

Compendio de Buenas Prácticas Corporativas y de Mercado de las Compañías de Seguros

1. Normas generales

Artículo 1.1. Naturaleza

El Compendio de Buenas Prácticas Corporativas y de Mercado de las Compañías de Seguros es el conjunto de normas y principios al que los adherentes del Código de Autorregulación, en adelante “las compañías”, han decidido sujetarse voluntariamente, con el objeto de propender al desarrollo del mercado de los seguros, en consonancia con los principios de libre competencia, buena fe y cumplimiento diligente de las obligaciones, que debe existir entre las empresas, y entre éstas y sus clientes.

Estas normas tienen su origen en la propia iniciativa de las compañías. Se trata de principios y normas acordadas por todos, de aplicación análoga y general para los distintos tipos de seguros y las demás actividades autorizadas, destinadas a perfeccionar el desempeño de la industria.

Artículo 1.2. Términos

Cuando en este compendio se usa la palabra "compañía", se entenderá referido a las compañías de seguros que se hayan obligado a cumplir con las normas del Código de Autorregulación y de este Compendio.

Cuando en este compendio se usa la palabra "cliente", se entenderá referido indistintamente a los asegurados por las compañías, a los contratantes cuando sean personas distintas a los asegurados, a sus beneficiarios, así como las contrapartes de los contratos que pueden celebrar en conformidad a la ley. Cuando se usa la palabra "asegurado" se entiende referido a los que mantienen derechos u obligaciones con una compañía, emanadas de un contrato de seguro.

Por su parte, por “contratante” se entenderá a quien celebra el contrato con la compañía, tenga o no la condición de asegurado, y sobre quien pueden recaer sus obligaciones y cargas.

Cuando en este Compendio se usa la palabra "autoridad", se entenderá referido a la Superintendencia de Valores y Seguros o a cualquier otra autoridad que, en virtud de una ley, tenga facultades para fiscalizar a las compañías de seguros.

Artículo 1.3. Marco general

Las normas de este Compendio forman parte del Código de Autorregulación de las Compañías de Seguros, y su aplicación, interpretación y modificación se rige por las normas comprendidas en él.

Todas las normas que formen parte de este Compendio deberán armonizarse con las leyes aplicables al comercio de seguros, y las normas que la Superintendencia de Valores y Seguros haya dictado conforme a sus atribuciones.

Las normas de este Compendio se interpretarán conforme al principio de la buena fe, aplicándose en forma supletoria los criterios de interpretación señalados en los artículos 19 a 23, y 1560 a 1566 del Código Civil.

Artículo 1.4. Normas fundamentales

Toda práctica de los adherentes deberá ceñirse a la moral, las buenas costumbres y el ordenamiento jurídico imperante.

Artículo 1.5. Principio de la buena fe

Las normas de este Compendio deben ser cumplidas de buena fe, de manera de contribuir siempre al buen funcionamiento del Código de Autorregulación de las Compañías de Seguros.

Artículo 1.6. Sana competencia

La actuación de los adherentes deberá siempre enmarcarse dentro de los principios de sana competencia entre empresas y de respeto por los clientes.

Artículo 1.7. Relaciones justas

Las negociaciones entre las partes deberán ser siempre justas, esto es, basadas en elementos objetivos de precio, calidad y servicio, sujeta a las leyes sobre libre competencia y de seguros, procurando que exista una equivalencia entre las prestaciones y obligaciones asumidas por las partes.

Artículo 1.8. Cooperación con la comunidad

Las compañías deberán mantener siempre una actitud de colaboración y apertura hacia la comunidad.

Las compañías, individual o colectivamente, promoverán acciones de educación a la comunidad orientadas a que las personas accedan al conocimiento de sus productos y de las obligaciones y beneficios que éste tiene.

Artículo 1.9. Transparencia y conflictos de interés

Las compañías deberán adoptar las medidas necesarias para que su actuación cumpla con estándares adecuados de transparencia activa y pasiva, de manera que exista información clara, suficiente y oportuna sobre sus operaciones.

Se entiende por transparencia activa aquella que obliga a las compañías a poner determinada información a disposición del público, y por transparencia pasiva la

obligación que tienen de responder a los requerimientos de información que se les formulen legítimamente.

Las compañías deberán establecer, cumplir y velar porque sus trabajadores cumplan protocolos que les permitan gestionar adecuadamente los conflictos de interés que surjan en las relaciones que mantienen con la autoridad, las empresas y sus clientes.

2. Prácticas al interior de las compañías

Artículo 2.1. Buena fe en las relaciones internas

Las prácticas y las relaciones al interior de los adherentes deberán regirse por el principio de la buena fe ya señalado, y encaminarse a lograr un adecuado desarrollo del mercado de los seguros.

Artículo 2.2. Información al público

Las compañías deberán proveer información veraz, suficiente y oportuna al público sobre su situación legal, económica y financiera, en los casos y la forma que determinen las normas jurídicas aplicables.

Toda información que se entregue al público deberá ser susceptible de comprobación, y no inducir a engaño o confusión respecto de la situación de la compañía y sus negocios.

Artículo 2.3. Relación con la autoridad

Las compañías deberán relacionarse con la autoridad en forma abierta, transparente y colaborativa, para que ésta pueda cumplir con las funciones y atribuciones que le corresponden conforme a la ley.

Las compañías deberán velar porque en todo momento la autoridad cuente con la información exigida, conforme a las normas legales y reglamentarias aplicables, y con toda aquella que sea necesaria para desempeñar adecuadamente sus funciones.

Artículo 2.4. Exigencias para vendedores y trabajadores en general

Las compañías deberán velar porque sus trabajadores y, en especial, sus vendedores, cumplan con los siguientes requisitos:

- a) Buena reputación y calidad profesional.
- b) Contar con la debida calificación para realizar las labores que desempeñan.
- c) Poseer el entrenamiento adecuado para el sistema de distribución de la empresa.
- d) Tener conocimientos suficientes acerca de los productos que ofrecen al público.
- e) Actuar justamente en el desempeño de sus funciones, con pleno respeto a las normas aplicables y absteniéndose de atentar contra la competencia.

Artículo 2.5. Conflictos de interés

Las compañías deberán velar porque sus trabajadores y, en especial, sus responsables de cumplimiento apliquen procedimientos que permitan prevenir y gestionar adecuadamente los conflictos de interés.

3. Prácticas entre compañías

Artículo 3.1. Competencia leal

Las compañías deberán desarrollar entre ellas y con el resto de las empresas una competencia leal.

Queda prohibido todo hecho, práctica o convención que constituya competencia desleal entre empresas, entendida como aquella que viola la lealtad y buena fe entre quienes compiten en el mercado.

Artículo 3.2. Información

Las compañías deben abstenerse de obtener en forma ilícita cualquier información sobre la situación, negocios u operaciones de otras compañías.

Artículo 3.3. Conflictos entre compañías

Las compañías deberán realizar los mayores esfuerzos por resolver de manera directa y discreta los conflictos suscitados entre ellas, cautelando siempre el pleno respeto a los derechos de los clientes.

Asimismo, las compañías deberán abstenerse de llevar estos conflictos a la opinión pública, salvo que conforme a las normas aplicables sea procedente o que el interés público lo requiera.

4. Prácticas entre las compañías y los clientes

Artículo 4.1. Obligación de servicio diligente.

Las compañías deberán entregar un servicio diligente a sus clientes y cumplir en forma íntegra y oportuna las obligaciones asumidas con ellos.

La obligación de servicio diligente se extiende especialmente al trato a los clientes; a la promoción y publicidad de sus productos; a la asesoría durante las distintas fases de la contratación; y a la inclusión en sus procesos de medidas que lo faciliten.

Artículo 4.2. Obligación de respuesta frente a reclamos

Toda compañía deberá responder a las consultas y reclamos de sus clientes en forma oportuna y velar porque ellos sean satisfechos de acuerdo a las condiciones estipuladas y a la normativa vigente.

Un proceso simple y equitativo de solución de reclamos deberá estar incorporado en los contratos para que los problemas de los asegurados sean efectivamente resueltos.

Esta respuesta deberá ser entregada en todo caso dentro de los 20 días siguientes a la fecha en que se hubiera formulado el reclamo. Para estos efectos, las compañías deberán mantener en cada oficina un registro de los reclamos o consultas formuladas, así como registros computacionales de las efectuadas por ese medio.

Artículo 4.3. Publicidad del seguro

La publicidad que realicen las compañías de seguros deberá siempre respetar la naturaleza del contrato de seguros.

No podrá realizarse ningún tipo de publicidad que pueda confundir o inducir a error respecto de la naturaleza, características o efectos del contrato de seguros.

Artículo 4.4. Publicidad comparativa

Las compañías de seguros sólo podrán realizar publicidad comparativa con otras compañías de seguros, cuando la base de comparación esté constituida por elementos, variables o antecedentes objetivos, susceptibles de comparación y de comprobación.

Queda prohibida toda publicidad comparativa que menoscabe o tienda a menoscabar el prestigio de una compañía o de los seguros que ofrece.

Artículo 4.5. Información del cliente

Las compañías de seguros no podrán revelar a terceros la información legal, económica, financiera o personal que posean de sus clientes y que hayan conocido en virtud del contrato celebrado con ellas, salvo en los casos en que la ley o el cliente autoricen expresamente su entrega o divulgación.

No requerirá de la autorización señalada en el inciso anterior, el tratamiento de datos personales que hagan las compañías, o las asociaciones constituidas por ellas, con fines estadísticos, de tarificación u otros para beneficio general de las mismas.

Tampoco se requerirá la autorización cuando la información del cliente sea de público conocimiento o se encuentre a disposición del público a través de cualquier medio legítimo, o cuando la revelación de la información del cliente sea exigida por disposición legal o de autoridad facultada al efecto.

Artículo 4.6. Intermediarios

Las compañías deberán velar porque los contratos con intermediarios de seguros o con otras empresas, cumplan con las normas de este Compendio.

Artículo 4.7 Información y asesoría al cliente

Las compañías deberán adoptar las medidas necesarias para que, durante el proceso de comercialización, contratación de los seguros y ejecución de los contratos, los clientes cuenten con:

- a) Información sobre la modalidad de comercialización, los costos asociados y, en su caso, la identificación del intermediario y especialmente si tiene independencia o conflictos de interés respecto del asegurador.
- b) Información acerca del producto ofrecido, con sus características de precio, cobertura, condiciones, garantías, exclusiones y todo otro antecedente para la adecuada comprensión de su naturaleza y utilidad práctica.
- c) Indicación precisa del valor de la prima y de los montos asegurados.
- d) Asesoría que les permita responder las dudas razonables que les surjan sobre los antecedentes señalados en las letras anteriores, y en relación a la pertinencia del producto ofrecido para satisfacer sus necesidades.