionadora y de desarrollo y promoción de los mercados.

2- Protección al consumidor de seguros

Los principios y normas de la regulación de seguros deben primar sobre la Ley de Protección de los Derechos de los consumidores (Ley 19.496), sin perjuicio que en las materias no reguladas por la ley de seguros sean aplicables supletoriamente las normas de la Ley 19.496, lo anterior con base en (Jiménez, 2003).

Para proteger los intereses de los asegurados, se debe evitar desigualdades de tratamiento del consumidor de seguros frente a actos de consumo por otros servicios y garantizar así, las resoluciones en materia de seguros.

Una instancia no judicial mediante la cual se busca defender los derechos del asegurado es a través del Defensor del Asegurado, organismo que fue creado por el consejo de autorregulación de las compañías de seguros, dicho organismo es privado y autónomo, este presta apoyo especializado al usuario, orientándolo y buscando soluciones a eventuales conflictos que pudieran surgir para los asegurados, en relación con los contratos de seguro o la prestación de servicios que ellos hayan

convenido con alguna de las compañías del sector seguros. El servicio que presta esta entidad es completamente gratuito.

3- Protección de datos del asegurado

De acuerdo a la SVS, ante la existencia de inconformidades en los procesos de comercialización de seguros, ya sea en el pago de las indemnizaciones o beneficios del seguro, se establece que deben existir instancias independientes para que los usuarios puedan garantizar la transparencia.

En este contexto se encuentran las cláusulas sobre arbitraje y la labor que desempeña la SVS, tanto a nivel de tramitación de reclamos ante las aseguradoras, como eventualmente de árbitro⁴ y el derecho del asegurado o beneficiario a recurrir a los tribunales ordinarios, conforme al Art. 543 del Código de Comercio (SVS, 2015).

La SVS publica información sobre estadísticas de reclamos en cada aseguradora e intermediario de seguros, esperando que favorezca a una mayor autorregulación por parte de las aseguradoras e intermediarios en esta materia.

Por otra parte, la CMF de Chile, cuenta con el mecanismo del Memorándum de Entendimiento (MOU) establecido por la IAIS, es decir que por este medio puede intercambiar información sobre cualquier ataque cibernético con el fin de proteger los datos de los usuarios.

D. Perú

1- Información a divulgar a los clientes

De acuerdo a la Ley del contrato de seguros, referente a las condiciones del seguro ofrecidas mediante sistemas de publicidad y el contenido de las pólizas, relativas al mismo seguro, si existiesen diferencias entre estas, prevalecen las condiciones más favorables para el asegurado. Posteriormente a la firma del contrato las condiciones contractuales no pueden ser modificadas, sin la aprobación previa y por escrito del contratante, el cual tiene derecho a analizar la propuesta y tomar una decisión en el plazo de treinta días desde que la misma le fue comunicada. La falta de aceptación de los nuevos términos no genera la resolución del contrato, en cuyo caso se deberán respetar los términos en los que el contrato fue acordado.

A la vez, en la Ley que promueve la transparencia de la información del seguro obligatorio de accidentes de tránsito (SOAT), se establece que las compañías de seguros deben difundir en su página web, la relación de personas, sean ocupantes o terceros no ocupantes de vehículos automotores, que fallezcan como consecuencia de un accidente de tránsito, con la finalidad de que los beneficiarios ejerzan oportunamente su derecho a la indemnización correspondiente, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre, y demás normas reglamentarias y complementarias.

4 -Facultad contenida en la letra i) del Art. 3 del DFL N°251, de 1931.

Mediante la Resolución SBS N°1121-2017⁵, en marzo de 2017, se aprobó el Reglamento de Comercialización de Seguros y en su Art. 4, se establece la responsabilidad de aseguradoras frente al contratante, siendo una de ellas, la explicación adecuada a los contratantes potenciales y/o asegurados potenciales sobre los alcances de la cobertura del producto y sus características.

La información mínima a proporcionar a los usuarios durante la promoción de seguros⁵ a través de sistemas a distancia (Internet u otros análogos que permiten a la aseguradora acceder de modo no presencial al contratante), es la siguiente:

- a) Identificación de la empresa;
- b) Fecha de promoción de seguro y período de validez;
- c) Características del seguro;
- d) Costo total a cargo del asegurado (primas, impuestos y cualquier otro pago además de su forma de pago);
- e) Procedimiento para dar aviso de siniestro;
- f) Forma de aceptación de la promoción de seguro; y
- g) Plazo y forma para ejercer el derecho de arrepentimiento.

Algunos aspectos que se encarga de divulgar la superintendencia son, corredores de seguros (habilitados, cancelados y suspendidos) y reaseguros, intermediarios y auxiliares de seguros, la evolución del sistema asegurador, informes financieros, aspectos relacionados a producción y siniestralidad (primas según ramos, primas de seguros netas y cedidas, índice de siniestralidad directa y retenida según riesgos), riesgo de inversiones y principales indicadores de gestión.

2- Protección al consumidor de seguros

De acuerdo a la Ley de contrato de seguros, se establece que en los contratos de seguro en los que asegurado tengan la condición de consumidor o usuario es de aplicación el Código de Protección y Defensa del Consumidor, así como también la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros.

Además, existe una institución privada creada por la Asociación Peruana de Empresas de seguros (APESEG), orientada a la protección de los derechos de los usuarios de seguros de los servicios del seguro privados contratados en Perú, mediante la solución de controversias que se susciten entre éstos y las empresas de seguros, respecto de rechazos o liquidación de cobertura de siniestro.

3-Protección de datos del asegurado

De acuerdo a la Ley de Protección de datos personales (Ley N° 29733), se regula el tratamiento de los bancos de datos personales de administración pública y privada, tratándose estos con pleno respeto de los derechos fundamentales de sus titulares, los cuales tienen derecho a ser informados en forma detallada, sencilla y de manera previa a su recopilación, sobre la finalidad para la que sus datos personales serán tratados; quienes son o pueden ser sus destinatarios.

Esta Ley es la encargada de garantizar el derecho fundamental a la protección de datos personales con los que cuentan en sus sistemas informáticos, con el fin de evitar que terceros no autorizados accedan a ellos. Cabe mencionar que solo están sujetos a la Ley aquellos datos personales que hacen identificables a una persona natural.

La Ley peruana hace una diferencia fundamental entre la seguridad del tratamiento y confidencialidad de los datos personales, con el fin de determinar responsabilidades civiles y penales, tomándose en cuenta el incremento de ataques informáticos (Art. 16-17).

5- Con base en el Art.23 del Reglamento de Comercialización de Seguros.

E. Ecuador

1- Información a divulgar a los clientes

Con base en la Ley de contrato de seguros de Ecuador, se estipula que los consumidores de seguros deben conocer al menos ciertos elementos mínimos en sus contratos, como, el asegurador, solicitante, interés asegurable, riesgo asegurable, monto asegurado o el límite de responsabilidad del asegurador, la prima del seguro, obligación del asegurador de efectuar el pago del seguro; a falta de uno de estos elementos, los contratos serán nulos.

En Materia de publicidad, de acuerdo a la Ley Orgánica de Defensa del consumidor quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzca a error en la elección de los productos.

La Superintendencia de compañías, valores y seguros (SCVS) de Ecuador, divulga información referente a boletines financieros de seguros (indicadores técnicos financieros como liquidez, rentabilidad de los activos (ROA por su siglas en inglés Return On Assets), rentabilidad del capital (ROE por sus siglas en inglés Return on Equity) , morosidad de primas por cobrar, morosidad de primas documentadas, coberturas primas por cobrar vencidas), compañías de seguros y reaseguro, ranking, firmas calificadoras de riesgo, intermediarios, balances de seguros y reaseguros, entre otros.

2- Protección al consumidor de seguros

Los derechos de los consumidores están regidos por la Ley Orgánica de Defensa del consumidor, a nivel general se establecen los derechos relacionados a información que deben recibir los usuarios, la cual debe ser clara y veraz; también se regula el derecho de protección ante la publicidad engañosa o abusiva las cuales inducen a error en la elección del servicio/producto; a la vez los consumidores tienen el derecho a la educación, orientada al fomento del consumo responsable, entre otros.

La SCVS mediante el Reglamento de Reclamos y Recursos en Materia de Seguro, regula los mecanismos de resolución de disputas entre el asegurado y la aseguradora, cuando esta última no cumpla con obligaciones como pagar el siniestro debidamente comprobado. Actualmente, se ha habilitado un nuevo canal web para denuncias relacionadas con cobros indebidos sin autorización previa del usuario.

3- Protección de datos del asegurado

Ecuador no cuenta con una Ley de Protección de Datos Personales, actualmente se está desarrollando un anteproyecto para la regulación en mención.

Los datos de los usuarios, solamente están protegidos bajo el numeral 19 del art. 66 de la Constitución vigente desde el 2008,

la cual estipula el derecho a la protección de los datos de carácter personal, pero esta protección por sí sola no es suficiente porque es general (no provee una definición de datos personales y no se especifica si la protección es solo para personas físicas), no se establecen regulaciones, ni reglas.

Por otra parte, el Código Orgánico Integral Penal⁶, tipifica el delito de violación a la intimidad, en donde se establece que sin consentimiento de la persona, no se puede acceder, interceptar, reproducir datos personales, de lo contrario será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. Sin embargo, a pesar de legislación sancionatoria no existe un ordenamiento jurídico ecuatoriano que defina con claridad los elementos que incluyen los datos personales.

F. Argentina

1- Información a divulgar a los clientes

La Ley de entidades de seguros y su control, prohíbe la publicidad equívoca que contenga informaciones falsas, capciosas o ambiguas o que puedan suscitar equivocación sobre la naturaleza de las operaciones, la conducta o situación económico-financiera de un asegurador o respecto de los contratos que celebre, así como el empleo de medios incorrectos o susceptibles de inducir a engaño para la obtención de negocios.

La Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), posee un Sistema de Información de Entidades

6- Ecuador, Ley del Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos, 2008, art. 13

Supervisadas (SINENSUP) que permite la carga y envío vía web de los balances trimestrales de las entidades aseguradoras, la información complementaria y anexa, como así también información acerca de inversiones y plazos fijos de presentación mensual y semanal. En lo que respecta a la información para los usuarios la SSN, pone a disposición información sobre aseguradores, reaseguradoras, intermediarios, entre otros; estadísticas por ramo (seguros de vida y retiro, automotores, agropecuarios, multiramo); información contable (estados financieros, evolución del mercado asegurador, entre otros) y estadísticas sobre producción (producción mensual, canales de venta, distribución geográfica de la producción y estructura de la cartera).

2- Protección al consumidor de seguros

De acuerdo a Ley de Defensa del Consumidor de Argentina, se establece que quienes presten servicios de cualquier naturaleza están obligados a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, reservas y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos.

A la vez, la Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS) ha creado una figura de carácter privado, la cual está orientada a la protección de los derechos de los asegurados y/o beneficiarios, mediante la intervención de los conflictos que se suscitaren entre las personas física o jurídica que tuviera contratado un seguro

y un asegurador debidamente autorizado para operar, que previamente hubiera adherido al Sistema.

3- Protección de datos del asegurado

De acuerdo a la Ley de protección de los datos personales, Ley 25.326, en su Art. 1, se establece la protección integral de los datos personales asentados en bancos de datos u otras formas de almacenamientos, ya sea de entidades públicas o privados. Para el tratamiento de dichos datos, es necesario el consentimiento del titular de lo contrario se considera ilícito, en caso de otorgar dicho consentimiento, aquellas personas que estén involucradas en el tratamiento, están obligados al secreto profesional (Art.10. Deber de confidencialidad).

Ante inconformidades de los usuarios ya sea por la divulgación de datos personales o por disputas generadas entre ambas partes, existen tres vías de acuerdo a la Ley, la primera presentar la inconformidad ante la aseguradora, la segunda ante el Organismo Gubernamental de Defensa del Consumidor y por último por vía judicial.

Cabe mencionar que, en septiembre del presente año, el Congreso de La Nación, presentó el Proyecto de Ley de Protección de Datos Personales, con el cual se busca avanzar en la regulación de las tensiones entre la tecnología y el respeto a la privacidad y confidencialidad en el marco del tratamiento de información.

G. Paraguay

1- Información a divulgar a los clientes

La Ley N° 827 de Seguros de Paraguay, en su Art. 28, establece que los informes sobre el estado del asegurador, deben estar a disposición de los asegurados y de cualquier interesado que lo solicite, la memoria, el balance general, la cuenta de resultados de ganancias y pérdidas e informe de los síndicos.

La educación financiera es una de las prácticas que permite transparentar los servicios de seguros, por lo que el Banco Central de Paraguay ha emitido un Manual Básico de seguros, donde se aclara el funcionamiento de los seguros, de la primas e indemnizaciones, riesgos, los elementos, modalidades y condiciones de los contratos de seguro y reaseguro.

También divulgan información cuantitativa, sobre los principales indicadores por aseguradora, estados financieros (balances generales y estados de resultados), detalles de las cuentas de ingresos y egresos de las aseguradoras.

2- Protección al consumidor de seguros

La Ley de Defensa del Consumidor de Paraguay, establece los derechos básicos de los consumidores, por ejemplo, la libre elección de bienes/ servicios, la información clara y precisa que deben obtener del servicio a contratar. También regula la protección contractual, en donde se menciona que los consumidores tienen derecho a retractarse dentro de un plazo de siete días contados

desde la firma de los contratos y todas las cláusulas contractuales serán interpretadas de la manera más favorable al consumidor.

Ante controversias o inconformidades, existen mecanismos de resolución por lo que el Banco Central de Paraguay emitió un formulario para uso público de los asegurados para ser presentado ante la división de Defensa al usuario sobre la ocurrencia de siniestros no atendidos por las compañías aseguradoras.

3-Protección de datos del asegurado

Paraguay no cuenta con una ley integral de protección de datos, pero un primer paso se dio en 2001, año en que se promulgó la Ley N° 1682/01, la cual reglamenta la información de carácter privado. En su Art.4, da a conocer que se prohíbe dar publicidad o difundir los datos sensibles de las personas (datos raciales, preferencias políticas, estado de salud, religiosos, entre otros), pero solamente se regula difusión más no el tratamiento de los datos.

H. España

1- Información a divulgar a los clientes

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP)⁷, mediante la Ley de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras con el objeto de velar por la transparencia establece la información que se debe revelar, dentro de las cuales se menciona,

las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas referentes a la regulación de los seguros; herramientas de carácter cuantitativos necesarias para la supervisión así como también los datos estadísticos agregados.

La publicidad que realicen las entidades aseguradoras deberá transmitir a sus destinatarios una información veraz, eficaz y suficiente sobre las características esenciales de la operación, servicio o producto de seguros y, al menos, tendrá que cumplir los requisitos siguientes: Identificación de la entidad aseguradora que asume la cobertura de los riesgos o compromisos e Indicación del tipo de contrato de seguro que se oferta.

2- Protección de datos del asegurado

La Agencia de Protección de Datos (AEDPD), es un ente de derecho público que vela por el cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal. Dicha Ley tiene por objeto garantizar y proteger lo relativo al tratamiento de datos personales (Art. 1); su ámbito de aplicación son aquellos datos de carácter personal registrados en soporte físico, que los haga susceptibles de tratamiento, y a toda modalidad de uso posterior de estos datos por parte del sector público y privado (Art. 2).

La Comisión Nacional del Mercado de Valores y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones regulan el procedimiento de presentación de consultas, quejas y reclamaciones. Su objetivo es mejorar la eficacia del

funcionamiento de los servicios de reclamaciones y, con ellos, fomentar la aplicación efectiva de la normativa de protección del usuario de servicios financieros y las buenas prácticas en el sector financiero, al tiempo que se aumenta el nivel de seguridad jurídica en las relaciones entre entidades y clientes.

3- Protección al consumidor de seguros

La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios que entro en vigor el 1 de diciembre de 2007, ofrece un régimen jurídico de protección de los consumidores y usuarios en el ámbito de las competencias del Estado. Uno de los aspectos que recalca esta Ley, es el derecho que poseen los consumidores y usuarios a la información y educación, para lo cual se les debe proveer información comprensible sobre el adecuado uso y consumo de los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado (Art.17).

Dicha información debe posibilitar que el consumidor tome una decisión sobre la contratación.

Se pueden considerar infracciones en materia de defensa de los consumidores: El incumplimiento de las normas reguladoras de precios, la imposición injustificada sobre prestaciones no solicitadas o cantidades mínimas o cualquier otro tipo de intervención o actuación ilícita que suponga un incremento de los precios o márgenes comerciales; la introducción de cláusulas abusivas en los contratos; uso de prácticas comerciales desleales con los consumidores.

7- La DGSFP pertenece al Ministerio de Economía y Empresa del Gobierno de España

IV. Conclusiones

Ante la complejidad de los contratos de seguros, estos usualmente necesitan ser “descifrados” y es lo que aqueja históricamente a los usuarios, porque las aseguradoras tienen problemas de trasladar a sus clientes las diferencias entre sus productos y los que ofrece la competencia; esencialmente los asegurados buscan saber qué cubre y qué no, el seguro.

Básicamente, las aseguradoras deben cambiar su política de comercialización, en donde se basan en comparar solo las primas de seguro, por lo que tienen que ofrecer algo más a los usuarios para generar un clima de confianza y dotar todos los servicios/productos de transparencia, por ejemplo, dotar de transparencia el contenido de los productos, cobertura, acuerdos de cobros, derechos de cancelación, formas de resolución de disputas por controversias entre usuario y aseguradora.

Pero transparentar, no necesariamente se debe traducir en abundar en mucha información porque puede producir un efecto contrario, se debe transparentar los productos, a través de textos claros y sencillos, sin exceso de tecnicismos, pero a la vez que constituyan un contrato en regla.

Respecto a la resolución de controversias surgidas entre los clientes y las aseguradoras, en países de América Latina, como es el caso de Chile, Perú y Argentina, las asociaciones de las compañías de seguros han establecido organismos para orientar a los usuarios ante el caso que se originen diferencias contractuales, referente a los servicios ofrecidos.

Otro aspecto que se ha podido apreciar es que no todos los países cuentan con una ley de protección de datos personales, solo España, Perú, República Dominicana y Argentina, aunque en el caso de este último ha presentado un proyecto de Ley con el fin de actualizar la vigente y adecuarla a las nuevas necesidades de protección surgidas ante el entorno tecnológico. Mientras países como Costa Rica, Chile, Ecuador y Paraguay no poseen; sin embargo, Costa Rica, a través de su Ley de Contratos de Seguros, regula la confidencialidad de la información otorgada por los usuarios; Ecuador ha presentado un anteproyecto de Ley porque actualmente solo se regula el derecho de protección de datos personales en la Constitución; y Paraguay no posee una legislación específica para la materia en mención, solamente regulan la difusión de la información de carácter privado, más no el tratamiento de esta misma.

Se hace hincapié, que el derecho a la protección de datos personales es un derecho de doble fisonomía, porque debe equilibrar la necesidad preservar la integridad de la información de carácter personal con el libre flujo de información ante el desarrollo de la era digital.

Con relación a la protección de consumidores de seguros, la mayoría de los países cuentan con regulaciones y/o instituciones que velan por los derechos de estos y cumplen un rol de orientador para la adquisición de los productos, así como educadores financieros en materia de seguros.

La protección de los asegurados debe considerarse aspecto clave en la modernización del sector seguros; por lo que debe ser capaz de adaptarse a la realidad del mercado.

Por tanto, los organismos reguladores y supervisores de la actividad de seguros de cada país juegan un papel fundamental en establecer las reglas y los mecanismos para que las aseguradoras fomenten una cultura de transparencia en la oferta de seguros, para lo cual se deben aprovechar de la mejor manera las nuevas tecnologías y así mismo ofrecer una atención personalizada a los usuarios, para que estos seleccionen las pólizas que se adecuen a sus necesidades.

En desenlace, el fomento de la transparencia debe tomar en cuenta a todos los agentes del sector seguros, compañías, supervisores, intermediarios, clientes y profesionales en la materia con el fin que se fortalezca la transparencia en los contratos y así, prevenir fraudes.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa de Costa Rica. (12 de octubre de 2012). Ley Reguladora del Mercado de Seguros. Costa Rica. Recuperado el octubre de 2018, de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=63749&nValor3=86106¶m2=1&strTipM=TC&lResultado=3&strSim=simp
- Asociación Internacional de Supervisores de Seguros. (2011). Principios Básicos de Seguros, Estándares, Guía y Metodología de Evaluación. Recuperado el octubre de 2018, de www.iaisweb.org
- ASSAL. (2018). Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina. Obtenido de https://www.assalweb.org/assal_nueva/quienes_somos.php
- Cámara de Diputados de la Nación Argentina. (13 de octubre de 1993). Ley de Defensa del Consumidor. Argentina. Recuperado el octubre de 2018, de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>
- Congreso de la Nación Paraguaya. (1996). Ley de Seguros. Ley N° 827. Paraguay. Obtenido de <http://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/703/ley-n-827-de-seguros>
- Congreso de la nación paraguaya. (27 de octubre de 1998). Ley de Defensa del consumidor y del usuario. Asunción, Paraguay. Recuperado el octubre de 2018, de <http://www.apcs.org.py/Marcolegal/Ley%20de%20Defensa%20del%20Consumidor.pdf>
- Congreso de la Nación Paraguaya. (2000). Ley N° 1682/01. Paraguay. Obtenido de http://www.redipd.org/legislacion/common/legislacion/paraguay/Ley_1682_de_2001.pdf
- Congreso de la República de Perú. (3 de julio de 2011). Ley de Protección de datos personales. Perú. Recuperado el octubre de 2018, de <https://www.minjus.gob.pe/wp-content/uploads/2013/04/LEY-29733.pdf>
- Congreso de la República de Perú. (s.f.). Ley del Contrato de Seguro. Recuperado el Octubre de 2018, de https://www.rimac.com.pe/uploads/Ley_de_contrato_de_Seguro_N29946.pdf
- Congreso Nacional. (10 de julio de 2000). Ley Organica de Defensa del Consumidor. Ecuador. Recuperado el octubre de 2018, de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec053es.pdf>
- Congreso Nacional de Ecuador. (23 de noviembre de 2006). Ley General de Seguros. Ecuador. Recuperado el octubre de 2018, de <https://www.desarrolloamazonico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/LEY-GENERAL-DE-SEGUROS-act.pdf>
- Congreso Nacional de República Dominicana. (15 de diciembre de 2013). Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal. República Dominicana. Obtenido de https://indotel.gob.do/media/6200/ley_172_13.pdf
- Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero. (9 de Noviembre de 2010). Reglamento sobre comercialización de seguros. Costa Rica. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de http://www.sugese.fi.cr/marco_legal/reglamentos/mercado%20de%20seguros/reglamento_comercializacion_seguros.pdf
- Defensor del asegurado. (2018). Defensor del asegurado. Obtenido de <https://www.ddachile.cl/v5/Inicio.aspx>
- Defensor del Asegurado. (octubre de 2018). Defensor del Asegurado. Obtenido de <http://www.defensorasegurado.org.ar/index.html>
- Defensoría del Asegurado. (octubre de 2018). Defensoría del Asegurado. Obtenido de <http://www.defaseg.com.pe/>

Jefatura del Estado Español. (diciembre de 1999). Ley Orgánica 15/1999, Protección de Datos de Carácter Personal. España. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/1999/BOE-A-1999-23750-consolidado.pdf>

Jiménez, F. P. (Noviembre de 2003). La Protección del asegurado. Superintendencia de Valores y Seguros, División Atención y Educación al Asegurado SVS, Santiago. Obtenido de <https://www.svs.cl/sitio/publicaciones/doc/assal/Fernando%20P%E9rez.pdf>

Ley de Entidades de Seguros y su control. (11 de enero de 1973). Buenos Aires, Argentina. Recuperado el octubre de 2018, de <http://servicios.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/20000-24999/20965/texact.htm>

Ministerio de Economía y Empresa de España. (octubre de 2018). Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Obtenido de <http://www.dgsfp.mineco.es/>

Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción. (Enero de 2018). Normas Sobre Protección de los derechos de los consumidores. Chile. Recuperado el octubre de 2018, de <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=61438>

Ministerio de la Presidencia. (1 de diciembre de 2007). Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. España. Obtenido de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-20555-consolidado.pdf>

Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina. (2000). Ley de Protección de los Datos Personales. Ley 25.326. Argentina. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/PDFs/arg_ley25326.pdf

Sistema Costarricense de Información Jurídica. (12 de septiembre de 2011). Ley Reguladora del Contrato de Seguros. Costa Rica. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_norma.aspx?param1=NRM&nValor1=1&nValor2=71064&nValor3=86097&strTipM=FN

SUGESE. (2018). Superintendencia General de Seguros de Costa Rica. Obtenido de <http://www.sugese.fi.cr/>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (15 de marzo de 2017). Reglamento de Comercialización de productos de seguros. Perú. Obtenido de https://intranet2.sbs.gob.pe/dv_int_cn/1715/v1.0/Adjuntos/1121-2017.R.pdf

Superintendencia de Seguros República Dominicana. (2002). Ley de seguros, fianzas de la República Dominicana. República Dominicana. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de <http://www.superseguros.gob.do/images/docs/leyno146-02.pdf>

Superintendencia de Valores y Seguros de Chile. (22 de octubre de 2013). Circular N° 2123. Chile. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de http://www.cmfchile.cl/institucional/legislacion_normativa/normativa2.php?tiponorma=ALL&numero=2123&dd=&mm=&aa=&dd2=&mm2=&aa2=&buscar=&entidad_web=ALL&materia=ALL&enviado=1&hidden_mercado=S

SVS. (2015). Principios Básicos de Conducta de Mercado. SVS, Santiago de Chile. Obtenido de https://www.svs.cl/portal/principal/605/articles-17329_doc_pdf.pdf