



RESUMEN DEL INFORME SOBRE ENFOQUES EFICACES PARA APOYAR LA APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS ALTO NIVEL G-20 EN PROTECCION AL CONSUMIDOR FINANCIERO

Principios 4, 6 y 9

Según lo acordado en el Plan de Acción del Grupo de Trabajo del G20/OECD sobre Protección al Consumidor Financiero, aprobado por el G-20 en 2012, el Grupo de Trabajo ha desarrollado el primer sistema de enfoques eficaces que se ocupan de tres de los diez principios de alto nivel sobre Protección al Consumidor Financiero, aprobado por los líderes del G-20 en 2011.

Este documento contiene la novena versión final del Informe -Resumen sobre enfoques eficaces para apoyar la aplicación de el G-20 Principios de Alto Nivel sobre Protección al Consumidor Financiero. Se basa en varias reuniones del Grupo de Trabajo del G20/OECD sobre Protección, consiguiente consulta escrita a miembros de las jurisdicciones y otros órganos pertinentes, cuerpos emisores de normas (SSB), vicepresidentes, subgrupos y un consulta pública (informal) con las partes clave interesadas, incluyendo asociaciones de consumidores y la propia industria. Esta versión fue también compartida con los Comités de la OCDE sobre los Mercados Financieros y de Seguros y Pensiones Privadas, en el marco del proceso por escrito. Es sometido a la consideración de los Ministros de Finanzas del G-20 y Gobernadores de los Bancos Centrales. Un anexo detallado que proporciona información sobre enfoques nacionales también se pondrá a disposición, junto con este informe-resumen, para la Cumbre de Líderes del G20.

ADICAE PARTICIPÓ EN TODOS ESTOS DEBATES CON APORTACIONES. CONSULTAR EL ANEXO FINAL A ESTE TEXTO

Introducción

En la Cumbre del G20 en Cannes en noviembre de 2011, los líderes del G-20 declararon: " Estamos de acuerdo en que la integración de las políticas de protección al consumidor financiero en los marcos de regulación y supervisión contribuye al fortalecimiento de la estabilidad financiera, aprobar el informe FSB en la protección de los consumidores financieros y los principios de alto nivel sobre la protección del consumidor financiero elaborado por la OCDE con el FSB. Llevaremos a cabo la plena aplicación de estos principios en nuestras jurisdicciones y pedir a la FSB y la OCDE , junto con otros organismos pertinentes , que informen sobre los avances en su aplicación en las próximas Cumbres y en su caso, desarrollar nuevas directrices. "

En la Cumbre de Los Cabos , en México , junio de 2012, los líderes del G20 aprobaron el Plan de Acción del Grupo de Trabajo G20/OECD de Protección al Consumidor Financiero para desarrollar enfoques eficaces y apoyar la aplicación de los principios de alto nivel del G-20, y en la Reunión de la Ministros de Finanzas del G20 y los gobernadores del Banco Central en Moscú, febrero de 2013, se reitera que " Esperamos un informe actualizado sobre la labor realizada por el Grupo de Trabajo G20/OECD para apoyar la aplicación de los principios de alto nivel del G-20 sobre la protección del consumidor financiero por la Cumbre de San Petersburgo " .

El noveno borrador del informe-resumen sobre enfoques eficaces para apoyar la aplicación de los principios del G20 de Alto Nivel sobre Protección al Consumidor Financiero se organiza en torno a tres principios prioritarios, comunicación y transparencia informativa , la conducta empresarial responsable de Proveedores de Servicios Financieros y sus agentes autorizados y tratamiento de reclamaciones y compensación . En la

quinta reunión del Grupo de Trabajo G20/OECD de Protección al Consumidor Financiero , 2 de Abril de 2012, el Grupo de Trabajo acordó que el enfoque de su trabajo sería en enfoques efectivos y no en nuevas orientaciones o directrices , con una preferencia por el desarrollo y la difusión de las prácticas pertinentes . La mejor manera de manejar este problema hacia adelante y organizar la carga de trabajo en los enfoques eficaces en desarrollo se decidió que para el representante de cada país fuera voluntario y tomara el papel de Vicepresidente es para cada una de las prioridades principales. Más tarde fue acordado por el Grupo de Trabajo formar subgrupos para trabajar con los Vicepresidentes en el desarrollo de estrategias eficaces para cada principio .

Este proyecto de documento toma nota de los debates celebrados durante los séptimo , octavo y noveno encuentros del grupo de trabajo G20/OECD de Protección al Consumidor Financiero , el 27 de marzo, 13 de mayo y 10 de junio de 2013, y la posterior consulta por escrito con vicepresidentes , sub - grupos y miembros del Grupo de Trabajo , el Comité de Mercados Financieros y de Seguros y Pensiones privadas.

ADICAE participó en estos debates enviados propuestas y dictámenes que se pueden consultar en el ANEXO.

El Proceso

El campo de la protección del consumidor financiero es todavía relativamente nuevo, pero se está desarrollando rápidamente y probablemente continuará haciéndolo durante algún tiempo. Aprender de las experiencias previas y la obtención de nuevos conocimientos a partir del comportamiento y de la investigación a los consumidores sobre cómo los consumidores piensan y sienten acerca y manejan su problemas financieros , han estimulado los responsables políticos y los profesionales de todo el mundo. Como resultado de ello ahora se están desarrollando e implementando nuevos enfoques de regulación de la conducta de mercado.

Para hacer frente a este desafío el Grupo de Trabajo G20/OECD de Protección al Consumidor Financiero desarrollo un enfoque que tiene como objetivo identificar y presentar una amplia gama de enfoques eficaces . Estos enfoques eficaces serán presentados Principio por Principio. De esta manera se desarrolla una caja de herramientas de la práctica , en lugar de directrices detalladas.

Los enfoques eficaces son ilustrativos y sirven para inspirar y estimular la aplicación de los principios de alto nivel del G-20 , así como para compartir las lecciones aprendidas y fomentar nuevos puntos de vista sobre lo que funciona bien en los países circunstancias pertinentes específicas y sectoriales.

El análisis se basa en información obtenida a través de una encuesta del grupo de trabajo (incluyendo más de veinte respuestas de G20 , FSB y economías de la OCDE), que proporciona ejemplos concretos de enfoques de regulación y supervisión para apoyar los tres primeros principios prioritarios. Esta información se complementó con información objetiva obtenida a través de una consulta informal con las partes interesadas , incluidas las asociaciones de consumidores y de la industria y aportes adicionales de diversas miembros de las jurisdicciones y otras organizaciones internacionales pertinentes y los cuerpos emisores de normas (SSB) .

Durante el proceso las vicepresidencias , subgrupos y miembros tomaron en consideración medidas legislativas de la Unión Europea existentes y previstas en el sector de los servicios financieros y la orientación emitida por los los cuerpos emisores de normas SSB relevantes , aunque esto no es no es del todo comprensivo aun en esta etapa.

Enfoques Efectivos

Los enfoques eficaces identificados no son exhaustivos, pero sí reflejan consideraciones destacadas en la encuesta/consulta entre los miembros y las siguientes consultas. Representan ejemplos , basados en iniciativas jurisdiccionales individuales, deliberadas e identificados , de acuerdo con la opinión experta de los Vicepresidentes , sub- grupos y miembros del grupo de trabajo G20/OECD de Protección al Consumidor Financiero.

Ellos son ilustrativos y no son vinculantes y están diseñados para ayudar a los reguladores , supervisores, encargados de formular políticas , proveedores de servicios financieros , agentes autorizados y todos los demás interesados pertinentes para mejorar la protección del consumidor financiero , teniendo en cuenta las circunstancias específicas de las jurisdicciones . Estos enfoques eficaces son de interés para todos los sectores de servicios financieros - incluyendo , banca y crédito , la inversión, valores , seguros y pensiones .

En el contexto de este informe , el proveedor del ¿término/mandato? De servicios financieros incluye todas las entidades independientes que proporcionan , la oferta , productos y servicios financieros en el mercado. El papel del consumidor es el de un consumidor final y mas que el de personas o instituciones de alto poder adquisitivo (que tienen los medios , la formación y el acceso a asesoramiento profesional que muchos consumidores minoristas no tienen) y los agentes autorizados ¿del término/ mandato? se entiende por un tercero que actúe para el proveedor de servicios financieros o por cuenta propia . Incluyen los agentes (vinculados e independientes) corredores , asesores e intermediarios.

Estos enfoques eficaces no deben considerarse de forma aislada . El desarrollo de los principios de alto nivel del G-20 reconoce que los Principios están apoyados/soportados e interconectados , lo que refleja un enfoque global no obstante proporcional a la protección del consumidor financiero. Aunque se han hecho esfuerzos para evitar la duplicación innecesaria , en algunos casos , dada la interrelación existente entre los principios , es necesario hacer más de una referencia de apoyo para un enfoque eficaz para ayudar a apoyar la puesta en práctica del principio.

Por ejemplo , hay una fuerte interrelación entre el Principio 4 de Transparencia y Divulgación y el Principio 6 Responsable Conducta de Proveedores de Servicios Financieros y sus agentes autorizados . El Grupo de Trabajo considera que la transparencia por sí sola no siempre es suficiente y que la protección eficaz de los consumidores a través de la divulgación financiera será más eficaz con medidas que garanticen una conducta empresarial responsable y mejorar la educación financiera.

El término de ¿supuestos/hipótesis? subyacentes se refiere a esas suposiciones o declaraciones que han sido identificados por el Grupo para proporcionar una mayor claridad , o explicación al Principio de alto nivel . Estos supuestos se refieren a las justificaciones tradicionales para las intervenciones de protección al consumidor financiero , pero el Grupo de Trabajo también reconoce la importancia de las nuevas puntos de vista derivados de , por ejemplo, la perspectiva de la economía del comportamiento como una forma de comprender mejor las razones detrás del desarrollo de los enfoques eficaces .

El término planteamientos eficaces comunes , se refiere a las medidas reglamentarias de control y auto regulación y las prácticas que se han desarrollado y son considerados por el Grupo de Trabajo para la aplicación efectiva de los aspectos clave de los principios de alto nivel del G-20 y son consistentes con los enfoques desarrollados por una gama más amplia de las jurisdicciones . Estos planteamientos eficaces comunes provienen de la encuesta de los miembros y no se clasifican debido a un número específico de jurisdicciones que están llevando a cabo este tipo de enfoque.

Innovador y / o enfoques eficaces emergentes son , medidas reglamentarias de control y auto regulación y las prácticas que se han identificado en la encuesta de los miembros y son considerados por el Grupo de Trabajo cuando se acerca una mayor toma en consideración. Estos enfoques eficaces representan ya sea de manera innovadora , (realización de un enfoque diferente , alternativo o nuevo para aplicar los aspectos clave del Principio de Alto Nivel del G20) o emergente (la adopción o el uso específico de un enfoque determinado , como consecuencia de un nuevo o emergente desafío a apoyar los aspectos clave del Principio de alto nivel del G-20) . Enfoque Innovador y / o enfoques emergentes no son representativos a través de una amplia gama de sectores, pero en cambio se limitan a una serie de jurisdicciones y, a veces , sólo se aplican a determinados servicios financieros. El Grupo de Trabajo considera que después de tener en cuenta las circunstancias nacionales específicas , estos métodos pueden ser de su interés y de utilidad para los actores que participan en el trabajo para mejorar la protección del consumidor financiero.

El trabajo futuro

Como se indica en el Plan de Acción aprobado por los líderes del G20 en la Cumbre de Los Cabos en 2012 , el trabajo para desarrollar enfoques eficaces para apoyar la implementación de los restantes Principios de Alto Nivel sobre Protección al Consumidor Financiero seguirá un proceso similar (ejercicio dirigido miembro) al proceso desarrollado durante los tres primeros principios prioritarios y el Grupo de Trabajo entregará el informe final sobre estos enfoques eficaces en junio de 2014 . Como los enfoques eficaces seguirá evolucionando como resultado de nuevos conocimientos y la experiencia , el Grupo de trabajo, informara correspondientemente sobre las prácticas , a fin de mantener los enfoques eficaces, de manera eficaz y actualizada para los responsables políticos , reguladores , supervisores y todas las demás partes involucradas en la promoción de la protección del consumidor financiero.

Principio 4 : Divulgación y Transparencia supuestos subyacentes

1 . El principio de publicidad y transparencia es importante, ya que es claramente contrario al interés de los consumidores que se les da información completa, clara, y no engañosa sobre los productos y servicios

financieros.

2 . La revelación de información , incluida la información estandarizada y reglamentarias , apoya el proceso de toma de decisiones de los consumidores y les permite hacer evaluaciones informadas de los productos y servicios financieros que se ofrecen. Un nivel apropiado de normalización también apoya una evaluación informada mediante la mejora de la comparabilidad de los diferentes productos y servicios . Como tal , las reglas de divulgación son esenciales para la comercialización y los materiales de publicidad y no sólo por la oferta de productos específicos.

3 . Los consumidores pueden estar en desventaja particular con la compra de productos o servicios financieros , ya que estos son ampliamente comercializados pero comprados con poca frecuencia. Comportamiento financiero proporciona información que apoyan la opinión de que los enfoques tradicionales de la divulgación no siempre coinciden con las necesidades de información de los consumidores respecto de las decisiones que tendrán que tomar. Por otra parte , los procesos de toma de decisiones de los consumidores puede ser influenciados o limitados por un número de factores inherentes, que pueden dar lugar a decisiones financieras pobres . Divulgación efectiva y la transparencia deben , por lo tanto , ser del objetivo de mitigar el efecto de estos factores en el suministro de información y las oportunidades apropiadas y adecuadas para los consumidores para poder procesar la información con facilidad y claridad, por ejemplo, mediante la divulgación de información en el formato , el tiempo , el medio y el volumen que mejor se facilita la toma de decisiones informadas por los consumidores.

4 . Dado que la transparencia no siempre es suficiente , la protección efectiva de los consumidores a través de la divulgación es mejor complementar con medidas que garanticen una conducta empresarial responsable y mejorar la educación financiera.

1.1 Información Clave sobre el Producto o Servicio

Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben proporcionar a los consumidores la información clave que informa al consumidor de los beneficios fundamentales , los riesgos y las condiciones del producto. Asimismo, deben proporcionar información sobre los conflictos de interés relacionados con el agente autorizado por el que el producto es vendido. En particular , se deberá proporcionar información sobre los aspectos materiales del producto financiero . La información adecuada debe proporcionarse en todas las etapas de la relación con el cliente. Las prácticas de divulgación pre - contractuales estandarizados (por ejemplo, formas) deben adoptarse , cuando proceda y sea posible para permitir comparaciones entre los productos y servicios de la misma naturaleza .

5 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados no se harán afirmaciones que son falsas , engañosas u omitir información que es necesaria para comprender la naturaleza , los riesgos , los términos y condiciones de los productos o servicios.

6 . Los consumidores son proporcionados por los proveedores de servicios financieros, de información adecuada sobre las características esenciales de un producto o servicio financiero , destacando las comisiones, cargos , multas y riesgos.

7 . Además , la información puede ser en capas para que sea más fácil para los consumidores a diferenciar entre lo que es esencial y lo que es menos importante , presentando primero términos clave , de manera que atraiga la atención de los consumidores.

8 . Los consumidores reciben información adecuada y consistente en el producto o servicio, independientemente de si se trata de un proveedor de servicios financieros o un agente autorizado.

9 . Los documentos de información se proporcionan de forma gratuita. Según el tipo de producto y otras circunstancias , su disposición es obligatoria o a petición.

10 . Toda la información, revelaciones y otras comunicaciones de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados a los consumidores son claros , precisos y completos en todas las etapas de la relación con el cliente. Esto significa que la información se proporciona antes y en el punto de venta, a intervalos regulares hasta el final del plazo del producto o la rescisión de los servicios y en el cambio adecuado o puntos de decisión . En el caso de la información obligatoria y de las comunicaciones , los reguladores deben asegurarse de que cumplen estas características.

11 . Los consumidores se les permite un período de reflexión para estudiar, cuestionar y comprender la información que se les proporciona , para que puedan tomar una decisión informada sobre el producto o servicio que están comprando y las consecuencias de su compra.

12 . Después de la compra del producto o servicio , los consumidores se les concede un período suficientemente largo de reflexión, lo que les permite rescindir el contrato sin sufrir las molestias. La implementación de este período de reflexión se adapta de acuerdo a la naturaleza de las prácticas de los productos, la clientela y la comercialización y la distribución , como la venta a distancia de o puerta a puerta para , y en la medida en que sea compatible con el tipo de transacción financiera.

13 . Información para los consumidores aparece en los sitios web de los proveedores de servicios financieros y se pone a disposición de sucursales, oficinas y otras áreas del cliente o consumidor. Esto es particularmente importante para los usuarios de menores ingresos de servicios financieros o de otros consumidores más vulnerables, que no tengan acceso a Internet. Los reguladores y supervisores proporcionan orientación a los proveedores de servicios financieros en los requisitos de divulgación de información del producto, incluyendo cuando se proporciona en línea o a través de dispositivos electrónicos.

14 . Después de firmar un contrato, el consumidor recibe información periódica que permita a él / ella para controlar los gastos realizados , el rendimiento y los riesgos relacionados con ese producto , con la ayuda de la información clave , y recibe una notificación por escrito con suficiente antelación antes de cualquier cambio en los términos de un producto o servicio se promulgan , de acuerdo con las condiciones establecidas en la ley y acordados en el contrato.

15 . Las formas normalizadas con información esencial se utilizan para reflejar la naturaleza, características clave , los riesgos y los costos de los productos y servicios ofrecidos , cómo se pueden pagar a dichos productos y servicios y la información clave del proveedor de servicios financieros , por lo que el consumidor puede fácilmente comparar los productos y los proveedores .

16 . La información es consistente a través de todos los documentos y materiales propuestos por el proveedor de servicios financieros para el consumidor , especialmente en cuanto a los datos numéricos .

17 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben adaptarse a canales de información y comunicación utilizados para la comercialización de servicios financieros para reflejar las circunstancias en las cuales se ofrece el producto y tener en cuenta la naturaleza del producto , la forma de comercialización y las necesidades , el conocimiento y la experiencia de los consumidores . Toda la información proporcionada se adapta a los grupos específicos de consumidores que forman el mercado de destino del producto o servicio, teniendo en cuenta el nivel de la capacidad financiera del consumidor potencial y con una consideración especial a los consumidores vulnerables .

18 . Los Diseñadores de documentos profesionales ayudan en el desarrollo de la divulgación de la documentación y las pruebas de consumo se realizan por los reguladores / supervisores y / o proveedores de servicios financieros a intervalos regulares para garantizar que la documentación está funcionando como es debido , sobre todo para los nuevos y menos experimentados usuarios de los servicios financieros y está disponible en formato adecuado a las personas con impedimentos . Representantes de los consumidores también proporcionan información valiosa sobre la eficacia de la divulgación de la documentación.

19 . Antes de la imposición de una obligación de información específica , pruebas de consumo adecuadas y eficaces se llevan a cabo para evaluar sus beneficios y evitar el riesgo de una sobrecarga de información.

20 . Los reguladores, los supervisores y los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados , con la ayuda de representantes de los consumidores , desarrollan y se coordinan de información actual de folletos , glosarios y herramientas apropiadas, como simples ejemplos , tablas , gráficos o calculadoras a ayudar a informar a los consumidores acerca de los conceptos financieros clave .

21 . Cuando sea posible , la información se proporciona en el idioma nativo del consumidor.

1.2 Conflictos de Interés

Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados también deberán proporcionar información sobre los conflictos de interés relacionados con el agente autorizado por la que se vende el producto .

22 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados aseguran de si un posible conflicto de interés en particular no está prohibida y/o no se puede evitar , entonces los consumidores estén debidamente informados sobre cómo el conflicto de intereses afecta a los servicios prestados a los consumidores y sus posibles consecuencias. Por lo tanto , antes de prestar sus servicios , los agentes

autorizados pueden estar sujetos a la obligación de proporcionar información sobre su identidad y sus vínculos con los proveedores de servicios financieros, así como sobre cualquier influencia ejercen estos enlaces en la prestación de asesoramiento . Cuando la divulgación de un conflicto de intereses no sea suficiente para mitigar su potencial impacto en los consumidores , el proveedor o el agente autorizado establecerá qué más se puede hacer a fin de mitigarlo.

23 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados advertirán que los consumidores conozcan el impacto sobre su comercialización o consejos de cualquier remuneración , comisión, honorarios, reembolso u otro beneficio o incentivo por cobrar por ellos o , en su caso , de su representante autorizado , como base principal para vender o recomendar determinados productos financieros a los consumidores. En particular, el proveedor de servicios financieros o agente autorizado revelara este hecho para el consumidor , antes de proveer el producto o servicio , así como cualquier posible impacto de cualquier beneficio o incentivo en el suministro del producto o servicio financiero y en el futuro el rendimiento del producto o servicio .

1.3 Prestación de Asesoramiento

El asesoramiento debe ser lo más objetivo posible y , en general, se basará en el perfil del consumidor, teniendo en cuenta la complejidad del producto , los riesgos asociados a ella , así como los objetivos financieros del cliente , el conocimiento , las capacidades y la experiencia.

24 . Cuando presten asesoramiento , los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben dar prioridad a ayudar a los consumidores comprar un producto que sea adecuado de acuerdo a su / sus necesidades financieras. Además , informan a los consumidores si están pensando en productos de una amplia gama de proveedores y , sólo de un número más limitado de proveedores o incluso de un solo proveedor. También informar a los consumidores acerca de los costos de obtener el asesoramiento .

25 . Las recomendaciones formuladas por los proveedores de servicios financieros o agentes autorizados en todos los sectores están objetivamente justificadas , explicadas claramente a los consumidores y con la documentación pertinente . Si los productos solicitados son de una calificación de riesgo más alto que los resultados de evaluación de la adecuación al riesgo de un consumidor o de carácter que no coincide con las necesidades de los consumidores , los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados señalaran este desajuste a la atención del consumidor.

26 . El proveedor de asesoramiento financiero evalúa adecuadamente el objetivo financiero , el conocimiento y la experiencia del consumidor y la asequibilidad de los productos a los consumidores frente a los riesgos específicos y otras características del producto, por su interés en el cliente para proporcionar información sobre su / sus necesidades financieras , situación y perfil de riesgo . El debido cuidado siempre debe tener en cuenta la confidencialidad al solicitar y gestionar la información , así como a la proporcionalidad al pedir información.

27 . El proveedor de consejo dará al consumidor un documento que resume los consejos aportados y expone cómo el producto recomendado satisface las necesidades del consumidor y es apropiado para su / sus circunstancias personales y situación financiera. La información básica contenida en este documento está normalizado y ayuda al consumidor a tomar una decisión informada sobre si se debe actuar en base a los consejos o no.

1.4 Material Promocional

Todo el material de promoción financiera debe ser precisa , honesta , comprensible y no engañosa.

28 . La publicidad es justa, clara, completa , concisa , precisa , simple , comprensible y equilibrada , proporcionada y visible / audible. Se trata de una información clave, que es importante y que no quede oculta . La impresión sera de un tamaño suficiente y claramente legible. Especial atención debe prestarse a la legibilidad de la información desarrollada para dispositivos electrónicos.

29 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados cumplirán con la legislación y las directrices de publicidad general y productos específicos , que proporcionan orientación detallada sobre qué y cómo la información debe ser presentada en la publicidad, incluyendo el uso del lenguaje y los gráficos , la información de rendimiento , ilustraciones , proyecciones y declaraciones de advertencia .

30 . Los reguladores y supervisores vigilan la publicidad de productos y servicios financieros y harán cumplir las normas pertinentes , incluido el requisito de retirar publicidad inadecuada , a fin de prevenir el uso de declaraciones engañosas a los consumidores. Información sera retirada o modificada , con efecto inmediato cuando no sea precisa y clara o engañosa . Hay procesos penales para impedir la publicidad engañosa y

falsa.

31 . Hay restricciones regulatorias sobre comunicaciones no solicitadas entre el proveedor de servicios financieros y el consumidor , especialmente una vez que su relación ha terminado .

Innovador / emergentes

32 . Material de promoción se adaptara a los canales de comunicación empleados y adecuadamente orientados según los grupos específicos de consumidores a los productos que se comercializan , teniendo en cuenta el nivel de la capacidad financiera del consumidor potencial .

1.5 Medidas específicas de divulgación

Mecanismos de divulgación específicos , incluyendo posibles advertencias, se deben desarrollar para proporcionar información acorde con los productos y servicios complejos y riesgos .

33 . Requisitos de divulgación mejorados se establecen para productos más complejos que ponen de relieve los costos y los riesgos específicos para el consumidor. Estos requisitos incluyen la provisión de un formulario estandarizado claro, conciso y fácilmente comprensible, que contiene la información que permita al consumidor comprender las características y riesgos del producto clave y se prepara en un formato que facilite la comparación con otros productos. Este documento se proporciona de forma gratuita a los consumidores antes de o en el punto de venta.

34 . los sistemas de alerta del riesgo , incluyendo el uso de las declaraciones de los reguladores , mantendrán a los consumidores conscientes de los problemas o problemas con productos específicos. Estos sistemas se desarrollan mejor a través de pruebas de consumo y prominente en el material promocional o publicitario utilizado por el proveedor de servicios financieros o agentes autorizados. Los reguladores y supervisores pueden emitir alertas de riesgo público en sus sitios web o a través de otros medios apropiados.

35 . Para los productos más complejos , los reguladores y / o supervisores podrán establecer un régimen de pre - aprobación de los documentos de información clave para garantizar el cumplimiento de la normativa vigente y para impedir la divulgación de información engañosa .

1.6 Investigación del Consumidor

Siempre que sea posible debe llevarse a cabo una investigación del consumidor para ayudar a determinar y mejorar la eficacia de los requisitos de divulgación .

36 . La investigación del consumidor ayuda a los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados para comprender mejor la diversidad de las necesidades y preferencias de información de los consumidores. La investigación del consumidor es una de las herramientas para los reguladores para lograr una mejor comprensión de las actitudes de los consumidores , la reticencia , la vulnerabilidad y la toma de decisiones.

37 . Las encuestas de consumidores , en particular los estudios post- venta , se llevan a cabo por los proveedores de servicios financieros o agentes autorizados y reguladores como una de las formas de recoger opiniones de los consumidores sobre la eficacia de los documentos de información y ayudar a identificar las formas para su mejora. Con el fin de evitar conflictos de intereses, el diseño de la encuesta y el análisis de los resultados se realiza por una organización independiente o un organismo público

38 . En la medida de lo posible con arreglo al derecho nacional, ¿"el comprador misterioso"? , incluso si no puede servir de base directa para las sanciones , ayuda a evaluar los servicios financieros proveedores "y agentes autorizados" en el cumplimiento de la normativa y de los códigos de prácticas del sector desde la perspectiva del consumidor, así como la calidad de la información y el asesoramiento proporcionado por el personal de ventas .

39 . En los nuevos canales de distribución , como los sistemas de pago por móvil o banca electrónica, se toman las necesidades de los consumidores en cuenta en un enfoque inclusivo en el desarrollo de enfoques de investigación del consumidor , prestando la debida atención a las necesidades de los grupos vulnerables .

40 . Además , la investigación sobre el comportamiento de los proveedores y asesores da información útil sobre los posibles sesgos que conducen a posibles perjuicios para el consumidor.

Conciencia 1.7 Consumidores

Los consumidores deben ser conscientes de la importancia de ofrecer los proveedores de servicios financieros con información relevante , precisa y disponible.

41 . Los Reguladores recordaran a los consumidores para proporcionar el proveedor de servicios financieros o el agente autorizado de la mayor cantidad de información relevante necesaria sobre sus circunstancias y no retener información relevante para que éste pueda evaluar plenamente la situación y el apetito de riesgo y las expectativas financieras, debidamente caracterizarlos y comprender lo que el consumidor realmente necesita y desea . Responsabilidad de los consumidores a proporcionar información se equilibra con un requisito reglamentario para los proveedores de servicios financieros de buscar toda la información pertinente de los consumidores ..

42. Los incentivos se han desarrollado para mejorar la educación financiera, la alfabetización y la capacidad para ayudar a los consumidores a entender la importancia de proporcionar información exacta a sus proveedores o asesores de servicios financieros.

43. Los consumidores son conscientes de su derecho a recibir información suficiente para tomar una decisión informada, así como de los tipos de información que les corresponden. También se les aconseja insistir en recibir esta información y entenderla.

44. Los consumidores se les recuerda la importancia de proporcionar información adecuada para el proveedor de servicios financieros, apoderado o asesor financiero a través de SMS y de televisión y campañas web

Principio 6 : Conducta Responsable de Proveedores de Servicios Financieros y sus agentes autorizados supuestos subyacentes

1 . El principio de una conducta empresarial responsable es importante para asegurar que los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados actúan de manera justa, honesta , profesional y con la debida competencia , atención y diligencia cuando se trata de los consumidores. Deber de ser cuidadoso es necesario , además de una mayor transparencia , porque los consumidores se han orientado hacia ¿ la racionalidad? por lo tanto no se puede esperar para hacer siempre las decisiones que están en su propio interés .

2 . La conducta empresarial responsable implica los siguientes elementos , cuando los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados :

- a . evitar en la medida de lo posible o gestionar adecuadamente los conflictos de interés , con el fin de evitar perjuicio al consumidor .
- b . contar con los recursos y procedimientos necesarios en lugar de velar por los mejores intereses y la garantía de un trato equitativo y justo de sus consumidores.
- c . comunicarse con el consumidor de manera oportuna y precisa , y su lenguaje usado es claro y comprensible para el consumidor.
- d. contar con personal debidamente calificado y capacitado para vender los productos en cuestión y / o asesorar a los consumidores y de la ejecución del contrato / transacción.
- e . tener una retribución diseñado de una manera que fomente una conducta empresarial responsable.

3 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados tienen la obligación de ser responsables de las acciones de su personal y agentes que actúen en su nombre , por lo que aseguran que su personal y agentes mantienen normas apropiadas de conducta de las empresas para garantizar el cumplimiento de las leyes y reglamentos y el trato justo de clientes .

2.1 Temas clave

2.1.1 Interés Superior

Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben tener como objetivo, para trabajar en el mejor interés de sus clientes y ser responsable de la defensa de la protección del consumidor financiero.

4 . Actuar en el mejor interés incluye el suministro de información y asesoramiento adecuados y objetivos para el consumidor , el deber de cuidado cuando las circunstancias sugieren que la transparencia por sí sola puede no ser suficiente para que un consumidor tome una decisión en su interés, y una ejecución razonable de los servicios financieros desde el principio de la relación de su terminación .

5 . Actuar en el mejor interés incluye tomar en cuenta y , en su caso (por ejemplo, si un consumidor está asesorado y / o se ofrece un producto) evaluar las necesidades , la situación financiera , la actitud ante el riesgo y los intereses de los diferentes tipos de consumidores al inicio de cualquier tratamiento con el consumidor , antes de que el consumidor se ofrece un producto o servicio financiero y en todas las etapas del contrato (es decir, información pre – contractual, durante la celebración del contrato y durante la relación contractual , incluyendo la terminación)

6 . Actuar en el mejor interés del consumidor excluye prácticas tales como las prácticas o la explotación de las vulnerabilidades de los consumidores y los términos contractuales desleales comerciales engañosas o agresivas

7 . Proveedores de servicios financieros , agentes autorizados y las instituciones de los consumidores llaman la atención de los consumidores a las consecuencias de firmar un contrato que puede afectar a su / su situación financiera y su / su garantía incluso en caso de incumplimiento.

8 . Los reguladores / supervisores realizan periódicamente inspecciones in situ y monitoreo externo (incluyendo las fuentes de información de terceros , tales como el análisis de las encuestas de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados) para supervisar los servicios de los proveedores financieros y de agentes autorizados en la cultura trato del cliente y el cumplimiento de requisitos reglamentarios y códigos de práctica , los controles internos y supervisión de la gestión .

9 . Un proveedor de servicios financieros sólo hace que el crédito disponible para el consumidor, cuando el resultado de la evaluación de la solvencia indica que las obligaciones derivadas del contrato de crédito es probable que se cumpla en la forma prevista en el citado acuerdo.

Innovador / emergentes

10 . Bajo la égida de los reguladores / supervisores de asociaciones de la industria a desarrollar, implementar , controlar y hacer cumplir los códigos de prácticas que promueven actuar en el mejor interés de los consumidores para los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados .

11 . Los reguladores / supervisores publican los resultados agregados de cumplimiento y otras investigaciones , como medio de disuasión de conductas adversas y en interés de las obligaciones reglamentarias y corporativas.

12 . Los reguladores / supervisores medirán el efecto de sus actividades , por ejemplo, mediante la realización regular la investigación en su caso respecto a un tema específico (por ejemplo, en consejos, productos , etc) en el mercado. Al hacerlo, el regulador / supervisor no sólo influye en el proveedor de servicios financieros o el agente autorizado en relación con estos aspectos , pero este tipo de acciones también pueden medir la efectividad de sus sistemas de reglamentación o de supervisión.

13 . Con el fin de evitar los productos financieros que lleven en detrimento a los consumidores , los proveedores de servicios financieros que ofrecen productos , implementaran procesos de aprobación de productos adecuados para garantizar que los productos son aptos para los grupos específicos de consumidores.

14 . Los reguladores / supervisores tienen la facultad de intervenir/advertir (modificar los requisitos reglamentarios, prohibir o establecer límites) sobre el diseño del producto o la comercialización de determinados productos financieros del riesgo o complejidades que puedan afectar a los consumidores.

2.1.2 Evaluación de las necesidades de consumo

Dependiendo de la naturaleza de la transacción y sobre la base de información proporcionada principalmente por los clientes , los proveedores de servicios financieros deben evaluar la capacidad financiera relacionada , la situación y las necesidades de sus clientes antes de acceder a proporcionarles un producto, asesoramiento o servicio.

15 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben evaluar las necesidades , la situación financiera , la actitud de riesgo y los intereses de los diferentes tipos de consumidores , en particular los consumidores más vulnerables , a fin de determinar si el producto financiero propuesto es apropiado para ellos teniendo en cuenta sus necesidades y su situación financiera . La información requerida por el proveedor de servicios financieros o por el representante autorizado es proporcional

conforme a la naturaleza (por ejemplo, del sector bancario, de seguros o de valores) y la complejidad del producto en cuestión.

16 . Enfoques como cuestionarios o listas de control de cliente de las obligaciones de los clientes ayudan a evaluar las necesidades y objetivos del consumidor. La información requerida por el consumidor es proporcional al objetivo para el que se requiere y tratada como información confidencial.

17 . En el caso de los criterios de provisión de crédito a los préstamos responsables son importantes para proteger a los consumidores contra los problemas de pago y emisiones de deuda resultantes. Estos criterios ayudan al acreedor / proveedor de servicios financieros para evitar la venta errónea , teniendo en cuenta la situación financiera del consumidor (evaluación de calidad crediticia) la finalidad del contrato de crédito y todas las demás circunstancias pertinentes.

18 . Para los productos financieros en general la capacidad del consumidor para satisfacer las obligaciones de pago correspondientes se evalúa y verifica antes de la conclusión de una transacción. La evaluación de la solvencia / accesibilidad se basa en factores relacionados con la verificación de la perspectiva de los consumidores para cumplir las obligaciones derivadas del contrato de crédito , incluyendo la situación financiera y económica, incluyendo los ingresos y gastos de los consumidores. El regulador / supervisor emitirá cuestiones de regulación adicional o la orientación sobre estos adicionales criterios y métodos para evaluar la solvencia o asequibilidad de los consumidores .

19 . Proveedores de servicios financieros tienen sistemas, políticas y procedimientos que permitan facilitar a los consumidores información precisa y oportuna sobre sus productos , para evaluar adecuadamente las aplicaciones de mitigación de pérdidas y para proporcionar protección adicional para los consumidores morosos en el cumplimiento de sus obligaciones de pago .

2.1.3 Capacitación del personal

Personal de proveedores de servicios financieros y agentes autorizados (especialmente aquellos que interactúan directamente con los clientes) debe estar capacitado y calificado apropiadamente.

20 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados asegurarse de que el personal encargado de los consumidores estén debidamente calificado y capacitado para el servicio que prestan , antes de ejercer su actividad. También tienen la obligación de mantener al día y mejorar sus conocimientos profesionales a través de programas de desarrollo profesional continuo (DPC) de manera continua.

21 . La capacitación tiene por objeto permitir al personal a adquirir y mantener los conocimientos y la competencia en los aspectos legales / regulatorios , técnicos, comerciales y administrativos y de conducta profesional.

22 . Los proveedores de servicios financieros y de agentes autorizados personal están obligados a pasar los exámenes de capacitación o calificación, si se considera apropiado .

23 . Los reguladores / supervisores u otras autoridades competentes establecen los conocimientos y requisitos mínimos de competencia para los empleados de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados , así como cualquier personal de servicios externos, que tienen contacto con los consumidores.

24 . Los reguladores y supervisores, las autoridades educativas nacionales, la industria, las organizaciones de autorregulación y / o las organizaciones de consumidores (en función de los sistemas nacionales en vigor) , preparar la regulación y orientación sobre el nivel mínimo previsto de la formación del personal de los proveedores de servicios financieros y autorizados agentes .

25 . Por lo permita la legislación nacional, ¿"el comprador misterioso"? , incluso si no puede servir de base directa para las sanciones, pueden ayudar a evaluar y alentar a los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados " de cumplimiento de los requisitos normativos y los códigos de prácticas del sector desde la perspectiva del consumidor así como la cualificación y formación de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados .

2.1.4 Estructura de Retribuciones

La estructura retributiva (interno) para el personal de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados debe ser diseñado para alentar una conducta empresarial responsable , el trato justo de los consumidores y evitar conflictos de intereses. La estructura de remuneraciones debe darse a conocer a los

clientes , en su caso , por ejemplo, cuando los potenciales conflictos de interés no pueden controlarse o evitarse.

26 . Los proveedores de servicios financieros y de agentes autorizados en las políticas de remuneración están diseñados de tal manera que se fomente una conducta empresarial responsable con el objetivo de prevenir las prácticas abusivas de venta , el riesgo no razonable teniendo , u otra conducta irresponsable.

27 . El regulador, en su caso, prohibirá las estructuras de remuneración y otros tipos de incentivos que conducen a prácticas que no están en el mejor interés de las estructuras de remuneración de los consumidores o prescribir que reduzcan al mínimo el riesgo de conflictos de intereses.

28 . La política, que incluye la estructura de la remuneración en la que se remunera al personal de ventas directas o agentes autorizados se da a conocer a nivel de empresa en la etapa precontractual al consumidor.

29 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados garantizan procedimientos y controles adecuados están en su lugar para que el personal no remunerado exclusivamente en el rendimiento de ventas , sino que incluyen factores tales como la satisfacción del consumidor , cumplimiento de la amortización del préstamo , la retención de los productos, el cumplimiento con los requisitos regulatorios / directrices sobre mejores prácticas y códigos de conducta que están relacionados con el interés de los clientes , auditoría / cumplimiento satisfactorios resultados de la revisión y los resultados de investigación de quejas.

30 . Los reguladores / supervisores introducirán normas u orientaciones sobre la remuneración del personal de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados con el fin de garantizar que las políticas de remuneración refleja la obligación de los proveedores de servicios financieros a tener debidamente en cuenta los intereses de los consumidores. Por ejemplo , las políticas de remuneración no se diseñan de manera que incentivar a su personal para concluir un determinado número o el tipo de productos / servicios financieros a los consumidores sin consideración explícita de sus intereses y necesidades . Las reglas también especifican que la remuneración percibida por el personal no debe depender únicamente de la tasa o el tipo de servicios financieros celebrados con los consumidores.

2.1.5 La responsabilidad de los agentes autorizados

Proveedores de servicios financieros también deben asumir la responsabilidad por los actos de sus agentes autorizados.

31 . Proveedores de servicios financieros aseguran que los agentes autorizados entiendan completamente los productos que se ofrecen y el segmento de mercado objetivo y estén debidamente capacitados . Agentes autorizados también asegurarse de que su propio personal o representantes entienden completamente los productos que se ofrecen y el segmento de mercado objetivo y estén debidamente capacitados .

32 . Proveedores de servicios financieros conservan la responsabilidad última de las actividades subcontratadas y llevar a cabo la debida diligencia antes de contratar a sus agentes autorizados (por ejemplo, teniendo en cuenta la solidez financiera, capacidad operativa y la capacidad y la compatibilidad con los proveedores de servicios financieros de los agentes de la cultura corporativa) .

33 . Proveedores de servicios financieros implementaran controles para supervisar el desempeño de los agentes autorizados de manera continua para mejorar la protección de los consumidores y disponer de procedimientos para tomar acciones apropiadas de seguimiento con agentes autorizados cuyo desempeño no es compatible con las normas, reglamentos y códigos. Agentes autorizados tienen controles similares en el lugar en relación con su personal y sus representantes.

2.1.6 Conflictos de Interés

Cuando el potencial de conflictos de intereses surgen , los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben esforzarse por evitar este tipo de conflictos . Cuando este tipo de conflictos no se pueden evitar , los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben garantizar la divulgación adecuada , tienen mecanismos internos para manejar este tipo de conflictos , o negarse a proporcionar el producto , el asesoramiento o servicio.

34 . La divulgación incluye información sobre la identidad y los vínculos con los emisores / proveedores de productos (vínculos financieros o comerciales) , por ejemplo, si se están considerando los productos de una amplia gama de proveedores , o sólo de un número más limitado de proveedores o prestadores

individuales. La existencia de una comisión u otro incentivo a favor del distribuidor por los emisores / proveedores de productos o de terceros, se da a conocer a los consumidores antes de proporcionar cualquier consejo o intermediación servicios .

35 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados cuentan con políticas y procedimientos para identificar y manejar adecuadamente los conflictos de intereses que surjan en el curso de su negocio entre ellos (incluidos los miembros del consejo, empleados y agentes autorizados) y sus clientes.

36. Si los conflictos de intereses no pueden ser manejados adecuadamente y el interés del consumidor está en riesgo, además de la exposición de estos conflictos de interés para el consumidor antes de hacer negocios o de ejecutar la operación correspondiente, el proveedor de servicios financieros o la disminución agente autorizado para proporcionar el producto , asesoramiento o servicio.

37. La divulgación no es una solución suficiente para todos los conflictos de intereses. En algunos casos, se pueden considerar medidas más estrictas, la ley y / o reguladores / supervisores podrán considerar la prohibición o restricción de los pagos de comisiones u otros tipos de incentivos a la venta de ciertos productos y servicios financieros.

Principio 9 : Las denuncias de manipulación y compensación

1 . Manejo de quejas de forma eficaz y mecanismos de reparación prestados por proveedores de servicios financieros y agentes autorizados , supervisores , reguladores y otras entidades independientes son fundamentales para la protección del consumidor financiero. Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados establecidos manejo interno de reclamación y recurso mecanismos mientras que otros mecanismos son externos.

2 . una queja es entendida como una declaración de insatisfacción de consumidores con la acción , el servicio o el producto de un proveedor de servicios financieros o un agente autorizado. A petición de información o aclaración o una solicitud de dictamen , que no contiene también una expresión de insatisfacción o deficiencia en el servicio, no se considera que es una queja.

3 . Los consumidores tienen acceso a los procedimientos eficientes y asequibles (ya sea interno al proveedor de servicios financieros y / o externos) para que el consumidor pueda presentar una queja en contra de un proveedor de servicios financieros o agente autorizado y no se enfrenta a barreras irrazonables al hacerlo .

4 . Diferente tratamiento de las reclamaciones y compensación existen mecanismos entre las jurisdicciones . Son el reflejo de las circunstancias locales , los sistemas legales y regulatorios y responden a la diversa naturaleza y las características del consumidor.

5 . Resolución de conflictos entre consumidores y proveedores de servicios financieros o agentes autorizados , a través de tratamiento de las quejas internas y fuera de recurso extrajudicial mecanismo es , en general, una alternativa más rápida y más barata que la solicitud de reparación por la vía judicial , en particular teniendo en cuenta que la mayoría de los litigios afectan a pequeñas cantidades monetarias . Sin embargo , los consumidores no están autorizados a pedir reparación a los tribunales una vez que la disputa ha surgido .

6 . Denuncia interna y los mecanismos de reparación buscan proporcionar un medio por el cual los consumidores y los proveedores de servicios financieros o agentes autorizados mismos pueden encontrar una solución a cualquier deficiencia determinada en el servicio y los productos, incluyendo la obtención de una indemnización en su caso .

7 . Un manejo eficaz de la queja y el mecanismo combinado con quejas efectivas información y control de reparación proporciona una señal de alerta a los reguladores y supervisores de las deficiencias del mercado , las malas prácticas o riesgos emergentes.

8 . Quejas del personal de manipulación de los consumidores, los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados proporcionan un entorno que está abierta a recibir quejas y comprender los beneficios de hacerlo .

3.1.1 Manejo de Quejas y mecanismos de reparación

Los países deben asegurar que los consumidores tengan acceso a las denuncias de manipulación adecuada y mecanismos de reparación que sean accesibles, asequibles , independiente, justo, responsable , puntual y eficiente. Estos mecanismos no deben imponer costes excesivos , demoras o

gravámenes sobre los consumidores .
Enfoques Efectivos
común

9 . Los reguladores, los supervisores o los gobiernos poner en marcha esquemas o mecanismos para atender las quejas contra los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados , así como los mecanismos de reparación y quejas internas de manejo reparación se proporcionan de forma gratuita o por una tarifa nominal para el consumidor.

10 . Mecanismos de gestión de reclamaciones se dan a conocer al público a través de una variedad de canales (por ejemplo, anuncios en los proveedores de servicios financieros o agentes autorizados, las sucursales o sitios web , sitios web de los reguladores o supervisores , los contratos y documentos clave hechos y materiales de marketing , así como en proveedores y de agentes autorizados respuestas a las quejas reales), que también proporcionan información fácilmente accesible sobre cómo las quejas pueden ser presentadas con el proveedor de servicios financieros , agentes autorizados y / o un sistema de recurso contencioso independiente como el esquema Resolución Alternativa de Disputas (ADR) y cómo se responderá a las quejas. Canales eficaces de comunicación varían entre jurisdicciones.

11 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados ofrecen a los consumidores una información clara y comprensible sobre los procedimientos de presentación de quejas para los mecanismos internos y externos existentes.

12 . El marco regulador establecido para el manejo de quejas debe tratar de promover la solución de la controversia entre las partes. Los reguladores y supervisores de exigir a los prestadores de servicios financieros y agentes autorizados que tienen el manejo eficaz y accesible quejas internas y reparación estructuras en su lugar. Antes de quejarse ante un órgano externo de reclamación o ADR , se alienta a los consumidores a buscar primero el recurso a través de las denuncias internas de manipulación estructura del proveedor de servicios financieros o agente autorizado. En particular, en los casos en que un proveedor de servicios financieros estructura de tratamiento de las quejas toma una decisión que no es satisfactoria para el consumidor o no responde en un plazo razonable , el consumidor tiene entonces la oportunidad de presentar una queja ante un órgano externo de reclamación o recurrir a un independiente mecanismo de ADR , o pedir reparación a los tribunales. Los consumidores están informados tanto por adelantado en el momento de la contratación y en la etapa de la denuncia de su derecho a perseguir su queja a través de un mecanismo de ADR . Un mecanismo eficaz implica la fijación de un plazo razonable para que el mecanismo de reclamación interna, para completar el proceso .

13 . Los reguladores y los supervisores aseguran que los consumidores no se enfrentan a barreras innecesarias (por ejemplo, coste excesivas demoras o cargas) para acceder a los procesos de tramitación de reclamaciones .

14 . Los reguladores y supervisores solicitan datos de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados sobre los tipos de quejas y volúmenes y analizar las causas subyacentes de las quejas de los consumidores significativas o tendencias de quejas.

15 . En ausencia de normas que estipulan el procedimiento a seguir en el manejo de las quejas , los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados a informar a la autoridad de control y / o regulación del procedimiento de tramitación de sus quejas .

16 . Los reguladores y / o supervisores de lanzar campañas para aumentar la conciencia de la tramitación de las reclamaciones y el mecanismo de reparación con las partes interesadas , como los gobiernos , los tribunales, las asociaciones de la industria y de la industria , organizaciones de consumidores , organizaciones no gubernamentales y los defensores del pueblo .

17 . Los reguladores y / o supervisores de direcciones obstáculos a la participación en el tratamiento de las quejas y de los mecanismos de reparación que experimentan los consumidores de bajos ingresos y con menos experiencia debido a la falta de conciencia , el conocimiento , la confianza , los niveles de educación , el costo y la falta de proveedores de servicios financieros alternativos.

18 . Los reguladores y / o supervisores de direcciones obstáculos a la participación en el tratamiento de las reclamaciones y las vías de recurso en el caso de las reclamaciones transfronterizas , donde el consumidor se encuentra en el país diferente del país del proveedor de servicios financieros .

19 . Un tratamiento de las reclamaciones común y mecanismo de recurso se aplica a todo el sistema financiero con el fin de mejorar el acceso de los consumidores a mecanismos de tramitación de

reclamaciones y para proporcionar una plataforma transparente para la reparación.

3.1.2 Las quejas internas de manipulación

De acuerdo con los anteriores , los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deberán disponer de mecanismos internos para la tramitación de las reclamaciones y reparación.

Enfoques Efectivos
común

20 . Los reguladores y supervisores de exigir a los prestadores de servicios financieros y agentes autorizados que cuentan con procedimientos claros para el manejo interno de reclamación y reparación que sean transparentes y de fácil acceso y con poco o ningún costo directo para los consumidores.

21 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados garantizan información sobre tratamiento de las reclamaciones es de fácil acceso y se ponen a los consumidores a través de una variedad de canales , por ejemplo se muestra en áreas destacadas como áreas de recepción de los consumidores y en su caso en un sitio web o en los documentos contractuales / revelación . Esta información es clara y comprensible e incluye detalles clave de contacto, las denuncias de manipulación líneas de tiempo para que los proveedores de servicios financieros / agentes autorizados se adhieren a , y en su caso la existencia de mecanismos de ADR o el protocolo (s) y datos de contacto.

22 . En el caso de múltiples canales de tratamiento de las quejas , la información establece claramente las entidades correspondientes de acuerdo con el objeto de la denuncia o, por defecto, un único punto de entrada a la que los consumidores pueden presentar sus quejas y que se remitirá al foro adecuado .

23 . Los consumidores son conscientes de sus derechos y responsabilidades en la resolución de sus quejas con los proveedores de servicios financieros y / o agente autorizado y de la derecha para ir a una ADR y / o el regulador / supervisor y / o agencia de gobierno , en especial si no están satisfechos con el resultado de su tratamiento de las reclamaciones .

24 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados a llevar registros al día de todas las quejas que reciben durante un período adecuado de tiempo y el informe de quejas datos al regulador / supervisor de forma periódica.

25 . Los reguladores y supervisores establecen normas claras para el manejo de quejas internas y los mecanismos de resolución de conflictos y controlar su eficacia.

26 . Quejas de los consumidores de manipulación del personal tienen la experiencia , los conocimientos y la experiencia en el tratamiento de las reclamaciones . Una formación adecuada y suficiente debe ser proporcionada a las denuncias de manipulación del personal. Las denuncias de manipulación del personal están facultados para hacerlo objetivamente .

27 . Las quejas se tratan de forma diligente y en una línea de tiempo apropiado estipulados en el marco de las denuncias internas de manipulación estructura. Los primeros y cualquier posterior respuestas a la demandante se realizan dentro de un plazo razonable de tiempo a partir de la recepción de la queja.

Innovador / emergentes

28 . La información sobre cómo presentar una queja es claramente visible, el proveedor de servicios financieros y de sitios web de agentes autorizados , y en todos los contratos, hojas de resumen y materiales de marketing .

29 . Se utilizan los procesos de gestión de manejo de quejas innovadoras como un sistema de portales web basados centralizado.

30 . Los reguladores y / o supervisores proporcionan un mecanismo que permita a todas las partes interesadas, incluidas las organizaciones de consumidores participar y proporcionar insumos para que el sistema de tratamiento de las reclamaciones y los mecanismos de reparación más eficaces.

31 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados tienen buenos recursos , la línea eficiente , dedicado, línea gratuita de teléfono para quejas de los consumidores .

32 . Proveedores de servicios financieros y agentes autorizados adoptar normas internacionales o nacionales de tratamiento de las reclamaciones y el uso de puntos de referencia establecidos para el control de calidad.

3.1.3 Mecanismos de Resolución Alternativa de Conflictos (ADR)

El recurso a un proceso de reparación independiente debería estar disponible para atender las quejas que no se resuelven de manera eficiente a través de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados mecanismos internos de resolución de conflictos .

Enfoques Efectivos
común

33 . En la primera instancia los consumidores pueden obtener el recurso a través de la estructura de manejo de quejas interno del proveedor de servicios financieros o agente autorizado. Sin embargo , el consumidor tiene la posibilidad de recurrir a un mecanismo de ADR independiente , en particular, en los casos en que un proveedor de servicios financieros o la estructura de tratamiento de las quejas del mandatario toma una decisión que no es satisfactoria para el consumidor.

34 . Cuando se establece un mecanismo de ADR para resolver las controversias con los proveedores de servicios financieros , los responsables políticos consideran una serie de posibles modelos , por ejemplo, servicios del ombudsman independientes , servicios de ADR propuestas por los reguladores , planes de conciliación , centros de resolución de disputas financieras , asociaciones industriales o esquemas dirigidos industria que reflejan las estructuras legales jurisdiccionales específicas y las circunstancias y respetan los requisitos específicos cuando así lo estipule la ley.

Innovador / emergentes

35 . Reguladores o políticos tratan de garantizar la independencia de los mecanismos de ADR y asegurarse de que los posibles conflictos de interés por parte de los mecanismos de ADR se previenen o gestionados .

36 . Para aumentar la participación de los proveedores de servicios financieros en los sistemas de RAL , los reguladores / supervisores requieren que las instituciones financieras bajo su supervisión para convertirse en un miembro de este tipo de esquemas. Dependiendo de la naturaleza del régimen y de las características específicas de los sistemas judiciales nacionales las decisiones tomadas por el sistema pueden ser obligatorias para el proveedor de servicios financieros y de agentes autorizados.

37 . Los reguladores utilizan y analizan las decisiones de los mecanismos de reparación independientes , como medio para detectar los riesgos de consumo y los problemas de conducta del mercado .

38 . Mecanismos de recurso colectivo (como las acciones colectivas y asentamientos colectivos) ofrecen posibilidades adicionales para capacitar a los consumidores que buscan una compensación en relación con las pérdidas sufridas como consecuencia de las acciones , servicios o productos de los proveedores de servicios financieros o agentes autorizados. La eficacia de los mecanismos de recurso colectivo se examinan , teniendo en cuenta los intereses de los consumidores .

39 . Sistemas de RAL cooperen en casos de litigios transfronterizos , es decir, las quejas en que se encuentra el proveedor de servicios financieros en el país que no sea el país del consumidor .

40 . Un informe completo y regular, que contiene el desempeño de los sistemas de RAL , incluyendo el número de casos atendidos , el tiempo necesario para resolver los casos, etc se publica .

3.1.4 Quejas de datos

En una información agregada mínimo con respecto a las quejas y su resolución debe ser hecha pública .

41 . El análisis de los datos de quejas de los consumidores a través de las entidades de servicios financieros en un formato normalizado de información , ofrece información a los reguladores y supervisores sobre cómo mejorar el comportamiento en el mercado , y ayuda a los reguladores para identificar los riesgos de los consumidores , las lagunas normativas, irregularidades sistemáticas en el mercado, y para evaluar la eficacia de las medidas reglamentarias y de cumplimiento con las leyes y reglamentos.

42 . Las quejas de los datos, ADRs de datos mecanismo proveedores de servicios financieros y los datos de los departamentos de gestión de quejas , si la ley lo permita , se publican en un formato agregado apropiado como un informe anual, que incluyen información sobre los casos tratados y sus resultados.

43 . Reguladores revisar el impacto de los datos sobre reclamaciones de publicación y los proveedores de servicios financieros pasos y agentes autorizados han realizado con el fin de cambiar su comportamiento como resultado de la presentación de informes y / o la publicación de denuncias de datos a tener en cuenta su poder como un incentivo para una conducta empresarial responsable .

44. Los reguladores nacionales y / o supervisores de publicar un desglose más detallado de las reclamaciones tramitadas por los proveedores de servicios y agentes autorizados en forma global para promover las mejores prácticas en el mercado.

ANEXO

APORTACIONES DE ADICAE AL PLAN DE ACCIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO G20/OCDE DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.

ADICAE es la única Asociación de Consumidores experta en consumo financiero y que cuenta con importante presencia en Europa y Latinoamérica. Sus 25 años de experiencia en la defensa de los usuarios en este ámbito nos ha permitido desarrollar un importante papel en la solución a esta crisis que están padeciendo, sobre todo, los consumidores. Desde ADICAE tenemos el convencimiento de que la solución pasa por una actuación a escala global y con participación de la ciudadanía y de los consumidores que forman el activo más importante de la sociedad y la economía real.

La crisis mundial, que tiene su origen inmediato en el sector financiero, proporciona un vivo ejemplo de la creciente división no sólo entre las finanzas y la economía real durante los últimos veinte años, sino entre quienes toman decisiones sin apenas criterio democrático y quienes padecen sus consecuencias adversas. La desregulación desenfadada de los mercados financieros y del sector financiero en general condujo a una toma de riesgos muy importante por los operadores que trasladaron con malas prácticas a los consumidores.

ADICAE ha sido testigo a lo largo de su trayectoria del daño que este descontrol de la globalización financiera está provocando en los consumidores en España. Casos como las Agencias de Valores “Gescartera” y “AVA”, en el que gran parte de los ahorros estaban en paraíso fiscales y en los que la cooperación judicial ha sido imposible; escándalos como “Forum”, “Afinsa”, “Arte y Naturaleza”, con ahorradores afectados en varios países de la UE; los productos estructurados de Lehman Brothers y las participaciones preferentes y deuda subordinada comercializados indiscriminadamente por numerosas entidades de crédito en España entre millones de consumidores con el único propósito de tratar de sanear sus cuentas. Por otra parte; el creciente número de embargos a millones de familias por todo el mundo consecuencia de una irresponsable actuación de la banca en la concesión de crédito, y un largo etcétera. En todas estas cuestiones ADICAE está defendiendo a cientos de miles de consumidores, por vía judicial y extrajudicial.

El proceso de reestructuración actual de las entidades de crédito, como muestra la experiencia en España, pero también en otros países como Irlanda, las exigencias de capital, el hermetismo y desconfianza de los mercados mayoristas de crédito y la propia situación económica de muchos hogares, está haciendo que la prestación de servicios financieros, suponga en muchos casos un esfuerzo excesivo para los hogares.

Todo lo descrito constituyen ejemplos que ponen de manifiesto la facilidad con que la opacidad y falta de regulación del sistema financiero internacional traslada sus trampas a las pequeñas economías domésticas. En todos estos casos queda patente que la coordinación legislativa y la cooperación judicial y supervisora no fluye con la “soltura” que lo hacen productos y operativas que atropellan los derechos de los consumidores. Una nueva “arquitectura financiera” internacional debe ser también hecha para los consumidores y contando con su participación.

En este sentido, es necesario constatar que la acción estatal se ha hecho insuficiente pese a que los Estados siguen siendo protagonistas del orden internacional y pueden todavía actuar eficazmente para frenar esos efectos perversos del nuevo sistema de relaciones económicas, políticas y sociales que se hacen realidad más allá de las fronteras estatales. Para ello se hace necesario fortalecer y dotar de mayor legitimidad a las instituciones internacionales vigentes, tanto las estrictamente políticas como las económicas, y crear otras nuevas que sean capaces de aminorar las debilidades de los Estados democráticos ante estas nuevas situaciones sociales.

Con estas premisas y en el contexto internacional de una severa crisis económica y financiera que están padeciendo a nivel global todos los ciudadanos y consumidores, ADICAE considera que es absolutamente necesario fomentar la presencia de la ciudadanía y de los consumidores, a través de sus organizaciones legítimas, en el desarrollo y aplicación efectiva de los principios de alto nivel propuestos por la OCDE.

Como organización de Consumidores que se dedican a la protección de los consumidores en el ámbito financiero, queremos realizar aportaciones a los principios que a continuación se exponen:

Marco legal, regulación y supervisión

Los préstamos a consumidores también afectan al conjunto del sistema financiero, como está demostrando la crisis, de ahí que el Crédito Responsable (CR) se constituya tanto en una modalidad de control de riesgos bancarios, por tanto una obligación y exigencia bancaria, como una forma de evitar que las economías domésticas sufran las consecuencias de un deficiente control y se vean a bocanadas al sobreendeudamiento e incluso la exclusión. Pero también supone un compromiso por parte de los poderes públicos para evitar “responsabilizar” al consumidor en exclusiva y eludiendo la entidad sus obligaciones de transparencia y no

inclusión de cláusulas abusivas que puedan encarecer el préstamo.

Proponemos, por tanto, que al hablar de “crédito responsable” hagamos referencia a crédito concedido adecuadamente conforme a los siguientes criterios:

- Evaluación justa y objetiva de la capacidad de generar recursos por el consumidor
- En los créditos hipotecarios, evaluación adecuada del valor del bien objeto de garantía. En este sentido es fundamental contar con un sistema de tasación imparcial que supere el actual, fácilmente manipulable al quedar en manos de las entidades de crédito.
- En los créditos para adquisición de vivienda, garantía de un ahorro previo del consumidor, en torno al 20-30% del valor de tasación del inmueble.
- Créditos sin condiciones financieras o cláusulas que a la larga estrangulen la economía de ellos consumidores.
- Transparencia en las formas de comercialización (contratos con contenidos mínimos pre redactados con la participación de asociaciones de consumidores, autoridades de consumo, etc.).
- Asunción de responsabilidades por entidades prestamistas concedentes o intermediarios de crédito en casos de concesión irresponsable (devolución sin intereses durante un plazo razonable y prudencial etc.)
- Establecimiento de unas pautas para desarrollar una normativa preventiva y curativa del sobreendeudamiento de los consumidores.
- Elaboración de unos estándares mínimos de protección a los consumidores frente a los embargos, mediante la introducción de reformas en los procedimientos que permitan renegociar la deuda, paralización de procedimientos de ejecución en su caso, evaluar la abusividad de las cláusulas, la responsabilidad de las entidades concedentes, etc.

En el ámbito del ahorro-inversión, la proliferación y complejidad cada vez mayor de este tipo de producto financiero exige que se adopten medidas más contundentes para controlar la comercialización de estos productos entre consumidores que no responden al perfil adecuado a los mismos, con graves quebrantos a sus economías domésticas. La experiencia española demuestra que, en la comercialización de tales productos la legislación existente no ha sido respetada por las entidades ni aplicada con rigor por los organismos responsables. Es necesario establecer, de manera coordinada, unos estándares mínimos de productos bancarios de ahorro básicos (libretas y cuentas de ahorro; depósitos, seguros de vida, etc.), con coste mínimo y fácilmente identificables y accesibles a todos los consumidores. Por tanto proponemos

- la elaboración de un protocolo de “productos financieros blancos”, sencillos y que excluyan productos tóxicos, cláusulas abusivas, etc.
- Elaboración de unos estándares mínimos de garantía y transparencia para los sistemas de pensiones privadas y las entidades que los ofrecen.

Función de los organismos reguladores

- Establecer los criterios para fomentar a través de estos organismos reguladores canales de dialogo eficaces entre operadores del mercado financiero y organizaciones de consumidores.
- Creación de un organismo de control y supervisión financiera desde la perspectiva de la protección y garantía de los derechos de los consumidores y usuarios de servicios financieros. Modelo Twin Peaks. Dos Agencias:
 - Agencia de supervisión de solvencia y prudencial
 - Agencia de protección a los consumidores y normas de conducta (con participación de los representantes de los consumidores)

Información y transparencia

- Control de contenido de la publicidad y difusión de la publicidad financiera, así como la denominación comercial de los productos que responda a su verdadera naturaleza.
- Comisiones y gastos justos para los productos y servicios financieros conforme a unos criterios tasados legalmente. Establecimiento de un procedimiento de monitorización y seguimiento de los costes bancarios y su repercusión a los consumidores.
- El papel de los consumidores como pequeños accionistas en entidades financieras que cotizan en los mercados de valores.

Educación y concienciación financiera

- Debe quedar claro en los principios que elabore el Grupo de Trabajo que la Información al consumidor en servicios financieros, por su grado de complejidad, no es la solución exclusiva a nivel preventivo para evitar situaciones de riesgo y fraude.
- Sin perjuicio de lo anterior, proceder al diseño común, contando con las organizaciones de consumidores, de las bases para una educación financiera de los consumidores en este ámbito.
- Los criterios de la Educación financiera deben ser: la responsabilidad, crítica y alternativas. Para ello es fundamental que no quede en manos exclusivas de las entidades financieras. Deben colaborar muy activamente las asociaciones de consumidores en su diseño y aplicación.
- La educación a un consumo crítico y responsable debe ser una vía curricular en los programas de enseñanza educativa.
- Es fundamental que entre las medidas de aplicación de los principios que se proponen sobre educación financiera, se remita a las organizaciones de consumidores esa labor de información.

Tratamiento de las quejas y compensación.

- Crear e incentivar sistemas de resolución de conflictos extrajudicial adecuados a los consumidores que eviten acudir a la vía judicial: elaboración de unos estándares mínimos de transparencia que responda a los criterios de eficacia en las resoluciones y seguridad jurídica para los consumidores, y cuya solución comporte reembolso de las cantidades en su caso defraudadas a los usuarios de servicios financieros.
- Elaborar criterios de eficiencia para una mejora de las reclamaciones colectivas en vía judicial para los consumidores.

Asimismo, consideramos que para fomentar las herramientas para aplicar los principios que propone el G 20 sobre protección al Consumidor financiero, es necesario que se planteen las siguientes propuestas:

PRIMERA:- Sería fundamental el establecimiento permanente de una Agencia Internacional de Representantes de los Consumidores de Servicios Financieros.

Su objetivo sería el de evaluar de manera coordinada la situación problemática concreta de los consumidores financieros en cada país, así como elaborar propuestas conjuntas de reforma y mejora que puedan ser puestas de manifiesto en las reuniones que este organismo y otros de similar naturaleza que se celebren. Asesoraría a estos organismos en esta materia y tendría derecho a participar en los debates que afectaran a los derechos de los consumidores en este ámbito, así como el derecho a introducir un tema de discusión en el orden del día.

Esta Agencia estaría formada de manera permanente por representantes de las Asociaciones de Consumidores legítimas de cada país, miembros de Consumers International, especialistas en consumo financiero. Una representación de miembros de esta Agencia Internacional asistiría a las reuniones del G-20 y otras en nombre de todos los consumidores, y teniendo en cuenta en su composición las naciones desarrolladas y en vías de desarrollo.

La necesidad de adoptar todas estas medidas es una exigencia marcada tanto por la naturaleza de los servicios financieros, como por los grandes cambios a que se enfrenta la banca que supondrán todo un reto para los consumidores. El sector de la banca de consumo es complejo, inconstante y conlleva importantes riesgos para los consumidores individuales y la economía en su conjunto.

SEGUNDO.- Consideramos para ello fundamental que la OCDE , a través de este Grupo de Trabajo, organice un Foro Internacional de Representantes y Expertos en Protección al Consumidor Financiero. En este Foro se pondrían sobre la mesa y debatirían los problemas más importantes en el sector de servicios financieros para los consumidores mundiales ante la crisis así como las propuestas del Grupo de Trabajo. Se establecerían Grupos de trabajo específicos responsables del desarrollo de un tema concreto. Asimismo se elegiría un grupo de Representantes y expertos que acudirían a las próximas reuniones cumbre del G20 en 2013 o 2014 con algunas propuestas concretas que respalden una efectiva protección al consumidor financiero en todo el mundo.

Equipo Técnico de ADICAE
30 de mayo de 2013