



DECISIO



Herramientas y Estrategias para la Prevención del Lavado de Activos.

por Daniel G. Perrotta

Julio 2012 - Publicado también en www.prevenciondelavado.com



Consideraciones Generales

La normativa vigente establece en forma expresa la necesidad de adoptar estrategias y herramientas para prevenir y detectar el delito de la LA/FT, atendiendo a que las mismas resultan imprescindibles para componer un marco acorde de prevención del delito

Ninguna estrategia ni herramienta es excluyente de las demás, por el contrario son todas complementarias, necesarias y deben ser desarrolladas bajo esa lógica.

Los Sujetos Obligados, deberán diseñar el marco, su estructura aplicar las herramientas, conforme su grado de exposición al riesgo.



El diseño de una estrategia

El diseño de una estrategia acorde, requiere de una específica estructuración que debe apoyarse en **3 Pilares: el Gobierno Corporativo (o Societario), la Estructura Específica responsable de la prevención y los Procesos de Gestión.**

En primer lugar entonces, el Gobierno Corporativo es quien a la luz del grado de exposición a los riesgos de la Entidad, define las estrategias y las políticas de gestión.

Este compromiso de alto nivel es exigido por la normativa vigente, pero esto no es suficiente a los fines de la efectividad del modelo, además es crítica y fundamental la real adhesión de la Dirección a dichos principios.

Asimismo es recomendable que los Planes Estratégicos de las Entidades, se encuentren alineados con todas las políticas definidas por el Directorio, incluyendo también las referidas a la prevención del lavado de activos. Esta práctica presenta varias ventajas, ya que no sólo demuestra la adhesión de la Alta Dirección a los principios, sino que además desde la práctica resulta imprescindible por ejemplo, que los Planes Comerciales consideren la exposición a los riesgos de lavado.

No resulta suficiente a los fines de mantener los riesgos de lavado dentro de los criterios de aceptados por la Dirección, que los objetivos en esta materia sólo impacten a las áreas operativas o legales. La Política de Conozca a su Cliente debe ser plasmada en procesos ejecutados por áreas comerciales y controlados desde las áreas operativas.

El segundo pilar de este marco lo constituye la estructura aplicada a la prevención. La normativa define al Oficial de Cumplimiento, como excluyente responsable detallando de modo enuncia-



tivo las responsabilidades. Por su parte designa al Directorio como responsable de la definición de las políticas y solidaria e ilimitadamente responsable junto al Oficial, en materia de reporte de operaciones. También establece funciones específicas a Auditoría Interna, Recursos Humanos y en general a todo el Personal.

Ahora bien, la estructura que la Entidad define como sostén de la prevención del delito, debe configurarse, más allá de las exigencias normativas, considerando específicamente el grado de exposición a los riesgos que enfrenta la misma.

En función a esto, puede resultar conveniente o necesario, un Comité de Control (obligatorio por normas del BCRA para las Entidades Financieras), o un área de soporte específico en la materia en la cual el Oficial pueda delegar parte de las operaciones y funciones, por ejemplo.

El último pilar, lo componen los Procesos de Gestión y las herramientas adoptadas por la Entidad, los cuales también deben ser desarrollados considerando la exposición a los riesgos de la misma. Por ejemplo, la adopción de distintos procedimientos reforzados de identificación, estará definida por la existencia en la cartera de clientes de perfiles con alto riesgo.



Las herramientas

En forma implícita o explícita, las Resoluciones de la UIF definen como obligatorias las siguientes: la debida diligencia, el conozca a su cliente, las señales de alerta, los perfiles y las matrices de riesgo.

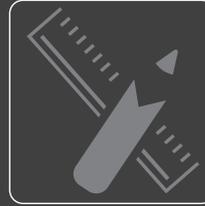


La Debida Diligencia

Es quizás la herramienta más abstracta de todas. En lo que se refiere a la Prevención del Lavado de Dinero, la Debida Diligencia implica el mantenimiento de relaciones con el Cliente, identificando en forma fehacientemente su identidad, la documentación respaldatoria, el origen de los fondos y previendo esquemas de controles cruzados para minimizar los riesgos consecuentes.

La Entidad debe adoptar niveles de debida diligencia, consecuentes como ya se ha expresado, con la exposición al riesgo, entonces puede hablarse de:

- **Debida Diligencia Simplificada:** que incluye para los niveles de menor riesgo, controles básicos y mínimos, tales como la revisión ciertas de anomalías o inconsistencias en la documentación.
- **Debida Diligencia Limitada:** en un nivel superior de exposición al riesgo corresponde definir y adoptar procesos de mayor control, por ejemplo las consultas a bases de datos.
- **Debida Diligencia Estándar:** para niveles de riesgo normal, los procesos incluyen la definición de la información y documentación mínima a requerir al Cliente y el control de validez y veracidad de los mismos.
- **Debida Diligencia Reforzada:** aplicable en niveles de Clientes u operaciones de mayor riesgo, con procedimientos reforzados de identificación.



Conozca a su Cliente

La Política de Conozca a su Cliente puede ser entendida como el esfuerzo organizado para recolectar toda aquella información relevante que permite detectar y analizar operaciones normales, inusuales o sospechosas.

Persigue un doble propósito, por un lado sirve como medida disuasiva para alejar lavadores, toda vez que las exigencias en esta materia repelen a quienes permanentemente testean los mercados para detectar las entidades más laxas y por otro y principalmente, para detectar operaciones inusuales y determinar las sospechosas.

Debe ser parte integral del negocio e integrada a los esfuerzos por conocer al Cliente de otras áreas.

Vale la aclaración que la Política de identificar, verificar y conocer a sus Clientes y la prohibición de prestar servicios a personas no identificadas, no es una decisión facultativa sino una obligación legal. Es muy importante que sea entendido así por todos los Sujetos Obligados, aún en aquellos en los cuales no sea práctica habitual el solicitar información detallada o confeccionar y administrar legajos. Si no se conoce al Cliente es imposible detectar una operación inusual.

Si no se conoce al Cliente es imposible detectar una operación inusual.



Los Perfiles

El Perfil del Cliente, es uno de los controles detectores más importantes en la problemática del lavado de activos. Permiten determinar entre el universo total de transacciones procesadas, aquellas que puedan calificarse como inusuales.

Se elaboran en base a datos socioeconómicos y se definen en consecuencia las “operaciones esperadas y factibles” a realizar por los clientes, ya sea tipo de operación, monto, cantidad de operaciones y otras variables, considerando la naturaleza misma del modelo transaccional.

No puede definirse a priori un número de perfiles ideal. El número depende de diversos factores tales como los tipos de cliente que atiende la entidad, los datos socioeconómicos con que se cuentan y su actualización, y los sistemas aplicativos de la entidad, entre otros.



Los perfiles son de carácter dinámicos y deben ser revisados periódicamente. Para su aplicación práctica deben considerarse todos aquellos clientes que pertenezcan a un mismo perfil definido. Luego se construye la variable de control, por ejemplo, el monto

transaccional mensual, para el “cliente objetivo” o “promedio” del perfil durante un lapso acorde de tiempo y finalmente se analiza cada operación conforme su alejamiento respecto al comportamiento del mencionado “cliente objetivo” o promedio.

Detectada una inusualidad, se debe, mediante una constatación objetiva, descartar las hipótesis que puedan explicar la legalidad o racionalidad de la operación. Esto implica detectar, por ejemplo, información incorrecta, Cliente mal perfilado, cambios en la actividad o en la situación patrimonial y cualquier otra explicación razonable.

Si, aún luego de efectuarse dicha constatación subsisten las dudas respecto a la legitimidad de la Operación, la misma debe ser denunciada como Sospechosa.

El Perfil del Cliente, es uno de los controles detectores más importantes en la problemática del lavado de activos. Permiten determinar entre el universo total de transacciones procesadas, aquellas que puedan calificarse como inusuales.



Alertas



Las alertas facilitan o ayudan a detectar información, conductas o actividades que podrían presu- poner maniobras tendientes a lavar activos. Pueden representarse en indicadores con umbra- les de normalidad, cuyo salto resalten conductas fuera de lo esperado.

Es sabido que el lavador profesional, utiliza sus propios métodos conocidos como “tipologías” en pos de disfrazar su actividad delictiva. A su vez aprovechan la circunstancia de que no todas las operaciones que revisten alguna característica inusual, son necesariamente operaciones sospe- chosas u operaciones propias de lavado. Esto complejiza la acción de detección por parte de los sujetos obligados.

Las señales de alerta requieren conocer con detalle las tipologías de lavado, para que conforme la propia matriz de riesgos de la Entidad, se constituyan en una barrera adicional de control.

Existen listas genéricas que contienen señales de alerta elaboradas por distintos organismos recto- res, las cuales sin duda sirven de base para la elaboración de las propias por parte de cada sujeto obligado. Pero es importante destacar que las señales deben ser adaptadas a las condiciones propias de cada entidad, considerando sus factores de riesgo, sus clientes, sus productos, el ámbito geográfi- co donde opera entre otros puntos.

Existen infinidad de alertas, las mismas pueden ser automáticas (cuando surgen de algún aplicativo informático) o humanas/manuales (surgen de la experiencia de empleados y representantes). En este sentido, el olfato y la experiencia de los empleados no debe ser subestimado, dado que muchas veces, estas sospechas están fundadas, y permiten descubrir operaciones inusuales.

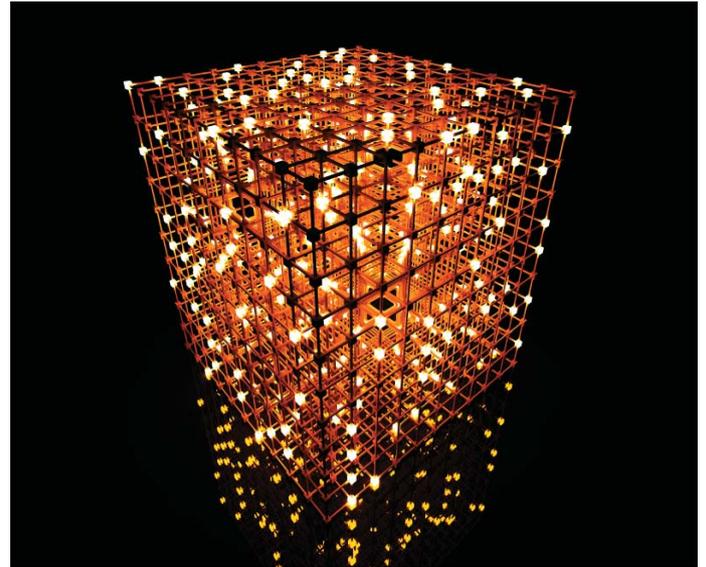
Algunas alertas tradicionales son, personas físicas o jurídicas que realizan las primeras operaciones en el mercado y carecen de un historial, cambios desproporcionados, injustificados o inusuales en las transacciones de los clientes, utilización de efectivos para grandes montos, en caso de empresas, desarrollar actividades distintas a las establecidas en el objeto social, estados financieros dudosos, fallas o inconsistencias en la documentación y el respaldo de cierta información en relación al cliente. A su vez, existen además alertas típicas según la transacción a realizar con el cliente o el tipo de producto a operar.



La Matriz de Riesgo

En primer lugar, corresponde definir que se entiende por Riesgo de Lavado, siendo éste la posibilidad de la Entidad de sufrir pérdidas, derivadas de ser utilizada como instrumento para lavar activos y/o canalizar recursos para el terrorismo, impactando en su reputación y en la del sistema financiero en general.

Considerar la prevención de lavado de dinero, bajo la concepción de la gestión del riesgo implica la adopción de un método lógico y sistemático consistente en identificar, analizar, evaluar, controlar, monitorear y mitigar los riesgos asociados con esa actividad.



En términos restrictivos entonces la administración del riesgo de LD/FT consiste en definir y establecer una estrategia orientada a identificar, valorar, tratar y controlar eventos potenciales de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo que pudieran afectar a la Entidad, con el fin de prevenirlos, detectarlos y mitigarlos oportunamente.

Puede afirmarse que la Matriz de Riesgo, debería ser la primera de las herramientas a aplicar, toda vez que mide el grado de exposición que presenta la Entidad, base fundamental para el desarrollo de las estrategias y demás herramientas.

El sistema se compone de todas las políticas, procedimientos, documentación, estructura organizacional, órganos de control, infraestructura tecnológica y capacitación y divulgación de aspectos ligados a la prevención del delito, mediante los cuales el sujeto obligado establece un marco de protección, mitigando las amenazas de ser utilizadas como canal para el lavado de activos.

El objetivo de la gestión basada en riesgos, consiste reducir la probabilidad de ser utilizado como un instrumento para llevar adelante el delito legalización de activos, producto de actividades de Lavado. También, tiene como fin el mitigar los riesgos de pérdida emergentes conjuntamente con los riesgos asociados, tales como de reputación, operativo y de contagio.



CONCLUSIONES



El correcto diseño de las herramientas mencionadas, requiere considerar previamente una serie de factores determinantes, los cuales definen y configuran las características estructurales necesarias de dicho herramental.

El primero de ellos consiste en la estrategia definida en el marco del grado de exposición al riesgo. Esto implica que las herramientas serán distintas conforme su exposición, exigiendo desarrollos de mayor orden, cuando se trate de entidades cuyos clientes, sus productos o la región donde opera, sean de mayores riesgos.

También son factores determinantes, el real conocimiento del Cliente, la calidad de los datos almacenados, la tecnología y los sistemas aplicativos.

No tomar en cuenta todos estos considerandos, limitará la efectividad de las herramientas mitigantes.



DECISIO

En Argentina:

3 de Febrero 2823 - Piso 2 - C1429BFA - C.A.B.A.

Tel: +54 - 11 - 4780-5967

En Colombia:

Calle 90 No. 11-44 | Oficina 103 | Bogotá.

Tel: 571-618-3777

Decisio es una empresa que brinda servicios de consultoría con un alto grado de compromiso con los resultados a obtener y un claro alineamiento a las mejores prácticas internacionales en las disciplinas y problemáticas inherentes a nuestros servicios. Nuestra preocupación es la permanente actualización y optimización de propuestas y del portfolio de soluciones.

¿Más información sobre Prevención del Lavado de Dinero?

Contáctenos o visite nuestro website

www.decisiola.com

Decisio S.A.

Asesoramiento y Capacitación en Gobierno Corporativo, Gestión Integral de Riesgos, Prevención del Lavado de Dinero y Protección al Consumidor Financiero