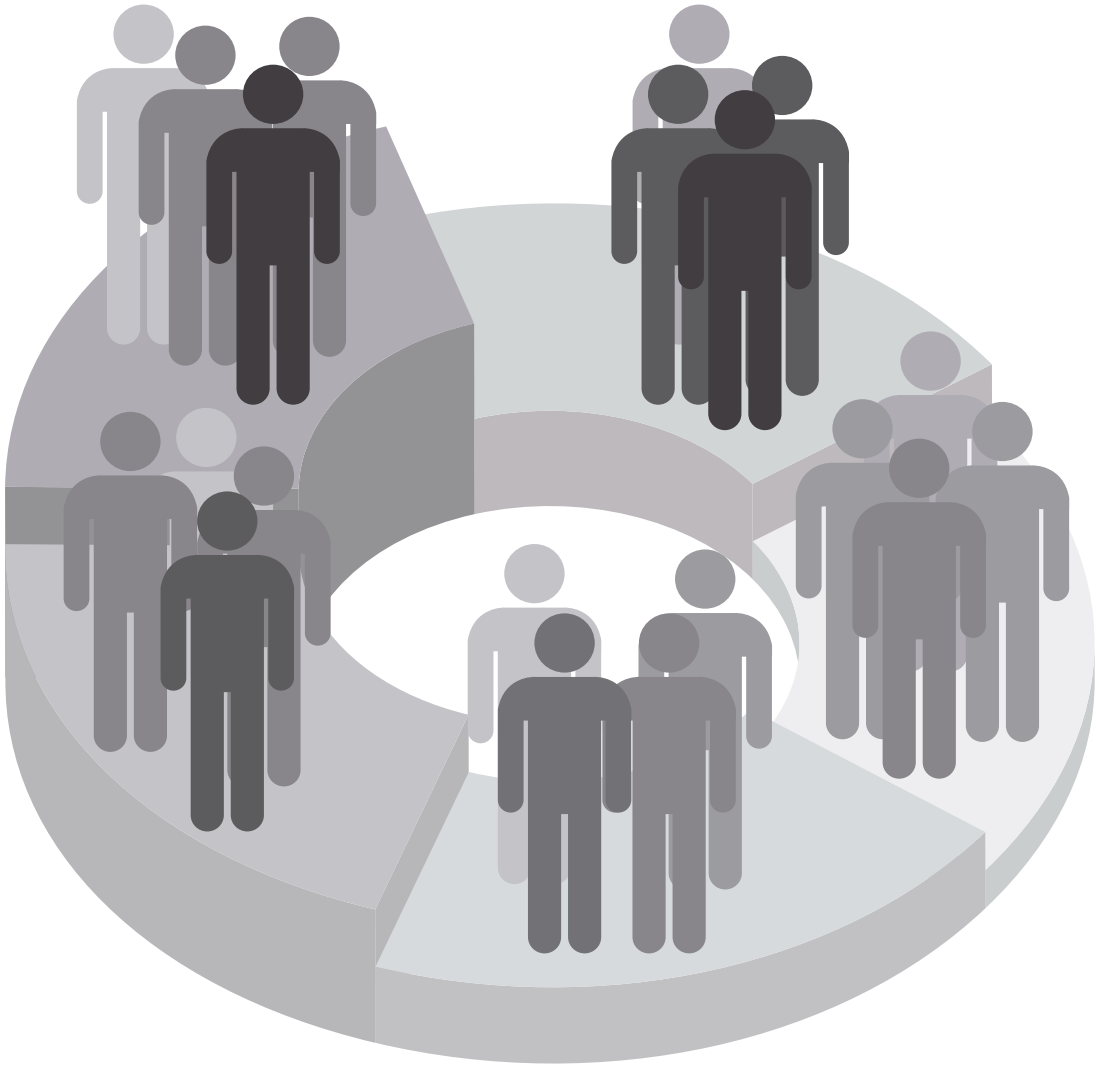
Segmentación de los factores de riesgo

E-book dirigido a oficiales y analistas de cumplimiento



infolaft

Lozano

Consultores en Prevención de Riesgo LA/FT

Textos

Alberto Lozano Vila
Abogado y gerente de Lozano Consultores

Sergio Reyes Díaz
Periodista y subdirector de la revista Infolaft

Diseño gráfico

Paula Daniela Cartagena Rodríguez

Más información

Lozano Consultores Ltda.
Infolaft SAS
Calle 71 No. 5 - 97 Oficina 201
Tel.(571)3175563
comunicaciones@infolaft.com
www.infolaft.com
www.lozano-consultores.com

Esta publicación fue elaborada por Infolaft y Lozano Consultores Ltda. y presenta una explicación general del sistema de administración de riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo (Sarlaft). En ningún caso constituye un documento legal o responsabiliza legalmente a sus autores. Las opiniones, sugerencias y documentos técnicos a los que se hace referencia no responsabilizan por ningún motivo a los equipos de Infolaft ni de Lozano Consultores. Para una asesoría profesional en este tema se debe contactar a Lozano Consultores. Recomendamos que siempre se acuda a la fuente primaria de la información. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización escrita de su titular.

Derechos reservados ®

Febrero 2018 (este documento se actualizará periódicamente en su versión digital a través de www.infolaft.com)

Imagen de portada: Freepik
Edición gráfica: Paula Daniela Cartagena

Fallas en la segmentación han causado las multas más altas por Sarlaft

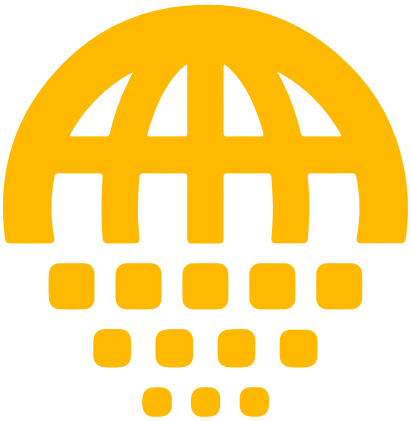
La Superintendencia Financiera impuso en diciembre de 2017 una multa de 430 millones de pesos en contra de un banco. También emitió en 2011 una multa de 300 millones que afectó a una fiduciaria.

Estas sanciones tuvieron en común diversos incumplimientos relacionados con el proceso de segmentación de factores de riesgo.

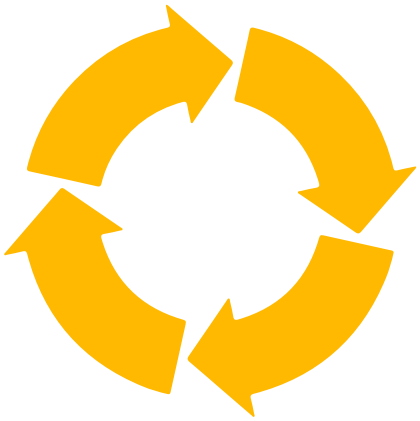
Nuestro equipo de expertos lo puede asesorar y de paso ayudarle a prevenir la materialización del riesgo legal que implica una multa.

Contáctenos a través de comunicaciones@infolaft.com

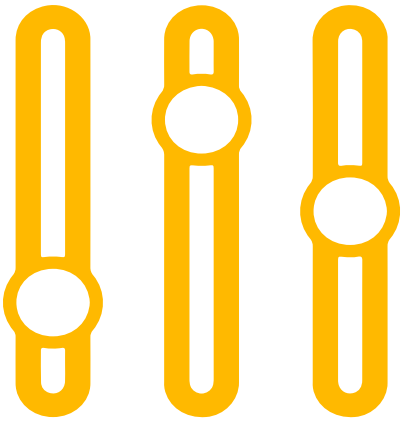
CONTENIDO



Las distintas formas
de segmentar
P.4

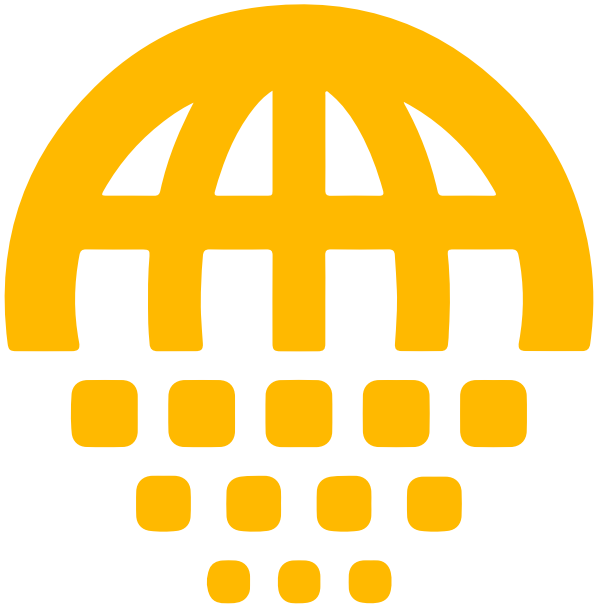


Reingeniería del proceso
de segmentación
P.11



¿Qué ha dicho la Superfinan-
ciera sobre la segmentación?
P.15

Lecciones aprendidas de la
sanción contra un banco por
omitir variables mínimas
P.18



Las distintas formas de segmentar

El núcleo del Sistema de Administración del Riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (Sarlaft) es la segmentación Sarlaft. Esta herramienta, que hace parte del ciclo de gestión del riesgo, no ha sido desarrollada conceptualmente y por lo tanto existen muchas diferencias en la aplicación que le dan las entidades.

Lo fundamental de la segmentación Sarlaft

Recordemos que segmentar es agrupar. Para poder segmentar los factores de riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo debemos tener elementos (por ejemplo clientes) y criterios que los diferencien. La Superintendencia Financiera define la segmentación así:

''1.12. Segmentación

Es el proceso por medio del cual se lleva a cabo la separación de elementos en grupos homogéneos al interior de ellos y heterogéneos entre ellos. La separación se fundamenta en el reconocimiento de diferencias significativas en sus características (variables de segmentación)''.

Como la segmentación es un proceso estadístico y no jurídico, para mayor ilustración hay que acudir a dicha técnica en busca de mayor ilustración. A su vez, el campo en que más se ha empleado esta técnica con propósitos prácticos es el mercadeo, por lo tanto, una buena fuente de consulta es el libro "Segmentación de mercados, aspectos estratégicos y metodológicos". Basados en dicha obra, presentamos la siguiente propuesta de segmentación en el Sarlaft.

Definición de los elementos

Si partimos de la base que segmentar es agrupar, la primera pregunta que nos tenemos que hacer es: ¿qué vamos a agrupar? De esto depende el resultado obtenido. Para ilustrar este punto, tomemos como base las segmentaciones de clientes. Hay entidades que agrupan al cliente basándose en su número de identificación, mientras que otras en el número del contrato. Esto puede generar diferencias prácticas, pues un cliente puede tener varios contratos. Así, cierto tipo de clientes como las uniones temporales o los consorcios requieren definiciones y soluciones prácticas para esta situación.

En el caso de los canales o los productos el tema es más complejo, pues se pueden segmentar varios elementos que con el mismo significado tienen diferentes componentes. La entidad tiene libertad normativa de segmentar canales. Esto implica que, según el elemento definido, se pueden segmentar puntos de atención, medios transaccionales o terminales. La siguiente tabla ilustra varios enfoques sobre el mismo problema:

Elemento	Ejemplos de elementos	Consecuencia práctica
Tipos de canal según el criterio tradicional	Oficinas, corresponsales, cajeros P.O.S.	El resultado serán segmentos fácilmente identificables. Se tendrá una visión macro del problema que generará segmentos homogéneos en cuanto a procedimientos y riesgo, pero heterogéneos en cuanto a transaccionalidad.
Punto de atención específico	Cajero (ATM) de la oficina principal, cajero (ATM) de la calle X, oficina N.1, ofcina N.2.	Se manejan muchos más elementos y por lo tanto los resultados son más complejos de identificar. El modelo no es tan estable en el tiempo. Los segmentos son muy homogéneos en cuanto a transaccionalidad, pero heterogéneos en cuanto a procesos.
Personas y máquinas	Asistente de caja N.1, asistente de caja N.2, ATM serie XX, ATM serie YY, vendedor N.1, auxiliar de servicio al cliente N.1.	Es sin lugar a dudas el método que más elementos genera y dadas las complicaciones técnicas y operativas no siempre se logra un mejor entendimiento del riesgo.
Tipos de canal según las transacciones	Canales de venta por producto, canales transaccionales, canales de consulta.	Según esta clasificación, un canal tradicional está conformado por varios canales. Esta forma de definir los elementos ayuda a un mejor entendimiento del riesgo de LA/FT.

Técnicas de segmentación Sarlaft

Las técnicas estadísticas que usualmente se aplican para el tema de segmentación son las siguientes:

- **Tabulaciones cruzadas:** son tablas construidas para segmentar basándose en los criterios establecidos de antemano por el propio investigador.
- **Análisis factorial:** es una técnica estadística de reducción de datos que sirve para encontrar grupos homogéneos de variables a partir de un conjunto numeroso de variables.
- **Análisis de conglomerados (cluster):** es un método estadístico que permite formar grupos de elementos (clientes) utilizando sus características (ingreso, monto de las transacciones, frecuencia de operación, etc.).
- **Mezclas finitas:** permiten identificar un conjunto de grupos mutuamente exclusivos (los segmentos o clases) que explican la similitud de los casos medidos en una serie de variables observables categóricas o métricas.
- **Redes neuronales de Kohonen:** categorizan o interpretan grandes cantidades de datos mediante su representación en un mapa bidimensional, que muestra las similitudes de los datos, de tal modo que datos similares aparecen representados en regiones contiguas o adyacentes.
- **Análisis log-lineal:** el procedimiento del análisis log-lineal analiza la relación entre variables dependientes (o de respuesta) y variables independientes (o explicativas). Las variables dependientes siempre son categóricas, mientras que las variables independientes pueden ser categóricas (factores).
- **Regresión de mezclas finitas:** este método parte del supuesto de que las preferencias de los sujetos conforman una población que es, de hecho, una mezcla de diversos segmentos en proporciones desconocidas, razón por la cual se desconoce *a priori* el segmento al que pertenece un sujeto concreto.
- **Árboles de clasificación:** es una técnica que permite encontrar patrones de comportamiento basados en un conjunto de variables independientes. Básicamente son gráficos que ilustran reglas de decisión y que tienen como finalidad explicar la clasificación y predecir los elementos (clientes) que provienen de estos sistemas de clasificación, los cuales corresponden a una serie de reglas de decisión que predicen o clasifican observaciones futuras.

Criterios de segmentación Sarlaft

Nada es igual ni diferente si no tenemos claramente definidos los criterios mediante los cuales vamos a definir igualdad o diferencia. Todos los seres humanos somos iguales en términos biológicos (especie humana, mamíferos, vertebrados, etc.), pero diferentes en términos sociales (patrimonio, ciudadanía, obligaciones, etc.). Dos elementos pueden ser iguales o diferentes, según los criterios que se tomen en cuenta. Es decir, que pueden estar en el mismo segmento o no,de acuerdo con la escogencia del criterio.

Desafortunadamente, para la efectividad del Sarlaft, el regulador incluyó, no sa-

bemos exactamente con qué criterio, una lista taxativa de criterios de segmentación. Transcribimos a continuación esta lista:

- **Clientes:** actividad económica, volúmen o frecuencia de sus transacciones y monto de ingresos, egresos y patrimonio.
- **Productos:** naturaleza, características y nicho de mercado o destinatarios.
- **Canales de distribución:** naturaleza y características.
- **Jurisdicciones:** ubicación, características y naturaleza de las transacciones.

No obstante al ser una lista taxativa, presenta cierto campo de libertad para interpretar algunos de los criterios de segmentación.

Propósito de la segmentación

Esta pregunta hay que hacerla antes y no después de segmentar. En muchas oportunidades es imposible medir la eficacia de la segmentación, pues no se tienen claros sus propósitos. En este caso la norma no ayuda mucho, pues establece dos propósitos no necesariamente alineados ni compatibles para la segmentación.

''Para identificar el riesgo de LA/FT las entidades vigiladas deben como mínimo:

• Establecer las metodologías para la segmentación de los factores de riesgo.
• Con base en las metodologías establecidas en desarrollo del literal anterior, segmentar los factores de riesgo''.

''A través de la segmentación las entidades deben determinar las características usuales de las transacciones que se desarrollan y compararlas con aquellas que realicen los clientes, a efectos de detectar las operaciones inusuales''.

Al existir un doble propósito normativo en la segmentación, es poco probable que una segmentación tradicional pueda cumplir con el doble requisito. En otras palabras, la segmentación de riesgo no siempre coincide. Por lo tanto, hay que buscar soluciones innovadoras ante este reto. Una opción es integrar dos segmentaciones diferentes.

Hay un tema mayor y es la complejidad del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo. Hay eventos de riesgo que tienen comportamientos diferentes según los segmentos, y por lo tanto para ser completamente técnicos deberíamos tener una segmentación por evento de riesgo. Pero este tema será tratado en otra oportunidad.

Errores conceptuales en la segmentación

Los siguientes son los errores más frecuentes en la concepción y el procedimiento relacionados con la segmentación:

La segmentación lo es todo

De acuerdo con nuestra experiencia derivada de la realización de decenas de segmentaciones a entidades del sector financiero, el mayor error conceptual es el deconfundir la segmentación con otras etapas o elementos del Sarlaft. La segmentación es una sub-etapa del Sarlaft que se encuentra en el numeral 4.1.1.1 donde se desarrolla el tema de la identificación del riesgo.

La segmentación no detecta, la segmentación no mide, la segmentación no controla. La segmentación es la base para todo lo anterior.

La segmentación es aislada

Algunas personas terminan la segmentación, la empastan y la guardan en un anaquel. Este es un grave error, pues como lo hemos dicho, la segmentación debe servir de base para identificar, medir, controlar y monitorear el riesgo. Son claras las obligaciones de identificar riesgos y detectar operaciones con la segmentación; pero, además, una lectura atenta de la norma nos mostrará que la segmentación debe servir de base o - por lo menos - como referencia para la mayoría de las actividades del Sarlaft. La segmentación no es una tarea aislada.

La segmentación es una herramienta tecnológica

La segmentación es una de las metodologías del Sarlaft y como tal debe ser aprobada por la junta directiva. Esta metodología debe ser llevada a la práctica mediante procesos que en su mayoría son responsabilidad del oficial de cumplimiento.

No se puede confundir la segmentación con la herramienta informática (software) que permite procesar la información y realizar algoritmos estadísticos. La segmentación no es solamente una herramienta tecnológica.

Tipos de segmentación

Las siguientes son las modalidades de segmentación más características en nuestro medio:

Segmentación descriptiva

Es aquella que si bien cumple con los fundamentos legales del numeral 4.2.2.2.2 y cuenta con sólidas bases estadísticas que pueden servir para describir los segmentos, no busca predecir el comportamiento de los clientes (o cualquier otro factor de riesgo).

Segmentación de expertos

Puede cumplir o no con los criterios mínimos establecidos en la norma, pero no emplea métodos estadísticos. Puede aportar mucho conocimiento por parte de quienes conocen los factores de riesgo, pero el procesamiento de los datos no se hace mediante herramientas estadísticas.

El tema discutible acá es la posibilidad de desarrollar segmentaciones válidas sin usar la estadística, pero su funcionalidad no está en duda.

Segmentación dinámica

Hay segmentaciones dinámicas que cambian en períodos de tiempo cortos como una semana o incluso un día. Estas sirven para propósitos de seguimiento transaccional, pero a menos que vayan acompañadas de labores de identificación y medición del riesgo, no se constituyen en una verdadera herramienta de gestión del riesgo.

Segmentación atada a la debida diligencia

Hay controles que requieren umbrales o rangos para su aplicación. La forma técnica de establecer estos controles es basándose en la segmentación. Por ejemplo, como fruto de la segmentación técnica de los factores de riesgo se establecen los montos que deben servir para determinar los clientes que deben ser visitados periódicamente.

Conclusiones generales

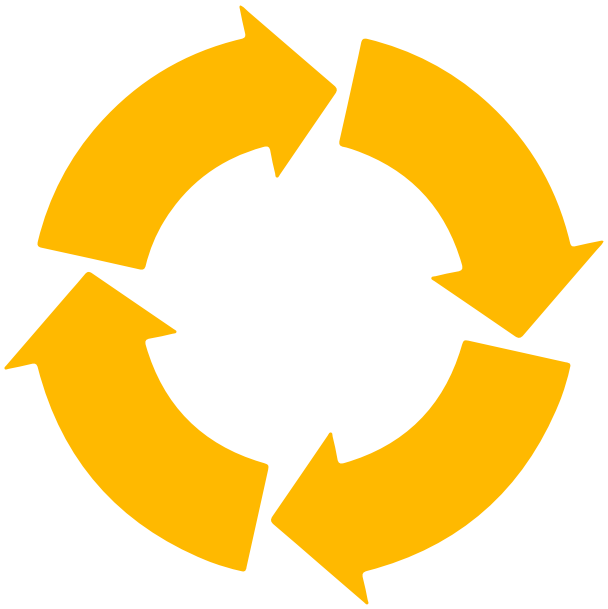
La segmentación es la base, la médula y el gran articulador de todo el Sarlaft, por lo tanto los errores conceptuales o de implementación en este tema afectan todo el sistema.

Consideramos muy desafortunado el nivel de detalle en los criterios de segmentación que establece el regulador, pues se alejan de la realidad y le quitan sustento técnico a la segmentación. Las entidades deben desarrollar metodologías innovadoras para integrar en la segmentación los dos propósitos principales que se exigen: medir riesgo y detectar.

De las diferentes herramientas estadísticas de segmentación, preferimos las que tienen características predictivas, pues sirven para realizar seguimiento transaccional. La integración de los resultados puramente estadísticos con el conocimiento del experto, así como la combinación de variables objetivas y subjetivas, es un factor que enriquece el modelo y lo hace más efectivo.

Es un momento oportuno para revisar la segmentación, por lo tanto, las entidades deben revisar sus elementos esenciales: definición de los elementos, técnica (o metodología), criterios y propósito.

Como parte del sistema, la segmentación debe estar integrada con otras etapas y elementos, principalmente con la identificación, la medición, los controles, la detección y el monitoreo. La segmentación no lo es todo, pero si debe estar integrada con todo.



Reingeniería del proceso de segmentación

La segmentación es una exigencia normativa que tiene utilidad más allá del mero cumplimiento legal. A continuación, Infolaft lo invita a que revise este proceso desde su labor diaria de cumplimiento. Al hacerlo, podrá ver que a través de la segmentación es posible determinar cuándo vincular o desvincular clientes, a cuáles se les debe hacer una debida diligencia reforzada y cómo estructurar señales de alerta.

Durante un foro realizado en 2016 el director de Infolaft,Alberto Lozano Vila, presentó una novedosa propuesta para mejorar el proceso de segmentación, toda vez que, según dijo, "es momento de superar la segmentación que sirve para el mero cumplimiento legal y pasar a aquella que sea útil realmente para la toma de decisiones estratégicas en las empresas".

Para ello, continuó, "no debemos conformarnos con la segmentación que exige la regulación y cuyo objetivo principal es hacer eficiente la gestión del riesgo de LA/FT de un grupo de elementos que conviene no gestionar de manera individual por los costos operativos. Es cierto que esta es la segmentación que se requiere para cumplir con la norma y así evitar sanciones del supervisor, pero existen otras segmentaciones que pueden ser aplicadas a la toma de decisiones estratégicas en cada empresa".

Reingeniería: variables nuevas y modelos adicionales de estadística

Hay tres decisiones básicas que se pueden tomar aplicando el método de la segmentación: (i) cuándo es procedente vincular o desvincular, (ii) cómo aplicar la debida diligencia según el nivel de riesgo (a mayor riesgo mayor control), y (iii) cuáles son las alertas que mejor se acomodan al perfil de riesgo de la organización.

Segmentación para la vinculación y desvinculación: eficiencia preventiva

La segmentación para la vinculación y desvinculación de clientes es un buen mecanismo para determinar cuáles son los clientes objetivo de la empresa y, por consiguiente, con qué personas no se quiere realizar transacciones ni operaciones. La particularidad radica en que para que la segmentación sirva para este fin se requiere incluir fuentes de información no estadística que aporten más datos sobre los clientes.

Así, resulta indispensable tener como base para el conocimiento de los objetos que serán segmentados la mayor cantidad de datos de prensa y de información pública disponible, la retroalimentación que las autoridades hacen a través de documentos que aporten información sobre empresas y las sentencias judiciales en firme.

Una vez se han definido las fuentes de información no estadística que se van a utilizar en el modelo, el paso siguiente debe ser la estructuración de políticas que se traduzcan en reglas prácticas tanto para la conformación de los segmentos como para gestionar cada uno de ellos, por ejemplo imponiendo criterios de prudencia frente a cierto tipo de contrapartes (como pueden ser no vincular tipos societarios anónimos o entidades públicas, preferir vincular multinacionales, desvincular positivos de la lista de la Ofac, etc.).

De esta manera, al segmentar a los clientes de acuerdo con información pública no estadística es posible agruparlos según un perfil de riesgo más cercano a la realidad y, por ende, es posible decidir con más elementos de juicio de su vinculación o desvinculación.

La pregunta que responde esta segmentación es: ¿vinculo/ no vinculo/ desvinculo a determinado cliente?

Segmentación para la debida diligencia: eficiencia operativa

Si bien la debida diligencia es un proceso que es exigido por la normatividad de prevención del LA/FT, la regulación no contempla de forma detallada asuntos importantes concernientes a ella como son los controles diferenciales según el nivel de riesgo, que hacen referencia a la necesidad de estructurar tres niveles de debida diligencia (simplificada, normal y reforzada) de acuerdo con el nivel de riesgo de las contrapartes para aplicar medidas de gestión especiales para cada segmento.

Para lograr este objetivo, como parece obvio, es necesario partir de segmentar a los clientes en tres grupos según su perfil de riesgo para así determinar a cuál segmento se le debe aplicar la debida diligencia simplificada, a cuál la estándar y a cuál la reforzada.

La pregunta que responde esta segmentación es: ¿a qué clientes les hago debida diligencia simplificada/ normal/ reforzada?

Segmentación para generar alertas: eficiencia 'detectiva'

Si bien la segmentación no resulta ser el mejor método para generar una alerta, pues en la actualidad existen esquemas de banderas rojas menos complejos y más efectivos, este método resulta oportuno a la hora de robustecer un sistema de señales de alerta existente.

En este caso, partiendo del conocimiento de los segmentos existentes, lo recomendable es iniciar un proceso de observación del comportamiento de los objetos segmentados para definir señales de alerta cuando una persona cambia de segmento (por ejemplo, del de las pymes al de grandes empresas), o cuando, sin cambiar de segmento, una persona comienza a comportarse de forma muy diferente a los otros componentes del grupo.

Además de esto, utilizando la segmentación, también es posible establecer alertas determinadas para cada uno de los segmentos. Por ejemplo, es factible decir que en el segmento de las multinacionales no se usa el efectivo y, así, si alguno en ese conjunto realiza una transacción en efectivo, se genera una alerta.

La pregunta que responde este tipo de segmentación es: ¿cuándo es inusual el comportamiento de un cliente?

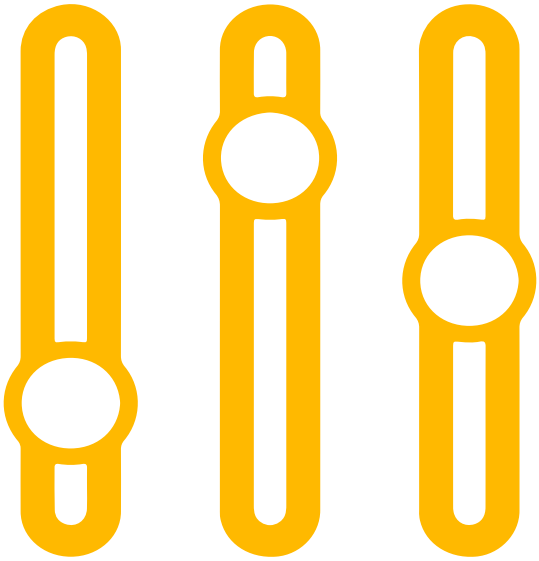
Lo que se puede hacer hoy

Más allá de esta propuesta holística de estrategia corporativa que llama a utilizar la segmentación en varios procesos de decisión, y que puede requerir de un esfuerzo considerable por parte del área de cumplimiento para su implementación, desde ya hay varias maneras sencillas de empezar a robustecer el sistema de segmentación actual desde las tareas diarias del ciclo de gestión del riesgo de LA/FT:

- Dele a cada uno de los segmentos un nombre derivado de sus componentes o sus características, esto con el fin de que esta verbalización sirva de referencia nemotécnica para los encargados de los procesos de cumplimiento y facilite la comunicación entre diferentes áreas cuando la gestión del riesgo exige la intervención de varias de ellas.

- Tenga en cuenta que, si bien una segmentación ideal sería una que dijera con exactitud cuáles son los clientes buenos y malos, hoy existen obstáculos que dificultan este objetivos, tales como son la baja calidad y la falta de completitud de la información que se utiliza.

- Reconozca que, a través de su segmentación, usted ya cuenta con información importante de cada segmento: quiénes se categorizan como personas expuestas políticamente, en dónde se han presentado la mayor cantidad de operaciones inusuales, qué segmento ha generado mayor número de reportes de operaciones sospechosas, cuál es el perfil de comportamiento transaccional de ciertos clientes y cómo varía de periodo a periodo, entre otros.



¿Qué ha dicho la Superfinanciera sobre la segmentación?

En las últimas sanciones relacionadas con la aplicación del Sarlaft la Superfinanciera ha realizado precisiones sobre la obligación que tienen las entidades vigiladas en materia de segmentación de los factores de riesgo de LA/FT. A continuación Infolaft presenta las consideraciones más relevantes en este respecto.

En el año 2013 la Superintendencia Financiera de Colombia expidió dos resoluciones sancionatorias relacionadas con el incumplimiento de las obligaciones establecidas en el Sarlaft.

Dentro de las mencionadas sanciones uno de los aspectos sobre los cuales la Superfinanciera realizó consideraciones fue el cumplimiento que las entidades vigiladas deben dar a la obligación de segmentar cada uno de los factores de riesgo, la cual está establecida en el numeral 4.2.2.3.2. del Sarlaft.

En relación con este tema el regulador financiero se pronunció de la siguiente forma:

La metodología de segmentación debe estar en el manual Sarlaft

La Superfinanciera evidenció en una entidad vigilada que la metodología de segmentación adoptada se encontraba en un documento aparte y no dentro del manual de procedimientos Sarlaft. En este sentido señaló que las metodologías de segmentación de los factores de riesgo "(…) deben estar obligatoriamente incorporadas en el manual de procedimientos Sarlaft, al margen de que, (…) puedan estar contenidas en un documento adicional".

En complemento de lo anterior el regulador indicó que "(...) si cada uno de los aspectos que deben estar contenidos en el manual se encuentran desagregados, ello sin lugar a duda, además de dificultar su consulta, resta certeza a su integridad, confiabilidad y disponibilidad (…)".

Conforme lo expresado por la Superintendencia es importante resaltar que aunque la entidad cuente con documentos adicionales en donde se encuentre la metodología de segmentación o su desarrollo, esta metodología deberá estar incluida de manera obligatoria en el manual Sarlaft. De no tenerlo la entidad se podría ver expuesta a una posible sanción.

En la documentación adicional la entidad vigilada puede incorporar el desarrollo y la aplicación de la metodología que previamente ha adoptado a través de su junta directiva y que fue diseñada por el oficial de cumplimiento. En el manual de procedimientos se debe indicar de manera expresa el nombre de dicha metodología y los pasos que se van a seguir para llevar a cabo la tarea.

Así mismo, en tales documentos se deberá dejar documentado el proceso que siguió para aplicar la metodología adoptada, la utilización de las variables mínimas exigidas por el Sarlaft y los resultados obtenidos con la segmentación.

Segmentación y detección de alertas

En las sanciones analizadas, la Superintendencia señaló que la entidad vigilada utilizando "(…) la información propia de los clientes, pretendía efectuar la segmentación del riesgo productos, lo que impedía además hacer un correcto monitoreo de las operaciones".

En concordancia con lo anterior la Superfinanciera indicó que el seguimiento de las operaciones se hacia "(…) a partir de características propias del factor de riesgo clientes y no del factor de riesgo productos, pues la información que tenía y que utilizaba para este último (…)" no estaba asociada a los productos, sino a sus clientes.

Como resultado de lo anterior la Superintendencia afirmó que la entidad vigilada apenas podía "(…) detectar operaciones inusuales asociadas al factor de riesgo productos, pues al considerar para este los mismos datos que para el factor de riesgo clientes, no podrían generarse las alertas que deberían provenir de aquel".

De acuerdo con los apartes citados, al realizar la segmentación de los factores de ries-

go las entidades vigiladas deberán tener en cuenta los criterios establecidos en el Sarlaft en el numeral 4.2.2.3.2. para cada uno de los factores de riesgo, para lo cual al momento de realizar el análisis de la información solicitada se deberán tener en cuenta dichos criterios.

En el caso del factor de riesgo productos la entidad deberá tener en cuenta la naturaleza, características y nicho de mercado o destinatarios de los productos, entendidos como las operaciones legalmente autorizadas que pueden adelantar las entidades vigiladas mediante la celebración de un contrato.

En relación con la detección de operaciones inusuales la entidad deberá generar alertas que provengan de la segmentación para cada uno de los factores de riesgo, teniendo en cuenta los segmentos resultantes.

Segmentación del factor de riesgo canales de distribución

Respecto del factor de riesgo canal de distribución, la Superfinanciera define en la resolución sancionatoria lo que para ella es ese factor de riesgo y lo determina como "(…) aquellos conductos o medios utilizados por una entidad vigilada para ofrecer sus productos y prestar sus servicios a clientes y usuarios".

Con base en la anterior definición la Superintendencia considera que dentro de la segmentación de los canales de distribución las entidades vigiladas deben tener en cuenta las cuentas bancarias que ponen a disposición de sus clientes para facilitar la realización de las operaciones. Al respecto, señaló que "(…) no puede desconocerse que tales instrumentos (las cuentas bancarias que tiene la entidad a disposición de sus clientes) podían ser utilizados para el lavado de activos, en tanto allí eran depositados los recursos dispuestos por cualquiera de los clientes para realizar operaciones".

Conforme lo anterior, la entidad vigilada debe considerar las cuentas bancarias que la entidad ponga a disposición de sus clientes para llevar a cabo el recaudo de recursos como factor de riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo (LA/FT) asociado a los canales de distribución.

En este orden de ideas, tales cuentas bancarias deberán ser incluidas en la segmentación que se haga a los canales de distribución, teniendo en cuenta los criterios mínimos establecidos en el Sarlaft.

Lecciones aprendidas de la sanción contra un banco por omitir variables mínimas

La Superintendencia Financiera multó, a finales de 2017, a un banco que opera en Colombia por fallas en su proceso de segmentación. Una de las conclusiones es que la metodología de expertos no garantiza la homogeneidad ni heterogeneidad entre los segmentos.

Por medio de la resolución 1578 de 2016 la Superintendencia Financiera le impuso una millonaria multa a un banco que opera en Colombia por diversas fallas en su sistema de administración del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo (Sarlaft).

Entre los incumplimientos se cuentan los siguientes: el personal de cumplimiento no cumplía con los perfiles establecidos, problemas con la infraestructura tecnológica, inconsistencias en la detección de operaciones inusuales, fallas en el proceso de conocimiento del cliente, la junta directiva no se pronunció sobre todos los puntos del informe del oficial de cumplimiento y la metodología de segmentación no contenía las variables mínimas.

En lo referente a los problemas con la segmentación de factores de riesgo, la comisión de inspección de la Superfinanciera encontró en una visita que el banco "no había acogido una metodología de segmentación definida, por cuanto acudía a una serie de variables, fuentes de criterio y consulta, cuyo desarrollo se apartaba de las condiciones y criterios mínimos de necesaria observancia por parte de las entidades vigiladas, en aplicación de la norma Sarlaft".

Según la resolución sancionatoria, el banco "aplicaba una metodología de expertos cualitativa de segmentación de los factores de riesgo" basada en el mercado objetivo de la entidad, características de dicho mercado, experiencia relevante, prácticas y experiencia de la industria, literatura relevante, entre otra información.

Por ejemplo, el banco segmentó el factor de riesgo cliente en siete categorías:

1. PEP.
2. Asalariado/pensionado.
3. Independiente con actividad económica de alto riesgo.
4. Independiente con otro tipo de actividad económica.
5. Persona natural que depende económicamente de un tercero vinculado.
6. Persona jurídica con actividad económica de alto riesgo.
7. Persona jurídica con otro tipo de actividad económica.

La Superintendencia encontró que el banco no incluyó el volumen o frecuencia de las transacciones, ni el monto de egresos, ingresos y patrimonio dentro de las variables de segmentación, en clara violación de lo exigido en el numeral 4.2.2.3.2.1 del Sarlaft, el cual define unas variables mínimas.

Algo similar ocurrió con los otros factores de riesgo. La Superfinanciera observó que el banco no tuvo en cuenta las variables mínimas de naturaleza, características y nicho de mercado para segmentar los productos, canales y jurisdicciones.

En uno de los apartes de la resolución se lee que "(…) la entidad no estaba segmentando los factores de riesgo de acuerdo con las características particulares definidas para cada uno de ellos, lo que necesariamente conlleva a que no se garantizara la homogeneidad al interior de cada uno de los segmentos y la heterogeneidad entre estos".

En su defensa, el banco sostuvo que tenía una baja exposición al riesgo de LA/FT de acuerdo con las características de los productos ofrecidos. Además, agregó que dentro de su esquema de monitoreo tuvo en cuenta unas señales de alerta extraídas de las tipologías de lavado de activos más comunes.

No obstante lo anterior y una vez finalizó la visita, el banco contrató una consultoría que le permitiera "(…) robustecer la manera como estaba segmentando los factores de riesgo y las variables que estaba teniendo en cuenta".

Este trabajo no fue tenido en cuenta por el supervisor por haberse realizado luego de la visita,

Respecto al supuesto bajo riesgo de LA/FT al que estaba expuesto el banco, la Superfinanciera señaló que “mal hace el banco en pretender justificar su conducta equivocada y omisiva, con el supuesto bajo riesgo al que se encontraba expuesto, pues en el eventual caso de que ello fuera cierto, requería del cumplimiento normativo para, precisamente evitar ser usado para el lavado de activos y para la financiación del terrorismo, que es su propósito”.

Bancos no deberían usar método de expertos: Lozano Consultores

La Superintendencia Financiera sostiene en la resolución sancionatoria que la metodología definida por el banco no garantizaba la homogeneidad al interior de cada uno de los segmentos y la heterogeneidad entre estos.

Según Juan Manuel Narváez, consultor senior de Lozano Consultores, “tal vez el mensaje más importante que la Superfinanciera envía a sus vigiladas es que la metodología de expertos no garantiza el cumplimiento de la norma y por ende no deberían usarla”.

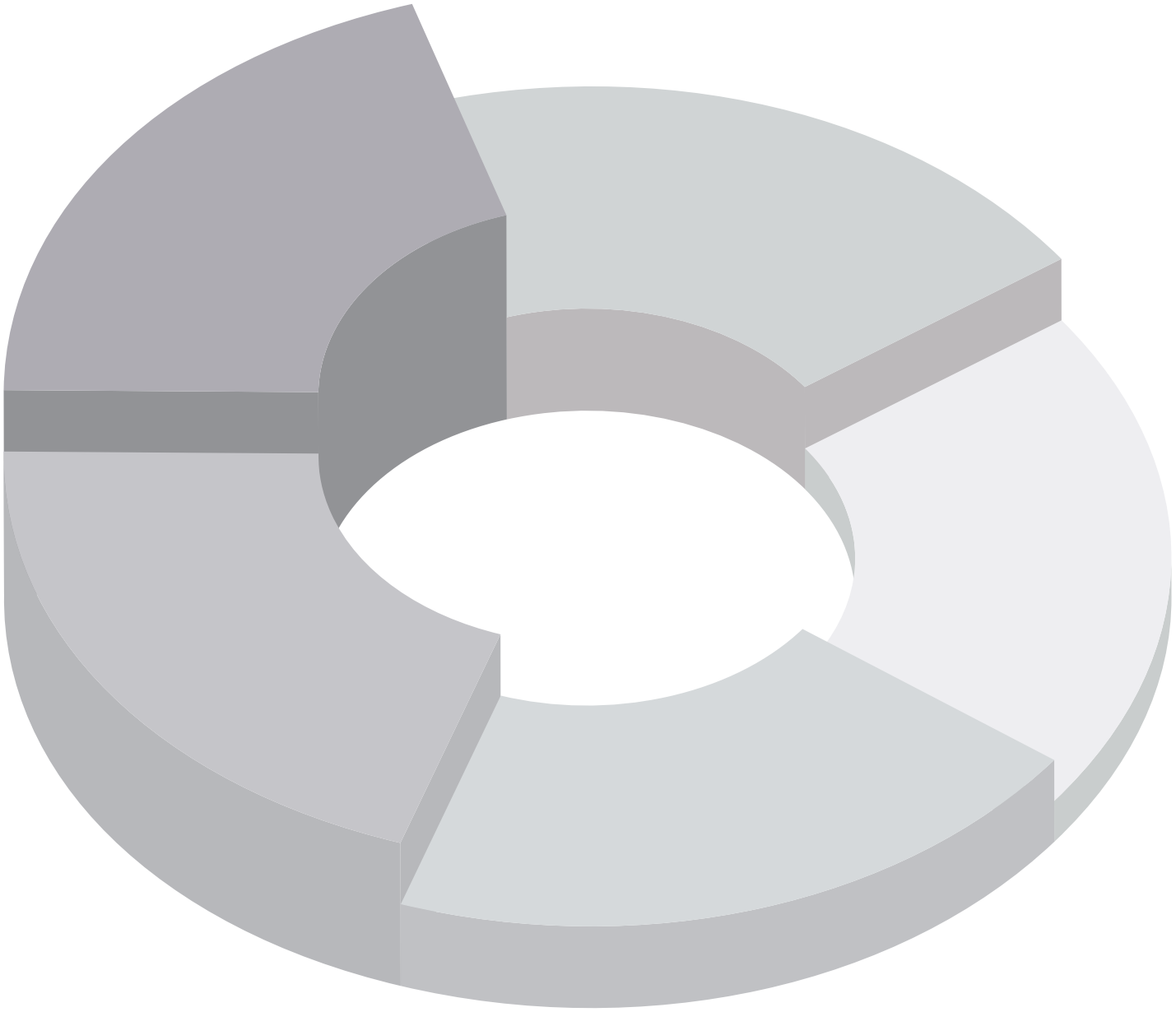
En palabras de Narváez, “las entidades financieras deberían recurrir a otro tipo de metodologías que incluyan elementos de minería de datos y estadística, ya que solo por esa vía es posible garantizar la homogeneidad al interior de los segmentos y la heterogeneidad entre estos”.

¿Tiene dudas o problemas con la segmentación de factores de riesgo?

Lozano Consultores, la firma líder en el diseño e implementación de sistemas contra el LA/FT, lo puede asesorar.

Tenemos amplía experiencia y hemos apoyado los procesos de diseño y rediseño de la segmentación de empresas vigiladas por la Superfinanciera, la Supersociedades, la Dian, la Supersalud, la Supersolidaria, entre otras.

Consulte nuestro sitio web www.lozano-consultores.com o escríbanos a comunicaciones@infolaft.com



infolaft

LOZANO

Consultores en Prevención de Riesgo LA/FT