

Guía Normativa en la Actividad de Intermediación



SEGUROS
MONTERREY

Mensaje del Director Ejecutivo de Canales de Distribución



**Víctor
Feldmann**

Director Ejecutivo de
Canales de Distribución

Estimada Fuerza de Ventas:

En [Seguros Monterrey New York Life \(SMNYL\)](#), nos esforzamos todos los días por alcanzar nuestro propósito de [Proteger Mejor](#) a nuestros Clientes, actuando siempre bajo los valores institucionales que nos representan: integridad, humanidad y humildad, los cuales se ven reflejados en la confianza y la solidez financiera que transmitimos a nuestros Clientes, quienes nos eligen por la confianza que inspiramos y por la promesa de que ahí estaremos cuando nos necesiten. Basar tus prácticas de negocio en la [Guía Normativa en la Actividad de Intermediación](#), capturada en este documento, es crucial para contribuir a dicho propósito; adicionalmente, te ayudará a entablar relaciones de confianza y largo plazo con tus prospectos, candidatos y Clientes.

Recuerda siempre que todas y cada una de las acciones o actividades comerciales que realices, así como las relaciones con los Clientes, deben estar sustentadas y soportadas por estos valores.

Mensaje de la Subdirección de Mejores Prácticas



**Ramón
Sánchez**

Subdirector de Privacidad y
Mejores Prácticas de Venta

Dirección de Ética y Cumplimiento:

El presente documento **“Guía Normativa en la Actividad de Intermediación”** tiene por objetivo complementar el abanico de herramientas que la Compañía ha puesto a tu disposición para facilitar tus actividades. Su contenido te orientará sobre la aplicación de estos principios dentro de tus actividades diarias y te ayudará a adoptar comportamientos que coadyuvan al cumplimiento de la regulación aplicable a la industria de seguros.

Tenemos la certeza de que la adopción de las prácticas descritas en este documento no sólo te protegerá de incurrir en faltas o incumplimientos que puedan dar lugar a sanciones, sino que también te ayudará a consolidarte y potencializar la figura comercial o de desarrollo que estés ejecutando con prospectos, Clientes o candidatos, lo que se complementará con la oferta de los mejores productos de seguros del mercado, nuestro servicio más eficiente y solidez financiera inquebrantable.

Es importante que reconozcas que la autorización como Agente de Seguros que otorga la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas no sólo te faculta para la intermediación en materia de seguros por cuenta propia; a su vez, te convierte en un sujeto obligado a cumplir con diversas normativas.

Contenido

1. Objetivo	5
2. Normatividad Aplicable	5
3. Secreto Profesional	6
4. Actividad y Publicidad	9
■ Diversidad e inclusión	
■ Marca de la Compañía	
■ Publicidad en medios electrónicos (redes sociales, Internet y medios de comunicación)	
■ Material de presentación ante terceras personas	
5. Desarrollo de la Actividad de Intermediación	11
6. Actividad Personalísima	13
7. Actividad de Intermediación apegada a Derecho	13
8. Presentación de Propuestas y Figura de Coagente	13
9. Conflicto de intereses	14
10. Proceso de Venta	14
11. Proceso de Postventa	16
12. Recibo de pago de primas	17
13. Veracidad de la información	18
14. Canales de Comunicación	19

Objetivo del presente documento

Disposición 32.1.1

El presente documento está basado en el Título 32 de la Circular Única de Seguros y Fianzas, el cual tiene como finalidad propiciar el eficiente desarrollo de las actividades de Intermediación de Seguros que realizan los Agentes de Seguros Independientes bajo un marco de ética y profesionalismo de calidad apegado a derecho, integridad y rectitud, elementos que fomentarán la generación de conductas adecuadas que beneficien los derechos de los Clientes y de la Compañía, así como de las demás personas relacionadas con dichas actividades.

Normatividad Aplicable

Disposición 32.1.2

En la realización de las actividades de Intermediación, los Agentes de Seguros Independientes deben apegarse a la normativa que rige esta actividad; entre otros, a la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas y las disposiciones que de ella emanan, como la Circular Única de Seguros y Fianzas, las reglas para prevenir, detectar y reportar operaciones vinculadas con Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo, el Reglamento de Agentes de Seguros y de Fianzas, asimismo, existen regulaciones que, si bien no se desprenden del sector asegurador o de sus reguladores, igualmente debes conocer y aplicar en tu actividad profesional como la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, la Ley General de Responsabilidades Administrativas, Foreign Corrupt Practice Act (FCPA), que es la legislación de Estados Unidos de América que regula las prácticas anticorrupción en el extranjero, y los Acuerdos internacionales de intercambio de información para mejorar el cumplimiento fiscal: FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act) y el CRS (Common Reporting Standard), entre otras.

Entre otras, tienes la obligación de solicitar a los Clientes el formato [Autocertificación de Obligaciones Fiscales en el Extranjero](#) correspondiente a los procesos solicitados por la Compañía, verificando que la información sea consistente con la documentación soporte, con el fin de asegurar la confiabilidad de dicha autocertificación. Tanto la información de FATCA como de CRS debe ser proporcionada, llenada y firmada exclusivamente por el Cliente.



Cualquier sospecha sobre alguna persona que pueda tener algún indicio en relación con FATCA o CRS deberá ser informada a la Compañía.



Debes estar consciente de que es ilegal asesorar a los Clientes para la clasificación en la autocertificación, ya que puedes ser considerado como partícipe de evasión fiscal.

Recuerda que es tu obligación legal cumplir con toda la normatividad que te es aplicable, la cual incluye la Regulación Anticorrupción, ya que su incumplimiento podría traer sanciones legales y contractuales a un Agente de Seguros Independiente que ofrezca, proporcione, prometa, solicite o acepte cualquier cosa de valor, directa o indirectamente, a o de un funcionario de gobierno, partido político o candidato, un organismo público o un particular, ya sea persona física o moral, con el fin de obtener o retener inapropiadamente un negocio o recibir o extender cualquier tipo de trato favorable u otro beneficio inapropiado. Estas prohibiciones incluyen pagos realizados directa o indirectamente por medio de Agentes, contratistas o intermediarios a funcionarios de gobierno u otros en nombre de un funcionario de gobierno o particulares con los fines arriba expuestos. Incluye también el otorgar gratuitamente o subsidiar pólizas de seguros, así como ofrecer o hacer descuentos o reducción de primas u otorgar algún otro beneficio no estipulado en la póliza, como aliciente para contratar o conservar un contrato de seguro.

Secreto Profesional

Disposición 32.1.3

Con motivo del desarrollo de la actividad de intermediación, obtendrás información respecto de la cual debes guardar el Secreto Profesional; es decir, se tiene la obligación de no revelar, por ningún motivo, hechos, datos o circunstancias de los que tengas conocimiento en el ejercicio de tu actividad, debiendo abstenerse de hacer uso de la información que obtengas como resultado de tus actividades en beneficio propio, de otras Instituciones o de cualquier tercero. Debes también resguardarla de acuerdo a los criterios de confidencialidad especificados en las leyes, los reglamentos y demás disposiciones aplicables, evitando su divulgación, salvo autorización expresa de las partes legítimamente interesadas en los contratos de seguro o ante el requerimiento fundado y motivado de las autoridades

La parte final del párrafo que antecede está enfocada en los Datos Personales, mismos que están regulados principalmente por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (en adelante, LFPDPPP) y su Reglamento. Como Agente de Seguros Independiente, al ser el enlace entre los Clientes y la Compañía, se tiene acceso a distinta información y datos, motivo por el cual es su obligación poner a disposición de los titulares (prospectos o Clientes) su propio Aviso de Privacidad antes de recabar Datos Personales, así como recolectar el consentimiento de los titulares para el tratamiento de los mismos, que deberás conservar por todo el tiempo de duración del contrato de seguro respectivo y hasta que concluya el periodo de retención estipulado por las regulaciones aplicables. Una vez cumplido este periodo, los Datos Personales tendrán que ser eliminados.

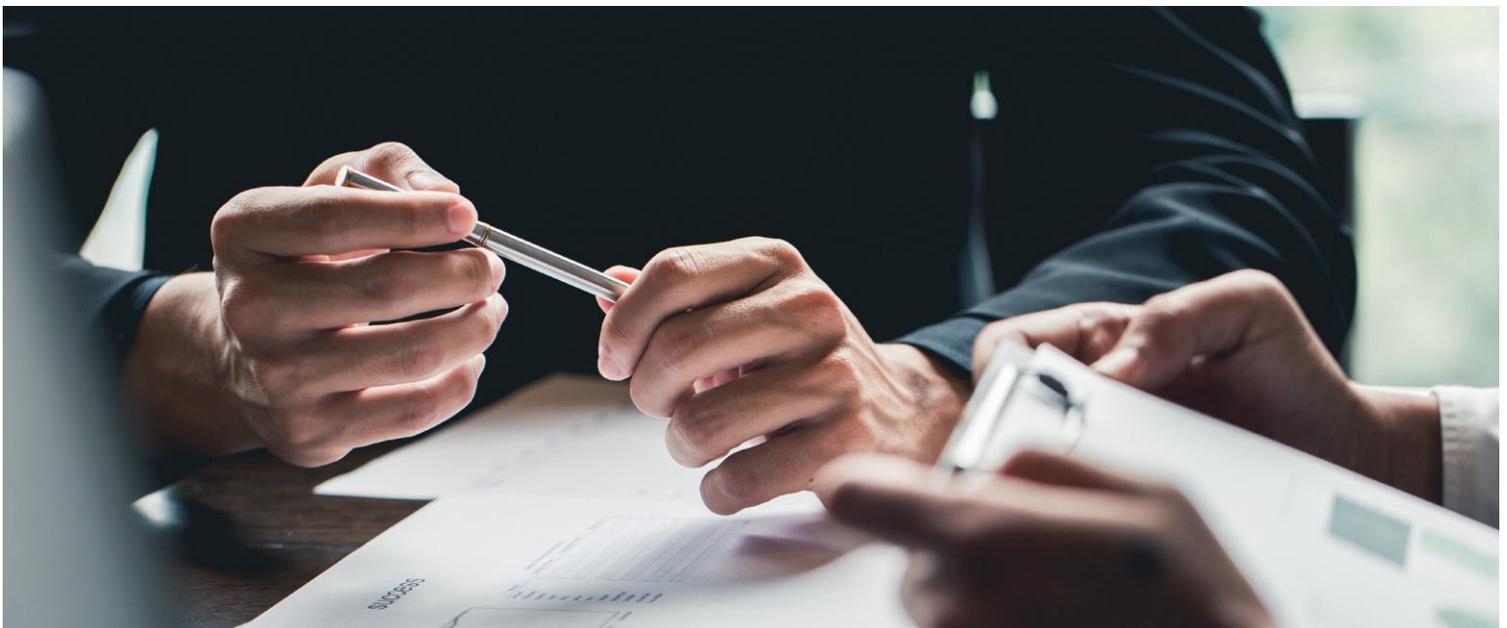


Deberás tener implementados procedimientos para que los titulares (prospectos o Clientes) puedan ejercer y expresar su negativa a alguna finalidad de tu Aviso, solicitar Derechos ARCO y pedir la revocación del consentimiento previamente otorgado.

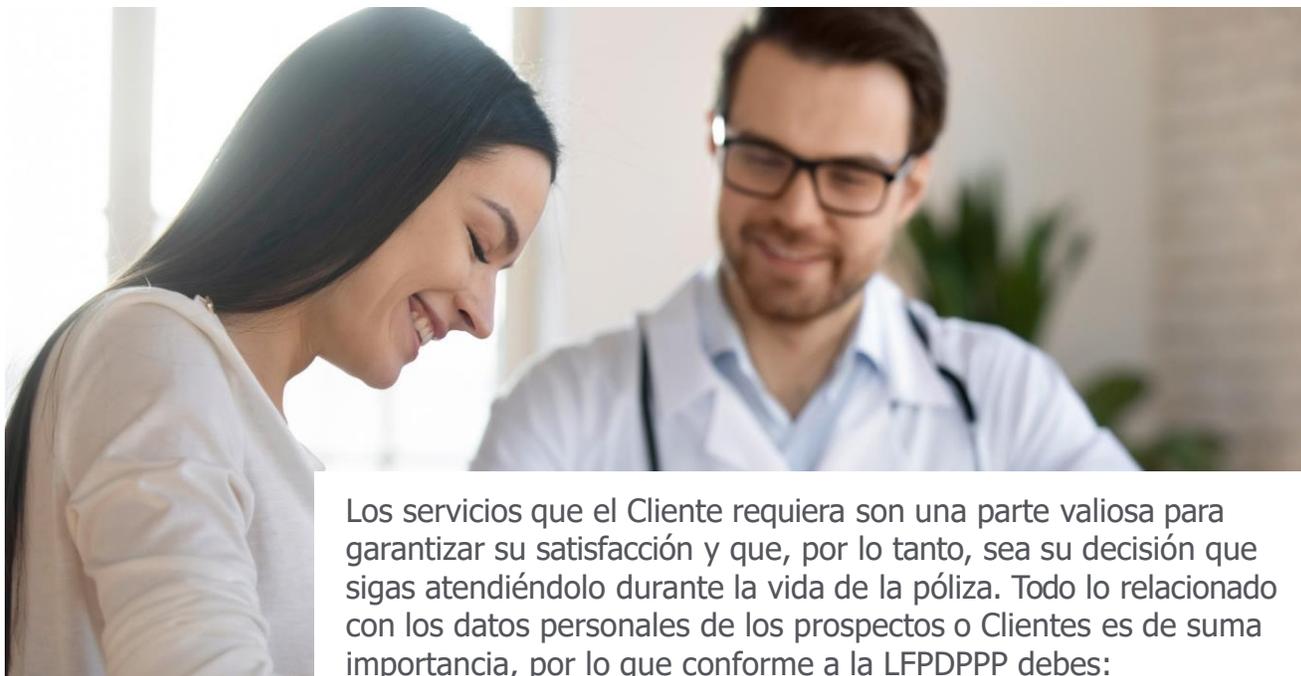
Para más información respecto al tema de Datos Personales, podrás consultar directamente la LFPDPPP o dentro del Portal de Asesores, en la parte de Ética y Cumplimiento/Protección de Datos Personales, donde encontrarás información para generar tu Aviso de Privacidad, comprender qué son los Derechos ARCO, entre otros.

Dentro del proceso de Venta, debes considerar:

- Recolectar apropiadamente las preferencias del Cliente para el tratamiento de sus datos con propósitos de publicidad, promoción y transferencias de información a ti como Agente de Seguros Independiente. 
- Dar a conocer el Aviso de Privacidad de la Compañía previo al llenado de las solicitudes individuales de seguro. 
- Dar un adecuado tratamiento (obtención, uso, divulgación o almacenamiento) de los Datos Personales que por cualquier medio obtengas. 
- Legalmente, estás obligado a borrar o eliminar los Datos Personales de los titulares (prospectos o Clientes), tanto físicos como digitales, de tus bases de datos cuando éstos hayan dejado de ser necesarios para el cumplimiento de las finalidades para las cuales se hayan obtenido y haya concluido el plazo durante el cual estabas obligado a conservarlos. 
- Debes apegarte a la normatividad aplicable en materia de Protección de Datos Personales, por lo que no contactarás prospectos o Clientes provenientes de bases de datos de otros Agentes de Seguros Independientes o Promotorías o de la compra/venta de información 



Los Datos Personales dentro del proceso de Postventa



Los servicios que el Cliente requiera son una parte valiosa para garantizar su satisfacción y que, por lo tanto, sea su decisión que sigas atendiéndolo durante la vida de la póliza. Todo lo relacionado con los datos personales de los prospectos o Clientes es de suma importancia, por lo que conforme a la LFPDPPP debes:

- 1) Asegurarte de que toda la información con Datos Personales de los titulares (prospectos o Clientes) sea utilizada y conservada en un ambiente seguro. Si necesitas enviar información con Datos Personales vía correo electrónico, deberás tomar la precaución de enviarla solamente a las personas que tengan una necesidad legítima de conocerla; de ser posible, la información debe ser protegida con contraseñas que deben ser proporcionadas por separado.
- 2) Implementar las medidas de seguridad conforme a la LFPDPPP, su Reglamento y las demás disposiciones aplicables, para que los Datos Personales de los titulares (prospectos o Clientes) estén protegidos y seguros.
- 3) Evitar tener algún tipo de vulneración, como pérdida, alteración, destrucción, daño o uso, acceso o tratamiento no autorizado de la información con Datos Personales de los titulares (prospectos o Clientes). En caso de que ocurra una vulneración a los Datos Personales, la LFPDPPP pide ciertas acciones inmediatas, por ejemplo: implementar acciones preventivas a efecto de evitar que la vulneración se repita. Recuerda que en el Portal de Asesores puedes encontrar información adicional para la adecuada Protección de los Datos Personales.

Actividad y Publicidad

Disposición 32.1.4

Los Agentes de Seguros Independientes, tanto en el desarrollo de sus actividades como en su publicidad, deberán tener un comportamiento de respeto mutuo basado en la cortesía, la equidad y la competencia leal, evitando conductas y actitudes que puedan incurrir en agravio de los prospectos o Clientes e Instituciones y absteniéndose de emitir juicios o hacer comentarios que tiendan al desprestigio de otros Agentes, así como descalificar su capacidad profesional con el fin de beneficiarse con la Intermediación de Seguros por el pago de comisiones

Con base en lo anterior, es importante que, en la interacción con la Compañía, con los prospectos, con los Clientes y con otros Agentes de Seguros Independientes evites, entre otras, las siguientes conductas:

- Acosar y discriminar
- Acosar sexualmente
- Atacar y criticar la vida privada o íntima de la persona
- Infundir temor
- Acosar por redes sociales, Internet y cualquier otro medio electrónico
- Atribuir a terceros de falsas enfermedades físicas o mentales
- Burlarse de algún defecto personal
- Imitar los gestos o la voz de la víctima
- Atacar las actitudes y creencias políticas y/o religiosas
- Descalificar la apariencia y/o la forma de arreglo y de vestir de la persona con gestos de reprobación o verbalmente
- Ejercer violencia física
- Realizar amenazas de violencia de cualquier tipo
- Maltratar físicamente
- Agredir verbalmente
- Gritar o insultar
- Criticar recurrentemente la actividad de las personas
- Hacer grafitis en las instalaciones de la Compañía
- Difundir chismes
- Bromear o hacer comentarios inapropiados sobre el estado de personas o grupos protegidos o vulnerables
- Consumir, vender o poseer drogas
- Suplantar al Cliente o hacerse pasar por él (en ningún momento, ni siquiera en llamadas telefónicas, aun cuando el Cliente te lo solicite)
- Cualquier otra conducta o comportamiento ofensivo similar

Diversidad e inclusión

En la Compañía esperamos que la Fuerza de Ventas respete y promueva la cultura de diversidad e inclusión, donde se aprecien y reconozcan las aportaciones, los pensamientos y los valores, independientemente de las diferencias entre las personas, para así garantizar la igualdad de oportunidades y el trato no discriminatorio, sin prejuicios, justo e imparcial de las personas de toda la Compañía.

Marca de la Compañía

Los nombres de los productos, los logotipos y las imágenes de la Compañía se encuentran debidamente protegidos por la Ley de Derechos de Autor; asimismo, cuentan con el debido registro ante la autoridad competente para ello (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial), ya que son propiedad única y exclusiva de la Compañía. Cualquier Agente de Seguros Independiente que desee utilizar la imagen de la Compañía ante terceras personas deberá contar con una autorización expresa para hacer uso de la marca en cualquier evento, stand, feria, patrocinio, oficinas, publicidad, presentación, folleto, publicación, entre otros. Es importante mencionar que la utilización de la marca de la Compañía debe ser de forma responsable, ya que, en caso de no ser así, podría generar un daño reputacional que es importante evitar.

La marca, los logotipos y la imagen de la Compañía, al estar protegidos por la Ley de Derechos de Autor, no deben ser usados para crear perfiles o páginas no oficiales en cualquier portal público, red social, blog, cuenta de WhatsApp, correo electrónico o cualquier otro mecanismo de comunicación digital o impresa sin que previamente la Compañía haya dado su autorización. Por lo tanto, se encuentra prohibida toda reproducción y todo uso de la marca, los logotipos y la imagen de la Compañía sin que previamente exista una autorización por escrito para su utilización.

Publicidad en medios electrónicos (redes sociales, Internet y medios de comunicación)

Las redes sociales son una parte integral en la realización de negocios y la forma en que nos comunicamos actualmente. Los Agentes de Seguros Independientes deben ser conscientes de que son un elemento muy importante entre el Cliente y la Compañía, lo que conlleva una gran responsabilidad que no debe ser tomada a la ligera, ya que todo lo que se realice puede tener consecuencias negativas.

Con redes sociales nos referimos a aquellas aplicaciones en línea que están diseñadas para permitir el intercambio de contenido e información en tiempo real. Algunos ejemplos de redes sociales pueden ser blogs, salas de chat y aplicaciones de comunicación como LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter, entre otros; estas herramientas sirven para que empresas como la Compañía se conecten con Clientes actuales y potenciales.

Es de suma importancia que, cuando decidas dar una opinión en redes sociales, Internet o cualquier otro medio de comunicación, dejes claro que estás compartiendo tu opinión a título personal y que en ningún momento des la apariencia de que estás representando las opiniones de la Compañía, ya que debemos recordar que ésta no se expresa o da su punto de vista respecto a circunstancias o cuestiones que suceden en cualquier tema porque es respetuosa de las decisiones gubernamentales y de las circunstancias ocurridas dentro de la sociedad.

Cada uno es responsable del contenido que publique en las redes sociales; sin embargo, recuerda que todo lo que publicas en Internet, incluso si lo haces privado o lo eliminas posteriormente, puede volverse viral y visible para otros. La Compañía se reserva el

derecho de tomar acciones legales e incluso concluir la relación mercantil que mantiene con cualquier Agente de Seguros Independiente que incurra en situaciones como: publicar obscenidades u otros comentarios inapropiados que podrían interpretarse como de acoso, discriminatorios, raciales, sexualmente cargados o personalmente abusivos o que inviten implícita o explícitamente a la violencia, comentarios difamatorios o declaraciones falsas o contenido en detrimento de la marca o de su imagen, así como afirmaciones que proporcionen características o funcionamiento incorrecto o inapropiado de los productos o servicios de la Compañía.

La Compañía solicita extender el respeto a los demás, incluyendo a nuestros competidores. No debes utilizar las redes sociales, ni ningún otro medio, para criticar a otras Aseguradoras.

Por último, al usar correo electrónico, mensajes de texto u otros medios electrónicos para publicitar, difundir o solicitar ventas, se deberá tomar en cuenta la "Guía de marca" de la Compañía y/o cualquier regulación aplicable.

Material de presentación ante terceras personas

No se podrá ostentar ningún material personal de presentación que no se adecúe a la "Guía de Marca" de la Compañía y a las autorizaciones correspondientes cuando sean aplicables.

No deberás ostentarte como empleado o funcionario de la Compañía ni dar a entender o afirmar que cuentas con facultades de representación de ésta para aceptar riesgos y suscribir o modificar pólizas, ya que, en el ejercicio de las actividades de intermediación, los Agentes de Seguros Independientes deben apegarse a la información que proporciona la Compañía para este efecto, así como a sus tarifas, pólizas, endosos y planes de seguros.

Está total y absolutamente prohibido ofrecer descuentos a los Clientes sobre el pago de primas, recibir pago de primas a cuentas personales, alterar cualquier tipo de documento y realizar proyecciones personales sobre cualquier producto de la Compañía.

Desarrollo de la Actividad de Intermediación

Disposición 32.1.5 y 32.12.5

Los Agentes de Seguros Independientes deben desarrollar su actividad con la mayor prontitud, buena fe y sentido de responsabilidad, aportando sus conocimientos, esfuerzo y capacidades, así como actualizando permanentemente su formación profesional en materia de seguros, de acuerdo con la categoría de su autorización y conforme a lo previsto en las disposiciones legales aplicables.



Recuerda que es tu obligación como Agente de Seguros Independiente contar con un seguro de responsabilidad civil por errores y omisiones para garantizar el cumplimiento de las responsabilidades en que pudieras incurrir frente al Asegurado debido a tus actividades.

De igual forma te recordamos que, en atención a las disposiciones legales que te son aplicables, los Agentes de Seguros Independientes entregarán con toda diligencia a los contratantes, Beneficiarios o Asegurados, los documentos y la información complementarios relativos a la contratación del seguro (póliza, condiciones generales y especiales, endosos, etc.), debiendo conservar el acuse de recibido correspondiente. En caso de observar cualquier error u omisión en la póliza, deberás, en conjunto con el Cliente, gestionar que se subsane de manera inmediata

Asimismo, deberás incluir un folleto explicativo dirigido a los contratantes, en el cual se describan tus principales responsabilidades conforme a lo que disponen las normas legales, reglamentarias y administrativas aplicables y las bases y políticas establecidas por la Compañía, así como los trámites que el contratante o Asegurado puedan o no realizar a través de tu conducto, considerando los siguientes:

- 1) Que por ningún motivo ofrezca o acceda a entregar al Agente de Seguros Independiente dinero o contraprestación alguna, sin perjuicio de la comisión que éste reciba de la Compañía por los servicios que preste o por servicios distintos a la intermediación.

Un ejemplo de esta situación puede ser que, cuando un Beneficiario tiene derecho a cobrar la suma asegurada, no se le debe cobrar cantidad alguna por apoyarlo a realizar el trámite indemnizatorio ante la Compañía; otra situación podría ser que no por el hecho de que un contratante quiera cancelar una póliza ello le genere algún costo por realizar el trámite.
- 2) Que por ningún motivo acepte recibos provisionales, informales o personales del Agente o con el logotipo de la Promotoría.
- 3) Que por ningún motivo entregue anticipos por concepto de la contratación del seguro o de coberturas adicionales.
- 4) Que se exhorte al contratante a verificar que la documentación concuerde con su solicitud y que dicha documentación contenga, en su caso, el registro del producto ante la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.
- 5) Que señale que el Agente carece de facultades para aceptar riesgos y suscribir o modificar pólizas, salvo que se trate de Agentes Mandatarios.

La Compañía en apoyo a la Fuerza de Ventas ha creado el formato Folleto Explicativo CUSF 32.12.5 disponible en el Portal de Asesores, el uso de este documento es opcional, mas no así, el cumplimiento de la obligación de entregar un Folleto Explicativo al Cliente.



Actividad Personalísima

Disposición 32.1.6

Los Agentes de Seguros Independientes no pueden utilizar los servicios de terceros en el intercambio de propuestas y aceptación de éstas, en la comercialización y el asesoramiento para la celebración de contratos de seguro, su conservación, modificación, renovación o cancelación, ni en el cobro de primas e ingreso de las mismas a la Compañía.

En ningún caso podrán permitir que, al amparo de su nombre o autorización para realizar actividades de intermediación, personas que carezcan de ésta realicen actividades de Intermediación de Seguros, por lo que solamente podrás ingresar a la Compañía las solicitudes de seguros que hayas intermediado personalmente. No debes ingresar solicitudes ficticias ni documentos a nombre de otro Agente de Seguros ni tampoco debes permitir que otro Agente de Seguros los ingrese en tu representación.

Actividad de Intermediación apegada a Derecho

Disposición 32.1.7

Los Agentes de Seguros Independientes deben respetar la libertad de elección de los prospectos de Cliente, tanto en su decisión de contratar seguros como en la de efectuar dicha contratación a través del intermediario que consideren conveniente.

Presentación de Propuestas y Figura de Coagente

Disposición 32.1.8

Los Agentes de Seguros Independientes harán su propuesta de seguro al prospecto de Cliente basándose en el estudio y los conocimientos propios de los riesgos y las coberturas, respetando el derecho de creatividad profesional de otros Agentes. En caso de gestión mancomunada de una operación, cumplirán los pactos que hicieren entre sí (figura de Coagente), los cuales se recomienda que sean documentados por escrito para determinar las reglas claras que ambos Agentes deberán respetar.

Considera que, en caso de que un Cliente con póliza en la Compañía y con un Agente con contrato vigente que no le proporciona servicio (independientemente de su calidad de activo o inactivo) tenga alguna duda o petición relacionada con su póliza, debes canalizarlo directamente ante la Compañía, a fin de que la misma verifique su situación. Si después de ello el Cliente decide cambiar de Agente, él mismo deberá realizar contigo el cambio de todas sus pólizas, siendo permitido hasta este momento que pudieras apoyarlo en cualquier situación que se le ofrezca respecto a sus pólizas, sin que previamente puedas realizar cambios o movimientos en las pólizas que correspondan a la intermediación de otro Agente. Es importante considerar lo anterior a efecto de evitar conflictos con otros Agentes.

Conflicto de intereses

Disposición 32.12.2

En el desarrollo de tus actividades, podrías enfrentarte a situaciones que representen un real o aparente conflicto de intereses y deberás tener la capacidad de reconocerlos y hacer siempre lo correcto. Típicamente, un conflicto de intereses se presenta cuando un interés personal está en contra de los intereses de un prospecto, Cliente, candidato, Agente y/o la Compañía.



En la Compañía esperamos que no actúes en quebranto de los intereses de los Clientes, de la propia Compañía, de otros Agentes, de Promotores o de cualquier otra persona para la obtención de mayores beneficios personales.

Es importante recordar que, de conformidad con la legislación que rige la actividad de todo Agente de Seguros, al ofrecer cualquier tipo de seguro deberás asesorar de forma objetiva y veraz sobre las distintas características, derechos, obligaciones y costos de los productos que resulten adecuados a las necesidades de los contratantes y Asegurados, de acuerdo con la información proporcionada por la Compañía. Ten presente que tu función de intermediación ha de realizarse con la debida lealtad al Cliente, actuando como elemento de enlace y equilibrio entre la Compañía y Cliente y anteponiendo los intereses legítimos del Cliente y tu lealtad a éste por encima de tu propio beneficio.

En la Compañía deseamos que alcances las metas que en lo personal te hayas propuesto y que en general tu actuar esté libre de conflictos de intereses. Es importante precisar que los bonos, las campañas, las convenciones, los reconocimientos y todos aquellos beneficios de compensación adicional obtenidos con base en el Contrato Mercantil de Intermediación en la Contratación de Seguros deben estar sustentados en el valor de la Integridad.

Proceso de Venta

Disposición 32.1.9

De conformidad con lo establecido por la legislación que rige la actividad de los Agentes de Seguros Independientes, éstos, al desarrollar su actividad de intermediación, deberán atender el siguiente proceso:

I. Informar al prospecto de Cliente:

- a) Su estatus como Agentes, identificando el tipo de autorización con la que cuentan, así como los productos comprendidos en las categorías para las que están autorizados a intermediar.
- b) El nombre de las Instituciones para las que realizan servicios de Intermediación de Seguros.

II. Evaluar las necesidades potenciales de protección o ahorro del prospecto de Cliente, a partir de un análisis de su perfil y aversión al riesgo.

Durante la prospección, deberás ayudar a los prospectos y/o Clientes a identificar y analizar sus necesidades financieras de seguros y evaluar las alternativas de cobertura. Debes estar consciente de que la cancelación de un seguro para la contratación de uno nuevo, en la mayoría de los casos, no es benéfica para el prospecto o Cliente, toda vez que el mismo puede perder derechos adquiridos en la póliza cancelada.

Debes tener una base razonable para creer que la recomendación de compra de un producto es apropiada y cumple con las necesidades y metas del prospecto o Cliente. Tienes prohibido inducir o guiar a los prospectos o Clientes a seleccionar productos solamente con el fin de obtener comisiones, bonos o ingresos mayores.

III. Proporcionar al prospecto:

- a) Información precisa en relación con los productos que, como resultado de la asesoría brindada, recomiendes contratar, así como respecto a las condiciones, exclusiones, riesgos, beneficios, obligaciones y derechos contenidos en los contratos respectivos, con el fin de que el prospecto de Cliente cuente con los elementos necesarios para evaluar adecuadamente los diferentes productos que se le ofrecen.

En ningún momento deberás realizar comparaciones incompletas o incorrectas con la finalidad de inducir a alguien a convertir, cancelar o reemplazar la cobertura de un seguro previamente adquirido con la Compañía, la competencia u otro Agente de Seguros Independiente.

No está permitido alterar documentación ni presentar información que no es oficial de la Compañía a tus Clientes ni viceversa con el fin de alentar la venta de un producto; esto incluye hacer cotizaciones propias que muestren un comportamiento que la Compañía no puede garantizar ni respaldar.

- b) Una explicación y comparación objetiva de los diferentes productos disponibles, en términos de prima, coberturas y vigencia, que pueden adaptarse a sus intereses, necesidades, prioridades, perfil y aversión al riesgo.

IV. Brindar al prospecto de Cliente la asesoría necesaria de los productos sugeridos, considerando en todo momento su perfil y aversión al riesgo. En todo caso, el usuario deberá tener acceso al texto del contrato de seguro que le fue sugerido, explicándole que puede consultarlo en el Registro de Contratos de Adhesión (RECA) de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros antes de la formalización de éste.

Podrás asesorar a los prospectos y Clientes solicitándoles información, registrándola en la solicitud de seguro y garantizando que el Cliente revise el contenido de toda la información plasmada en la solicitud. No estás autorizado para obtener formatos firmados en blanco de los prospectos o Clientes. Además, nunca aceptarás o permitirás a los prospectos o Clientes registrar información falsa, teniendo conocimiento de ello, para solicitar un seguro; lo anterior en cumplimiento con el artículo 5° del Reglamento de Agentes de Seguros Independientes y de Fianzas.

V. Darle a conocer la existencia de los seguros básicos estandarizados.

VI. Informar de manera amplia y detallada sobre el alcance real de la cobertura contratada, las exclusiones, las condiciones especiales o particulares, la forma de conservarla y las formas de terminación del contrato.

- No tienes facultades para modificar o suscribir contratos de seguro, prolongar el tiempo para el pago de primas o revertir cancelaciones.
- Solamente puedes proporcionar a los Clientes materiales de venta e información concerniente a opciones de ahorro aprobados por la Compañía. Sin embargo, en ninguna circunstancia estás facultado para garantizar tasas de interés, predecir resultados u ofrecer indemnizar a Clientes contra cualquier tipo de pérdida. Tampoco puedes tomar decisiones sobre el dinero del Cliente al realizar movimientos discrecionales (instruir compras y/o ventas del Cliente por cuenta propia o proporcionarles a los Clientes consejo de inversiones, legal o de impuestos sin conexión con un producto de seguro).
- La información que proporcionas con relación al producto, condiciones, exclusiones, riesgos, beneficios, obligaciones y derechos deberá ser en apego a la carátula, el contrato y las condiciones generales o endosos particulares del producto o de la póliza correspondiente.
- Entregarás la póliza y las Condiciones Generales a los Clientes lo más pronto posible a partir de la emisión y deberás recabar un acuse de entrega de dichos documentos

VII. Entregar al solicitante o contratante de la póliza de seguro el Folleto Derechos Básicos de los Contratantes, Asegurados y Beneficiarios.

Proceso de Postventa

Disposición 32.1.10

Posterior a la intermediación de los productos de seguros, los Agentes de Seguros Independientes deberán ofrecer a los contratantes y Asegurados:

- I. Seguimiento a los cambios en su perfil de riesgo, con el propósito de brindar, en su caso, la asesoría o recomendaciones para adecuar sus coberturas a dichos cambios.
- II. Asesorar en el proceso de reclamación o de posibles quejas ante la Compañía.

Todo Agente de Seguros Independiente que reciba una queja formal de un Cliente deberá canalizarla al Centro de Atención a Asegurados (CASA) de la Compañía.

Para realizar lo anterior, te recomendamos asegurarte de que la dirección electrónica y física de los prospectos y Clientes sea correcta, para que las comunicaciones puedan ser entregadas en tiempo y forma. No podrás usar direcciones bajo tu control, ya sea particular, de oficina o cualquier otra, para solicitar una cobertura de seguro o recibir la correspondencia del cliente.

Recibo de pago de primas

Disposición 32.1.11

Conforme a lo previsto en la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas y el Reglamento de Agentes de Seguros y de Fianzas, los Agentes deberán entregar invariablemente el recibo de pago expedido por la Compañía al momento del cobro de primas, absteniéndose de recibir anticipos de pago y de entregar cualquier otro documento comprobatorio del pago distinto a éste y debiendo ingresarlas a la Compañía en un plazo no mayor a 3 días.

Por lo anterior:

Si bien no se recomienda el uso de efectivo, en caso de que un Cliente decidiera hacerte el pago de la(s) prima(s) con esta forma de pago, depositarás la(s) misma(s) a la cuenta de SMNYL a más tardar el tercer día hábil posterior a aquel en que las hayas recibido. Asimismo, recordarás periódicamente a los Clientes que utilicen esta forma de pago que existe para su comodidad la opción de cargo automático.

Debes estar consciente de que, en caso de recibir el pago de la prima de alguna póliza cuya fecha límite de pago sea inferior a los tres días hábiles arriba mencionados, deberás ingresar el pago inmediatamente a la cuenta de la Compañía.



No podrás entregar recibos provisionales, informales ni personales.



No podrás cobrar, endosar ni hacer ninguna otra negociación con cheques que hayas recibido de los Clientes para el pago de primas, sino que únicamente puedes ingresarlos para el pago de las primas de sus pólizas.



Por ningún motivo puedes recibir pago de primas a tus cuentas personales ni recibir cheques a tu nombre o de alguien que no sea la Compañía.



No destinarás dinero propio ni tus instrumentos bancarios personales para el pago de las primas de la póliza de los Clientes ni les harás préstamos para el pago de dichas pólizas.



No contratarás terminales de punto de venta para el cobro de las primas.



Si la prima no fue pagada por el Cliente dentro del plazo pactado en el contrato, deberás devolver a la Compañía, a más tardar el tercer día hábil siguiente al del vencimiento, toda la documentación impresa que obre en tu poder correspondiente a los seguros contratados, en el caso de información digital esta deberá ser eliminada.

Veracidad de la información

Disposición 32.1.12

A fin de que la Compañía valore la conveniencia y, en su caso, fije las condiciones y primas de la contratación de seguros, los Agentes de Seguros Independientes proporcionarán la información real sobre los hechos importantes para la apreciación del riesgo cuya cobertura se proponga tal y como la conozcan al momento de la propuesta, así como los datos de identificación del contratante, asegurados y beneficiarios necesarios para la celebración de éstos.

Por lo anterior, debes solicitar la información precisa respecto del prospecto o Cliente, a efecto de que la Compañía conozca todos los hechos importantes para la apreciación del riesgo que puedan influir en las condiciones y coberturas del seguro, así como garantizar que la solicitud ha sido contestada en su totalidad y que no se ha omitido información en ningún campo.

Canales de Comunicación

Deberás denunciar inmediatamente cualquier sospecha o situación que ponga en riesgo los principios y valores de la Compañía.

La Compañía no permite las represalias contra los Agentes de Seguros Independientes que denuncien situaciones o posibles situaciones que pongan en riesgo su integridad o la de la Compañía.

Debes reportar estas situaciones al área de Ética y Cumplimiento mediante las herramientas de denuncia que se señalan a continuación:

Vía correo electrónico, escribiendo a: compliance_comunica@mnyl.com.mx

Vía telefónica, marcando a cualquiera de los siguientes números: 800-658-5454 o 800-462-4240. Espera en la línea para la indicación "marcar el número al que deseas llamar", digita: 866-916-1888 y selecciona la opción 2 para ser atendido en español.

Vía web, mediante el siguiente portal:

<https://secure.ethicspoint.com/lrn/media/en/gui/15635/index.html>



Como complemento a esta Guía Normativa, **SMNYL** ha creado materiales adicionales que podrás encontrar disponibles en el Portal de Asesores, en la sección de Ética y Cumplimiento.



SEGUROS MONTERREY

Para mayor información o consulta de términos y condiciones, visita:

[f /SMNYL](#)

[t @SMNYL](#)

[i /SMNYL.oficial](#)