

**REF.: EJECUTA ACUERDO DEL CONSEJO DE LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO QUE APRUEBA EL DOCUMENTO DE POLÍTICA DENOMINADO DESARROLLO DE ESTÁNDARES Y PRINCIPIOS GENERALES EN MATERIA DE CONDUCTA DE MERCADO, REFERIDOS A PROTECCIÓN AL CLIENTE FINANCIERO, Y SU PUBLICACION PARA COMENTARIOS**

---

**SANTIAGO, 22 de junio de 2021**

**RESOLUCIÓN EXENTA N° 3176**

**VISTOS:**

Lo dispuesto en el D.L. N° 3.538, de 1980, que Crea la Comisión para el Mercado Financiero; en el D.F.L N° 1/19.653, del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, de 2001, que Fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado de la Ley N°18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; en la Ley N°19.880 que Establece Bases de los Procedimientos Administrativos que Rigen los Actos de la Administración del Estado; en el Decreto Supremo N°437 de 15 de marzo de 2018 del Ministerio de Hacienda; en la Resolución N°2786 que aprueba la Política de Publicaciones CMF para Documentos No Habituales e Informes Institucionales; y en el artículo 17 de la Norma Interna de Funcionamiento de la Comisión para el Mercado Financiero contenida en la Resolución Exenta N°1857 de 30 de marzo de 2021

**CONSIDERANDO:**

1. Que, la Comisión para el Mercado Financiero, en adelante CMF, es un servicio público descentralizado, de carácter técnico, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, que se relaciona con el Presidente de la República a través del Ministerio de Hacienda, cuya misión es velar por el correcto funcionamiento, desarrollo y estabilidad del mercado financiero, facilitando la participación de los agentes de mercado y promoviendo el cuidado de la fe pública, para lo cual deberá mantener una visión integral y sistémica del mercado, considerando los intereses de los inversionistas, depositantes y asegurados, así como el resguardo del interés público.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

2. Que, la CMF tiene entre sus proyectos estratégicos 2020-2022 el desarrollo de una norma de gestión en conducta de mercado, enfocada en la relación de las entidades fiscalizadas por esta Comisión con sus clientes, así como la publicación de una Política de Supervisión de Conducta de Mercado integrada, que recoja la aplicación del marco normativo vigente a nivel de procesos por parte de la CMF.
3. Que, en el contexto anterior, se elaboró un Documento de Política denominado: “Desarrollo de Estándares y Principios Generales en materia de Conducta de Mercado Referidos a Protección al Cliente Financiero”, que junto con la retroalimentación que se genere a partir de su difusión con las entidades financieras y público en general, servirán de base para el desarrollo de la citada norma de gestión enfocada Protección al Cliente Financiero y la Política de Supervisión.
4. Que, de conformidad al N°1 del artículo 20 del Decreto Ley N°3.538, corresponderá al Consejo de la CMF ejercer las atribuciones y cumplir las funciones que la ley le encomiende a la Comisión.
5. Que, el Consejo de la CMF, en su Sesión Ordinaria N°240, celebrada el día 17 de junio de 2021, acordó aprobar el Documento de Política denominado: “Desarrollo de Estándares y Principios Generales en materia de Conducta de Mercado Referidos a Protección al Cliente Financiero”, así como su publicación para comentarios a contar de la fecha de su publicación.
6. Que, en lo pertinente, el artículo 17 de la Normativa Interna de Funcionamiento del Consejo de la CMF, señala que *“dichos acuerdos podrán llevarse a efecto una vez emitido por el Ministro de Fe un certificado del acuerdo, sin esperar la suscripción del Acta por los comisionados presentes en la Sesión. Dicho certificado se citará en el acto o resolución que formalice el acuerdo”*. En virtud de lo anterior, se emitió certificado de fecha 17 de junio de 2021, suscrito por el Secretario General de la CMF, donde consta el referido acuerdo.
7. Que, conforme lo dispuesto en el inciso séptimo del artículo 3 de la Ley N° 19.880 y en el numeral 1 del artículo 21 de la Ley Orgánica, corresponde al Presidente de la CMF ejecutar y dar cumplimiento a los acuerdos adoptados por el Consejo de la CMF.

#### **RESUELVO:**

**EJECÚTESE** el acuerdo del Consejo de la Comisión para el Mercado Financiero, adoptado en su Sesión Ordinaria N° 240, celebrada el 17 de junio de 2021, en los siguientes términos:

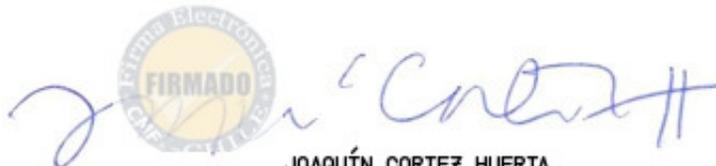
Apruébase el Documento de Política: “DESARROLLO DE ESTÁNDARES Y PRINCIPIOS GENERALES EN MATERIA DE CONDUCTA DE MERCADO REFERIDOS A PROTECCIÓN AL CLIENTE FINANCIERO”, cuyo texto íntegro se adjunta a la presente resolución, así como su publicación para comentarios a contar de la fecha de su publicación.

GBR / DGS / JAG

Anótese, Comuníquese y Archívese.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Cortez H.', is written over a circular digital signature stamp. The stamp is yellow with a grey border and contains the word 'FIRMADO' in the center. The outer ring of the stamp contains the text 'Sistema Electrónico' at the top and 'CMF' at the bottom.

JOAQUÍN CORTEZ HUERTA  
PRESIDENTE  
COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

**Documento de Política:**

# **Desarrollo de estándares y principios generales en materia de Conducta de Mercado referidos a Protección al Cliente Financiero**

junio 2021



cmfchile.cl

Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

**Documento de Política**  
**Versión para discusión pública (\*)**

**Estándares y principios generales en materia  
de Conducta de Mercado referidos a  
Protección al Cliente Financiero**

junio 2021

Los Documentos de Política expresan la visión de la Comisión y su Consejo sobre temas relevantes para la industria bajo fiscalización, en atención a su mandato institucional. Por su naturaleza, no constituyen una instrucción normativa ni una política de supervisión, sino una guía del estándar o mejores prácticas esperadas por la CMF.

(\*) Se invita a enviar comentarios a la casilla [estandaresyprincipiosdecdm@cmfchile.cl](mailto:estandaresyprincipiosdecdm@cmfchile.cl)



*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N*

## Contenido

1.	Resumen Ejecutivo.....	4
2.	Marco general y estándares de referencia .....	6
3.	Definiciones conceptuales .....	10
4.	Marco legal y regulatorio general aplicado en la CMF en CdM con foco en PCF.....	12
5.	Sentido de la fiscalización de CdM y descripción de su aplicación en la CMF .....	16
6.	Limitaciones del enfoque actual de supervisión de Conducta de Mercado de la CMF .....	19
7.	Nuevo enfoque de supervisión de CdM en PCF .....	20
8.	Los cinco principios de conducta de mercado para entidades financieras .....	21
9.	Síntesis y reflexiones finales.....	31
10.	Bibliografía.....	34



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## 1. Resumen Ejecutivo

El mandato legal que tiene la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) es velar por el buen funcionamiento del mercado financiero, considerando los intereses de los inversionistas, depositantes y asegurados, así como el resguardo del interés público. Para cumplir este mandato, la CMF supervisa la solvencia y la conducta en el mercado financiero, resguardando un adecuado comportamiento de los actores que participan en él.

La supervisión de Conducta de Mercado (CdM), foco de este trabajo, se basa en dos pilares. El primer pilar tiene como objeto resguardar la existencia de un mercado de valores transparente e íntegro, en el que las entidades bajo supervisión reporten información al público fidedigna, donde no se generen abusos ni manipulaciones por los actores que actúen en dicho mercado, y donde se resguarden los derechos de los accionistas minoritarios.

El segundo pilar de la CdM busca la Protección al Cliente Financiero (PCF), propiciando un trato justo hacia ellos en el proceso de comercialización y durante la vigencia del contrato financiero. Este es, precisamente, el sentido del presente Documento de Política. Así, tomando como base el marco jurídico vigente y los más altos estándares internacionales en la materia, se desarrollan en este trabajo cinco principios generales aplicables a las entidades financieras que están dentro del perímetro de supervisión de la Comisión.

Los cinco principios son: i) trato justo a los clientes de entidades financieras; ii) adecuada gestión de conflictos de interés; iii) protección de la información de los clientes; iv) transparencia en la comercialización y publicidad de productos financieros y; v) gestión diligente de reclamos y presentaciones.

En específico, estos principios (que serán desarrollados en extenso en las secciones siguientes) son aplicables en la relación con sus clientes a bancos, compañías de seguros, administradoras generales de fondos, corredoras de bolsa, agentes de valores, cooperativas de ahorro y crédito (sometidas a supervisión de la CMF), agentes administradores de mutuos hipotecarios endosables, emisores de tarjetas de pago y crédito abiertas, corredores de seguros y liquidadores de siniestros.

Es importante destacar que, pese a las diferencias que existen entre las industrias antes mencionadas, los elementos sustantivos que subyacen en las guías, compendios sectoriales y directrices revisadas de órganos multilaterales son coincidentes y quedan contenidos en los principios de CdM que está proponiendo la CMF en este documento.

El objetivo de establecer principios comunes para las industrias señaladas es consistente con la mirada de supervisión integrada que adoptó la Comisión desde 2019, cuando se materializó la incorporación de la supervisión bancaria a su perímetro (que ya incluía a esa fecha a las industrias de valores y seguros).

En la misma línea, en octubre de 2020 el Consejo de la CMF resolvió cambiar su estructura de organización interna, transitando desde el histórico esquema de



supervisión por industrias (bancos, valores, seguros) a un modelo interno de "cumbres  
Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

gemelas”, donde se separa de forma definitiva la supervisión y regulación de conducta de la prudencial<sup>1</sup>.

Al analizar la experiencia internacional que se usó como referencia para este documento, se advierte un amplio consenso en orden a que la existencia de un marco normativo claro en materia de CdM enfocado en PCF, es una de las bases esenciales para el desarrollo eficiente de los mercados de bancos, valores y seguros.

Atendiendo lo anterior, los principios planteados en este documento tienen como objetivo primario orientar a los agentes de mercado respecto a considerar en su gobernanza prácticas en CdM que resguarden una adecuada protección de los derechos del cliente financiero y, en consecuencia, promuevan la confianza y fortaleza de la industria respectiva.

Con este norte, la CMF tiene entre sus proyectos estratégicos 2020-2022 el desarrollo de una norma de gestión en CdM, enfocada en la relación de las entidades con sus clientes, basada en los principios desarrollados en este documento, que orienten una evaluación de gestión de los riesgos de CdM en el ámbito de PCF para las entidades financieras bajo su perímetro.

Asimismo, este proyecto estratégico considera también la publicación de una Política de Supervisión de CdM integrada, que recoja la aplicación del marco normativo vigente a nivel de procesos por parte de la CMF<sup>2</sup>. Dicha Política considerará dos dimensiones, ambas alineadas con los cinco principios referidos. Una de cumplimiento normativo y otra de gestión de riesgos en de conducta en PCF.

El foco de atención de la CMF en materia de CdM tiene su origen en el fuerte impulso exhibido en los últimos años la disponibilidad y el acceso a productos y servicios financieros en Chile. Sólo por citar algunas cifras que grafican este desarrollo, en 2019 el 97% de la población adulta en Chile tuvo acceso a algún producto financiero<sup>3</sup>. Asimismo, la tenencia de cuentas corrientes se incrementó de un 17,6 % en 2007, a un 37,8 % 10 años más tarde y el uso de la tarjeta de débito aumentó de un 18,7 % a un 83,3 % en ese período. En el ámbito de seguros, en 2010 había 357.000 pólizas de rentas vitalicias vigentes, cifra que una década más tarde se empinaban por sobre las 640.000 pólizas.

Este documento, y la retroalimentación que se genere a partir de su difusión con las entidades financieras y público en general, servirán de base para el desarrollo de la citada norma común de gestión enfocada PCF y la Política de Supervisión.

Es importante destacar que esta agenda de la CMF en materia de CdM y, en lo específico al objetivo de PCF, suponen un complemento con la importante labor que realiza el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Mientras el foco del Sernac está en verificar el cumplimiento de la Ley de Consumidor, para lo cual puede, entre otras acciones, interponer demandas colectivas en contra de los oferentes que incumplan dicha ley,

<sup>1</sup> En particular, el Consejo de la CMF aprobó la creación de una Dirección General de Supervisión de Conducta y una Dirección General de Regulación de Conducta, del mismo rango que las Direcciones Generales de Supervisión y Regulación Prudencial.

buscando compensación a los clientes afectados, el foco de la CMF está en supervisar que los oferentes cumplan las reglas sectoriales y gestionen el riesgo de CdM, contando para ello con la capacidad de sancionar y multar en caso de que las reglas se transgredan.

Ambas entidades, desde un marco jurídico y de facultades distinto, tienen como objetivo común un trato justo a clientes de productos financieros. Esta complementariedad se basa en la necesidad de ir profundizando los mecanismos de coordinación entre agencias, conforme a las complejidades que supone el desarrollo de los mercados y el acceso a servicios financieros por parte de las personas. Para lograr este objetivo la CMF y Sernac cuentan con un convenio de cooperación que facilitará esta coordinación para enfrentar los desafíos actuales.

## **2. Marco general y estándares de referencia**

La regulación en el mercado financiero tiene dos objetivos principales: la solvencia, que procura que las entidades financieras cuenten con recursos financieros suficientes para cumplir los compromisos con sus clientes; y la conducta de mercado, que corresponde a las buenas prácticas que deberían considerar los agentes financieros, tendientes a la protección de los derechos de asegurados, depositantes, inversionistas y clientes bancarios.

Más allá de la estructura institucional que existe en los órganos de supervisión financiera, al analizar la experiencia comparada en jurisdicciones de referencia, existe coincidencia en que la asignación de recursos para cumplir con ambos objetivos debe permitir la implementación efectiva de las reglas que resguarden a los clientes de las entidades financieras.

Respecto de la realidad de Chile, la CMF tiene como mandato legal velar por el correcto funcionamiento, desarrollo y estabilidad del mercado financiero, facilitando la participación de los agentes de mercado y promoviendo el cuidado de la fe pública (Ley Orgánica, DL 3.538). Al efecto, cuenta con atribuciones normativas, de fiscalización y sanción que cumplen un rol relevante en velar por una adecuada CdM en términos amplios de las instituciones financieras fiscalizadas hacia sus clientes.

Este marco legal busca promover mercados de valores, seguros y bancario transparentes, eficientes y alineados con las mejores prácticas en CdM, que redunden en un mayor grado de protección de los intereses de los depositantes, inversionistas, asegurados y clientes financieros.

En particular, la CMF considera que la confianza de los clientes de las entidades que participan en el mercado financiero es esencial para su sano desarrollo, con una mirada de largo plazo. Por lo tanto, promover y fortalecer esta confianza, a través de un relacionamiento adecuado con los clientes, debería ser un objetivo compartido por reguladores y las entidades que participan en cada sector.

Específicamente, la CMF resalta la importancia de que las entidades financieras puedan tener una mirada sustentable de sus negocios, lo que incluye una cultura, herramientas, y prácticas de negocio que permitan cumplir las expectativas



Para validar ir a <http://www.scs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

que los grupos de interés y enfrentar las nuevas exigencias de un entorno empresarial cada vez más cambiante, donde la CdM juega un papel fundamental.

A nivel internacional, en los últimos doce años se ha generado un fuerte desarrollo por parte de los reguladores hacia el fortalecimiento de la conducta de mercado y la protección de los clientes de entidades financieras<sup>4</sup>. Dicha tendencia tiene su origen en la Crisis Financiera Global y los problemas de importantes entidades financieras a partir de 2008<sup>5</sup>, situación que evidenció una fuerte relación entre malas prácticas en términos de conducta de mercado y protección de clientes financieros por parte de la industria financiera, con riesgos que terminaron afectando la solvencia y liquidez de las instituciones.

Haciéndose cargo de este contexto, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Consejo de Estabilidad Financiera (FSB por sus siglas en inglés), y otros organismos internacionales, emitieron el año 2011 un conjunto de principios de conducta de mercado enfocados en PCF, con el objetivo de que fueran una guía que ayudara a las distintas jurisdicciones a fortalecer sus sistemas de regulación y supervisión sectoriales, para propender a una efectiva protección de éstos<sup>6</sup>.

Estos principios de alto nivel fueron concebidos como un complemento a orientaciones internacionales ya existentes, sin abordar cuestiones sectoriales específicas y corresponden a los siguientes:

- Se debe contar con un marco legal, regulatorio y de supervisión que aborde integralmente la protección del cliente financiero, donde existan mecanismos sólidos y efectivos para proteger a los clientes y sancionar fraudes financieros, abusos y errores.
- Los entes supervisores deben ser explícitamente responsables de la protección del cliente financiero, con la autoridad necesaria para cumplir con sus mandatos.
- Se debe resguardar el trato equitativo y justo a los clientes en todas las etapas de su relación con los proveedores de servicios financieros.
- La divulgación y transparencia de información, relativa a los beneficios, riesgos y condiciones fundamentales de los productos, así como sobre conflictos de intereses asociados con el agente autorizado a través del cual se venden, deben ser precisos, honestos, comprensibles y no engañosos.
- Debe existir un fácil acceso a información clara sobre las instancias de

<sup>4</sup> Ver Anexo N°1 Revisión de Estándares y Principios Internacionales en materia de Conducta de Mercado.

<sup>5</sup> Desde 2008 se han incrementado los grupos internacionales de trabajo que tienen en común la mejora de la conducta y las prácticas de mercado por parte de las entidades financieras para salvaguardar los intereses del consumidor. Uno de ellos es la Organización Internacional para la Protección del Consumidor Financiero (FinCoNet). FinCoNet es una asociación internacional que nace en 2013 con la finalidad de fomentar una adecuada conducta de mercado y una sólida protección al consumidor a través de una supervisión eficiente. Reúne a 24 supervisores de conducta de todo el mundo. Ver en <http://www.finconet.org/>

<sup>6</sup> G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection (Octubre 2011). Los ministros de finanzas y gobernadores de bancos centrales del G20 fueron convocados en febrero de 2011 por la OCDE, el FSB y otras organizaciones internacionales, para desarrollar principios de alto nivel comunes sobre protección del consumidor en el ámbito de los servicios financieros. El Grupo de Trabajo estuvo abierto a todos los miembros del G20 y FSB y celebró varias rondas de consultas, incluida una pública, en diferentes versiones

ios. Finalmente, los principios finales de alto nivel sobre el consumidor financiero fueron ratificados por los Ministros de los G20 y Gobernadores de Bancos Centrales en su reunión del 14 al 15 de octubre 2011. Ver en: <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO RES-3176-21-26640-N



protección, los derechos y las responsabilidades del cliente, y fomentar estas materias como parte de una estrategia más amplia de educación y protección del cliente financiero.

- Los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados deben tener como objetivo trabajar en el mejor interés de sus clientes. Los proveedores de servicios financieros deben ser responsables de las acciones de sus agentes autorizados.
- Se deben proteger los activos del cliente contra el fraude y el uso indebido, debiendo resguardar de manera adecuada y con un alto grado de certeza los depósitos, ahorros y otros activos financieros similares de los clientes.
- Respecto de la protección de datos personales y privacidad, deben definirse los propósitos para los cuales los datos pueden ser utilizados y reconocer el derecho de los clientes a ser informados sobre el intercambio de datos, acceder a los mismos y obtener la pronta corrección y/o eliminación de datos inexactos o recopilados ilegalmente.
- Los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben contar con mecanismos para el manejo de reclamos y reparación.
- Se debe promover la competencia, a fin de ofrecer a los clientes más opciones entre los servicios financieros y crear una presión competitiva sobre los proveedores para ofrecer productos competitivos, mejorar la innovación y mantener una alta calidad de servicio.

Con distinto grado de profundidad y detalle, las entidades internacionales que agrupan a los reguladores sectoriales del sector financiero recogen estos principios en sus guías de supervisión. Los 10 principios de alto nivel OCDE FSB están integrados en los cinco principios de conducta desarrollados en este Documento de Trabajo, bajo una agrupación más comprensiva.

La Asociación Internacional de Reguladores de Seguros (IAIS, por sus siglas en inglés), organismo que agrupa a 140 reguladores de seguros a nivel mundial, en sus principios básicos de supervisión (ICP) considera principios especiales de CdM para la protección de los asegurados y para la supervisión de los intermediarios de seguros (19 y 18 respectivamente)<sup>7</sup>. En éstos se establecen una serie de aspectos que deberían ser considerados en los sistemas de regulación y supervisión de seguros, para un adecuado logro del objetivo de protección a los asegurados. Entre ellos destaca el concepto del trato justo en todas las etapas de la relación contractual, transparencia en la información y adecuada resolución de conflictos de interés.

A su vez, la Organización Internacional de Comisiones de Valores (IOSCO, por sus siglas en inglés), organismo que agrupa a 115 jurisdicciones, define tres objetivos fundamentales de la regulación de los mercados de valores, a saber: la protección de los clientes financieros, garantizar que los mercados sean justos, eficientes y transparentes, y la reducción del riesgo sistémico.

Para aterrizar los objetivos descritos, IOSCO establece 38 principios. Aunque los objetivos y, por ende, todos los principios existentes, están estrechamente



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

ANCE Colección de Reglas, 3176-2120641-N

relación con el objeto de PCF en las industrias de fondos de terceros e intermediación de valores, atendido el enfoque de este documento.<sup>8</sup>

Desde una aproximación mucho más general, en los Principios Básicos de 2012 para los bancos, el Comité de Basilea reconoció, como condición previa para una supervisión bancaria eficaz, la necesidad de que cada jurisdicción tuviese una infraestructura pública bien desarrollada en la que se observasen de forma sistemática las leyes de protección del consumidor (y otra legislación mercantil) y que dispusiese de mecanismos para la resolución imparcial de controversias.

Los marcos regulatorios y de supervisión tradicionales adoptados por los supervisores sectoriales de bancos, valores y seguros han ido crecientemente reforzando su preocupación por la protección de los clientes, lo que, a menudo, se ha reconocido explícitamente como un objetivo importante a nivel legal, junto con la solvencia y la estabilidad financiera.

Para este trabajo, se considera la definición de consumidor vulnerable como alguien que, debido a sus circunstancias personales, es susceptible de sufrir daños, especialmente cuando una empresa no actúa con los niveles adecuados de cuidado y diligencia<sup>9</sup>. Cabe precisar que en la siguiente sección se profundiza en el fundamento de esta focalización.

A la luz de estos desafíos, y particularmente de la mano con el mayor acceso a los servicios financieros, los organismos multilaterales y principales reguladores sectoriales a nivel internacional han sido explícitos en resaltar la necesidad de que la PCF debe reforzarse e integrarse con políticas de inclusión financiera y educación financiera. En esa línea, los estándares de CdM dirigidos a los miembros del G20 y otras economías interesadas están diseñados para ayudar en los esfuerzos por resguardar este objetivo.

Cabe precisar que se trata de principios voluntarios, diseñados para complementar, no sustituir, las directrices de órganos multilaterales existentes.

Estos principios y recomendaciones internacionales, junto con el análisis de las prácticas en distintas jurisdicciones, además de la experiencia de la CMF en materia de supervisión y regulación en tópicos de conducta de mercado centrados en PCF en las industrias de bancos, valores, seguros y otras entidades, forman la base conceptual que se presenta en este Documento de Trabajo.

Cuando en este documento se hace referencia al concepto de “buenas prácticas” o “mejores prácticas” a nivel mundial en materia de CdM con foco en PCF, se refiere a una recopilación de las prácticas más frecuentes que se han realizado con éxito en el campo. Por ende, condensan las metodologías que incentivan a las instituciones

<sup>8</sup> Objectives and Principles of Securities Regulation, OICU-IOSCO, International Organization of Securities Commissions, May 2017. Estos principios son los 8,10,11,16, 17, 24, 25, 26, 27, 28, 29 y 31.

<sup>9</sup> Se consideró de referencia la definición para consumidor financiero vulnerable del *Financial Conduct Authority (FCA)* en su guía de trato justo. La FCA identifica 4 factores que aumentan el riesgo de vulnerabilidad: i) Salud: discapacidades o enfermedades que afectan la capacidad para realizar las tareas diarias; ii) Acontecimientos de la vida: sucesos importantes de la vida, como duelo, pérdida del trabajo o ruptura de una relación; iii) Resiliencia: baja capacidad para resistir las crisis financieras o emocionales; y iv)

financieras a reforzar las condiciones de relacionamiento con a sus clientes. Se espera, en consecuencia, que el análisis de estas buenas prácticas contribuya a enriquecer la discusión sobre una metodología efectiva para mejorar la protección de los clientes del sector financiero, lineamiento que, como se dijo, es parte de los objetivos de la CMF en su planificación estratégica 2020-22.

### 3. Definiciones conceptuales

La primera definición específica de conducta de mercado y descripción de principios generales surge en 2015 en el **White Paper Principios de Conducta de Mercado: Desarrollo de una modelo de supervisión para la Industria Aseguradora**, publicado por la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS)<sup>10</sup>, actual CMF. Producto de la discusión pública que se generó en torno a este documento, incluidas mesas consultivas con la industria aseguradora, intermediación de seguros, académicos y público en general, se publicó en 2016 una segunda versión de este documento y, finalmente, la consolidación de las definiciones y principios derivaron en la emisión de la Norma de Carácter General N° 420<sup>11</sup> durante 2017.

Así las cosas, basándose en las definiciones conceptuales desarrolladas en el proceso antes descrito, cuando se utilice el concepto de CdM en el presente trabajo corresponderá a un conjunto armónico de buenas prácticas que deben considerar las diversas entidades que participan en el mercado financiero, que promuevan la protección de asegurados, inversionistas<sup>12</sup>, depositantes y clientes bancarios (en adelante cliente financiero).

En contrapartida, se entenderá por riesgo de CdM en PCF, al riesgo de que las entidades financieras no cumplan adecuadamente y con diligencia los principios de CdM en todas las fases del ciclo de los productos financieros, desde su diseño, pasando por su comercialización y la post venta <sup>13</sup>.

En un sentido amplio, la CdM forma parte de la cultura corporativa de las entidades, abarcando también las prácticas en relación a sus empleados, inversionistas, entes reguladores y otros. Sin embargo, en este informe se utilizará el término CdM para referirse a las prácticas que afecten principalmente la relación de las entidades financieras con sus clientes<sup>14</sup>.

Asimismo, es importante destacar que el enfoque principal de los principios y las guías

<sup>10</sup> Ver publicación en: [https://www.svs.cl/portal/principal/605/articles-17329\\_doc\\_pdf.pdf](https://www.svs.cl/portal/principal/605/articles-17329_doc_pdf.pdf)

<sup>11</sup>La NCG N°420 consagra los siguientes principios básicos de supervisión de CdM: (i) Trato justo a los clientes; (ii) Gestión de conflictos de interés; (iii) Protección de la información de los clientes; y, (iv) Promoción del desarrollo del mercado a través de la transparencia. De acuerdo a dicha norma, el directorio y la alta gerencia de las entidades son los responsables del cumplimiento de estos principios, a través de la adopción de políticas, procedimientos, mecanismos de control interno, capacitaciones al personal, etcétera. Ver NCG N°420 en: [http://www.svs.cl/normativa/ncg\\_420\\_2017.pdf](http://www.svs.cl/normativa/ncg_420_2017.pdf)

<sup>12</sup> Para efectos de este documento bajo el concepto de inversionistas se incluyen los clientes de intermediarios de valores y tenedores de cuotas de fondos.

<sup>13</sup> EIOPA define Financial Consumer Protection (FCP), como el marco amplio de supervisión del riesgo de una inapropiada conducta de mercado, que se traduce en el riesgo de que no se le dé un trato justo al asegurado. Esta definición de EIOPA es complementada por la IAIS en: IAIS, Issues Paper on Conduct of Business Risk and its Management, November 2015.

<sup>14</sup> Para efectos de este documento y de los principios que se desarrollan no se incluyen los elementos de CdM en el ámbito de la actividad de intermediación de valores. Por su importancia y complejidad, los necesarios estándares de completitud, oportunidad y en la divulgación de los resultados financieros, los riesgos y cualquier otra información que sea importante para las inversiones de los inversionistas forman parte del proyecto de la CMF.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

de mejores prácticas en CdM, si bien por su naturaleza aplican respecto de la relación de las entidades financieras con sus clientes sin distinción, el foco de la PCF –y por ende de los principios contenidos en este trabajo- apunta a la interacción entre un cliente financiero minorista y la institución que le provee el producto o servicio.

Profundizando en este aspecto, el Banco Mundial, en su documento Buenas Prácticas Comunes de Protección al Consumidor Financiero (2012 y reeditado en 2017), plantea que, desde la perspectiva de una agenda de reguladores financieros, el distinguir entre consumidores minoristas no sofisticados y clientes corporativos con alto grado de calificación es importante, sobre todo cuando se focalizan iniciativas de protección de cliente financiero y recursos de supervisión.

Así, las transacciones con instituciones corporativas u otras instituciones financieras bien informadas no están sujetas a muchos de los problemas que pueden potencialmente afectar a los hogares e individuos. En consecuencia, el énfasis de la PCF está en el segmento minorista.

**RECUADRO N°1: Esquema de relaciones con stakeholders de bancos**

<b>TIPO DE STAKEHOLDERS</b>	<b>ÁMBITO DE SUPERVISIÓN DE CdM</b>
<b>Inversionistas: Accionistas, tenedores de bonos y depósitos a plazo.</b>	En la calidad de la información, resguardo en la integridad y resolución de adecuada de conflictos de interés.
<b>Clientes mayoristas: Instituciones financieras y clientes corporativos.</b>	En temas específicos de transparencia de información como, por ejemplo, benchmark de tasas, entrega de información de derivados desde plataformas, etc.
<b>Con clientes minoristas: Personas naturales, micro, pequeña y mediana empresa.</b>	En la protección del cliente financiero en su relacionamiento con la entidad.

Adentrándose en este segmento minorista, especial atención requiere el cliente financiero más vulnerable, condición que puede afectar la forma en que interactúan con los servicios financieros. Los consumidores vulnerables pueden ser significativamente menos capaces de representar sus propios intereses, pueden tener necesidades diferentes y pueden tener más sesgos de comportamiento que impactan negativamente en su toma de decisiones.

Lo anterior surge de la asimetría de información y recursos entre clientes financieros y los proveedores de servicios. Las instituciones financieras conocen bien sus productos, pero para los clientes minoristas individuales es más difícil y costoso obtener suficiente información respecto de los mismos, lo cual se va haciendo más crítico en la medida que se van desarrollando productos de mayor complejidad y sofisticación, y que exista una ausencia de formación en conceptos básicos de educación financiera<sup>15</sup>.



Referencia de descripción de fallas de mercado, en el ámbito de la protección del consumidor, ver documento “Hacia una  
 Para validar ir a <http://www.sys-el-institucional/validar/validar.php>  
 in abusos. Propuestas Para Una Protección Eficaz de los Consumidores. Informe de Políticas Públicas 01, 2ª edición agosto  
 ardo Engel, Ernesto Muñoz y Andrea Repetto.”

#### RECUADRO N°2: Fallas de mercado que orientan la supervisión en CdM con foco en PCF

1. Los clientes financieros no tienen la capacidad de procesar toda la información técnica y compleja que se les presenta.
2. Los clientes financieros tienen bajo poder de negociación de las cláusulas de los contratos masivos con las entidades.
3. Los clientes financieros sólo advierten los defectos de los productos o servicios financieros contratados cuando éstos sólo ya están suscritos.
4. El costo de salida para algunos productos financieros de los clientes es alto.
5. Los costos que enfrentan los clientes financieros para perseguir responsabilidad de los proveedores, sanciones e indemnizaciones son, en general, altos.

#### 4. Marco legal y regulatorio general aplicado en la CMF en CdM con foco en PCF

Para el desarrollo del mercado financiero se requiere contar con un marco normativo que propicie la participación en un ambiente competitivo de diversas entidades, nacionales y extranjeras y que, por otra, resguarde adecuadamente los derechos de los clientes bancarios, depositantes, inversionistas y asegurados.

Como ya se mencionó, las directrices internacionales refuerzan la necesidad de contar con órganos de supervisión explícitamente responsables de la protección del cliente financiero, con la autoridad necesaria para cumplir con sus mandatos. Para ello se requieren responsabilidades claras y objetivamente definidas, una gobernanza adecuada, independencia operativa, poderes adecuados, recursos y capacidades técnicas, un marco de aplicación definido y transparente y procesos regulatorios claros y coherentes.

En Chile, la CMF y el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) tienen competencia en temas de CdM enfocados a PCF. Sin embargo, hay distinciones en sus ámbitos de acción: mientras el foco del Sernac está en verificar el cumplimiento de la Ley de Consumidor<sup>16</sup>, para lo cual puede, entre otras acciones, interponer demandas colectivas en contra de los oferentes que incumplan dicha ley, **buscando compensación a los clientes afectados**; el foco de la CMF está en **supervisar que los oferentes cumplan las reglas sectoriales y gestionen el riesgo de CdM**, contando para ello con la capacidad de sancionar y multar en caso de que las reglas se transgredan.

Ambas entidades, desde un marco jurídico y de facultades distinto, tienen como objetivo común un trato justo a clientes de productos financieros. Esta complementariedad se basa en la necesidad de ir profundizando los mecanismos de coordinación entre agencias, conforme a las complejidades que supone el desarrollo de los mercados y el acceso a servicios financieros por parte de las personas. **Para lograr este objetivo la CMF y Sernac cuentan con un convenio de cooperación que facilitará esta coordinación para enfrentar los desafíos actuales.**

El objeto del D.L. 3.538, de 1980, Ley Orgánica de la CMF es, "velar por el correcto



<sup>16</sup>19496 establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. Ver en: <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=61438  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

funcionamiento, desarrollo y estabilidad del mercado financiero, facilitando la participación de los agentes de mercado y promoviendo el cuidado de la fe pública. Para ello deberá mantener una visión general y sistémica del mercado, considerando los intereses de los inversionistas, depositantes y asegurados, así como el resguardo del interés público.”

A continuación, la citada norma dispone que “Asimismo, le corresponderá velar porque las personas o entidades fiscalizadas cumplan con las leyes, reglamentos, estatutos y otras disposiciones que las rijan, desde que inicien su organización o su actividad, según corresponda, hasta el término de su liquidación; pudiendo ejercer la más amplia fiscalización sobre todas sus operaciones.”

Esta norma da un marco amplio a la fiscalización de la CMF, que incluye las temáticas de CdM enfocadas en PCF, cuya delimitación se entiende en la medida que las leyes, reglamentos y estatutos, digan relación con la actividad propia del giro del fiscalizado. Lo anterior implica, por ejemplo, que corresponde a la CMF velar por el cumplimiento de las compañías de seguros referente a las disposiciones que regulan el contrato de seguro en el Código de Comercio; y no a otras, como materias tributarias, laborales o medioambientales.

En este contexto, es menester tener en cuenta que el número 2 del artículo 5° del D.L. 3.538, establece que dentro de las atribuciones de la CMF está la de “Absolver las consultas y peticiones e investigar las denuncias o reclamos formulados por accionistas, inversionistas, asegurados, depositantes u otros legítimos interesados, en materias de su competencia, determinando los requisitos o condiciones previas que deban cumplir para conocer de ellas. Para estos efectos, la Comisión establecerá criterios y procedimientos para coordinar el trabajo entre sus diversas unidades, con el objeto de gestionar de manera eficiente las denuncias recibidas del público.”

Para el cumplimiento de las funciones de la CMF, el artículo 5 del D.L. 3.538 consagra una serie de atribuciones. Entre éstas, la número 4° contempla la facultad de examinar, sin restricción alguna todas las operaciones, bienes, libros, etc., de las personas o actividades fiscalizadas, a fin de obtener información acerca de su situación, recursos, forma en que se administran sus negocios e inversiones, de la actuación de sus personeros, del grado de seguridad y prudencia con que hayan invertido sus fondos cuando corresponda y, en general, de cualquier otro punto que convenga esclarecer para efectos de determinar el cumplimiento de la normativa aplicable por parte de la entidad fiscalizada.

La ley que recoge las bases de la fiscalización que debe realizar la CMF a los bancos e instituciones financieras es la Ley General de Bancos. Dicho marco comprende a las entidades bancarias, empresas cuyo giro consista en la emisión u operación de tarjetas de crédito, tarjetas de pago con provisión de fondos o de cualquier otro sistema similar a los referidos medios de pago, siempre que éstos importen que el emisor u operador contraiga habitualmente obligaciones de dinero para con el público en general o ciertos sectores o grupos específicos de él. Asimismo, existen otras entidades supervisadas en virtud de leyes especiales, fiscalización de operaciones de crédito, regulación de productos que ofrecen y comercializan las entidades fiscalizadas, que se enmarcan otros s legales que se detallan en Anexo N°2.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

La Ley General de Bancos (art.62), establece que la CMF debe clasificar la gestión de los bancos en las siguientes materias: gobierno corporativo, controles internos, seguridad de sus redes, sistemas de información para la toma de decisiones, seguimiento oportuno de riesgos, clasificación privada de riesgo y capacidad para enfrentar escenarios de contingencia, y evitar un deterioro paulatino en la solidez de la institución, de acuerdo a los paradigmas de la supervisión basada en riesgos.

Algunas de estas variables deben ser consideradas también desde el punto de vista de conducta de mercado referido a PCF, dado el mandato de velar por el correcto funcionamiento, desarrollo y estabilidad del mercado financiero, facilitando la participación de los agentes de mercado y promoviendo el cuidado de la fe pública y velando porque las personas o entidades fiscalizadas cumplan con las leyes, reglamentos, estatutos y otras disposiciones que las rijan. En el Anexo N°2 que acompaña este trabajo hay un análisis exhaustivo respecto del marco legal y normativo aplicable en materia de CdM y PCF.

En este mismo sentido, el DFL 251, de 1931 (Ley de Seguros), establece en la letra b) del artículo 3° que la CMF está facultada para fiscalizar las operaciones de las compañías de seguro y para solicitar todos los antecedentes que le permitan imponerse de su estado, desarrollo y solvencia y de la forma en que cumplan las prescripciones de ésta y de las demás leyes vigentes.

Este marco general es sin perjuicio de las disposiciones particulares que establecen ámbitos específicos de fiscalización en temas de conducta de mercado, como las siguientes:

- Letra e) art. 3 DFL 251, en cuanto establece la obligación de la CMF de mantener a disposición del público, los modelos de textos de condiciones generales de pólizas y cláusulas que se contraten en el mercado (Depósito de Pólizas)<sup>17</sup>.

Además, existen normas particulares que fijan un ámbito de competencia mayor en esta materia en determinados contratos como, por ejemplo, con el Seguro Obligatorio de Accidentes Personales (SOAP)<sup>18</sup> y el de Renta Vitalicia Previsional<sup>19</sup>.

Asimismo, existen seguros que requieren ser aprobados por la CMF, como ocurre con aquellos que corresponden a planes de ahorro previsional voluntario o colectivo (APV-APVC), conforme a lo previsto en los art. 20 A y 20 O del D.L. 3.500.

<sup>17</sup> En este punto, es relevante destacar que, sin perjuicio que se trata de un sistema de depósito de póliza y que es responsabilidad de las aseguradoras que las pólizas estén redactadas en forma clara y entendible, no sean inductivas a error y no contengan cláusulas que se opongan a la ley, a la CMF le corresponde fijar las condiciones mínimas que deben contener las pólizas (NCG 349), e incluso se encuentre facultada para prohibir la utilización de un modelo de póliza o cláusula cuando no cumpla con los requisitos de legalidad y claridad o con las normas mínimas dictadas.

<sup>18</sup> El art. 21 de Ley 18.490 establece que "Corresponderá a la Comisión para el Mercado Financiero aprobar el modelo de póliza correspondiente al seguro obligatorio a que se refiere esta ley, quedando facultada para modificarlo cuando lo estime necesario. Tanto el modelo de la póliza como sus modificaciones deberán ser publicados en el Diario Oficial"

<sup>19</sup> El art. 62 D.L. 3.500, en su parte pertinente, establece que "...El contrato de seguro a que se refiere el inciso precedente deberá ajustarse a las normas generales que dicte la Comisión para el Mercado Financiero y tendrá el carácter de irrevocable. Las



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
las normas deberán resguardar la naturaleza previsional de este seguro y permitir una adecuada comparación de las pensiones. En forma previa a la emisión de estas normas la Comisión para el Mercado Financiero consultará la opinión de la Identificación de Pensiones 3176-21-26641-N

- Letra m) art. 3 DFL 251, en cuanto a la facultad para dictar las normas por las cuales deben regirse la intermediación y la contratación de seguros y la liquidación de siniestros. Esta norma le otorga un amplio ámbito de regulación a la CMF, en todo lo que es la comercialización de seguros y liquidación de siniestros.
- Art. 40 DFL 251, relativo a las licitaciones de seguros asociados a créditos hipotecarios, que contempla un rol relevante para la CMF en establecer reglas para dichas licitaciones.

En el ámbito asociado a temas de CdM en la industria de fondos de terceros, la legislación relevante es la Ley Única de Fondos (ley 20.712), en adelante LUF, y la Ley de Mercado de Valores, en adelante LMV.

Cabe destacar aquellas normas que dicen relación con el trato que deben tener las administradoras con los clientes financieros (de manera equitativa, no discriminatoria, honesta y justa en todas las etapas de su relación con los proveedores de servicios financiero). Además, aquellas relativas a que los clientes deben ser informados de manera clara, veraz, oportuna y transparente (no inductiva a error) sobre el servicio/producto o inversión que el proveedor financiero está ofreciendo, así como los costos y beneficios (rendimientos) asociados a ello, tanto al momento en que efectúan sus inversiones como durante la permanencia y liquidación de éstas.

También, en el caso de la industria de administración de fondos de terceros, se consideran las normas relativas a los mecanismos efectivos para manejar los conflictos de interés que deben establecer los proveedores de servicios financieros. Adicionalmente, se destacan normas relativas a la comercialización de productos y servicios financieros, en las que el proveedor debe promover la existencia de prácticas adecuadas de divulgación de información respecto de las características y riesgos de los servicios y/o productos financieros que se ofrezcan, tanto entre sus colaboradores como con sus agentes comercializadores, a objeto que los inversionistas tomen decisiones adecuadas de inversión. Finalmente, se cuentan las exigencias en cuanto a que el comercializador del producto o servicio financiero cuente con la idoneidad y conocimientos suficientes sobre los productos ofrecidos y a reconocer adecuadamente el perfil del inversionista al cual se enfrenta, para orientarlo correctamente en sus inversiones.

La legislación relevante en CdM para los clientes de los intermediarios de valores en Chile radica básicamente en la Ley de Mercado de Valores, sin perjuicio de otros marcos legales como el D.L. 3.538 o la LUF.

En términos similares a lo planteado para la industria de administración de fondos, en el caso de los intermediarios de valores se han seleccionado normas que dicen relación con el trato a los clientes, la actuación en el mejor interés de los mismos, la transparencia en la información, incluyendo la entrega de información financiera; el manejo de conflictos de interés, que se relaciona con establecer mecanismos efectivos para resolverlos dando prioridad en todo momento a los intereses de los clientes propios, y de comunicar los potenciales conflictos de interés.



Adicionalmente, se han considerado las normas relativas a la implementación de mecanismos internos para el manejo y resolución de reclamos.

También, se consignan normas relativas a la comercialización de productos y servicios, en cuanto a la divulgación de información sobre las características, sus riesgos, y tarifas; conocimiento del cliente y asesoría; acreditación; y prácticas de venta y publicidad.

Por otro lado, se han considerado las normas mínimas de acceso para intermediarios y cumplimiento permanente, entendiendo que sólo a personas con una licencia o debidamente autorizadas se les debería permitir ofrecer al público servicios de inversión, especificando los servicios o las actividades que pueden desarrollar.

Adicionalmente, se consideran normas relativas a que los intermediarios deben identificar y verificar la identidad de los clientes, y tomar las medidas adecuadas para resguardar los activos de éstos.

Finalmente, se han considerado regulaciones relativas a la mantención de diversos registros y a velar por la protección de los datos personales y privacidad de la información de los clientes.

Por su parte, la Ley 18.010 establece la fiscalización de la tasa máxima convencional (TMC), y al efecto, extiende el ámbito de entidades fiscalizadas a las instituciones colocadoras de crédito masivo (ICCM), aunque sólo para este efecto (art.31).

## **5. Sentido de la fiscalización de CdM y descripción de su aplicación en la CMF**

Para el desarrollo del mercado financiero se requiere, como se mencionó, contar con un marco normativo moderno y eficaz que, por una parte, propicie la participación en un ambiente competitivo de diversas entidades, nacionales y extranjeras y que, por otro, resguarde adecuadamente los derechos de los clientes financieros. En Chile, el marco jurídico considera parámetros básicos comunes, exigidos para todas las industrias del sector financiero bajo el perímetro de la CMF, que otorgan el sustento legal y normativo para el desarrollo de los cinco principios de CdM que se abordan en este documento. A saber:

- Las entidades que ofrezcan sus servicios financieros deben contar con la capacidad legal, financiera, operativa y de gestión que les permitan responder a sus obligaciones frente a los clientes financieros.
- Las entidades que participen en estos mercados deben hacerlo de manera equitativa, transparente, ordenada y competitiva, con el objeto de preservar las condiciones que deben tener esos mercados.
- Las entidades cuentan con mecanismos, controles y procedimientos para cumplir adecuadamente con las normativas vigentes y con los requerimientos del regulador.

Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

Los usuarios de estos mercados deben contar con acceso a información veraz,



FOLIO: RES-3176-21-20041-N

16

suficiente y oportuna, para tomar sus decisiones debidamente informados respecto de los derechos, obligaciones, riesgos, retornos y condiciones de los servicios y productos contratados.

Las faltas a dicho marco normativo, dependiendo de su impacto, pueden mermar de forma importante esa confianza, y producir como consecuencia que inversionistas, depositantes, clientes bancarios y/o asegurados se inhiban de seguir participando de dichos mercados.

Ello puede redundar en mercados de bancos, valores y de seguros poco profundos, o de limitado alcance y/o seguridad, que terminen dificultando la correcta asignación de recursos en la economía, afectando finalmente al crecimiento y nivel de bienestar del país.

Para hacer frente a este desafío, la CMF emplea diversas formas de supervisión complementarias entre sí, las que están estrechamente relacionadas con una adecuada priorización de los recursos supervisores, las exigencias del marco normativo y los riesgos de afectación de CdM en PCF que representan las actividades de las entidades bajo el perímetro.

#### **a) Formas de fiscalización en CdM con foco en PCF que emplea la CMF:**

- **Análisis de información provista al mercado y al regulador:** En términos amplios, esta actividad consiste en la revisión de la información provista por una o más entidades con objeto de monitorear y detectar posibles anomalías o eventuales incumplimientos a la normativa vigente. No requiere destinar recursos en auditorías en terreno, puesto que se realiza de manera remota. Algunos de estos procesos se realizan mediante herramientas de tecnología de la información<sup>20</sup>. No obstante, presenta limitaciones al alcance por estar basada en la información remitida por las propias entidades reguladas. El principal beneficio que presenta es que permite monitorear un mayor número de entidades con la misma cantidad de recursos.
- **Cumplimiento normativo:** Consiste en la verificación del cumplimiento formal de las disposiciones legales, normativas y reglamentarias vigentes de las entidades sujetas a supervisión. Dependiendo de los énfasis de fiscalización, ésta puede ser realizada mediante auditorías en terreno o verificación de la información de manera remota. La verificación de cumplimiento es muy focalizada y forense por lo que, como regla general, tiene un alcance más limitada respecto de un proceso de supervisión basado en riesgos de CdM pues sólo permite tener una aproximación de la situación de la entidad fiscalizada a un período determinado.
- **Tramitación de reclamaciones:** Consiste en la revisión y análisis de reclamaciones, presentaciones y/o denuncias de clientes financieros o público en general. Más allá de la resolución de los casos individuales, esta actividad genera insumos muy relevantes sobre el comportamiento de las



entidades en materia de CdM referente a PCF, en todas las esferas de su relación con los clientes. Estos insumos nutren el proceso supervisor que realiza la CMF. Sin embargo, al igual que las actividades de cumplimiento normativo, la tramitación de reclamaciones tiende a ser focalizada y forense, por lo que tiene un limitado efecto prospectivo.

- **Evaluación de la calidad de gestión de riesgos con aspectos de PCF.** Consiste en la evaluación del ambiente interno, políticas, procedimientos y controles establecidos por la entidad supervisada. Esta fiscalización se realiza mediante una combinación de actividades a distancia y auditorías en terreno. Requiere mayor tiempo de revisión, no obstante entrega una visión más amplia respecto a la gobernanza de la entidad dado el mayor alcance y profundidad que tiene sobre esos elementos<sup>21</sup>.

## **b) Priorización de recursos en materia de fiscalización de CdM enfocados en PCF**

- Para efectos de distinguir las entidades, industrias y actividades en las cuales se focalizan los esfuerzos de fiscalización, es necesario determinar el rol que éstas tienen en el mercado y luego evaluar qué impacto tendría en los objetivos estratégicos de supervisión que ese rol se viera amenazado. Utilizando un enfoque de riesgo, la probabilidad que ello ocurra será consecuencia de múltiples factores, a saber: conducta anterior de la entidad o sus socios y ejecutivos, calidad de su gobierno corporativo y de su gestión de riesgos en materia de CdM, entre otros. En el caso de industrias o actividades, dependerá de la madurez de ésta, de su complejidad, del riesgo en CdM de las entidades que la conforman o realizan, del nivel de supervisión complementaria que tienen, entre otros.
- El tipo de fiscalización empleada dependerá del impacto relativo que tiene la entidad, industria y actividad. Aquellas con mayor impacto en CdM, suponen un proceso de selección para su fiscalización focalizada y, cuando así lo amerite, en terreno. En el caso de entidades con bajo impacto relativo, son revisadas principalmente por fiscalizaciones del tipo análisis de información provista al mercado y al regulador, con objeto de destinar mayores recursos al resto de entidades de impacto relativo alto e intermedio.

Tanto las entidades como los tipos de supervisión a emplear sobre éstas, son incorporadas en un plan anual de fiscalización de CdM enfocados en PCF. Para la ejecución del plan, la CMF cuenta con programas y metodologías de evaluación de los fiscalizados, dependiendo de las diferentes industrias, que orientan la acción del evaluador y uniforman los procesos de revisión para cada una de las áreas de riesgo determinadas. Además, la CMF cuenta, en varios procesos, con herramientas tecnológicas que facilitan el registro y análisis posterior de la información.

Sin perjuicio de lo anterior, la CMF tiene entre sus proyectos estratégicos para 2020-



Para validar, ir a: <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
EOLIC RES 3176-21-2664-N

2022, como ya se mencionó, el impulsar un cambio regulatorio, basado en los principios desarrollados en este documento, que oriente una evaluación de gestión de los riesgos de CdM para las entidades financieras bajo su perímetro.

## **6. Limitaciones del enfoque actual de supervisión de Conducta de Mercado de la CMF**

Tal como se señaló, hasta la fecha el enfoque de supervisión de CdM en PCF, se ha basado principalmente en el establecimiento de diversas normas y en la supervisión de su cumplimiento, sin perjuicio de acciones específicas desarrolladas en cada uno de los tipos de fiscalización antes descritos. Cabe hacer presente que no se ha establecido un conjunto explícito y difundido de objetivos o principios<sup>22</sup>, que guíen la definición de la normativa, mejoren la consistencia y coherencia del marco regulatorio y de supervisión, y ayuden a focalizar adecuadamente los recursos de supervisión.

El enfoque actual de CdM enfocado en PCF se basa, principalmente, en regular y supervisar el cumplimiento legal y normativo aplicable a las autorizaciones para operar otorgadas a las entidades financieras, y a otros agentes que participan en la intermediación y comercialización de productos financieros. Es decir, monitorear que los fiscalizados cumplan con los requisitos y exigencias para mantenerse inscritos en los diferentes registros que lleva esta CMF, además de cumplir con la normativa aplicable a las actividades que éstos desarrollan. En caso de detectarse algún incumplimiento, se procede a aplicar las medidas y/o sanciones que correspondan, previa investigación<sup>23</sup>.

La revisión de la actuación de estos agentes en materia de CdM se realiza a partir de la información periódica que ellos proporcionan; de aquella que se obtiene en las fiscalizaciones en gabinete o en terreno; de la remitida por otros organismos; de la obtenida de los medios de comunicación; y de la recabada de los reclamos recibidos en esta CMF.

Las principales limitaciones del modelo antes descrito son las siguientes:

- a) La dinámica y cada vez mayor complejidad de los mercados y productos ofrecidos hace muy difícil normar la gran variedad de situaciones que pueden incidir en un perjuicio o trato no apropiado para los clientes de las entidades. Existe un riesgo alto que la normativa quede desfasada respecto de la evolución de las prácticas del mercado, los nuevos productos y las nuevas formas de comercialización.
- b) La amplia variedad de líneas de negocios, tipos de contratos (por ejemplo, seguros individuales o colectivos), canales de comercialización, entre otros aspectos, suponen una gran limitación a los esfuerzos de la autoridad por impartir instrucciones específicas a cada situación, dejando en evidencia la necesidad de regular conceptos generales o principios que puedan tener una aplicación flexible ante las distintas circunstancias.
- c) La supervisión del cumplimiento de normas tiende a ser ex-post, se concentra en

<sup>22</sup> Se debe consignar que la NCG 420 de 2016 sí tiene desarrollados cuatro principios generales de conducta de mercado, siguiendo sobre todo las directrices de los ICP de la IAIS. Sin embargo, su aplicación está restringida a la industria de seguros en Chile.



<sup>23</sup> 3.538 establece un alto estándar de proceso administrativo, con una entidad especializada como es la Unidad de Fomento, independiente y con una clara separación de las funciones de investigación y de resolución sanción, esta última en el Consejo de la CMF. Todo lo anterior asegura las condiciones esenciales para el debido proceso.

detectar incumplimientos o malas prácticas y sancionarlas, prohibirlas o limitarlas por norma. En este contexto, y sin perjuicio del efecto disuasivo que puede tener la sanción de un incumplimiento, la supervisión por normas tiene un limitado efecto preventivo.

- d) La supervisión de CdM basada en normas no da la suficiente relevancia a la calidad de la gestión que la entidad hace para prevenir incumplimientos regulatorios o malas prácticas que puedan afectar a sus clientes de las entidades financieras, como sí es parte central en el proceso de supervisión y evaluación de gestión de riesgo en aquellas entidades que tienen un foco prudencial, tales como bancos y compañías de seguros<sup>24</sup>.

No hace una distinción nítida, por ejemplo, entre entidades que puedan tener exigentes políticas de relacionamiento hacia los clientes y sistemas de control de estas políticas, una fuerte función de cumplimiento en su estructura orgánica y una cultura centrada en los intereses de sus clientes, de aquellas entidades que carezcan de estos sistemas y que, por ende, sean más riesgosas en términos de potenciales malas prácticas de con referidas a la PCF.

- e) Al no estar el marco de supervisión de CdM referido a PCF basado en principios, el regulador ve complicada la labor de priorizar y focalizar adecuadamente sus recursos hacia aquellos aspectos que pueden tener una incidencia mayor en la vulneración de estos principios, o hacia aquellas entidades que muestren mayor riesgo de incumplimiento de estos principios. Lo anterior hace la supervisión menos eficiente ante recursos escasos.
- f) El actual modelo de supervisión de CdM en PCF exhibe brechas respecto de las recomendaciones internacionales en esta materia, en particular, las de la IAIS, IOSCO y la OECD, aspecto importante desde el punto de vista de la fortaleza de nuestro sistema regulatorio.

## 7. Nuevo enfoque de supervisión de CdM en PCF

Tomando en cuenta las limitaciones del actual enfoque de supervisión basado en normas antes referido, la CMF se encuentra actualmente impulsando cambios a dicho esquema. El objetivo es complementarlo con una orientación preventiva, basada en un conjunto de principios que servirán de marco para el posterior perfeccionamiento de la regulación y, a su vez, de parámetros para supervisar la actuación de las distintas entidades. Este Documento de Trabajo busca iniciar este proceso a través de una definición inicial de principios y prácticas comunes a todas las industrias antes señaladas, los cuales podrán ser complementados y/ o perfeccionadas producto de su discusión pública.

Vale la pena reiterar que, con el nuevo enfoque, no se persigue eliminar las normas y la obligación de su cumplimiento en materia de CdM. Se busca complementar dicho marco y llevar a cabo una evaluación de la calidad de la gestión, del gobierno corporativo y, en un contexto más amplio, de la cultura corporativa de las entidades, a

<sup>24</sup> Cabe precisar que compete a la supervisión de intermediarios de valores, las auditorías que se desarrollan por gestión de riesgos incluyen actividades de revisión de políticas y procedimientos, nivel de involucramiento del directorio y de auditoría interna en ámbitos como conflictos de interés, suitability e información privilegiada. Igual situación ocurre en el ámbito de las AGF, en que se



aterias similares a las antes mencionadas en CdM, mediante auditorías de gestión de riesgos, así como también otras  
Para validar, ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
l debido cobro de remuneraciones y comisiones, información a proporcionar por los agentes comercializadores y gestión  
os. FOLIO: RES-3176-21-26641-N

objeto de tener un modelo preventivo y flexible en esta materia.

Lo anterior no implica renunciar a la potestad sancionatoria de la CMF, la que continuará aplicándose en las situaciones y casos que correspondan.

Se espera entonces que, con este enfoque de CdM, se puedan superar las limitaciones del actual modelo y, a partir de esto, contar con un sistema de supervisión moderno y más acorde a los estándares internacionales, que sea preventivo, flexible y más eficiente en la utilización de los recursos de la CMF. En definitiva, un modelo que permita un mejor nivel de protección al cliente financiero, junto con un desarrollo sano y sostenible en el largo plazo de las entidades financieras.

Finalmente, los principios y buenas prácticas en materia de CdM descritos a continuación se aplican a todas las entidades financieras fiscalizadas por la CMF, independiente de su volumen de producción. En específico, aplican a bancos, compañías de seguros, administradoras generales de fondos, corredoras de bolsa, agentes de valores, cooperativas de ahorro y crédito (sometidas a supervisión de la CMF), agentes administradores de mutuos hipotecarios endosables, emisores de tarjetas de pago, corredores de seguros y liquidadores de siniestros.

## **8. Los cinco principios de conducta de mercado para entidades financieras<sup>25</sup>**

Con objeto de establecer principios comunes en materia de CdM, la CMF hizo un análisis de los estándares y mejores prácticas a nivel internacional, tanto de entes reguladores como de organismos multilaterales referentes en aspectos de supervisión y regulación en las industrias de bancos, seguros y valores (Ver Anexo N°1, Revisión de Estándares y Principios Internacionales en materia de Conducta de Mercado).

En particular, se revisaron estándares y directrices de la OCDE, IOSCO, IAIS, Banco Mundial, Unión Europea, Canadian Council of Insurance Regulators (CCIR, Canadá), National Association of Insurance Commissioners (NAIC, EE.UU.), Australian Securities and Investments Commission (ASIC, Australia), Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (España), Financial Conduct Authority (FCA, UK), Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (Perú), Banco de España y Superintendencia Financiera (Colombia).

Pese a las diferencias que existen entre las industrias, los elementos sustantivos que subyacen en las guías, principios sectoriales y directrices revisadas son coincidentes y quedan perfectamente contenidos en los cinco principios que está proponiendo la CMF en este documento. Ello no obsta que algunas consideraciones más específicas, que se desprenden de los principios generales referidos a continuación, pudieran no ser aplicables a la relación de algunas entidades con sus clientes, atendiendo su marco jurídico y/o naturaleza del negocio.

<sup>25</sup> La NCG N° 420 de 2016 establece una autoevaluación de principios de Conducta de Mercado en entidades aseguradoras y Corredoras de Seguros. Esto último aplicable a las compañías de seguro y a corredores de seguros personas jurídicas que sean filiales



o relacionadas a un banco o casa comercial, cualquiera sea su producción en el año calendario anterior, y a corredores de rídicas que hayan registrado una producción igual o superior a UF 750.000 de primas o comisiones percibidas iguales o a UF 100.000 en el año calendario anterior.

Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

- I. **Trato justo a los clientes de entidades financieras.**
- II. **Adecuada gestión de conflictos de interés.**
- III. **Protección de la información de los clientes.**
- IV. **Transparencia en la comercialización y publicidad de productos financieros.**
- V. **Gestión diligente de reclamos y presentaciones.**

Uno de los elementos comunes de estos cinco principios, y su diferente aplicación a nivel internacional, es la relevancia que se da para su correcta implementación al involucramiento del directorio y la alta gerencia de las entidades financieras. La mesa directiva, en tanto máximo órgano de control, es el responsable de asumir los principios de CdM en PCF. Para ello debería contar con las políticas, procedimientos y controles que resguarden los principios descritos y monitorear su cumplimiento, para de velar por que los clientes reciban un trato justo, así como entregar las directrices para que la administración establezca los procedimientos para una correcta implementación.

La misma revisión de estándares de referencia coincide en instar a que las entidades debiesen adoptar los principios señalados como parte integrante de su estrategia comercial, contemplando para ello, al menos, los siguientes tópicos:

- **Estrategia:** El diseño de la estrategia comercial y las decisiones respecto de productos o servicios ofrecidos al público, deben considerar los principios de CdM en PCF como piedra angular.
- **Controles internos:** El monitoreo de los principios de CdM enfocados en PCF requiere que se identifique, recopile y evalúe información relevante. El establecimiento de controles internos incluyendo dicha información para que el directorio y la alta gerencia puedan evaluar el desempeño de la entidad, con especial énfasis respecto al trato justo de los clientes. También deberán establecerse mecanismos y controles a fin de asegurar que todo incumplimiento con respecto a las políticas y procedimientos, así como otras situaciones que pongan en riesgo la protección de los intereses de los clientes, sean subsanados rápidamente. Especial énfasis en este punto debe estar en la adecuada y oportuna atención y respuesta de las reclamaciones.
- **Personal idóneo y evaluación del desempeño:** Se deberá prestar especial atención a la incorporación de personal y agentes que cumplan con los estándares éticos y de integridad definidos por la entidad financiera en su código de ética. Asimismo, será importante que el personal relevante se encuentre capacitado para alcanzar los objetivos relacionados con el trato justo a los clientes. La evaluación de desempeño deberá incluir los aportes realizados por el personal y agentes para alcanzar estos objetivos.
- **Compensaciones:** Las estrategias de remuneración y compensaciones (bonos, por ejemplo) deberán tener en cuenta los resultados relacionados con el trato justo a los clientes. De allí que pueda resultar necesario que las estructuras de compensaciones sean revisadas en términos de calidad,



Para validar ir a <http://www.sns.cl/institucional/validar/salida.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

y asegurar que no existan incentivos que pudieran resultar en un trato que no sea justo hacia los clientes.

A continuación, se entrega una descripción específica de los cinco principios básicos antes señalados:

### **I. Trato justo a los clientes de entidades financieras.**

Este principio es fundamental en las prácticas de CdM enfocadas en PCF e implica que las entidades consideren los intereses de sus clientes en la realización de sus negocios, velando siempre porque éstos reciban un producto o servicio apropiado a sus necesidades, y se les proporcione en todas las etapas de su relación con ellos, una correcta y transparente atención y/o asesoría.

La calidad en la atención a usuarios implica que las instituciones financieras mantengan una adecuada prestación de productos, servicios y canales financieros, lo que conlleva desplegar las condiciones humanas y técnicas necesarias para la excelencia en la atención, de manera tal que ésta sea ágil, oportuna y transparente.

Dado que el usuario es un actor clave, las instituciones financieras deben considerarlo en el análisis y la evaluación de las decisiones que, de alguna manera, le afectan, desde el diseño de los productos, servicios y canales financieros, hasta la adecuada gestión de los efectos y externalidades que la utilización de estos presenta.

Es importante, además, que las entidades adopten mecanismos para asegurarse que el trato hacia sus clientes sea éticamente adecuado y honesto, de acuerdo con los principios y valores que incorporen en este contexto a su cultura corporativa. Especial énfasis en este sentido debe darse en la relación con clientes vulnerables, personas naturales, pequeñas empresas y otras organizaciones similares.

El trato justo de los clientes de entidades financieras incluye los siguientes aspectos:

- i. Actuar con la debida idoneidad, cuidado y diligencia en el trato hacia los clientes.
- ii. Desarrollar y comercializar productos en forma tal que tome en cuenta los intereses de los clientes.
- iii. Adoptar medidas para garantizar que toda asesoría brindada sea de calidad y permita a los clientes adoptar decisiones informadas.

Los anteriores tres elementos son las obligaciones básicas que deberían imperar siempre en la relación de las entidades con sus clientes; deben ser parte integral de un adecuado gobierno corporativo, de sus políticas comerciales y, en general, de su cultura organizacional. Lo anterior se lleva a la práctica cumpliendo las siguientes condiciones para cada proceso:

(i.) **Actuar con la debida idoneidad, cuidado y diligencia en el trato hacia los clientes.** Esto significa que las entidades deberán actuar de igual modo de lo que se esperaría razonablemente de una persona prudente en igual posición y circunstancias. Para ello, deberán contar con políticas y procedimientos para alcanzar dichos resultados, y velar por que sus empleados y agentes cumplan con estándares de ética e integridad establecidos por las



entidades en sus Códigos de Ética.

(ii.) **Desarrollar los productos y servicios teniendo en cuenta los intereses y las necesidades de los potenciales clientes.** Antes de comercializar un producto o servicio, la entidad debería llevar a cabo una cuidadosa revisión en relación con su modelo de negocio, las normas y regulaciones existentes y sus políticas de trato justo establecidas.

La entidad debería monitorear sus productos después de su lanzamiento a fin de asegurar que sigan cumpliendo con las necesidades de los clientes a los que apuntan y evaluar el desempeño de los diversos métodos de distribución utilizados con respecto a prácticas comerciales sólidas y, de ser necesario, tomar las acciones correctivas que correspondan.

La entidad debería transmitir adecuadamente las características de los productos a los intermediarios para que entiendan el mercado a que se apunta y, de este modo, reducir el riesgo de una venta que no cubra adecuadamente las necesidades del cliente. Lo anterior, se asocia al concepto conocido como "Suitability" y considera cuatro aspectos específicos:

- a) El diseño de productos financieros que cubra las necesidades de un segmento o grupo de clientes. Los productos que tienen en cuenta las necesidades de los clientes son aquellos que otorgan una protección o servicio efectivo. Por ejemplo, en el mundo de los seguros, comercializar aquellos donde existe una probabilidad de que ocurra el siniestro y que se encuentre en relación con la tarifa que se cobra.
- b) La oferta del producto estará dirigida al segmento de clientes para el cual se diseñó, y con una estrategia de venta apropiada a este segmento.
- c) En su diseño, los productos deberán considerar las características particulares de los potenciales clientes y el nivel de complejidad en cuestión. Esto con el fin de escoger adecuados canales de distribución que les permitan a los clientes obtener información sobre los productos que más se ajusten a sus necesidades, perfil de riesgos, objetivos financieros, etc.
- d) Los textos de los contratos que se comercialicen (incluyendo sus condiciones generales y particulares cuando se trate de seguros) deben cumplir las disposiciones legales y normativas vigentes, y no ser inductivos a error a los clientes. Las entidades deben adoptar todas las medidas necesarias para evitar contratos que no cumplan con la exigencia indicada en el párrafo anterior, tanto en la forma como en el fondo; esto es, se debe respetar el espíritu de las disposiciones regulatorias y evitar buscar mecanismos indirectos que en definitiva puedan ser una forma de vulnerar dicha disposición.



(iii.) **Brindar asesoría de calidad antes, durante y después de la contratación.** La asesoría que brinden las entidades, antes, durante y

Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOEI: RES-3170-21-20041-N

después de la venta del producto o servicio, debe ser de calidad, ofreciendo al cliente los productos más convenientes a sus necesidades e intereses, ilustrándolo sobre las condiciones del contrato y asistiéndolo durante toda la vigencia, modificación, renovación del contrato y al momento del siniestro (en el caso de los productos de seguros).

Las entidades serán responsables de promover una asistencia de calidad. Para lo anterior, deberían establecer programas de capacitación continua y posibilitar que la persona que brinde asesoría cumpla con lo siguiente:

- a) Esté en conocimiento de las características, innovaciones y modificaciones efectuadas en relación con los productos y servicios que comercializa.
- b) Mantenga al día los registros de los clientes y les faciliten acceso rápido a sus registros.
- c) Mantenga un adecuado nivel de conocimiento sobre su segmento comercial, incluso sobre las características y riesgos inherentes a los productos y servicios.
- d) Conozca los requisitos legales y regulatorios aplicables.
- e) Esté familiarizado con la documentación relacionada con los productos y servicios, y responda preguntas que puedan ser razonablemente previsibles.

## **II. Adecuada gestión de conflictos de interés.**

Los conflictos de interés se producen cuando existe algún incentivo por parte de una entidad, o de las personas que los representan, para que se tome un curso de acción determinado que puede afectar negativamente el cumplimiento de las obligaciones que éstos tienen con sus clientes en general, y del principio de trato justo señalado en el punto anterior.

Los proveedores de servicios financieros deben establecer mecanismos efectivos para manejar los conflictos de interés con sus clientes y entre sus clientes; considerando, en todo momento, dar prioridad a los intereses de sus clientes sobre los propios y los de sus relacionados. En los casos que corresponda, deben informar acerca de los potenciales conflictos de interés a los clientes.

En general, el pago o la aceptación de un incentivo o de cualquier beneficio no monetario, efectuado por un tercero o recibido de él, puede crear un conflicto de interés. No se considera que esto constituya un problema si se cumple simultáneamente con las siguientes condiciones:

- El pago o la aceptación tienen como finalidad aumentar la calidad del servicio al cliente.
- Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N



- El pago o la aceptación del incentivo asociado al producto ofrecido se revelan al cliente antes de brindarle el servicio; y
- El pago o la aceptación no interfieren en la obligación de la entidad de actuar en el mejor beneficio del cliente, en los casos en que exista dicha obligación (ejemplo, compañías de seguros en la venta directa).

Se deberán mitigar los conflictos de interés, pero cuando esto no sea posible, se deberán gestionar adecuadamente. Una forma de gestionarlos es informar y transparentar al potencial cliente la existencia del conflicto, al momento de brindarle asesoría o venderle un producto.

El cumplimiento de este segundo principio de CdM en PCF implica que las entidades deberían contar con una política interna aprobada por el directorio o el gerente general, cuando no se cuente con dicha estructura organizacional, con el objeto de prevenir y gestionar adecuadamente dichos conflictos de interés, en caso de presentarse.

Ejemplos de conflictos de interés que pueden presentarse entre las entidades y los clientes:

- a) En la oferta y comercialización de seguros, puede existir el interés de ejecutivos, supervisores y agentes de ventas de la aseguradora, por lograr metas comerciales sin cumplir los principios de adecuada información y asesoría a los clientes. El conflicto de interés surge porque la adecuada información y asesoría puede llevar, en algunos casos, a una menor venta de seguros, producto de la no contratación en casos en que el seguro no cumpla las expectativas de los clientes, y del mayor tiempo de dedicación que una adecuada asesoría requiere.

Las aseguradoras, en estos casos, deberán tener políticas de comercialización y compensaciones claras, que permitan eliminar o mitigar este conflicto de interés, de modo que no se afecte el interés del cliente y se cumplan los principios señalados.

- b) En la solicitud de un cliente financiero que manifieste su decisión de cerrar una tarjeta de crédito a contar de una fecha determinada y el ejecutivo a cargo del proceso postergue la materialización de dicho cierre, considerando para ello los objetivos comerciales e incentivos económicos que estén incorporados en su relación con la entidad financiera, prevaleciendo éstos por sobre el interés del cliente.
- c) Puede presentarse también un conflicto de interés en el caso de corredores de seguros con personas que actúan por su cuenta o en corredores que actúan con canales de distribución, tales como la banca y el retail. Por ende, los corredores deberían adoptar políticas internas para evitar o mitigar efectivamente dicho conflicto.

Particularmente relevante en este contexto, resultan las políticas de remuneración, comisiones, bonos y otros incentivos monetarios o no monetarios, tanto a ejecutivos del área comercial, como a la fuerza de venta. Políticas de compensación con solo énfasis en la venta, y que no ponderen adecuadamente el factor de calidad de la asesoría y satisfacción del cliente, se estiman contrarias a estos principios.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

### III. Protección de la información de los clientes.

En los servicios financieros, la seguridad de la información es importante dado que, dependiendo del tipo de producto o servicio, la recopilación, almacenamiento y procesamiento de ésta involucra una cantidad significativa de antecedentes, dependiendo del tipo de producto o servicio, de carácter financiero, médico y personal. La salvaguardia de datos financieros y personales (privacidad) es una de las principales responsabilidades de la industria de servicios financieros.

Uno de los elementos centrales a resguardar es contar con datos obtenidos de forma lícita (consentimiento, ley o fuente pública) y que dichos datos sean usados con una finalidad explícita y sean proporcionales. Al mismo tiempo, se deben respetar el derecho de los clientes a ser informados sobre la comunicación o cesión de datos, a acceder a los mismos o portarlos, a obtener la pronta corrección de ellos, a caducar el consentimiento y/o a eliminar datos inexactos o recopilados ilegalmente.

Las entidades deberían adoptar todas las medidas necesarias para proteger la información de sus clientes, resguardando su confidencialidad. Para ello, deberán desarrollar adecuadas políticas y procedimientos de resguardo de la información, capacitar al personal, implementar controles internos para verificar su cumplimiento, contar con tecnología adecuada y plataformas transaccionales, identificar y manejar los riesgos y amenazas a la seguridad e integridad de la información, y contar con planes de contingencia que permitan mitigar los riesgos y el impacto de cualquier destrucción, alteración, filtración o uso indebido de la información. A su vez, deberían transparentar e informar a los clientes sobre la política de tratamiento de datos de la entidad.

En el caso de registros de deuda, las entidades financieras deberán brindar a los clientes acceso fácil y gratuito a sus reportes y detallar los procedimientos a seguir para corregir errores, respetando en todo momento la periodicidad que fija la ley para la actualización de la información del cliente<sup>26</sup>.

Las entidades deberán tener en cuenta el riesgo que presenta la tercerización de actividades y, en estos casos, deberán verificar que las instituciones contratadas cuenten con adecuados mecanismos para resguardar la confidencialidad y seguridad de la información, así como reportar a la entidad contratante las vulneraciones a las medidas de seguridad. Adicionalmente, las entidades deberán tener presente el cumplimiento de la legislación vigente respecto al manejo de información de clientes entre partes relacionadas.

Lo anterior, sin perjuicio del estricto cumplimiento de las normas legales y regulatorias<sup>27</sup> vigentes sobre la materia.

### IV. Transparencia en la comercialización y publicidad de productos financieros

<sup>26</sup> Esta directriz está planteada de manera directa en el documento Buenas Prácticas Comunes de Protección al Consumidor Financieros. Publicación del Banco Mundial (2012). Ver en:



[uments1.worldbank.org/curated/ar/447021493843704521/pdf/70157-SPANISH-FinConsumerProtection-GoodPractices-INAE.pdf](https://documents1.worldbank.org/curated/ar/447021493843704521/pdf/70157-SPANISH-FinConsumerProtection-GoodPractices-INAE.pdf) Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

<sup>27</sup> Descripción de INAE en la norma para entidades que apuntan a gestionar el riesgo operacional y ciberseguridad.

Los sistemas financieros son menos eficientes y accesibles cuando no existe transparencia en su política de precios, cuando la protección y el conocimiento del cliente acerca de éstos son inadecuados, y cuando los mecanismos de resolución de disputas son costosos, prolongados e ineficaces.

Las entidades financieras deberán incorporar en forma explícita a sus políticas internas de funcionamiento, la observancia de prácticas de negocio transparentes, de acuerdo a criterios éticos y valores institucionales definidos por la propia entidad en sus códigos de ética, de modo de evitar caer en prácticas que puedan ser eventualmente consideradas como engañosas, abusivas o éticamente reprobables por parte de sus clientes, y con ello mermar la confianza del público en la entidad y en la industria de en general.

Todo cliente financiero debe ser informado de manera clara, veraz, oportuna y transparente (no inductiva a error) sobre el servicio/producto o inversión que el proveedor financiero está ofreciendo, así como los costos y beneficios (rendimientos) asociados, tanto al momento en que se efectúan como durante la permanencia y la liquidación de éstos<sup>28</sup>.

A su vez, las políticas y procedimientos deberán estar formalmente establecidos en orden a resguardar la transparencia de la información referida a los atributos de los productos y sus tarifas, de modo que cumplan las condiciones necesarias para una toma de decisiones informadas por parte de los clientes.

De igual forma, es deseable que las entidades consideren como parte de su labor de asesoría o entrega de información a sus clientes, el contribuir a su educación financiera. Lo anterior, a través de otorgar una asesoría de calidad que contemple una detallada explicación de los productos ofrecidos y, en caso de tratarse de instrumentos con componente de ahorro, una explicación detallada de las alternativas de inversión, así como de los supuestos de rentabilidad asociadas a ese componente de ahorro.

En la promoción del producto y/o servicio financiero, el proveedor deberá promover la existencia de prácticas adecuadas de divulgación de información respecto de las características y riesgos de los servicios y/o productos financieros que se ofrezcan, tanto entre sus colaboradores como con sus agentes comercializadores, con objeto que los clientes tomen decisiones acordes a sus necesidades.

Si, posteriormente, la entidad advierte que la información suministrada no es precisa y clara, o se presta a confusión, deberá contar con procedimientos para retirar la información y notificar la corrección a toda persona que utilice dicha información, sea personal de la fuerza de ventas, agentes, asesores, tan pronto como sea posible.

El adecuado resguardo de este principio de transparencia requiere que las entidades consideren los siguientes aspectos:

- a) La publicidad y promoción de los productos financieros no deberá ser

---

 principio es abordado principalmente por las disposiciones legales y normativas siguientes: Artículos 9° y 10 de la Ley de Valores (LVM), Artículo 18 y 20 de la LUF., Artículo 65 de la LVM. En relación con esta disposición, la CMF emitió la Resolución RES-176-21-2664-N. [Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>](http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php)

inductiva a error o generar falsas expectativas respecto al producto que se promociona.

- b) El diseño de la información y los medios que se utilicen para proporcionarla, deberán ser acordes al nivel de complejidad del producto y tomar en cuenta las necesidades particulares de información del segmento de clientes al cual va dirigido. En otras palabras, se debería establecer una estrategia de información especialmente diseñada para el tipo de producto y cliente objetivo.
- c) La información proporcionada al cliente deberá permitirle entender las características del producto que se le ofrece y cómo este producto satisface sus necesidades particulares. En especial, la información debe describir en forma fácil de entender, dentro del marco regulatorio establecido, los principales aspectos del producto, eventuales limitaciones y los derechos y obligaciones que le asisten al cliente.
- d) No se deben ocultar ni minimizar afirmaciones o advertencias importantes y, si se detectara que la información no es precisa o clara, se debe corregir e informar al cliente oportunamente.
- e) Al momento de la venta, la entidad deberá tomar medidas razonables a fin de velar por que se proporcione al cliente información apropiada durante un tiempo adecuado y en forma tal que resulte comprensiva, de modo que el cliente pueda tomar una decisión informada acerca de los productos propuestos.
- f) El cliente financiero debe contar con un período de reflexión para estudiar, cuestionar y comprender la información que se le proporciona al momento de la compra, para que pueda tomar una decisión informada sobre el producto o servicio que están adquiriendo y las consecuencias de su compra.
- g) Después de la compra del producto o servicio financiero, cuyo marco jurídico contemple explícitamente derecho de retracto<sup>29</sup>, las entidades deben conceder un período suficiente de reflexión, lo que le permita al cliente rescindir el contrato sin sufrir complicaciones. La implementación de este período se adapta de acuerdo con la naturaleza de las legislaciones que aplican a los diferentes productos y la distribución, como la venta a distancia o presencial, y en la medida en que sea compatible con el tipo de transacción financiera.

La entidad deberá adoptar medidas para controlar que la información al cliente se esté proporcionando de acuerdo con las políticas definidas por ella, y testear la efectividad de la información, debiendo ésta ser probada y actualizada periódicamente (ejemplo: aplicación de encuestas de calidad, realización de focus group, etc).



## V. Gestión diligente de reclamaciones y presentaciones<sup>30</sup>

Aunque esta materia ha sido abordada en algunas referencias de estándares dentro del principio de trato justo, la importancia que tiene la gestión de reclamos y presentaciones en Chile amerita elevarlo a un principio por separado.

La adecuada y oportuna atención de los clientes financieros constituye un aspecto sensible desde el punto de vista de la reputación de las entidades financieras y, por lo mismo, debiese ser una materia para la cual existan plataformas, procesos y controles adecuados para su realización. La importancia de este proceso conlleva la necesidad de un involucramiento activo de los directorios y alta gerencia desde su función estratégica, en la aprobación de dichas políticas y procedimientos.

Las entidades deben contar con mecanismos de gestión de reclamaciones, que se den 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, los contratos y documentos clave, materiales de marketing, etc.).

Las instituciones financieras deben establecer instancias para la adecuada atención o resolución de controversias. Estas instancias deben ser identificables, de acceso expedito, sean presenciales o virtuales, independientes de las áreas en donde se originen los conflictos y deben propender hacia la solución rápida y oportuna, con particular énfasis cuando se trate de reclamos.

Lo anterior supone la existencia y funcionamiento de unidades especializadas que cuenten con las herramientas y los recursos humanos y tecnológicos adecuados al tamaño de la entidad financiera para administrar eficientemente las consultas y los reclamos del público con estándares de calidad y tiempos de respuesta previamente establecidos. Además, este estándar debe considerar una adecuada y oportuna respuesta de las reclamaciones derivadas por la CMF.

En armonía con documentos internacionales sobre directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones, la CMF considera que esta actividad debe considerar elementos básicos para orientar y promover la adecuada resolución de reclamos que presentan los usuarios del sistema financiero<sup>31</sup>.

- a) Objetividad. Se encuentra relacionada con el tratamiento que debe darse a las consultas y reclamos, los que deben tratarse de manera equitativa e imparcial, otorgando igual tratamiento a todas las personas.
- b) Completitud y calidad. Se refiere a las actividades y mecanismos institucionales establecidos por cada entidad, con el fin de analizar,

<sup>30</sup> Este principio también está recogido en el marco normativo de evaluación de gestión de riesgos vigentes de la CMF. Para bancos (RAN, Capítulo 1-13, G) Gestión de la calidad de la atención a los usuarios y transparencia en la información) y para seguros (NCG 309, X, Relación con los Asegurados) dichas regulaciones abordan de manera muy sintética las políticas, procedimientos y controles en materia de protección de conducta de mercado.

<sup>31</sup> Este documento de trabajo recoge elementos contenidos en la Carta Gerencia de 8 de junio de 2020. Dicha instrucción dirigida a bancos, cooperativas, filiales bancarias, empresas emisoras de tarjetas bancarias, sociedades de apoyo al giro y empresas operadoras de pago, tiene como objetivo promover la incorporación y desarrollo de elementos adecuados que permita a los clientes del sistema financiero obtener, por parte de las entidades fiscalizadas, respuestas a sus consultas y reclamos, de una manera transparente, oportuna y con un estándar de calidad, que contribuya con el buen funcionamiento del mercado.



Para validar, ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FCI 10 - RES 3176, 21.266 - N

30

gestionar y resolver de manera íntegra y completa las consultas y reclamos presentadas por los usuarios del sistema financiero.

- c) **Transparencia.** El proceso de tratamiento de las consultas y reclamos debe comunicarse a los usuarios y clientes a otras partes interesadas pertinentes. Se debe proporcionar a cada reclamante individual información adecuada sobre el tratamiento de su presentación.
- d) **Confidencialidad.** Se refiere al debido resguardo de la información entregada por el reclamante en los reclamos, en cumplimiento del secreto y la reserva.
- e) **Eficacia y Eficiencia.** Las entidades financieras deben tener dentro de sus objetivos organizacionales permanentes, cumplir con un estándar de eficacia y eficiencia en la gestión de las presentaciones que realicen sus clientes y usuarios del sistema financiero. Lo anterior conlleva a que las instituciones presenten mejoras progresivas en el tiempo, contando con los medios necesarios para llevar a cabo una resolución adecuada de los reclamos efectuados.

Asimismo, los proveedores de servicios financieros deben contar con procedimientos y mecanismos de control internos para la gestión y resolución de reclamos efectuados por sus clientes. Lo anterior involucra la administración integral de los reclamos y su tramitación, considerando una atención oportuna de las comunicaciones presentadas por los usuarios, y la emisión de respuestas respecto de todos los aspectos del reclamo de forma comprensible y clara.

Un estándar apropiado en esta materia implica la existencia de informes de gestión que permitan identificar los tipos de reclamos, consultas y solicitudes, los productos involucrados en las presentaciones, los canales de recepción y el cumplimiento de estándares de respuesta, los que periódicamente deben ser dados a conocer al Directorio o a quién haga sus veces.

Lo anterior, por cuanto este tema no sólo es relevante por temas de reputación. Un adecuado análisis y gestión de las reclamaciones puede permitir detectar fallas en procesos internos e incluso ser una alerta de situaciones que pueden tener un impacto mayor.

## **9. Síntesis y reflexiones finales**

Los cinco principios desarrollados en este trabajo tienen como objetivo primario orientar a los agentes de mercado para que consideren en su gobernanza prácticas en CdM, enfocadas en PCF, que promuevan la confianza y fortaleza de la industria respectiva.

Los cinco principios corresponden a trato justo a los clientes de entidades financieras; adecuada gestión de conflictos de interés; protección de la información de los clientes; transparencia en la comercialización y publicidad de productos financiero; y gestión diligente de reclamos y presentaciones.



las diferencias que existen entre las industrias bajo el perímetro de supervisión  
MP Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

y directrices revisadas son coincidentes y quedan perfectamente contenidos en los cinco principios que está proponiendo la CMF en este documento.

El objetivo de establecer estos principios comunes es consistente con la mirada de supervisión integrada que tiene la Comisión desde 2019, cuando se materializó la incorporación de la supervisión bancaria al perímetro de la CMF (que ya integraba a esa fecha a las industrias de valores y seguros).

Los principios planteados en este documento, se basan en las guías y directrices de órganos multilaterales y reguladores financieros de referencia, y dan cuenta de las mejores prácticas en la materia. Asimismo, en el desarrollo de este trabajo se recoge la experiencia supervisora específica de la CMF, considerando las particularidades de las diferentes industrias bajo su perímetro.

La CMF tiene entre sus proyectos estratégicos 2020-2022 el desarrollo de una norma de gestión en CdM común, basada en los principios desarrollados en este documento, que orienten una evaluación de gestión de los riesgos de CdM para las entidades financieras incluidas dentro de su espacio supervisor.

Asimismo, este proyecto estratégico considera también la publicación de una Política de Supervisión de CdM en PCF, que recoja la aplicación del marco normativo vigente a nivel de procesos por parte de la CMF<sup>32</sup>. Dicha Política considerará dos dimensiones, ambas alineadas con los cinco principios referidos. Una de cumplimiento normativo y otra de gestión de riesgos en CdM.

Es importante destacar que esta agenda de la CMF en materia de CdM y, en lo específico al objetivo de PCF, suponen un complemento con la importante labor que realiza el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Mientras el foco del Sernac está en verificar el cumplimiento de la Ley de Consumidor, para lo cual puede, entre otras acciones, interponer demandas colectivas en contra de los oferentes que incumplan dicha ley, buscando compensación a los clientes afectados, el foco de la CMF está en supervisar que los oferentes cumplan las reglas sectoriales y gestionen el riesgo de CdM, contando para ello con la capacidad de sancionar y multar en caso de que las reglas se transgredan.

Ambas entidades, desde un marco jurídico y de facultades distinto, tienen como objetivo común un trato justo a clientes de productos financieros. Esta complementariedad se basa en la necesidad de ir profundizando los mecanismos de coordinación entre agencias, conforme a las complejidades que supone el desarrollo de los mercados y el acceso a servicios financieros por parte de las personas. Para lograr este objetivo la CMF y Sernac cuentan con un convenio de cooperación que facilitará esta coordinación para enfrentar los desafíos actuales.

Este Documento de Política, y la retroalimentación que se genere a partir de su difusión con las entidades financieras y público en general, servirán de base para el desarrollo de la citada norma común de gestión en CdM referido a PCF y la Política de Supervisión.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
exco N°2 que acompaña este Documento de Trabajo titulado: Marco legal y normativo en Conducta de Mercado para  
bajo Operación de la CMF  
FOLIO RES-3176-21-26641-N



*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N*

## 10. Bibliografía

1. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico. G-20 High Level Principles on Financial Consumer Protection, 2011. Ver en: <http://www.oecd.org/regreform/sectors/48892010.pdf>
2. IAIS Insurance Core Principles, Octubre 2017. Ver en: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/28996>
3. Objectives and Principles of Securities Regulation, OICU-IOSCO, International Organization of Securities Commissions, Mayo 2017.
4. White Paper Principios de Conducta de Mercado: Desarrollo de una modelo de supervisión para la Industria Aseguradora, publicado por la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS). Septiembre 2015. Ver en: [https://www.svs.cl/portal/principal/605/articles-17329\\_doc\\_pdf.pdf](https://www.svs.cl/portal/principal/605/articles-17329_doc_pdf.pdf)
5. Norma de Carácter General N° 420, emitida por la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS). Octubre 2017. Ver en: [http://www.svs.cl/normativa/ncg\\_420\\_2017.pdf](http://www.svs.cl/normativa/ncg_420_2017.pdf)
6. Banco Mundial. Good Practices for Financial Consumer Protection (2017).
7. International Financial Consumer Protection Organization. SupTech Tools for Market Conduct Supervisors. Noviembre 2020. Ver en: [http://www.finconet.org/FinCoNet-Report-SupTech-Tools\\_Final.pdf](http://www.finconet.org/FinCoNet-Report-SupTech-Tools_Final.pdf)
8. Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, Banco de Pagos Internacionales (BIS) Orientaciones sobre la aplicación de los Principios Básicos para una supervisión bancaria eficaz a la regulación y supervisión de instituciones relevantes para la inclusión financiera. Septiembre de 2016.
9. ASBA-BID. La Protección al Consumidor en el nuevo entorno de innovación tecnológica financiera. Consideraciones de regulación y supervisión. Regulación para la innovación responsable y competitiva del sector financiero. Junio 2020. <https://www.asbasupervision.com/es/bibl/i-publicaciones-asba/i-1-grupos-de-trabajo/2379-proteccion-al-consumidor-2/file>



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N



COMISIÓN  
PARA EL MERCADO  
FINANCIERO

# **Anexo N°1: Documento de Política**

## **Revisión de Estándares y Principios Internacionales en materia de Conducta de Mercado**

Junio 2021



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

[www.cmfchile.cl](http://www.cmfchile.cl)

Contenido

1.	Asociación Internacional de Supervisores de Seguros.....	4
2.	CCIR, Canadian Council of Insurance Regulators - CANADÁ .....	8
3.	Unión Europea (EIOPA).....	12
4.	National Association of Insurance Commissioners, NAIC .....	17
5.	Australian Securities and Investments Commission (ASIC).....	20
6.	Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) .....	25
7.	Financial Conduct Authority .....	27
8.	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).....	34
9.	International Organization of Securities Commissions (IOSCO) .....	37



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
 FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## Introducción

Con el objetivo de establecer principios comunes en materia de Conducta de Mercado (CdM), la CMF hizo un análisis de los estándares y mejores prácticas a nivel internacional, tanto de entes reguladores como de organismos multilaterales referentes en aspectos de supervisión y regulación en las industrias de bancos, seguros y valores.

De la revisión de los antecedentes que se presentan a continuación, se puede advertir que pese a las diferencias que existen entre las industrias, los elementos sustantivos que subyacen en las guías, principios sectoriales y directrices revisadas son coincidentes con los principios que está proponiendo la CMF en el Documento de Política **Desarrollo estándares y principios generales en materia de Conducta de Mercado referidos a Protección de Clientes Financieros**, trabajo del que este levantamiento forma parte integral.

Estos principios y recomendaciones internacionales, junto con el análisis de las prácticas en distintas jurisdicciones, además de la experiencia de la CMF en materia de supervisión y regulación en tópicos de conducta de mercado en las industrias de bancos, valores, seguros y otras entidades, forman la base conceptual del trabajo y que se presenta en este Documento de Política.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

# 1. Asociación Internacional de Supervisores de Seguros

Establecida en 1994, la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS, por sus siglas en inglés) es una organización de afiliación voluntaria de supervisores y reguladores de seguros de más de 200 jurisdicciones, que constituye el 97% de las primas de seguros del mundo. Es el órgano normativo internacional encargado de elaborar y asistir en la implementación de principios, normas y otros materiales de apoyo para la supervisión del sector de seguros.

Actualmente, la IAIS cuenta con 25 principios para la supervisión de las empresas de seguros cuyo objetivo es apoyar al establecimiento y mantenimiento de un mercado de seguros eficiente y confiable para el beneficio y la protección de los usuarios del seguro.

En sus principios básicos de supervisión de seguros (ICP), actualizados en el año 2019, la IAIS considera un principio especial para la conducta de mercado y la protección de los asegurados y otro principio para la supervisión de los intermediarios de seguros (principios 19 y 18, respectivamente). Dichos principios, reconocidos y aceptados a nivel internacional, establecen una serie de aspectos que deberían ser considerados en los sistemas de regulación y supervisión, para un adecuado logro del objetivo de protección a los asegurados.

## 1.1 IAIS ICP's 18 Y 19: Actualización noviembre 2019<sup>1</sup>

De acuerdo a la actualización del "Insurance Core Principles and Common Framework for the Supervision of Internationally Active Insurance Groups" a noviembre de 2019, se han realizado enmiendas a varios ICP's individuales, siendo las más recientes:

- ICP 4, 5 y 23: noviembre de 2015.
- ICP 13, 18 y 19: noviembre de 2017.
- ICP 6: noviembre de 2018.
- Introducción y metodología de evaluación de los ICP's 1, 2, 3, 7 8, 9, 10, 12, 15, 16, 20, 22, 24, 25: noviembre de 2019.

## 1.2 INSURANCE CORE PRINCIPLE 18

ICP 18 Intermediarios: El supervisor establece y hace cumplir los requisitos para la conducta de los intermediarios de seguros, a fin de que realicen sus actividades de manera profesional y transparente.

Este ICP consta de 9 sub-principios<sup>2</sup>:

- 18.1 El supervisor exige que se otorgue una licencia a los intermediarios de seguros que operan en su jurisdicción.
- 18.2 El supervisor vela por que los intermediarios de seguros autorizados en su jurisdicción estén sujetos a una revisión supervisora continua.
- 18.3 El supervisor exige que los intermediarios de seguros mantengan niveles adecuados de conocimientos profesionales y experiencia, integridad y competencia.
- 18.4 El supervisor exige que los intermediarios de seguros apliquen una gobernanza adecuada.
- 18.5 El supervisor exige a los intermediarios de seguros que revelen a los clientes, al menos:
  - los términos y condiciones comerciales entre ellos y el cliente;
  - la relación que tienen con las aseguradoras con las que tratan; y
  - información sobre la base de la remuneración cuando exista un posible conflicto de intereses.
- 18.6 El supervisor requiere que un intermediario de seguros que gestione el dinero de los clientes disponga de salvaguardas para proteger esos fondos.
- 18.7 Cuando procede, el supervisor adopta medidas de supervisión contra los intermediarios de seguros autorizados.

<sup>1</sup><https://www.iaisweb.org/page/supervisory-material/insurance-core-principles-and-comframe//file/91154/iais-icps-and-adopted-in-november-2019>



- 18.8: El supervisor comprueba que el intermediario está adoptando las medidas necesarias y las intensifica si no se atienden sus preocupaciones.
- 18.9: El supervisor adopta medidas contra las personas o entidades que realizan actividades de intermediación de seguros sin la licencia necesaria.

**Modificaciones:**

Se agregaron dos nuevos sub-principios:

- 18.8: El supervisor comprueba que el intermediario está adoptando las medidas necesarias y las intensifica si no se atienden sus preocupaciones.
  - ✓ 18.8.1 El supervisor deberá examinar los resultados de las medidas que haya exigido a un intermediario y la eficacia de las medidas adoptadas.
  - ✓ 18.8.2 Si las medidas adoptadas por el intermediario no responden adecuadamente a la preocupación del supervisor, éste debe exigir medidas adicionales.
  - 18.8.3 Las medidas de supervisión deben ampliarse en consonancia con la preocupación del supervisor por el intermediario y el riesgo para los consumidores.
- 18.9: El supervisor adopta medidas contra las personas o entidades que realizan actividades de intermediación de seguros sin la licencia necesaria.
  - ✓ 18.9.1 El supervisor debe contar con mecanismos para identificar cuándo se está llevando a cabo una intermediación de seguros sin licencia. Ejemplos de tales mecanismos incluyen monitorear los medios y la publicidad, revisar las quejas de los consumidores y alentar a la industria y otras partes interesadas a notificar al supervisor sobre actividades sospechosas.
  - ✓ 18.9.2 Cuando se identifica una intermediación de seguros sin licencia, el supervisor debe actuar para abordar el problema. Los ejemplos incluyen solicitar órdenes judiciales para exigir a la persona o entidad sin licencia que detenga la actividad, informar a las autoridades policiales sobre inquietudes penales y/o civiles, y dar a conocer el hecho de que la persona/entidad no tiene licencia para realizar intermediación de seguros.

**Otras modificaciones a considerar de sub-principios ya existentes:**

- Aumenta el número de requerimientos de supervisión que pueden surgir del monitoreo Off-Site (política de compensación del personal; acuerdos de incentivos; datos de reclamaciones; datos de quejas entre otros).
- Agrega que el supervisor puede utilizar la supervisión de las aseguradoras para recopilar información y, en cierta medida, monitorear las actividades de los intermediarios.
- Especifica las medidas supervisoras preventivas, correctivas y sanciones a aplicar contra un intermediario.

**1.3 INSURANCE CORE PRINCIPLE 19**

ICP 19 Conducción de la Actividad: El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios, en su conducción de negocios de seguros, traten a los clientes de manera justa, tanto antes de que se celebre un contrato como hasta el punto en que se hayan cumplido todas las obligaciones contraídas en virtud de un contrato.

Este ICP consta de 13 sub-principios<sup>3</sup> agrupados en cuatro categorías:

**i. Trato justo de los clientes**

- 19.1 El supervisor requiere que las aseguradoras y los intermediarios actúen con la debida competencia, cuidado y diligencia al tratar con los clientes.
- 19.2 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios establezcan e implementen políticas y procesos sobre el trato justo a los clientes, como parte integral de su cultura empresarial.



Para validar, ir a <http://www.mtasich/institucional/validar/validar.php>  
o el Sur en el registro de datos.  
**FOLIO: RES-3176-21-26641-N**

- 19.3 El supervisor requiere que los aseguradores e intermediarios eviten o gestionen adecuadamente cualquier posible conflicto de intereses.
- 19.4 El supervisor requiere que los aseguradores y los intermediarios dispongan de acuerdos para negociar entre sí, a fin de garantizar un trato justo a los clientes.

## ii. Desarrollo de producto y etapa precontractual

- 19.5 El supervisor requiere que las aseguradoras tengan en cuenta los intereses de los distintos tipos de consumidores al elaborar y distribuir productos de seguro.
- 19.6 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios promocionen productos y servicios de una manera clara, justa y no engañosa.
- 19.7 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios proporcionen información precontractual y contractual oportuna, clara y adecuada a los clientes.
- 19.8 Cuando los clientes reciben asesoramiento antes de celebrar un contrato de seguro, el supervisor requiere que el asesoramiento proporcionado por las aseguradoras e intermediarios tenga en cuenta las circunstancias reveladas por el cliente.

## iii. Servicio de pólizas

- 19.9 El supervisor requiere de las aseguradoras:
  - pólizas de servicio apropiadas hasta el punto en que todas las obligaciones bajo la póliza han sido satisfechas;
  - revelar al asegurado información sobre cualquier cambio contractual durante la vigencia del contrato; y
  - revelar al tomador de la póliza más información relevante dependiendo del tipo de producto de seguro.
- 19.10 El supervisor requiere que las aseguradoras manejen los reclamos de manera oportuna, justa y transparente.
- 19.11 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios manejen las denuncias de manera oportuna y justa.
- 19.12 El supervisor requiere que las aseguradoras e intermediarios cuenten con políticas y procesos para la protección y uso de la información sobre los clientes.

## iv. Información que respalda el trato justo

- 19.13 El supervisor divulga públicamente información que respalda el trato justo de los clientes.

### Modificaciones:

Se agrega el acuerdo de negociar entre sí (aseguradora e intermediario), en la sección sobre Trato Justo de los Clientes:

- 19.4 El supervisor requiere que los aseguradores y los intermediarios dispongan de acuerdos para negociar entre sí, a fin de garantizar un trato justo a los clientes.

Se agrega lo referente a *outsourcing* al siguiente sub-principio

- 19.10 El supervisor requiere que las aseguradoras manejen los reclamos de manera oportuna, justa y transparente.
  - ✓ 19.10.12 Si alguno de los procesos de tramitación de reclamaciones se subcontrata en parte o en su totalidad, los supervisores deben requerir que los aseguradores mantengan una estrecha supervisión y la responsabilidad última de la tramitación justa y transparente de las reclamaciones y la resolución de las mismas.

Se reorganiza el subíndice y se especifica sobre el cuidado de datos

- 19.12 El supervisor exige que los aseguradores e intermediarios tengan políticas y procesos para la protección y uso de la información sobre los clientes.



Para verificar la privacidad de la información personal: <https://www.svs.gub.uy/informacion-personal>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- ✓ Protección contra el mal uso de la información del cliente
- ✓ *Outsourcing*
- ✓ Acceso a los datos en caso de reorganización



*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N*

## 2. CCIR, Canadian Council of Insurance Regulators - CANADÁ

El Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros (CCIR) es una asociación inter-jurisdiccional de reguladores de seguros. Su mandato es facilitar y promover un sistema de regulación de seguros eficiente y efectivo en Canadá para servir al interés público, trabajando para desarrollar soluciones a problemas regulatorios comunes.

El origen del CCIR se remonta a 1914, cuando los Superintendentes de Seguros de las cuatro provincias occidentales de Canadá se reunieron para discutir las formas de asegurar la uniformidad en las leyes relativas a los contratos de seguros, creándose la llamada Asociación de Superintendentes Provinciales de Seguros de Canadá.

Durante las décadas siguientes el nombre cambió varias veces y la asociación se amplió para incluir todas las provincias, territorios y la Oficina Federal del Superintendente de Instituciones Financieras. En 1989 cambió su nombre al actual Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros.

### **Memorándum de Entendimiento y Protocolo sobre Cooperación e Intercambio de Información<sup>4</sup>**

En junio de 2015 cuatro miembros CCIR firman el Memorándum de Entendimiento y Protocolo sobre Cooperación e Intercambio de Información, que establece el protocolo para el intercambio de información como parte del marco cooperativo de supervisión.

El objetivo que persigue el memorándum es limitar la duplicación regulatoria, para que los resultados de las acciones de un supervisor se puedan compartir, en lugar de que cada regulador tenga que realizar el trabajo por sí mismo; y, permitir el intercambio de datos y análisis, lo que da como resultado una comprensión mejor y más completa de las prácticas del mercado y una identificación temprana más eficaz de los riesgos<sup>5</sup>.

### **Marco para la Cooperación en la Supervisión de Conducta de Mercado<sup>6</sup>**

La supervisión de las prácticas de conducta del mercado es autoridad exclusiva de las provincias y territorios. Las autoridades de supervisión en cada provincia y territorio, los miembros del CCIR, tienen el mandato dentro de sus respectivas jurisdicciones de supervisar la conducta de las empresas de seguros e intermediarios para garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones, proteger a los clientes de prácticas comerciales injustas o abusivas y trabajar pro trato justo de los clientes durante todo el ciclo de vida de un producto de seguro.

Publicado y adoptado en noviembre de 2015, el Marco para la Cooperación en la Supervisión de Conducta de Mercado brinda claridad sobre el compromiso de los miembros del CCIR de colaborar y compartir información en la supervisión de la conducta del mercado en Canadá.

Identifica los tipos de información que los miembros del CCIR compartirán y los tipos de actividades que realizan en conjunto, las que incluyen:

- ✓ Realizar revisiones o exámenes cooperativos a nivel de industria y entidad;
- ✓ Análisis de mercado sistémico a través de una declaración anual sobre la conducta del mercado;
- ✓ Compartir estadísticas de reclamos de los clientes;
- ✓ Revisiones de nuevos productos y cambios importantes.

<sup>4</sup> <https://www.ccir-ccrra.org/Documents/View/3544>



[www.pacicc.ca/wp-content/uploads/2017/11/apr14-ROFmeeting.pdf](http://www.pacicc.ca/wp-content/uploads/2017/11/apr14-ROFmeeting.pdf)  
[www.svs.cl/institucional/validar/validar.php](http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php)

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## Declaración Anual sobre Conducta de Mercado<sup>7</sup>

La Declaración Anual sobre Conducta de Mercado fue presentada en 2017 por el Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros (CCIR) para que los reguladores de seguros de Canadá reciban información detallada sobre el mercado y las prácticas de las aseguradoras.

A través de la Declaración Anual para compañías de seguros generales y de vida, los aseguradores deben presentar información relacionada con su gobierno corporativo, prácticas y políticas con respecto al trato justo de los clientes.

El propósito de la Declaración Anual desarrollado por el CCIR corresponde a un enfoque armonizado para comprender mejor y evaluar el mercado de seguros y la conducta de mercado del asegurador.

Mediante la Declaración Anual, los miembros del CCIR (que son los reguladores de conducta del mercado de seguros de Canadá) trabajan juntos para recopilar información de las aseguradoras con respecto a su gobierno corporativo, prácticas, políticas y trato justo de los clientes<sup>8</sup>.

Los miembros del CCIR se han comprometido a incrementar la cooperación y el intercambio de información para mejorar la protección de los clientes y asegurar el alineamiento con las mejores prácticas y estándares internacionales, en particular los Principios Básicos de Seguros (ICPs) de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS), en especial los principios 18 sobre Intermediarios, 19 sobre conducta en los negocios y 25 sobre Coordinación y Cooperación de los Supervisores.

La Declaración Anual es el primer esfuerzo colaborativo para recolectar inteligencia de conducta del mercado y reducirá la necesidad de que las aseguradoras tengan que presentar múltiples solicitudes de información similar en cada Provincia.

La información solicitada a los aseguradores a través de la Declaración Anual se incluye en las siguientes 8 categorías:

1. Gobierno Corporativo
2. Políticas Productos
3. Primas y Comisiones
4. Distribuidores
5. Gestión de Ventas e Incentivos
6. Siniestros
7. Informes de Reclamos
8. Protección de Información Personal

Las preguntas se han desarrollado teniendo en cuenta los Principios Básicos de Seguros (ICP por sus siglas en inglés) de la IAIS, así como los principios incluidos en la Guía de buenas prácticas comerciales<sup>9</sup> de la Autoridad de los Mercados Financieros (AMF), publicada en junio de 2013.

Al recolectar esta información, los miembros del CCIR desarrollarán un mejor entendimiento del mercado de seguros, cultura y prácticas de aseguradoras, así como identificar, analizar y monitorear proactivamente las tendencias del mercado y los riesgos potenciales. En consecuencia, la Declaración Anual ayudará a los reguladores de seguros en sus esfuerzos para proteger mejor a los clientes y promover un mercado de

<sup>7</sup> <https://lautorite.qc.ca/en/professionals/insurers/market-conduct/>

<sup>8</sup> <https://www.ccir-ccra.org/Documents/View/2822>



[utorite.qc.ca/fileadmin/lautorite/reglementation/lignes-directrices-assurance/ligne-directrice-saines-pratiques-ales-Parad](https://lautorite.qc.ca/fileadmin/lautorite/reglementation/lignes-directrices-assurance/ligne-directrice-saines-pratiques-ales-Parad) Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

seguros saludable.

## **Guía sobre Conducta de Negocios de Seguros y Trato Justo a Clientes<sup>10</sup>**

Los miembros del CCIR están comprometidos a observar, cuando sea razonable, los ICPs que incluyen fomentar la cooperación, promover el intercambio de información y comunicación y facilitar una mejor coordinación. Este compromiso se afirmó en 2018, con la publicación de la Guía sobre Conducta de Negocios de Seguros y Trato Justo a Clientes.

Basada en los ICPs, la Guía sobre Conducta de Negocios de Seguros y Trato Justo a Clientes, la Guía, establece la visión de los miembros del Consejo Canadiense de Reguladores de Seguros ("CCIR") y las Organizaciones Reguladoras de Servicios de Seguros Canadienses ("CISRO"), incluidas sus expectativas (en función de la autoridad respectiva) en relación con la conducción del negocio de seguros y trato justo a los Clientes.

Esta guía proporciona a las aseguradoras e intermediarios la libertad necesaria para determinar las estrategias, políticas, procesos, procedimientos y controles necesarios que se aplican a la oferta de productos y servicios de seguros a los clientes en función de la naturaleza, el tamaño y la complejidad de sus actividades, teniendo en cuenta las obligaciones regulatorias de las aseguradoras para facilitar el logro de los resultados de los Clientes reflejados en esta guía.

Estableciendo una guía de lo que se espera de las aseguradoras e intermediarios en los siguientes ámbitos:

1. Conducta de negocios
2. Trato justo a clientes
3. Cultura empresarial
4. Relaciones entre aseguradoras e intermediarios
5. Relaciones con las autoridades reguladoras
6. Resultados y expectativas del cliente

A modo de ejemplo, a continuación, se describen Conducta de negocios y Trato justo a clientes.

### **1. Conducta de Negocios:**

En la conducción del negocio de seguros, se espera que los aseguradores e intermediarios:

- ✓ Actuar con la debida habilidad, cuidado y diligencia al tratar con los Clientes;
- ✓ Mantener buenas y sólidas relaciones entre ellos y con las autoridades reguladoras;
- ✓ Establecer e implementar políticas y procedimientos sobre el trato justo de los Clientes, como parte integral de su cultura empresarial;
- ✓ Actuar de conformidad con las leyes, reglamentos y directrices a las que están sujetos;
- ✓ Promover productos y servicios de manera clara, justa y no engañosa;
- ✓ Proporcionar a los Clientes información precontractual y contractual oportuna, clara y adecuada;
- ✓ Tener en cuenta las circunstancias reveladas de un Cliente cuando ese Cliente recibe asesoramiento y antes de celebrar contratos de seguro;
- ✓ Evitar o gestionar adecuadamente cualquier posible conflicto de intereses antes de celebrar un contrato de seguro;
- ✓ Manejar las quejas de manera oportuna y justa;
- ✓ Tener y utilizar políticas y procedimientos apropiados para la protección y uso de la información del Cliente; y



Para validar este documento, visite <http://www3.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- ✓ Tener acuerdos contractuales entre ellos, que aseguren un trato justo a los Clientes.

Además, se espera que las aseguradoras:

- ✓ Tener en cuenta los intereses de los grupos de consumidores objetivo al desarrollar y distribuir productos de seguros;
- ✓ Políticas de servicio adecuadas a lo largo del ciclo de vida del producto;
- ✓ Divulgar información sobre cualquier cambio contractual que ocurra durante el ciclo de vida del contrato al asegurado;
- ✓ Divulgar información relevante según el tipo de producto de seguro al asegurado;
- ✓ Manejar reclamos de manera oportuna y justa.

## **2. Trato Justo a Clientes:**

El trato justo a los clientes engloba conceptos como el comportamiento ético, actuar de buena fe y la prohibición de prácticas abusivas.

Garantizar un trato justo a los Clientes comprende lograr resultados tales como:

- ✓ Desarrollar, comercializar y vender productos de una manera que anteponga los intereses de los Clientes a los propios;
- ✓ Proporcionar a los Clientes información precisa, clara, no engañosa y suficiente antes, durante y después del punto de venta, que les permitirá tomar decisiones informadas;
- ✓ Minimizar el riesgo de ventas que no sean adecuadas a las necesidades de los clientes;
- ✓ Asegurarse de que cualquier consejo proporcionado sea pertinente;
- ✓ Tratar las reclamaciones, quejas y disputas del Cliente de manera justa y oportuna;
- ✓ Proteger la privacidad de la información del Cliente.

Los ICPs y la Guía, combinados con la creciente complejidad en el mercado de seguros, han vuelto a enfatizar la importancia del trabajo conjunto para los miembros del CCIR y se espera que resulten en un mejor uso de los recursos regulatorios, una mejor identificación de los problemas de conducta del mercado y respuestas regulatorias más proactivas, así como niveles similares de protección al consumidor en provincias y territorios.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

### 3. Unión Europea (EIOPA)

La European Insurance and Occupational Pensions Authority<sup>11</sup> (EIOPA, por sus siglas en inglés) es un órgano consultivo independiente de la Comisión Europea, del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea (UE). Es una de las agencias de la UE que llevan a cabo tareas jurídicas, técnicas o científicas específicas y proporcionan asesoramiento basado en pruebas para ayudar a formular políticas y leyes informadas tanto a nivel de la UE y como a nivel nacional.

Los principales objetivos de EIOPA son:

- ✓ Mejorar la protección de los consumidores, reconstruyendo la confianza en el sistema financiero.
- ✓ Asegurar un nivel elevado, eficaz y coherente de regulación y supervisión teniendo en cuenta los diversos intereses de todos los Estados miembros y la naturaleza diferente de las instituciones financieras.
- ✓ Lograr una mayor armonización y aplicación coherente de las normas aplicables a las instituciones y mercados financieros de la Unión Europea.
- ✓ Fortalecimiento de la supervisión de los grupos transfronterizos.
- ✓ Promover una respuesta coordinada de la Unión Europea (UE) en materia de supervisión.

Las principales responsabilidades de EIOPA consisten en apoyar la estabilidad del sistema financiero, la transparencia de los mercados y los productos financieros, así como la protección de los asegurados y los beneficiarios de los planes de pensiones. La EIOPA está encargada de supervisar e identificar las tendencias, los riesgos potenciales y las vulnerabilidades derivadas del nivel micro-prudencial, a través de las fronteras y entre sectores.

Para tener en cuenta las condiciones específicas en los mercados nacionales y la naturaleza de las instituciones financieras, el Sistema Europeo de Supervisión Financiera es una red integrada de autoridades nacionales y europeas de supervisión que proporciona los vínculos necesarios entre los niveles macro y micro prudencial, dejando la supervisión del día a día a nivel nacional. EIOPA se rige por su Junta de Supervisores, que integran las autoridades nacionales competentes (NCA por sus siglas en inglés) en el ámbito de los seguros y las pensiones de cada Estado miembro. Las autoridades nacionales de supervisión de la Unión Europea son una fuente de conocimientos e información sobre temas de seguros y pensiones.

#### **Estrategia de EIOPA hacia un Marco Integral Preventivo y Basado en Riesgos para la Supervisión de la Conducta de Negocios<sup>12</sup>**

En enero de 2016 EIOPA publica documento que establece el Enfoque Estratégico para desarrollar un marco integral preventivo y basado en riesgo para la supervisión de conducta de negocios a nivel europeo.

Lo anterior, bajo el mandato que se refiere el reglamento fundacional de EIOPA sobre "fomentar la protección de los asegurados, afiliados y beneficiarios de planes de pensiones" y en varias disposiciones legales del mismo reglamento, en concreto, los artículos N°s 1, 8, 9, 29 y 35<sup>13</sup>.

Las disposiciones anteriores, se complementan con legislación sectorial europea específica; por ejemplo, el artículo N° 27 de Solvencia II<sup>14</sup> establece que las autoridades de supervisión deben contar con todos los medios necesarios para lograr sus objetivos, entre ellos, la protección de los asegurados y beneficiarios.

Por su parte, los artículos N°s 15 y 16 del Reglamento sobre productos de inversión retail minoristas y basados en seguros (PRIIP)<sup>15</sup>, exige específicamente que EIOPA controle el mercado, en este caso para productos de inversión basados en seguros y, cuando proceda, restringir o prohibir temporalmente dichos productos en la Unión Europea.

<sup>11</sup> [https://www.eiopa.europa.eu/about/mission-and-tasks\\_en](https://www.eiopa.europa.eu/about/mission-and-tasks_en)

<sup>12</sup> [https://register.eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-16-015\\_EIOPA\\_Strategy\\_on\\_Conduct\\_Supervision\\_Framework\\_sanitised.pdf](https://register.eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-16-015_EIOPA_Strategy_on_Conduct_Supervision_Framework_sanitised.pdf)

<sup>13</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:331:0048:0083:EN:PDF>

[eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:335:0001:0155:en:PDF](https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:335:0001:0155:en:PDF)

<http://www.svs.gub.uy/institucional/validar/validar.php?codigo=57264&from=EN>



Uno de los objetivos estratégicos de EIOPA es garantizar la transparencia, la sencillez, la accesibilidad y la equidad en el mercado interior para los consumidores, basado en sus atribuciones de asumir un papel de liderazgo en la promoción de la transparencia, la simplicidad y la equidad en el mercado de productos o servicios financieros de consumo en todo el mercado interior y, de desarrollar metodologías comunes para evaluar el efecto de las características de los productos y los procesos de distribución en la posición financiera de las instituciones y en la protección del consumidor.

Esto proporciona una base clara para las herramientas necesarias para implementar un marco de supervisión de conducta de negocios.

EIOPA reconoce que se ha generado una pérdida de confianza en el consumidor compuesta por la asimetría de la información existente y la falta de educación financiera, existiendo una clara necesidad de una cultura centrada en el consumidor con un enfoque distinto al actual, en el cual la supervisión y regulación de la conducta de negocios está basada en los puntos de ventas, enfoque que ha demostrado ser insuficiente para evitar las malas ventas.

El enfoque de la EIOPA para la protección del consumidor debe centrarse en todo el ciclo de vida del producto con un mayor énfasis en la supervisión preventiva de la conducta basada en el riesgo.

En vista de esto, la perspectiva de la EIOPA debe ampliarse a toda la cadena de valor y fortalecer el enfoque en los riesgos y su prevención, centrándose en áreas claves como el lenguaje común, la metodología y los indicadores tanto cualitativos como cuantitativos.

### **Enfoque estratégico de EIOPA para la Supervisión Preventiva de la Conducta Basada en Riesgos**

El marco de supervisión se basará en un enfoque de dos vertientes:

- ✓ **Basado en Riesgos:** identificar la profundidad y la escala de los problemas y centrar las prioridades y los recursos donde más importan para construir una perspectiva y un enfoque de supervisión común dentro de la UE, con un seguimiento constante y una capacidad "dinámica" para responder a la innovación y el cambio; y
- ✓ **Preventivo/Proactivo:** anticipar el detrimento del consumidor en una etapa temprana, en lugar de simplemente reaccionar después de la aparición de problemas, resuelva los problemas del futuro, en lugar del pasado. Esto solo puede hacerse mediante un enfoque prospectivo, que se concentre en cómo identificar y abordar mejor, de manera oportuna y eficaz, los riesgos emergentes para los consumidores. El seguimiento del mercado, la recopilación de datos y la capacidad de analizar datos de forma inteligente son cruciales para este enfoque.

Central a estos dos aspectos, el desarrollo del marco de supervisión descansará en la información recolectada por las autoridades nacionales miembros de carácter cuantitativo y cualitativo, a través de diversas herramientas, tales como:

- ✓ **Informes de tendencias del consumidor/encuestas ad hoc**<sup>16</sup>, que proporcionan un panorama de los casos existentes de perjuicio al consumidor en los mercados de seguros y pensiones, a través de intercambios cuantitativos y cualitativos de información sobre protección del consumidor entre EIOPA y las Autoridades Nacionales miembros, así como servir de herramienta valiosa en la detección de tendencias de perjuicio de consumidores y de riesgo emergentes.
- ✓ **Revisiones temáticas**<sup>17</sup>, las que se utilizan para centrarse en una actividad o un producto financiero específico que perjudique al consumidor o cree una barrera para el funcionamiento eficaz de un mercado minorista o la obtención de buenos resultados para el consumidor, permitiendo que EIOPA investigue un riesgo específico, lo que lleva a un análisis más profundo que el obtenido a través de las herramientas normales.



- ✓ **Indicadores de riesgo retail**<sup>18</sup>, tales como ratios de siniestros, ratios combinados, niveles de comisión y ratios de caducidad/rescate. Estos indicadores tienen como objetivo, por ejemplo, medir la rentabilidad (siniestros y ratios combinados), o las prácticas de distribución y la rentabilidad (niveles de comisión) o la movilidad del consumidor (caducidad) en relación con determinados productos de seguros y/o prácticas de distribución.

Este tipo de indicadores permiten evaluar de manera preventiva los efectos de las características del producto y los procesos de distribución en la protección del consumidor; y, determinar si el detrimento o perjuicio del consumidor en cuestión es un problema puramente nacional o si es un problema común en varios países de la UE.

## Informe de Tendencias del Consumidor

Corresponde a un ejercicio anual, sobre cambios en el comportamiento de los consumidores, incluidos los tipos de productos y servicios que se compran y cambios en su funcionamiento en la práctica para los consumidores. Las tendencias incluyen nuevos riesgos potenciales para el consumidor, así como desarrollos con efectos positivos. El análisis se publica en un informe anual de tendencias del consumidor.

En el informe de diciembre de 2019, en la sección metodológica, se describe que, en cuanto a la información cualitativa, se solicitó a las autoridades nacionales competentes que completaran cuatro encuestas: dos para seguros y dos para pensiones. Las dos encuestas cubrieron (1) los tres principales problemas de los consumidores, desarrollo positivo y trabajo temático y (2) innovaciones financieras.

Por su parte, en cuanto a los datos cuantitativos para el sector de seguros, las autoridades nacionales competentes proporcionaron datos sobre contratos vendidos para una serie de categorías de productos para seguros y sobre el número de miembros activos y asegurados para pensiones. Además, también proporcionaron datos sobre reclamos.

Asimismo, el informe se nutre de los indicadores de riesgo retail, basados en datos de Solvencia II, con el propósito de ayudar a identificar áreas potenciales de preocupación.

A continuación, algunos de los indicadores utilizados en este informe y las posibles explicaciones de las tendencias relevantes:

- ✓ **Crecimiento de primas:** un alto crecimiento podría ser un signo de buenas políticas de consumo o tendencias generales del mercado, así como un cambio en el modelo comercial. También podría estar relacionado con prácticas de ventas agresivas, particularmente si se combina con altas comisiones.
- ✓ **Índice de siniestros:** los índices de siniestros pueden ayudar a evaluar si un producto tiene una "buena relación calidad-precio" para los consumidores o si se ha identificado el mercado objetivo adecuado. Un período prolongado de ratios de siniestros bajos o reducciones bruscas puede ser causado por rechazos de siniestros altos o pagos de siniestros bajos, lo que indica una posible venta indebida y una mala redacción de los contratos. Sin embargo, una disminución también podría estar relacionada con desarrollos positivos o factores externos; por ejemplo, una disminución en la tasa de siniestralidad del seguro de automóviles podría significar menos accidentes automovilísticos. Las variaciones en los índices de siniestros también podrían relacionarse con otros indicadores, ya que los índices de siniestros son medidas relativas basadas en dos valores (Primas y el monto total pagado en siniestros). Los índices de siniestros bajos y persistentes, si se relacionan con pagos bajos o rechazos de siniestros altos, podrían conducir a un aumento en los reclamos relacionadas con siniestros.

Datos de gestión de siniestros:

- Un alto porcentaje de siniestros rechazados podría indicar una posible venta indebida o una redacción deficiente de los contratos / diseño del producto. Por otro lado, también podría significar que los consumidores pueden no estar documentando sus declaraciones de siniestros de manera adecuada o que pueden presentar declaraciones por cuestiones no cubiertas. Un bajo porcentaje de siniestros rechazados, junto con una baja tasa de siniestros, también podría indicar un "exceso de seguro".



[egister.eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-BoS-15-260%20Risk%20management%20report%20update%202019](https://register.eiopa.europa.eu/Publications/Reports/EIOPA-BoS-15-260%20Risk%20management%20report%20update%202019)  
Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Un alto porcentaje de siniestros aún abiertos al final del año puede indicar retrasos en el proceso de gestión de siniestros.
- Un alto porcentaje de siniestros rechazados o aún abiertos al final del año puede dar lugar a un gran número de reclamos relacionados con siniestros y, a largo plazo, a una disminución en los índices de siniestros.
- ✓ **Tasas de comisión:** las tasas de comisión altas podrían proporcionar incentivos para que los intermediarios vendan productos a los consumidores con el propósito de generar comisiones. Sin embargo, las altas tasas de comisión también deben considerarse junto con otros factores relacionados con las estructuras de gobierno corporativo, incluido lo que se tiene en cuenta en las políticas de remuneración específicas. Además, los diferentes modelos de distribución pueden generar diferencias en las tasas de comisión.
- ✓ **Ratio combinado:** un ratio combinado inferior al 100% es un indicador de que la empresa está obteniendo beneficios. Las ganancias elevadas pueden indicar productos que ofrecen poco valor a los consumidores o pueden indicar altos incentivos para un comportamiento inadecuado de ventas o marketing.
- ✓ **Cancelaciones:** un valor alto de cancelaciones podría significar problemas con el producto, incluida una posible venta indebida y/o también podrían significar cambios unilaterales de pólizas por parte de un agente o intermediario.
- ✓ **Índice de nuevos contratos:** este indicador debe leerse junto con la información sobre las tasas de comisión; un índice de contratos nuevos muy bajo podría explicar las tasas de comisión altas porque la variable se basa en el nivel de primas. Las altas tasas de contratos nuevos también pueden explicar las altas tasas de comisión debido a un cambio en el modelo comercial o costos de adquisición significativos.

### Marco de Evaluación de Riesgo de Conducta a través del Ciclo de Vida del Producto<sup>19</sup>

En febrero de 2019 EIOPA publica éste marco cuyo propósito es identificar los impulsores (drivers) del riesgo de conducta y las implicaciones de estos en la aparición de perjuicios al consumidor.

El marco se centra en el riesgo de conducta en todas las etapas del ciclo de vida del producto, es decir, desde el momento anterior a la celebración de un contrato, hasta el momento en que se hayan cumplido todas las obligaciones estipuladas en dicho contrato.

El marco considera una definición amplia de riesgo de conducta para abarcar una perspectiva global, tomando lo definido por la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS), que establece que el riesgo de conducta es "el riesgo para los clientes, las aseguradoras, el sector de seguros o el mercado de seguros que surge de las aseguradoras y/o intermediarios que llevan a cabo sus negocios de una manera que no garantiza un trato justo a los clientes"<sup>20</sup>.

Los riesgos considerados en este marco se pueden agrupar de la siguiente manera:

- ✓ **Modelo de negocio y gestión de riesgos:** riesgos que surgen de la forma en que las empresas estructuran, impulsan y gestionan su negocio y de las relaciones con otras entidades de la cadena de valor;
- ✓ **Riesgos de diseño:** riesgos que surgen de la forma en que las empresas de seguros diseñan los productos antes de su comercialización y cómo se orientan a los clientes;
- ✓ **Riesgos de distribución:** riesgos que surgen en la introducción de los productos de seguros en el mercado y de la interacción entre los clientes y las empresas de seguros/ intermediarios en los puntos de venta;

<sup>19</sup> [https://www.eiopa.europa.eu/content/framework-assessing-conduct-risk-through-product-lifecycle\\_en](https://www.eiopa.europa.eu/content/framework-assessing-conduct-risk-through-product-lifecycle_en)  
[www.iaisweb.org/file/57927/issues-paper-on-conduct-of-business-risk-and-its-management](http://www.iaisweb.org/file/57927/issues-paper-on-conduct-of-business-risk-and-its-management)

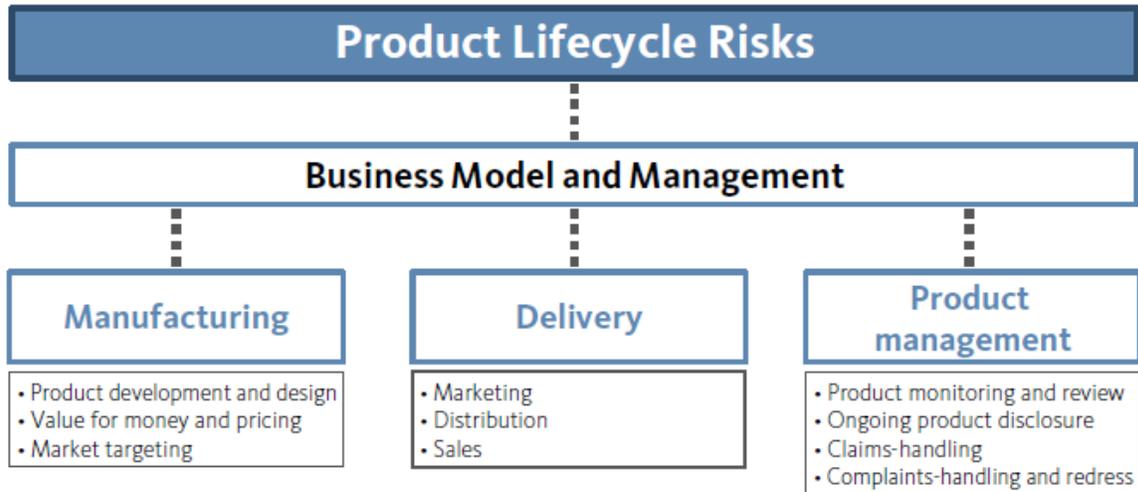


Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- ✓ **Riesgos de la gestión de productos:** riesgos que surgen después de la venta del producto de seguro y la forma en que las empresas de seguros/intermediarios interactúan con los clientes y les prestan servicios hasta que todas las obligaciones estipuladas en el contrato se hayan cumplido.

Diagrama de mapeo de los riesgos descritos anteriormente:



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

#### 4. National Association of Insurance Commissioners, NAIC<sup>21</sup>

La Asociación Nacional de Comisionados de Seguros, NAIC, por sus siglas en inglés, es la organización de apoyo regulatorio y de establecimiento de estándares de EE. UU, creada en 1871 para abordar la necesidad de coordinar la regulación de las aseguradoras que operan en múltiples estados y gobernada por los principales reguladores de seguros de los 50 estados, el Distrito de Columbia y cinco territorios de EE. UU. A través de la NAIC, los reguladores de seguros estatales establecen estándares y mejores prácticas, llevan a cabo revisiones por pares y coordinan su supervisión regulatoria.

La misión de la NAIC es apoyar a los reguladores de seguros estatales, individual y colectivamente, a servir el interés público y lograr los siguientes objetivos regulatorios de seguros fundamentales de una manera receptiva, eficiente y rentable, de acuerdo con los objetivos de sus miembros.

- ✓ Proteger el interés público;
- ✓ Promover mercados competitivos;
- ✓ Facilitar el trato justo y equitativo de los consumidores de seguros;
- ✓ Promover la confiabilidad, solvencia y solidez financiera de las instituciones de seguros; y
- ✓ Apoyar y mejorar la regulación estatal de seguros.

#### Ley Prácticas Comerciales Deshonestas (Unfair Trade Practices Act, MO880)<sup>22</sup>

Emitida en enero de 2004, el propósito de esta Ley es regular las prácticas comerciales en el negocio de los seguros al definir o disponer la determinación de todas las prácticas que constituyan métodos desleales de competencia o actos o prácticas desleales o engañosas y al prohibir las prácticas comerciales así definidas o determinadas.

##### Prácticas comerciales definidas

Una práctica comercial desleal de una aseguradora se produce si:

- Se comete de forma flagrante y consciente
- Se ha cometido con tal frecuencia que indica una práctica comercial habitual en la que se utiliza ese tipo de conducta.

##### Prácticas comerciales deshonestas

Cualquiera de las siguientes prácticas, se definen como prácticas comerciales desleales en el negocio de los seguros:

- Declaraciones y publicidad falsas de pólizas de seguro
- Información y publicidad general falsa
- Difamación
- Boicot, coacción e intimidación
- Estados financieros falsos
- Discriminación injusta
- Registro de grupos prohibidas
- No mantener registros de marketing y rendimiento
- No mantener procedimientos y/o procesos de administración de reclamos



[content.naic.org/index\\_about.htm](http://content.naic.org/index_about.htm)

Para validar el contenido de esta institución <http://www.es.sicel/institucion/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Tergiversación en solicitudes de seguros
- Prácticas deshonestas de asesoramiento financiero
- No proporcionar historial de siniestros

### Regulación de Conducta de Mercado

Un componente esencial de la regulación de seguros es la supervisión adecuada de las formas en que las compañías de seguros distribuyen sus productos en el mercado, es decir, la regulación de la conducta del mercado (regulación de mercado), cuyo objetivo fundamental es garantizar el bienestar de los consumidores y mantener la confianza del público en la industria de seguros.

La regulación del mercado intenta garantizar que se cobre a los consumidores precios de seguros justos y razonables. También se esfuerza por garantizar que los consumidores tengan acceso a productos de seguros beneficiosos y compatibles, y estén protegidos contra las aseguradoras que no operen de manera legal y justa para los consumidores.

### Manual de Regulación de Conducta de Mercado

Elaborado en 2005 como una herramienta guía para una comprensión básica del mercado de seguros a través del análisis de mercado, que servirá como base para futuras actividades de supervisión del mercado, tales como investigaciones adicionales o exámenes de conducta del mercado diseñados para abordar problemas de cumplimiento y proporcionar orientación y fomentar las prácticas uniformes de regulación del mercado de seguros.

Los estados han agregado recientemente el análisis de mercado como una herramienta adicional para mejorar la regulación del mercado. El propósito del análisis de mercado es identificar, evaluar y priorizar los problemas de conducta del mercado que pueden tener un impacto adverso sustancial en los consumidores, asegurados y demandantes.

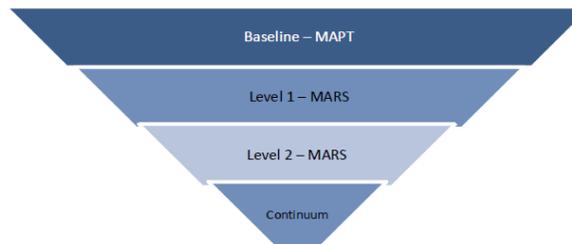
### Marco de Análisis de Conducta de Mercado<sup>23</sup>

Análisis que permite identificar eventos de conducta de mercado lo antes posible dentro de un marco regulatorio eficaz y eficiente.

Objetivos:

- ✓ Identificar compañías para análisis
- ✓ Identificación de eventos de mercado
- ✓ Predecir incumplimiento

Descansa sobre un proceso por etapas, desde el mercado como un todo, hacia un número manejable de compañías. A medida que se avanza en las etapas, la información aumenta de volumen y detalle.



- Baseline: Summary data – marketplace (state, regional, national) – MAPT
- Level 1: Summary data – company-specific (state and national) – MARS
- Level 2: Summary and transactional data – company-specific – MARS
- Continuum: Transactional data – company- and/or issue-specific – MITS



Para validar la información visite <http://www.svs.ch/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## **Descripción Modelo**

### **Análisis Base**

Tiene como objetivo priorizar compañías para análisis, utilizando indicadores en una herramienta de priorización. Asigna scores para las compañías en distintas categorías, tales como reclamos y acciones de supervisión.

#### **Nivel 1**

Comprende un análisis más detallado de las compañías seleccionadas en el nivel anterior, teniendo como foco concentrar la atención en operaciones específicas de la compañía para dar respuesta a las inquietudes detectadas en el análisis previo. Este nivel de análisis se enfoca en un proceso guiado en base a preguntas y debe brindar una visión clara de la situación financiera general de la empresa y los posibles problemas de conducta del mercado.

#### **Nivel 2**

Análisis con información más detallada, a nivel transaccional, requiere dar respuestas detalladas del analista y registrar los hallazgos en 6 áreas de interés, reclamos, actividades continuas, examinaciones, comunicaciones interdepartamentales, análisis de mercado y acciones de supervisión.

#### **Continuum**

La actividad continua es cualquier respuesta regulatoria a un problema de conducta del mercado. La gama de posibles respuestas se conoce como un continuo debido a la multitud de formas posibles de trabajar con las empresas para comprender y resolver los problemas de conducta del mercado.

Las posibles respuestas pueden variar desde una llamada telefónica o una carta hasta auditorías y exámenes, tales como una entrevista o una encuesta.

Un análisis de mercado exitoso da como resultado un uso eficiente de los recursos del departamento de seguros y proporcionará suficiente información para permitirle al departamento determinar qué tipo de respuesta regulatoria se necesita para resolver un problema de conducta del mercado.



*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N*

## 5. Australian Securities and Investments Commission (ASIC)24

Australia tiene un modelo de dos cumbres (“twin peaks”) en el cual la Autoridad Australiana de Regulación Prudencial (APRA) es responsable de la supervisión prudencial de la banca, las aseguradoras y los fondos de jubilación, mientras que la Comisión Australiana de Valores e Inversiones (ASIC) es responsable de promover la integridad del mercado y la protección de los consumidores en todos los servicios financieros y sistemas de pago.

- **APRA:** Es responsable de promover la gestión prudente de las entidades reguladas para que puedan cumplir con sus obligaciones financieras en todas las circunstancias razonables.
- **ASIC:** Regula la conducta, a fin de mantener, facilitar y mejorar el funcionamiento del sistema financiero, promover la participación de inversores y consumidores en el sistema financiero con confianza e información; y supervisar y promover la integridad del mercado y la protección de los consumidores en relación con el sistema financiero.

La ASIC es un organismo gubernamental australiano independiente, creado y administrado en virtud de la Ley de la Comisión Australiana de Valores e Inversiones de 2001 (Ley ASIC). Regula los servicios financieros y los créditos de consumo, y los mercados financieros autorizados que operan en Australia.

Respecto a los **servicios financieros**, la ASIC otorga licencias y supervisa a las empresas de servicios financieros buscando asegurar una operación eficiente, honesta y justa. Estos negocios normalmente se ocupan de la jubilación, fondos administrados, acciones y valores de la empresa, derivados y seguros.

En relación a los **créditos de consumo**, otorga licencias y regula a las personas y empresas que participan en actividades de crédito de consumo (incluidos bancos, cooperativas de crédito, empresas financieras y agentes hipotecarios y financieros). Se asegura que los licenciatarios cumplan las normas - incluyendo sus responsabilidades con los consumidores - establecidas en la Ley Nacional de Protección del Crédito al Consumidor de 2009.

Por último, en lo concerniente a los **mercados**, la ASIC evalúa la eficacia con la que los mercados financieros autorizados cumplen con sus obligaciones legales de operar mercados justos, ordenados y transparentes. Asimismo, asesora al Ministro respecto a la autorización de nuevos mercados y supervisa la negociación en los mercados nacionales de acciones, derivados y futuros con licencia de Australia.

### 5.1 Obligaciones del licenciatario de AFS

Para realizar un negocio de servicios financieros es necesario contar con una licencia de Servicios Financieros de Australia (AFS). En particular, la regulación establece que es posible necesitar una licencia AFS si parte del negocio es:

- Proporciona asesoramiento sobre productos financieros a clientes.
- Negocia un producto financiero.
- Crea un mercado para un producto financiero.
- Opera en un esquema registrado.
- Proporciona un servicio de custodia o depósito, o
- Proporciona servicios tradicionales de sociedades fiduciarias.

Se menciona, además, que los consumidores deben saber que el proceso de concesión de licencias es una evaluación puntual del titular de la licencia, no de sus propietarios o empleados y que tener una licencia de AFS no garantiza la probidad o la calidad de los servicios del licenciatario.

Sin embargo, la ASIC establece lineamientos y obligaciones a los licenciatarios que deben cumplir. En específico, la ASIC señala que todos los licenciatarios de servicios financieros australianos (AFS) tienen la obligación general de prestar servicios financieros eficientes, honestos y justos.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

Al respecto, la ASIC cuenta con un informe de infracciones de los titulares de licencias de AFS<sup>25</sup>, en el cual los licenciarios del AFS deben notificar por escrito cualquier incumplimiento (o probable incumplimiento) significativo de sus obligaciones tan pronto como sea posible, y, en cualquier caso, dentro de los diez días hábiles siguientes a haber tenido conocimiento de la infracción o posible infracción.

Los licenciarios de AFS poseen obligaciones generales sobre (todos contenidos y detallados en diferentes guías regulatorias que pone a disposición la ASIC):

<b>Obligaciones Generales</b>
Conducta y divulgación
La prestación de servicios financieros
La competencia, conocimiento y habilidades de sus gestores responsables
La formación y competencia de sus asesores financieros y representantes autorizados
Asegurar que sus asesores financieros y representantes autorizados cumplan con las leyes de servicios financieros
Cumplimiento, gestión de conflictos de interés y gestión de riesgos
Adecuación de sus recursos financieros, tecnológicos y humanos
Acuerdos de resolución de disputas y compensación (si sus clientes incluyen clientes minoristas).

Cabe agregar que, en enero de 2019, comenzaron a aplicarse estándares profesionales para asesores financieros, la cual establece que los licenciarios del AFS tienen la obligación de garantizar que sus asesores financieros cumplan con estos estándares (esto incluye notificar a la ASIC cuando los asesores financieros han cumplido (o incumplido) las normas). En particular, los estándares profesionales requieren que los asesores financieros:

- Tengan una aprobada calificación.
- Aprueben el examen FASEA con el fin de probar la aplicación práctica de sus conocimientos en áreas de competencia clave.
- Participen en programas de 40 horas de desarrollo profesional continuo (CPD) al año para mantener y ampliar sus capacidades, conocimientos y habilidades profesionales, y
- Cumplan con el Código de Ética de los asesores y planificadores financieros (un conjunto de principios y valores fundamentales en las áreas de comportamiento ético, atención al cliente, proceso de calidad y compromiso profesional).

## 5.2 Consumidores

La ASIC establece lineamientos respecto a los consumidores, impartiendo directrices de conducta para bancos, pensiones y seguros, generando un código de conducta/prácticas en cada caso.

### 1.- Bancos

La ASIC regula tanto los bancos como a los proveedores de servicios financieros, estableciendo y haciendo cumplir las normas bancarias, e investigando y actuando en contra de las faltas de conducta que se producen en el sector bancario.

En el caso de bancos las directrices relativa a los consumidores apuntan a:

- 1) Actuar profesionalmente,
- 2) Tratarlo de manera justa y priorizar sus mejores intereses,
- 3) Proporcionarle productos financieros que satisfagan sus necesidades,
- 4) Cumplir con sus obligaciones crediticias responsables y
- 5) Divulgación adecuada del proveedor (información sobre productos y servicios y cualquier costo y condición asociados).

Asimismo, tiene el rol de establecer y hacer cumplir estándares para la resolución de disputas (para esto



Para validar en línea: <http://www.sus.ac/institucional/validar/validar.php> <http://asic.gov.ec/resources/financiera/servicios/breach-reporting-by-afs-licensees/>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

requiere que todos los proveedores de servicios financieros sean miembros de la Australian Financial Complaints Authority (AFCA)<sup>26</sup> para que todos tengan acceso a esta organización imparcial e independiente para resolver sus quejas); tomar medidas contra los proveedores de servicios financieros que sean engañosos, induzcan a error o que no cumplan los requisitos reglamentarios; trabajar en estrecha colaboración con otras agencias gubernamentales APRA, Banco de la Reserva entre otros.

La ASIC señala que, si una persona presenta problemas con su banco o su cuenta bancaria, esta debe seguir tres pasos para resolver el problema con el banco o la institución financiera:

1. **Ponerse en contacto con el banco** y explicar el problema vía telefónica, en persona, o por escrito.
2. **Realizar una queja formal** en caso de que la persona no quede satisfecha con su respuesta o si el problema no se logra resolver, se debe preguntar al banco por su procedimiento de tramitación de quejas o buscarlo en su sitio web. La persona debe poner su queja por escrito usando los consejos de Moneysmart<sup>27</sup> sobre qué incluir en su carta.
3. **Quejarse al AFCA** si es que no recibe una respuesta en un tiempo razonable o no está satisfecho con la respuesta.

## 2.- Jubilación

La ASIC, junto a la APRA, tiene responsabilidades como regulador en virtud de la Ley de la Industria de Pensiones (Supervisión) de 1993 (Ley SIS)<sup>28</sup>.

La ASIC se centra en el comportamiento de los fideicomisarios de los fondos de jubilación que afectan a los consumidores, esforzándose por garantizar que los consumidores reciban información adecuada, sean tratados de manera justa por personas calificadas, reciban información útil sobre sus productos e inversiones y puedan acceder a procedimientos adecuados de tramitación de reclamaciones.

El papel de ASIC en temas de jubilación incluye:

- Llevar a cabo actividades de supervisión y vigilancia centradas en la divulgación y las obligaciones de conducta de los fideicomisarios de jubilación
- Tomar medidas de ejecución en respuesta al incumplimiento de las leyes administradas por la ASIC
- Evaluar las solicitudes de licencia del Servicio Financiero Australiano (AFS)
- Ejercer poderes administrativos en relación con las licencias AFS y la divulgación
- Proporcionar orientación a la industria y asesoramiento sobre políticas al gobierno, y
- Proporcionar exenciones de las disposiciones de servicios financieros.

Respecto al procedimiento de quejas, la ASIC señala que, si una persona tiene una queja sobre un súper fondo (referido a un fondo de jubilación), primero se debe presentar una queja directamente al fondo, lo que le da la oportunidad al fondo de resolver la queja. Si la persona no queda satisfecha con la respuesta del fondo, puede presentar una queja ante la AFCA.

---

<sup>26</sup> La Autoridad Australiana de Reclamaciones Financieras (AFCA) es un sistema externo de resolución de disputas (EDR, en inglés) que trata las reclamaciones de los consumidores en el sistema financiero. La AFCA sustituye los tres antiguos sistemas de EDR, esto es, el Servicio del Defensor del Pueblo Financiero (FOS, en inglés), el Defensor del Pueblo de Crédito e Inversiones (CIO, en inglés) y el Tribunal de Reclamaciones de Pensiones (SCT, en inglés) con el objetivo de proporcionar a los consumidores acceso a un único sistema de EDR. Cabe señalar que la ASIC aprobó las Reglas de la AFCA, las que son efectivas para todas las reclamaciones presentadas a la AFCA a partir del 1 de noviembre de 2018. Por último, cabe mencionar que el AFCA no es un departamento o una agencia gubernamental, y no es un regulador de la industria de servicios financieros. Es una empresa sin fines de lucro, limitada por una garantía que se rige por un Consejo de Administración, que incluye un número igual de representantes de la industria y los consumidores.

<sup>27</sup> Moneysmart es un sitio web creado por la ASIC para consumidores e inversores, cuyo objetivo es ayudar a tomar medidas para mejorar las finanzas personales, utilizando una guía y herramientas en línea, que permiten estar mejor informado al tomar decisiones financieras. El sitio web tiene 27 calculadoras y cientos de páginas de orientación sobre: endeudamiento y crédito, pensiones y jubilación, presupuesto y ahorro, inversiones, estafas.

<sup>28</sup> La APRA junto con la Oficina Australiana de Impuestos (ATO) son co-reguladores de la industria de las pensiones. Por su parte, la ASIC y la APRA son las principales responsables de la supervisión de la Ley de Sociedades de 2001 y la Ley de la Industria de Pensiones (Supervisión) de 1993, respectivamente. La ATO tiene un papel regulador en relación con los fondos de jubilación auto gestionados (o sus siglas en inglés). Los súper fondos también tienen importantes obligaciones de información y administrativas para la

*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>*

*FOLIO: RES-3176-21-26641-N*



### 3.- Seguros

La ASIC otorga licencias y regula a las aseguradoras con el objetivo de que esta última trate al consumidor de manera honesta y justa, tomando medidas contra las aseguradoras que incumplan las leyes de servicios financieros. Incluso cuando las aseguradoras están siendo engañosas o están actuando inconscientemente.

Por lo general, no actúa en nombre de las personas y solo toma medidas cuando ello resulte en un impacto mayor en el mercado y beneficie al público en general de manera ampliada.

El papel de ASIC es garantizar que las aseguradoras y los corredores de seguros cumplan con:

- Ofrecer seguros de manera eficiente, honesta y justa.
- Emplear personal calificado que esté capacitado para desempeñar su función.
- Utilizar la publicidad para informar a los consumidores, en lugar de engañarlos.
- Dar a los consumidores la información adecuada sobre los productos y hacerlo en el momento preciso.
- Informar de inmediato cualquier incumplimiento significativo de una ley de servicios financieros.
- Manejar las quejas de forma adecuada, incluso aceptando las decisiones de la AFCA.

Asimismo, la ASIC espera que las aseguradoras:

- Traten a los clientes de forma honesta y justa.
- Antepongan siempre los intereses de los clientes a sus intereses comerciales.
- Ofrezcan a los clientes solo productos y servicios que ofrezcan una buena relación precio-calidad.
- Evalúen las reclamaciones de seguro con prontitud y pagar las reclamaciones admisibles.
- Compensen a los clientes si como resultados de un mal comportamiento de las aseguradoras los clientes incurrir en pérdidas.

Cabe agregar que, es requisito legal para las aseguradoras, proporcionar una declaración de divulgación de producto para cada producto de servicios financieros que ofrecen (*Insurance Product Disclosure Statements -PDS-*). La ASIC establece estándares regulatorios para los PDS, con el fin de garantizar que estos sean claros, precisos y completos. Un PDS proporciona información importante - sobre exclusiones, límites y otras condiciones - que los consumidores necesitan al comparar y elegir el mejor producto de seguro.

Para la resolución de problemas con las compañías de seguros, la ASIC dispone los mismo tres pasos señalados para bancos, esto es, (1) contactar a la aseguradora; (2) realizar una queja formal y (3) presentar una queja al AFCA en caso de no recibir una respuesta en un tiempo razonable o no estar satisfecho con la respuesta.

Adicionalmente, la ASIC cuenta con una guía específica respecto a cómo abordar las disputas sobre seguros de vida<sup>29</sup>. En particular, el primer paso consiste en tratar de resolverlo directamente a través del proceso de resolución de disputas internas (IDR por sus siglas en inglés) de la firma financiera. En caso de haber pasado por el proceso de IDR con una firma financiera y no se está satisfecho con la respuesta, el segundo paso es llevar la queja al AFCA (en algunas quejas existen ciertos límites monetarios con los que la AFCA puede tratar).

### 5.3 Panel Disciplinario de Mercados<sup>30</sup>

La ASIC cuenta con un Panel Disciplinario de Mercados (MDP, por sus siglas en inglés). Este es un panel de revisión entre pares del que del que se forman paneles para tomar decisiones sobre si los participantes en el mercado deben dar avisos de infracción por supuestos incumplimientos de las normas de integridad del mercado.

El MDP cuenta con un registro de resultados, el cual contiene todos los resultados de sus decisiones en relación con presuntas infracciones de las normas de integridad del mercado.



[asic.gov.au/about-asic/contact-us/how-to-complain/disputes-about-life-insurance/](http://asic.gov.au/about-asic/contact-us/how-to-complain/disputes-about-life-insurance/)  
<http://www.sys.c/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N



## 6. Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP)

En España, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), organismo estatal que forma parte del Ministerio de Economía y Empresa (Real Decreto 1046/2018), es el órgano destinado a supervisar y controlar tanto los fondos de pensiones como el sector de los seguros, con el fin de proteger a los clientes o perjudicados por tales productos.

El sistema de supervisión en España es sectorial: con un supervisor para la banca (Banco de España), otro para los seguros (DGSFP) y otro para los mercados (CNMV).

Las normas sobre conductas de mercado se encuentran recogidas en el capítulo VII del título II de la Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (LOSSEAR).

Se trata de normas sobre pólizas y tarifas, deber de información al tomador y mecanismos de solución de conflictos entre otras.

### 6.1 Ley de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (LOSSEAR)

#### 1.- Pólizas y Tarifas

En relación a pólizas y tarifas, la ley señala que:

- Las tarifas de primas deberán fundamentarse en bases técnicas y responderán a un régimen de libre competencia en el mercado de seguros.
- Las condiciones contractuales y modelos de pólizas, las tarifas de primas y las bases técnicas no estarán sujetas a autorización administrativa ni deberán ser objeto de remisión sistemática a la DGSFP, sin perjuicio de que podrán requerirse siempre que sea pertinente.

#### 2.- Deber de Información

En cuanto al deber de información, la ley señala que:

- La aseguradora deberá informar al tomador sobre el Estado miembro y la autoridad a los que corresponde el control de la actividad de la propia entidad aseguradora.
- Antes de celebrar un contrato, la entidad aseguradora deberá informar por escrito al tomador sobre la legislación aplicable al contrato, sobre las disposiciones relativas a las reclamaciones que puedan formularse y sobre los demás extremos que se determinen reglamentariamente.
- Informar en forma clara y precisa el importe a percibir diferenciando el caso de seguros de vida en que el tomador asume (considerando fluctuaciones del mercado) o no asume el riesgo de inversión (rentabilidad esperada considerando todos los costos).
- En seguros de deceso o enfermedad, informar sobre los criterios a aplicar para la renovación de la póliza y actualización de las primas.
- Se deberá informar (en seguros de vida) modificaciones de la información inicialmente suministrada y, asimismo, sobre la situación de su participación en beneficios, en los términos y plazos que reglamentariamente se determinen. Dicha información será accesible, facilitándose en los formatos y canales adecuados a las necesidades de las personas con discapacidad, de forma que puedan acceder efectivamente a su contenido sin discriminaciones y en igualdad de condiciones.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

### 3.- Solución de Conflictos y Otras Disposiciones

En cuanto a la solución de conflictos y otras disposiciones contenidas en la ley, se hace mención a mecanismos para la solución de conflictos, así como en temas relativos a publicidad, protección de datos y fraude.

#### 3.1.- Mecanismos de solución de conflictos

- Conflictos entre tomadores de seguro, asegurados, beneficiarios, terceros perjudicados o derechohabientes con entidades aseguradoras se resolverán por jueces y tribunales competentes, árbitros o mediadores.
- Las entidades aseguradoras estarán obligadas a atender y resolver las quejas y reclamaciones que los tomadores, asegurados, beneficiarios, terceros perjudicados o derechohabientes de cualesquiera de ellos puedan presentar. A estos efectos, las entidades deberán contar con un departamento o servicio de atención al cliente encargado de atender y resolver las quejas y reclamaciones.

#### 3.2.- Publicidad

- La publicidad estará sujeta a la Ley General de Publicidad, sin perjuicio de que la DGSFP podrá aprobar normas especiales en la materia, pudiendo cesar o rectificar publicidad que resulte contraria a las disposiciones establecidas.

#### 3.3.- Protección de datos de carácter personal

- Las entidades aseguradoras podrán tratar los datos de los tomadores, asegurados, beneficiarios o terceros perjudicados, así como de sus derechohabientes sin necesidad de contar con su consentimiento a los solos efectos de garantizar el pleno desenvolvimiento del contrato de seguro y el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la ley (para cualquier finalidad distinta de las especificadas, deberá contar con el consentimiento específico de los interesados).
- Las entidades aseguradoras podrán tratar sin consentimiento del interesado los datos relacionados con su salud en ciertas circunstancias (asistencia sanitaria y gastos relacionados)
- Las entidades aseguradoras podrán intercambiar datos de carácter personal, sin necesidad de contar con el consentimiento del interesado con el fin de cumplir obligaciones de supervisión.
- Ante cesión de cartera, transformación, fusión o escisión de entidades aseguradoras, no se producirá cesión de datos
- Las entidades aseguradoras podrán establecer ficheros comunes que contengan datos de carácter personal para la liquidación de siniestros y la colaboración estadístico actuarial

#### 3.4.- Lucha contra el fraude en seguros

- Las entidades aseguradoras deberán adoptar medidas efectivas para, prevenir, impedir, identificar, detectar, informar y remediar conductas fraudulentas relativas a seguros y podrán suscribir convenios de colaboración con otras instituciones.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## 7. Financial Conduct Authority <sup>32</sup>

La FCA (Financial Conduct Authority) es el organismo regulador de conducta del Reino Unido. Además, es el regulador del mercado financiero y regulador prudencial de entidades financieras distintas a las que le corresponden a la PRA (Prudential Regulation Authority)<sup>33</sup>, institución a través de la cual, el Banco de Inglaterra regula y supervisa prudencialmente a las empresas de servicios financieros.

En particular, la FCA regula la conducta de casi 60.000 empresas, es el supervisor prudencial de 49.000 empresas y establece normas específicas para 19.000 empresas.

La FCA se fundó el 1 de abril de 2013 como consecuencia de un nuevo marco regulatorio en Reino Unido y asumió las competencias de la anterior agencia, la FSA (Financial Services Authority). Los principales objetivos de este organismo son:

- Protección al consumidor y al inversor.
- Protección y mejora de la estabilidad financiera.
- Mantenimiento de la confianza en el sistema financiero.
- Vigilancia y reducción de los delitos financieros.

Es un organismo público independiente, financiado íntegramente por las entidades a las que regula y rinde cuentas al Ministerio de Hacienda (responsable del sistema financiero del Reino Unido) y al Parlamento.

El Handbook del FCA entrega 11 principios que aplican transversalmente a la industria, estableciendo normas de conducta y estándares individuales y a directores. En particular, el Handbook se organiza de la siguiente manera:

- Estándares de alto nivel
- Estándares prudenciales
- Estándares de negocio
- Procesos regulatorios
- Compensación
- Libros de consulta especializados
- Listado, prospecto y divulgación
- Guías del manual
- Guías regulatorias

En el Handbook se exponen las disposiciones legislativas y de otra índole de la FCA, adoptadas en virtud de las facultades que le confiere la Ley de Servicios y Mercados Financieros de 2000 (FSMA, por sus siglas en inglés).

### 7.1 Estándares de alto nivel

Los estándares de alto nivel forman los componentes básicos del sistema regulatorio de la FCA y establecen las obligaciones fundamentales de las empresas que están reguladas. El bloque se divide en varios módulos de la siguiente manera:

- Principios para empresas (PRIN)
- Acuerdos, sistemas y controles de la alta dirección (SYSC)
- Código de conducta (COCON)
- Condiciones de umbral (COND)
- Declaraciones de principios y código de prácticas para personas autorizadas (APER)
- Prueba de ajuste y adecuación para empleados y personal directivo (FIT)
- Libro de consulta sobre estabilidad financiera y confianza del mercado (FINMAR)
- Capacitación y competencia (TC)
- Disposiciones Generales (GEN)
- Manual de tarifas (FEES)

<sup>32</sup> <https://www.handbook.fca.org.uk/handbook>

<sup>33</sup> La PRA es responsable de la regulación y supervisión prudencial de Bancos; Compañías de Seguro; Sociedades de Préstamo (Building Societies); Cooperativas de Crédito y Grandes Empresas de Inversión. Actualmente, la PRA supervisa alrededor de 18.000 entidades financieras. <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>



## 1.- Principios para empresas (PRIN):

Los Principios son una declaración general de las obligaciones fundamentales de las empresas y de las demás personas a las que se aplican en virtud del sistema regulatorio, aplicándose total o parcialmente a todas las empresas<sup>34</sup>.

En esencia, los Principios expresan las principales dimensiones del estándar de integridad (*Fit and Proper*) establecida para las empresas en la condición de umbral 5 (Idoneidad), aunque no derivan su autoridad de ese estándar ni agotan sus implicaciones.

Los Principios		
1	Integridad	Una empresa debe realizar sus negocios con integridad
2	Habilidad, Cuidado y Diligencia	Una empresa debe realizar sus negocios con la debida habilidad, cuidado y diligencia
3	Gestión y Control	Una empresa debe tener un cuidado razonable para organizar y controlar sus asuntos de manera responsable y eficaz, con sistemas adecuados de gestión de riesgos
4	Prudencia Financiera	Una empresa debe mantener recursos financieros adecuados
5	Conducta de Mercado	Una empresa debe observar los estándares adecuados de conducta del mercado
6	Interés de los Clientes	Una empresa debe tener debidamente en cuenta los intereses de sus clientes y tratarlos de manera justa
7	Comunicación con los Clientes	Una empresa debe prestar la debida atención a las necesidades de información de sus clientes y comunicarles la información de forma clara, justa y no engañosa
8	Conflicto de Interés	Una empresa debe gestionar los conflictos de intereses de forma justa, tanto entre ella misma y sus clientes como entre un cliente y otro cliente
9	Clientes: Relación de Confianza	Una empresa debe tener un cuidado razonable para garantizar la idoneidad de sus consejos y decisiones discrecionales para cualquier cliente que tenga derecho a confiar en su juicio
10	Activos del Cliente	Una empresa debe organizar una protección adecuada para los activos de los clientes cuando sea responsable de ellos
11	Relaciones con el Regulador	Una empresa debe tratar con sus reguladores de manera abierta y cooperativa, y debe revelar a la FCA de manera apropiada cualquier cosa relacionada con la firma de la cual ese regulador razonablemente esperaría recibir notificación.

La violación de un Principio genera que una empresa o persona a la que se le apliquen los Principios esté sujeta a sanciones disciplinarias. Para determinar si se ha violado un Principio, es necesario observar el estándar de conducta requerido por el Principio en cuestión. Según cada uno de los Principios, la FCA tendrá la responsabilidad de demostrar que una empresa o persona ha cometido una falta.

Lo que constituye "falta" varía entre diferentes Principios. Según el Principio 1 (Integridad), por ejemplo, la FCA tendría que demostrar una falta de integridad en la conducción de los negocios de una empresa o de otra persona. Según el Principio 2 (Habilidad, cuidado y diligencia), una empresa u otra persona incurriría en incumplimiento si se demostrara que no actuó con la debida habilidad, cuidado y diligencia en la conducción de su negocio. De manera similar, bajo el Principio 3 (Administración y control) una firma u otra persona no incurriría en incumplimiento simplemente porque no pudo controlar o prevenir riesgos imprevisibles; pero se produciría una infracción si la empresa u otra persona no hubiera tenido un cuidado razonable para organizar y controlar sus asuntos de manera responsable o eficaz.

<sup>34</sup> La aplicación de los principios se modifica para empresas que realizan ciertas actividades. La aplicación de los Principios se modifica para ID business, incoming EEA firms, incoming Treaty firms, UCITS qualifiers AIFM qualifiers, and Annex II benchmark investors. Para más información, visite <https://www.fca.gov/oc/annex-ii-qualifiers>



Cabe señalar que, en relación a las características de los clientes, los requisitos impuestos en los Principios 6 (Interés de los Clientes), 7 (Comunicaciones con los clientes), 8 (Conflictos de intereses), 9 (Clientes: Relación de Confianza) y 10 (Activos del cliente), que apuntan a la relación de las empresas con sus clientes o consumidores, dependen, en parte, de las características del cliente o consumidor en cuestión. Esto se debe a que lo que es "debida consideración" (en los Principios 6 y 7), "justa" (en los Principios 6 y 8), "clara, justa y no engañosa" (en el Principio 7), "prudencia razonable" (en el Principio 9) o "adecuada" (en el Principio 10) dependerá, de esas características. Por ejemplo, las necesidades de información de un agente de seguros generales serán diferentes de las de un asegurador general minorista.

**2.- Acuerdos, sistemas y controles de la alta dirección (SYSC):**

Corresponde a requisitos reglamentarios de gestión cuyo propósito es:

- Aumentar la certidumbre ampliando el Principio 3 (Gestión y Control), según el cual una empresa debe tener un cuidado razonable para organizar y controlar sus asuntos de manera responsable y eficaz, con sistemas adecuados de gestión de riesgos;
- Alentar a las empresas a confiar la responsabilidad de una organización eficaz y responsable a directores y altos directivos específicos, y
- Crear una plataforma común de requisitos de organización, sistemas y controles para todas las empresas.

**3.- Código de conducta (COCON):**

El código de conducta (COCON) establece "Normas de conducta individuales" y "Normas de conducta del personal directivo superior"

<b>Normas de conducta individuales</b>	<b>Normas de conducta del personal directivo superior</b>
Regla 1: Debe actuar con integridad.	SC1: Debe tomar medidas razonables para asegurarse de que el negocio de la empresa de la que es responsable se controla eficazmente.
Regla 2: Debe actuar con la debida habilidad, cuidado y diligencia.	SC2: Debe tomar medidas razonables para asegurarse de que el negocio de la empresa de la que es responsable cumple con los requisitos y estándares pertinentes del sistema regulador.
Regla 3: Debe ser abierto y cooperar con la FCA, la PRA y otros reguladores.	SC3: Debe tomar medidas razonables para asegurarse de que cualquier delegación de sus responsabilidades es a una persona apropiada y que supervisa el cumplimiento de la responsabilidad delegada efectivamente.
Regla 4: Debe prestar la debida atención a los intereses de los clientes y tratarlos con justicia.	SC4: Debe divulgar apropiadamente cualquier información de la cual la FCA o PRA ( <i>The Prudential Regulation Authority</i> ) esperaría recibir una notificación.
Regla 5: Debe observar los estándares adecuados de conducta del mercado.	

**4.- Condiciones de umbral (COND):**

Las condiciones de umbral de la FCA representan las condiciones mínimas por las que la FCA es responsable, que una empresa debe satisfacer y seguir cumpliendo para poder recibir y conservar el permiso de la Parte 4A (permiso para realizar actividades reguladas).

Las condiciones de umbral establecen:



**Ubicación de oficinas:** Si la empresa es una oficina central y registrada; si no es una persona física, el domicilio de la empresa.  
**FOLIO: RES-3176-21-26641-N**

jurídica, pero la oficina central se encuentra en el Reino Unido; si está tratando de llevar a cabo o está llevando a cabo una actividad de inversión; una actividad de distribución de seguros.

- **Supervisión efectiva:** La empresa debe ser capaz de ser supervisado eficazmente por la FCA teniendo en cuenta todas las circunstancias, incluyendo: la naturaleza de la actividad; la complejidad de los productos; la forma en a que el negocio está organizado; si la pertenencia a un grupo podría impedir la supervisión efectiva por parte del FCA; si la empresa está sujeto a supervisión consolidada; si la empresa tiene vínculos cercanos con otra persona.
- **Recursos apropiados:** Los recursos de A deben ser apropiados en relación con las actividades reguladas que la empresa realiza o pretende realizar. Los asuntos que son relevantes para determinar si A tiene los recursos apropiados incluyen: (a) la naturaleza y escala del negocio que lleva a cabo, o que llevará a cabo la empresa; (b) los riesgos para la continuidad de los servicios prestados por, o para ser proporcionado por la empresa; y (c) la pertenencia de la empresa a un grupo y cualquier efecto que esa membresía pueda tener.
- **Idoneidad:** La empresa debe ser una persona apta y adecuada teniendo en cuenta todas las circunstancias, incluidas: (a) la conexión de la empresa con cualquier persona; (b) la naturaleza (incluida la complejidad) de cualquier actividad regulada que la empresa lleve a cabo o busque realizar; (c ) la necesidad de asegurar que los asuntos de la empresa se lleven a cabo de manera apropiada, teniendo en cuenta en particular los intereses de los consumidores y la integridad del sistema financiero del Reino Unido; (d) si la empresa ha cumplido y está cumpliendo con los requisitos impuestos por la FCA en el ejercicio de sus funciones, o solicitudes hechas por la FCA, relacionadas con el suministro de información a la FCA y, cuando la empresa lo haya cumplido o esté cumpliendo, la forma de ese cumplimiento; (e) si quienes administran los asuntos de la empresa tienen las habilidades y experiencia adecuadas y actúan con probidad; (f) si el negocio de la empresa se está gestionando o se va a gestionar de tal forma que se garantice que sus asuntos se llevarán a cabo de forma sana y prudente; y (g) la necesidad de reducir al mínimo la medida en que es posible que el negocio realizado por la empresa, o llevado a cabo por la empresa, sea utilizado para un propósito relacionado con un delito financiero.

#### 5.- Declaraciones de principios y código de prácticas para personas autorizadas (APER):

Corresponde a estándares de comportamiento que la FCA espera de las personas autorizadas.

<b>Declaración del Principio</b>	
1	Una persona autorizada debe actuar con integridad en el desempeño de sus funciones de responsabilidad
2	Una persona autorizada debe actuar con la habilidad, el cuidado y la diligencia debidos en el desempeño de sus funciones de responsabilidad
3	Una persona autorizada debe observar los estándares adecuados de conducta de mercado en el desempeño de sus funciones de responsabilidad
4	Una persona autorizada debe tratar con la FCA, la PRA y otros reguladores de una manera abierta y cooperativa y debe revelar apropiadamente cualquier información de la que la FCA o la PRA esperaría razonablemente aviso
5	Una persona autorizada que ejerza una función de responsabilidad de alta dirección deberá adoptar medidas razonables para garantizar que la actividad de la empresa de la que sea responsable en su función de rendición de cuentas esté organizada de manera que pueda controlarse eficazmente.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
 FOLIO: RES-3176-21-26641-N

6	Una persona autorizada que realice una función de responsabilidad de alta dirección debe ejercer la debida habilidad, cuidado y diligencia en la gestión del negocio de la empresa de la que son responsables en su función de responsabilidad
7	La persona autorizada que desempeñe una función de responsabilidad de alta dirección deberá adoptar medidas razonables para garantizar que la actividad de la empresa de la que sea responsable en el desempeño de su función responsable cumpla los requisitos y normas del sistema regulador.

#### 6.- Pruebas de integridad ("Fit and Proper") para empleados y personal directivo (FIT):

La FCA especifica los estándares mínimos para convertirse y permanecer como una persona autorizada. De este modo, la FCA tendrá en cuenta una serie de factores a la hora de evaluar la conveniencia y la idoneidad de una persona para realizar una función controlada particular:

- **Honestidad, integridad y reputación:** Los asuntos que la FCA tendrá en cuenta incluyen, pero no se limitan, 13 aspectos tales como si un individuo ha sido condenado por cualquier delito penal; si ha sido objeto de algún fallo adverso o cualquier acuerdo en un proceso civil; si hay una investigación previa o procedimientos disciplinarios, por parte del regulador correspondiente etc.
- **Competencia y capacidad:** (1) si la persona cumple los requisitos pertinentes de formación y competencia de la FCA en relación con la función controlada que realiza o se pretende realizar; (2) si la persona ha demostrado por experiencia y formación que es adecuada, o será adecuado, si está aprobado, para realizar la función controlada; (3) si la persona tiene tiempo suficiente para realizar la función controlada y cumplir las responsabilidades asociadas con esa función.
- **Solidez Financiera:** (1) si la persona ha sido objeto de alguna deuda judicial o de pago, en el Reino Unido o en otro lugar, que sigue pendiente o no se ha satisfecho en un plazo razonable; (2) si, en el Reino Unido o en otro lugar, la persona ha hecho algún arreglo con sus acreedores, se ha declarado en quiebra, se le ha entregado una petición de quiebra, ha sido declarada en quiebra, ha sido objeto de una orden de restricción de quiebra (incluida una orden de restricción de quiebra provisional) , ofreció una empresa de restricciones por quiebra, le secuestraron activos o estuvo involucrado en procedimientos relacionados con cualquiera de estos

#### 7.- Libro de consulta sobre estabilidad financiera y confianza del mercado (FINMAR):

Este estándar es pertinente para todas las personas físicas y jurídicas a las que se aplica el Reglamento sobre ventas en corto, estén o no reguladas por el FCA.

Impone medidas para prohibir o restringir las ventas en corto o limitarlas en caso de una significativa del precio durante un día de negociación.

#### 8.- Capacitación y competencia (TC):

La capacitación y competencia impone requisitos para la formación del personal y el mantenimiento de registros.

La regla de los empleados competentes es el requisito principal relativo a la competencia de los empleados. La finalidad de este manual es apoyar la función supervisora de la FCA complementando la norma de los empleados competentes para las actividades minoristas.

En este manual, competencia significa tener las habilidades, el conocimiento y la experiencia necesarios para cumplir con las responsabilidades del rol de un empleado. Esto incluye lograr un buen estándar de comportamiento ético.



Para validar los registros apropiados para demostrar el cumplimiento de las reglas de este  
**FOLIO: RES-3176-21-26641-N**

manual y conservarlos durante los siguientes períodos después de que un empleado deje de realizar la actividad: (1) al menos 5 años para negocios MiFID (Markets in Financial Instruments Directive); (2) 3 años para negocios no MiFID; y (3) indefinidamente para un especialista en transferencias de pensiones.

#### 9.- Disposiciones Generales (GEN):

Trata una serie de temas relacionados con el marco legal subyacente del Handbook y la regulación de los servicios y mercados financieros.

El propósito es evitar que los clientes sean engañados sobre el alcance en que la FCA ha aprobado los asuntos de una empresa.

A menos que así lo exija el sistema reglamentario, la empresa no debe garantizar que ni ella ni nadie que actúe en su nombre reclame, en una declaración pública o a un cliente, expresa o implícitamente, que sus asuntos, o cualquier aspecto de ellos, cuentan con la aprobación de la FCA u otra autoridad competente.

## **7.2 Estándares de Negocio**

Los Estándares de Negocio corresponden a reglas de conducta cotidianas que se aplican a las empresas, según se especifique.

El estándar de negocios incluye:

- **Libro de consulta sobre la conducta empresarial (COBS):** Aplica a todas las empresas que aceptan depósitos, realizan negocios de inversión designados y realizan negocios de seguros de largo plazo relativos a pólizas de vida.
- **Seguros: libro de consulta sobre conducta empresarial (ICOBS):** Aplica a las actividades comerciales de las aseguradoras que no son de inversión.
- **Hipotecas y financiación de viviendas: libro de consulta sobre la conducta empresarial (MCOB):** Aplica a empresas que realizan actividades hipotecarias reguladas y financiación de viviendas.
- **Banca: libro de consulta sobre la conducta empresarial (BCOBS):** Aplica a empresas que aceptan depósitos de clientes bancarios.
- **Gestión de reclamaciones: guía de conducta empresarial (CMCOB):** Establece las obligaciones detalladas que son específicas de las actividades reguladas de gestión de siniestros y las actividades relacionadas con las actividades realizadas por las empresas.
- **Activos del cliente (CASS):** Normas y orientaciones sobre la tenencia de activos y dinero del cliente, incluidos los requisitos sobre separación y custodia segura de activos, fideicomisos legales para el dinero del cliente y recuperación de información en caso de insolvencia.
- **Conducta de mercado (MAR):** Se aplica principalmente a los mercados mayoristas y de profesionales.
- **Manual de intervención y gobernanza de productos (PROD):** Establece requisitos de gobernanza de productos para fabricantes y distribuidores y se aplica a empresas de inversión MiFID, entidades de crédito CRD, empresas de exención opcional MiFID y sucursales de empresas de inversión de otros países.

#### 1.- Estándares de Negocio Seguros: libro de consulta sobre conducta empresarial (ICOB):

El libro de consulta sobre conducta empresarial en seguros contempla:

- **Cuestiones Generales:** Categorización de clientes; Comunicaciones a clientes y promociones financieras; Incentivos; Mantenimiento de registros; Actuar de forma honesta, justa y profesional, exclusión de responsabilidad, condiciones y garantías; Distribución de contratos vinculados a través de personas exentas (exención de contratos relacionados del artículo 72B de la Orden de



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

Actividades Reguladas).

- **Comunicaciones a distancia:** Marketing a distancia y comercio electrónico.
- **Información sobre la firma, sus servicios y remuneración:** Requisitos generales para intermediarios de seguros y aseguradoras; Medios de comunicación con los clientes; Requisitos adicionales para pólizas de protección para intermediarios de seguros y aseguradoras; Divulgación de remuneraciones; Divulgación de la Comisión para clientes comerciales; Información de la Comisión sobre contratos de protección pura vendidos con productos de inversión minoristas.
- **Identificar las necesidades del cliente y asesorar:** Aspectos generales (tomar medidas razonables para asegurarse de que un cliente solo compre una póliza según la cual sea elegible para reclamar beneficios –principio 6-); Demandas y necesidades; Ventas asesoradas.
- **Información del Producto:** Producción y suministro de información del producto; Suministro de información del producto a los clientes; Información precontractual: contratos de seguros generales; Información pre y post contrato: contratos de protección pura; Información pre y post contrato: políticas de protección; Renovaciones; Medios de comunicación.
- **Cancelación:** El derecho a cancelar y efectos de la cancelación.
- **Gestión de reclamaciones:** Aseguradoras en general; Aseguradoras de responsabilidad de vehículos de motor; Intermediarios de seguros (y aseguradoras que manejan reclamaciones sobre la póliza de otra aseguradora); Seguro de responsabilidad de empleadores

## 2.- Conducta de mercado MAR:

El libro de consulta sobre conducta de mercado contempla:

- **Abuso de Mercado.**
- **Estabilización** (relativo a reglas de estabilización de precios)
- **Soporte de las funciones del panel de adquisición** (relativo al el Código de la Ciudad sobre Adquisiciones y Fusiones emitido por el Panel de Adquisiciones).
- **Instalaciones comerciales multilaterales (MTF).**
- **Internalizadores sistemáticos** (relativo a una empresa de inversión que negocia por cuenta propia mediante la ejecución de órdenes de clientes fuera de un mercado regulado).
- **Comercio algorítmico** (requisitos a empresas de inversión relativos a (1) la realización de operaciones algorítmicas, o (2) la prestación de servicios de acceso electrónico directo a un centro de negociación, o (3) la prestación de servicios de compensación.
- **Benchmarks.**
- **Servicio de suministro de datos** (establece requisitos armonizados de autorización y supervisión de servicios de datos de mercado y están diseñados para garantizar un nivel necesario de calidad de la información de la actividad comercial en los mercados financieros de la UE).
- **Límites y controles de posición de derivados de materias primas, e informes de posición.**



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## 8. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Considerando la importancia de la confianza del cliente y la confianza en un mercado de servicios financieros que funcione correctamente para efectos de promover la estabilidad financiera, el crecimiento, la eficiencia y la innovación a largo plazo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha establecido 10 principios diseñados para ayudar en los esfuerzos por mejorar la protección del cliente financiero.

Los principios están dirigidos a los miembros del G20<sup>35</sup> y otras economías interesadas y están diseñados para ayudar en los esfuerzos por mejorar la protección del cliente financiero. Son principios voluntarios, diseñados para complementar, no sustituir, los principios o directrices financieros internacionales existentes. En particular, no abordan temas específicos del sector tratados por las organizaciones internacionales relevantes y los emisores de normas financieras (como BCBS, IAIS e IOSCO).

### 8.1 Principios

#### 1. Marco legal, regulatorio y de supervisión

La protección del cliente financiero debe ser una parte integral del marco legal, regulatorio y de supervisión, y debe reflejar la diversidad de circunstancias nacionales y desarrollos regulatorios y del mercado global dentro del sector financiero.

Deben existir mecanismos legales, judiciales o de supervisión sólidos y efectivos para proteger a los clientes y sancionar fraudes financieros, abusos y errores.

Los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben estar debidamente regulados y/o supervisados, teniendo en cuenta los servicios pertinentes y los enfoques específicos del sector.

Se debe consultar a las partes interesadas no gubernamentales relevantes, incluidas la industria y las organizaciones de clientes, los organismos profesionales y las comunidades de investigación, cuando se desarrollen políticas relacionadas con la protección y educación del cliente financiero.

#### 2. Papel de los entes supervisores

Debe haber órganos de supervisión (dedicados o no) explícitamente responsables de la protección del cliente financiero, con la autoridad necesaria para cumplir con sus mandatos. Requieren responsabilidades claras y objetivamente definidas y una gobernanza adecuada; independencia operativa; responsabilidad por sus actividades; poderes adecuados; recursos y capacidades; marco de aplicación definido y transparente y procesos regulatorios claros y coherentes. Los órganos de supervisión deben observar altos estándares profesionales, incluidos estándares apropiados de confidencialidad de la información del cliente y de propiedad y la prevención de conflictos de intereses.

Debe promoverse la cooperación con otras autoridades de supervisión de servicios financieros, la cooperación internacional entre organismos de supervisión, prestar especial atención a aspectos de protección del cliente que surgen de las transacciones internacionales, del marketing y las ventas transfronterizas.

#### 3. Trato equitativo y justo a los clientes

Todos los clientes financieros deben ser tratados de manera equitativa, honesta y justa en todas las etapas de su relación con los proveedores de servicios financieros. Tratar a los clientes de manera justa debe ser

<sup>35</sup> G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection (October 2011). Los ministros de finanzas y gobernadores de bancos centrales del G20 fueron convocados en febrero de 2011 por la OCDE, el FSB y otras organizaciones internacionales, para desarrollar principios de alto nivel comunes sobre protección del consumidor en el ámbito de los servicios financieros. El Grupo de Trabajo estuvo abierto a todos los miembros del G20 y FSB y celebró varias rondas de consultas, incluida una pública, en diferentes versiones de principios. Finalmente, los principios finales de alto nivel sobre el consumidor financiero fueron ratificados por los Ministros de

del G20 y Gobernadores de bancos centrales en su reunión del 14 al 15 de octubre 2011. Ver en: <http://www.oecd.org/leg/legislation/4892010.pdf>

*FOLIO: RES-3176-21-26641-N*



una parte integral del buen gobierno y cultura corporativa de todos los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados. Se debe prestar especial atención a las necesidades de los grupos vulnerables.

#### **4. Divulgación y transparencia de información**

Los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben proporcionar a los clientes información clave de los beneficios, riesgos y condiciones fundamentales del producto. También deben proporcionar información sobre conflictos de intereses asociados con el agente autorizado a través del cual se vende el producto.

Todo el material de promoción financiera debe ser preciso, honesto, comprensible y no engañoso. Deben adoptarse prácticas estandarizadas de divulgación precontractual (por ejemplo, formularios) cuando corresponda y sea posible para permitir comparaciones entre productos y servicios de la misma naturaleza.

Se deben desarrollar mecanismos de divulgación específicos, incluidas posibles advertencias, para proporcionar información acorde con productos y servicios complejos y riesgosos. Siempre que sea posible, se debe realizar un estudio del cliente para ayudar a determinar y mejorar la efectividad de la divulgación de información (disclosure).

La prestación de asesoramiento debe ser lo más objetivo posible y, en general, debe basarse en el perfil del cliente considerando la complejidad del producto, los riesgos asociados con él, así como los objetivos financieros, el conocimiento, las capacidades y la experiencia del cliente.

#### **5. Concientización y educación financiera**

Todas las partes interesadas pertinentes deben promover la concientización y educación financiera, y los clientes deben tener fácil acceso a información clara sobre la protección, los derechos y las responsabilidades del cliente. Se deben desarrollar mecanismos apropiados para ayudar a los clientes actuales y futuros a desarrollar el conocimiento, las habilidades y la confianza para comprender adecuadamente los riesgos, incluidos los riesgos financieros y las oportunidades, tomar decisiones informadas, saber a dónde acudir para obtener ayuda y tomar medidas efectivas para mejorar su propio bienestar financiero.

Se debe promover la entrega de información y educación financiera de base amplia para profundizar el conocimiento y la capacidad financiera de los clientes, especialmente para los grupos vulnerables.

Teniendo en cuenta las circunstancias nacionales, la educación y la concientización financiera deben fomentarse como parte de una estrategia más amplia de educación y protección del cliente financiero, impartirse a través de canales diversos y apropiados, comenzar a una edad temprana y ser accesibles para todas las etapas de la vida. Los programas y enfoques específicos relacionados con la educación financiera deben estar dirigidos a grupos vulnerables de clientes financieros.

Se debe alentar a todas las partes interesadas relevantes a implementar los principios y directrices internacionales sobre educación financiera desarrollados por la Red Internacional de Educación Financiera (INFE) de la OCDE.

#### **6. Conducta responsable de proveedores de servicios financieros y agentes autorizados**

Los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben tener como objetivo trabajar en el mejor interés de sus clientes y ser responsables de defender la protección del cliente financiero. Los proveedores de servicios financieros también deben ser responsables de las acciones de sus agentes autorizados.

Dependiendo de la naturaleza de la transacción y con base en la información proporcionada principalmente por los clientes, los proveedores de servicios financieros deben evaluar las capacidades financieras relacionadas, la situación y las necesidades de sus clientes antes de aceptar proporcionarles un producto, asesoramiento o servicio. El personal (especialmente aquellos que interactúan directamente con los clientes) debe estar debidamente capacitado y calificado. Cuando surja la posibilidad de conflictos de intereses, los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben esforzarse por evitar



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

los agentes autorizados deben garantizar la divulgación adecuada, disponer de mecanismos internos para gestionar dichos conflictos o negarse a proporcionar el producto, el asesoramiento o el servicio.

La estructura de remuneración del personal, tanto de los proveedores de servicios financieros como de los agentes autorizados, debe diseñarse para fomentar una conducta empresarial responsable, un trato justo de los clientes y evitar conflictos de intereses. La estructura de remuneración debe ser revelada a los clientes cuando sea apropiado, como cuando los posibles conflictos de intereses no se pueden manejar o evitar.

### **7. Protección de los activos del cliente contra el fraude y el uso indebido**

Los mecanismos de información, control y protección pertinentes deben proteger de manera adecuada y con un alto grado de certeza los depósitos, ahorros y otros activos financieros similares de los clientes, incluso contra el fraude, la apropiación indebida u otros usos indebidos.

### **8. Protección de datos personales y privacidad**

La información financiera y personal de los clientes debe protegerse mediante mecanismos de control y protección adecuados. Estos mecanismos deben definir los propósitos para los cuales los datos pueden ser recopilados, procesados, retenidos, usados y divulgados (especialmente a terceros). Los mecanismos también deben reconocer el derecho de los clientes a ser informados sobre el intercambio de datos, a acceder a los datos y a obtener la pronta corrección y/o eliminación de datos inexactos o recopilados o procesados ilegalmente.

### **9. Manejo de reclamos y reparación**

Las jurisdicciones deben garantizar que los clientes tengan acceso a mecanismos adecuados de tratamiento y resolución de reclamos que sean accesibles, independientes, justos, responsables, oportunos y eficientes. Dichos mecanismos no deberían imponer costos, retrasos o cargas irrazonables a los clientes. De acuerdo con lo anterior, los proveedores de servicios financieros y los agentes autorizados deben contar con mecanismos para el manejo y resolución de reclamos. El recurso a un proceso de reparación independiente debe estar disponible para abordar los reclamos que no se resuelven de manera eficiente a través de los mecanismos internos de resolución de disputas de los proveedores de servicios financieros y agentes autorizados. Como mínimo, la información agregada con respecto a los reclamos y sus resoluciones debe hacerse pública.

### **10. Promover la competencia**

Deben promoverse mercados competitivos a nivel nacional e internacional a fin de ofrecer a los clientes más opciones entre los servicios financieros y crear una presión competitiva sobre los proveedores para ofrecer productos competitivos, mejorar la innovación y mantener una alta calidad de servicio. Los clientes deberían poder buscar, comparar y, cuando proceda, cambiar entre productos y proveedores de forma sencilla y a costos razonables y conocidos.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## 9. International Organization of Securities Commissions (IOSCO)

La Organización Internacional de Comisiones de Valores (IOSCO, por sus siglas en inglés) define tres objetivos fundamentales de la regulación de los mercados de valores, los cuales dicen relación con la protección de los clientes financieros, con garantizar que los mercados sean justos, eficientes y transparentes, y con la reducción del riesgo sistémico; y establece 38 principios para lograr el cumplimiento de dichos objetivos.

### 9.1 La protección de los inversionistas

Los inversionistas deben estar protegidos de prácticas engañosas, manipuladoras o fraudulentas, incluyendo la contratación de valores con información privilegiada, el *front running* o negociar por encima de los intereses de los clientes, y el uso indebido de los activos de los clientes. Los inversionistas deben tener acceso a un mecanismo neutral (como tribunales u otros mecanismos de solución de diferencias) o a medios de reparación e indemnización por conductas indebidas.

Por otra parte, establece que, en caso de que se produzca una infracción de la ley, los inversionistas deben ser protegidos haciendo cumplir estrictamente la legislación de valores.

La forma más importante de garantizar la protección de los inversionistas, es la divulgación integral de cualquier información importante para las decisiones de los inversionistas, así tendrán una mejor capacidad para evaluar los riesgos y frutos potenciales de sus inversiones, para proteger sus propios intereses. Es clave, la aplicación de estándares de contabilidad y auditoría de calidad alta e internacionalmente aceptable.

Sólo personas con una licencia adecuada o debidamente autorizadas se les debería permitir ofrecer al público servicios de inversión, como intermediarios de mercado u operadores de bolsas, por ejemplo. Los requerimientos de capital inicial y permanente, deben estar diseñados para lograr que las entidades puedan atender las demandas actuales de sus contrapartes y, si es necesario, reducir paulatinamente su actividad sin pérdidas para sus clientes.

La regulación de los intermediarios de mercado debe ayudar a proteger a los inversionistas estableciendo normas mínimas para los participantes en los mercados. Los inversionistas deben ser tratados de manera justa y equitativa por parte de los intermediarios de mercado, de acuerdo con normas que deben quedar recogidas en un código de conducta. La supervisión por parte de los reguladores debe incluir un sistema integral de inspección, vigilancia y programas de cumplimiento normativo.

La supervisión y la ejecución de las leyes de forma efectiva dependen de una estrecha cooperación entre los reguladores a escala nacional e internacional.

### 9.2 Garantizar que los mercados sean justos, eficientes y transparentes.

La equidad de los mercados está estrechamente vinculada a la protección de los inversionistas y, en particular, a la prevención de prácticas de negociación incorrectas. Las estructuras del mercado no deben favorecer indebidamente a algunos usuarios del mercado en detrimento del resto. La aprobación por el regulador de los operadores de bolsas y sistemas de negociación y de las normas de negociación contribuye a garantizar unos mercados justos.

La regulación debe:

- Detectar, disuadir y sancionar la manipulación del mercado y otras prácticas de negociación injustas.
- Garantizar que se conceda a los inversionistas un acceso justo a los servicios del mercado y a la información del mercado o sobre precios.
- Promover unas prácticas de mercado que garanticen un tratamiento justo de las órdenes y un proceso de formación de precios que sea fiable.
- Promover la eficiencia de mercado. La difusión de información pertinente se debe producir en el momento oportuno y de manera generalizada, lo cual se verá reflejado en el proceso de formación de precios.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Garantizar los máximos niveles de transparencia. Se define transparencia como el grado en que la información sobre la negociación se haga pública en tiempo real. Esto incluye, la información previa a las operaciones, esto es la publicación de ofertas precios comprador y vendedor en firme, para que los inversionistas puedan saber, con un cierto grado de certeza, si pueden contratar y a qué precios; y la información posterior a las operaciones, esto es, precios y el volumen de todas las operaciones individuales realmente efectuadas.

### **9.3 La reducción del riesgo sistémico.**

La reducción del riesgo sistémico también está íntimamente vinculada a la protección del inversionista. Los reguladores deben promover y permitir la gestión eficaz de riesgos y garantizar que los requerimientos de capital y los demás requisitos prudenciales sean suficientes para afrontar una adecuada aceptación de riesgos, permitir la absorción de algunas pérdidas y controlar la aceptación de riesgos excesivos. Se requiere que exista un proceso eficiente y preciso de compensación y liquidación, que sea correctamente supervisado y utilice herramientas de gestión de riesgos eficaces.

Deben existir acuerdos efectivos y jurídicamente seguros para manejar incumplimientos, más allá de la legislación de valores, hasta las regulaciones que se refieren a la normatividad y trato jurídico de una jurisdicción.

La inestabilidad puede deberse a hechos sucedidos en otras jurisdicciones, de modo que las respuestas de los reguladores a las perturbaciones de mercado deben tratar de facilitar la estabilidad a escala nacional y mundial a través de la cooperación y del intercambio de información.

La regulación debe intentar reducir el riesgo de quiebra (incluidos en los requerimientos de capital y de control interno), y en caso de que se produzca, la regulación debe tratar de reducir el impacto e intentar circunscribir el riesgo a la entidad quebrada. Por tanto, los intermediarios de mercado deben estar sujetos a unos requerimientos de capital y otros requisitos prudenciales adecuados y permanentes. Si es necesario, un intermediario debe ser capaz de reducir paulatinamente su actividad sin causar pérdidas a sus clientes y contrapartes ni causar daños sistémicos.

### **9.4 Principios para los Intermediarios de valores**

IOSCO establece 38 principios para la regulación de los mercados de valores, con recomendaciones a los reguladores, a entidades autorreguladoras, y otros integrantes del mercado, como es el caso de los intermediarios del mercado de valores. Para éste último caso, se establecen 4 principios específicos con el fin de respaldar los objetivos IOSCO.

En ese sentido, la metodología para la evaluación de la implementación de los objetivos y principios, señala que los intermediarios deben ejercer su actividad de una manera que proteja los intereses de sus clientes y ayude a preservar la integridad del mercado. Los principios fundamentales incluyen los siguientes deberes para las entidades:

- Observar un alto nivel de integridad y contratación imparcial (fair dealing).
- Actuar con el debido cuidado y diligencia en defensa de los mejores intereses de sus clientes y de la integridad del mercado.
- Respetar estrictas normas de conducta de mercado.
- No debe anteponer sus intereses a los de sus clientes y debe tener un trato similar a los clientes en una situación similar.
- Cumplir con cualquier ley, código o norma relevante para la regulación de los mercados.

La regulación, por su parte, debe apuntar a proveer una supervisión continua adecuada; el derecho a inspeccionar sus libros, registros y actividades; amplias facultades de investigación y recursos para supervisar, inspeccionar y sancionar, al regulador u otra autoridad competente en caso de infracciones; un proceso rápido y justo para medidas disciplinarias, y la suspensión o cancelación de licencia, y la existencia de un mecanismo eficiente y efectivo para hacer frente a los reclamos de los inversionistas.

La supervisión de los intermediarios debe orientarse principalmente a las áreas en las que su capital, los intereses de sus clientes, y la confianza del público, podrían ponerse en riesgo. Esto incluye los riesgos de:



*FOLIO: RES-3176-21-26641-N*

- Incompetencia, inadecuada gestión de riesgos o que no sea adecuada ante un evento extraordinario, los que podrían llevar a no proveer la mejor ejecución, rápida liquidación o asesoramiento adecuado.
- Incumplimiento de los deberes, leyes y regulaciones que podrían generar apropiación indebida de activos de clientes, uso indebido de instrucciones de clientes para negociación por cuenta propia, como "front running" u operar antes que los clientes.
- Manipulación, uso de información privilegiada y otras irregularidades de negociación; o fraude, lavado de activos o financiamiento del terrorismo.
- Conflictos de interés.
- Insolvencia de un intermediario, que podría implicar pérdida de activos de clientes o de oportunidades de negociación; y que puede mermar la confianza en el mercado.

A continuación, se presentan en detalle, los principios 29 y 31 que contienen materias específicas respecto a protección de los inversionistas:

- **Principio 29. La regulación debe proveer unas normas mínimas de acceso para los intermediarios de mercado.**

La inscripción y la supervisión de los intermediarios del mercado, incluido su personal, deberían establecer normas mínimas para ellos y ofrecer un tratamiento coherente a todos los intermediarios del mercado en situación similar. También debe reducir el riesgo para los inversionistas de pérdidas causadas por un comportamiento negligente o ilegal y/o un capital inadecuado. Temas clave para cumplir los objetivos:

Autorización:

1. La autorización debe especificar los servicios o las actividades que el intermediario está autorizado a desarrollar.
2. La autorización debe establecer normas mínimas de acceso, con criterios claros y las normas que deben cumplirse permanentemente, las que deben incluir:
  - a) Capital mínimo inicial.
  - b) Evaluación completa del solicitante y de aquellos que, directa o indirectamente, puedan controlar o influir sustancialmente en él. La regulación debe determinar las condiciones que debe cumplir el intermediario y su personal para poder participar como, por ejemplo, conocimientos, conducta empresarial, los recursos, habilidades, conducta pasada, organización interna adecuada.
  - c) Un requisito que las normas de acceso sean aplicadas de forma coherente

Autoridad del Regulator:

- i. La autoridad que concede la licencia debe estar facultada para denegarla, si no se cumplen los requisitos, y para retirar, suspender o aplicar una condición, en caso que un cambio de control u otro cambio implique incumplimiento de los requisitos relevantes.
- ii. El regulador o el Autorregulador debe demostrar su capacidad para llevar a cabo una revisión eficaz de las solicitudes de autorización, para asegurar el cumplimiento de los requisitos regulatorios.

Requisitos permanentes:

- i. Debe exigirse actualización periódica de información pertinente y elaboración de los informes sobre cambios sustanciales que afecten las condiciones de la concesión de la licencia, para garantizar que sigue siendo adecuado mantener la licencia, como por ejemplo cambios en el control.
- ii. Para que los inversionistas puedan proteger mejor sus propios intereses, el regulador debe tratar de asegurar que el público tenga acceso a la información relevante relacionada con el intermediario, como la identidad de los altos directivos y de los que están autorizados para actuar en su nombre, el estado actual de la licencia, y las actividades autorizadas. La información debe ser gratuita y de fácil acceso.

- **Principio 31. Se debe requerir que los intermediarios del mercado tengan que establecer una función interna que se encargue del cumplimiento de las normas de organización interna y del comportamiento operativo, con el fin de proteger los intereses de los clientes y sus vos, y de garantizar una adecuada gestión del riesgo, a través de la cual la Dirección del**



mediario asuma la responsabilidad principal de estas cuestiones.

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

Los intermediarios del mercado deben llevar a cabo sus actividades de manera que se protejan los intereses de sus clientes y sus activos y se ayude a preservar la integridad del mercado.

La regulación debe exigir que tengan políticas y procedimientos internos para el cumplimiento de la legislación, disponer de una adecuada organización interna y de sistemas de gestión de riesgos apropiados. La regulación debe aspirar a garantizar que haya una correcta gestión de riesgo de mercado.

Pese a la existencia de procedimientos internos para impedir conductas indebidas o negligencias, pueden darse infracciones operacionales; no es factible que el regulador supervise a diario su cumplimiento, esa responsabilidad es de la Dirección del intermediario, debiendo sus miembros garantizar que son capaces de delegar esa responsabilidad.

**Temas Clave:**

Dirección y supervisión:

1. La dirección del intermediario debe ser responsable de asegurar el mantenimiento de normas de conducta adecuadas y el cumplimiento de los procedimientos en toda la entidad. Se incluye asegurar una estructura apropiada y controles adecuados, para el tipo de actividad que realiza (incluyendo actividades externalizadas), para garantizar la protección de los inversionistas y la gestión de riesgos.

- i. La dirección debe garantizar el cumplimiento diario de los procedimientos internos, además de comprender el negocio, sus procedimientos, su entorno, sus políticas en materia de asunción de riesgo, y entender el alcance de su autoridad y responsabilidades.
- ii. Toda la información relevante acerca de la empresa debe ser oportuna, de fácil acceso y comunicada periódicamente a la Dirección; y estar sujeta a procedimientos para mantener su seguridad, disponibilidad, fiabilidad e integridad.

2. Es necesaria la evaluación periódica de los procesos de gestión de riesgo, la que debe ser realizada por alguien autónomo; autorreguladores y otros como auditores externos podrían usarse para asistir este proceso.

Requisitos organizativos:

3. Los intermediarios deben tener sistemas o procesos para asegurar que se cumplan las disposiciones legales y reglamentarias y reducir el riesgo de sanciones legales o regulatorias, pérdidas financieras o riesgo reputacional.

4. La organización interna, incluidas las funciones de gestión de riesgos, auditoría interna y cumplimiento normativo, variará en función del tamaño de la empresa, la naturaleza del su negocio y los riesgos que asume. El marco normativo debe exigir que se considere lo siguiente:

- a) El cumplimiento de todos los requisitos legales y reguladores, y de sus propias políticas y procedimientos debe ser vigilado por una función de cumplimiento normativo que dependa directamente de la alta dirección, independiente de las divisiones operativas.
- b) El mantenimiento de las políticas, procedimientos y controles operativos eficaces en relación con la actividad, incluyendo políticas que abarquen gestión de riesgos y controles para la negociación por cuenta propia, y procedimientos para garantizar la integridad, seguridad, disponibilidad, fiabilidad y el rigor de toda la información, continuidad del negocio, y procedimientos de externalización de funciones.
- c) Evaluación de la eficacia de los procedimientos y controles para asegurar la integridad de las prácticas de negociación, incluyendo el trato imparcial, honesto y profesional a clientes, y la adecuada segregación de funciones y responsabilidades (no detectar errores o abusos que expongan a clientes o a la entidad).
- d) Abordar conflictos de intereses entre los propios y de sus clientes, garantizando trato imparcial, medidas para gestionar el conflicto con medidas organizativas para evitar perjuicio a los intereses del cliente, como normas internas, normas de confidencialidad, divulgación de información, o abstenerse de actuar cuando no se pueda resolver



Para validar o a http://www.sic.financiaministerio.gub.uy/validar/validar.php

FOLIO: RES-3176-21-26641-N

5. Si se permite el acceso electrónico directo, los intermediarios deben utilizar controles, incluidos controles automatizados previos a operar, para limitar que clientes coloquen órdenes que sobrepasen la posición o los límites de crédito.

Protección del Inversionista:

6. Cuando un intermediario del mercado tiene el control o es responsable de los activos pertenecientes a un cliente que debe salvaguardar, debe tomar las medidas adecuadas para salvaguardar los derechos de propiedad de los clientes (por ejemplo, la segregación e identificación de esos activos). Esas medidas tienen por objeto: ofrecer protección contra malversaciones; facilitar la transferencia de posiciones en casos de grave interrupción del mercado; impedir la utilización de los activos de los clientes para operar por cuenta propia o para financiar las operaciones del intermediario; y contribuir a la liquidación ordenada en insolvencia de un intermediario y la devolución de los activos de los clientes.

Las obligaciones particulares al intermediario, deberían incluir: mantener registros actualizados y precisos, y reportes de activos de clientes que fácilmente establezcan la naturaleza, cantidad y ubicación y estado de los activos, y los clientes para quienes los activos son mantenidos; e informar a los clientes donde serán mantenidos sus activos en el extranjero y que estarán sujetos al régimen de protección de activos y/o insolvencia de esa jurisdicción extranjera. Cualquier revelación requerida de ese régimen y los riesgos involucrados deberían estar por escrito en forma clara, simple, y entendible.

7. Se debe exigir a los intermediarios que adopten y apliquen políticas y procedimientos adecuados para distinguir entre los clientes minoristas y no minoristas cuando distribuyan productos financieros complejos. La clasificación de los clientes debe basarse en una evaluación razonable del cliente en cuestión, teniendo en cuenta la complejidad y el riesgo de los diferentes productos. El regulador debería proporcionar orientación a los intermediarios en relación con la clasificación de los clientes.

8. Los intermediarios del mercado deben disponer de un mecanismo eficiente y eficaz para atender los reclamos de los inversionistas.

9. Respecto a la conducta del intermediario con los clientes, se consideran importantes los siguientes componentes:

- a) El intermediario debe identificar y verificar la identidad del cliente usando datos fiables e independientes, obtener la información para identificar a las personas que sean titulares de valores o los controlen y, en su caso, otras cuentas. Estos procedimientos ayudarán a atenuar el riesgo de estar implicados en un fraude, blanqueo de capitales o financiación del terrorismo.
- b) El intermediario debe obtener y conservar información sobre las circunstancias y objetivos de inversión del cliente, relevante para los servicios que prestará; si entrega asesoría, debe prestarse sobre la base del conocimiento de las necesidades y circunstancias del cliente (idoneidad de las recomendaciones de inversión).
- c) El cliente debe obtener un contrato por escrito; o un impreso por escrito de las condiciones generales y particulares de hacer negocios a través del intermediario.
- d) Los registros que contengan la información antes citada deben conservarse durante un número razonable de años, para facilitar la protección de los inversionistas y el intercambio de información entre jurisdicciones. Si se permite que recurran a terceros fiables para cumplir sus obligaciones frente a los clientes de acuerdo con estos Principios, los intermediarios seguirán siendo responsables del cumplimiento de dichas obligaciones. Deben establecerse políticas y procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad, fiabilidad y rigor de toda la información, incluyendo la documentación y los datos almacenados electrónicamente, pertinentes para las actividades empresariales del intermediario.
- e) El intermediario debe revelar al cliente o poner a su disposición información suficiente, de manera comprensible y oportuna, para que pueda tomar una decisión de inversión fundada. *Para poder ser necesario exigir una determinada forma de revelación de información, en caso*



de que los productos conlleven un riesgo que el cliente minorista no advierta fácilmente. La selección y formación deben tratar de asegurar que el personal que preste asesoramiento de inversiones comprenda las características de los productos sobre los que asesore.

- f) El intermediario debe proporcionar rápidamente, y a intervalos apropiados, a cada cliente: un informe sobre el valor y la composición de su cuenta o cartera de los clientes, incluido un estado de operaciones y saldos.
- g) El intermediario debe proporcionar a cada cliente información sobre tarifas y comisiones.
- h) La revelación de información clave respecto a los esquemas de inversión colectiva a inversionistas minoristas en su distribución debe ser clara, precisa y no engañosa para el inversionista
- i) El intermediario debe actuar: con el debido cuidado y diligencia en defensa de los mejores intereses de sus clientes y proteger sus activos, de manera que ayude a preservar la integridad del mercado.
- j) El regulador debe ser capaz de demostrar que ha establecido un programa de supervisión que incluya los procesos internos, el personal cualificado y experimentado y otros recursos, y que vigile el cumplimiento por los intermediarios de mercado de estos requisitos.



*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N*



COMISIÓN  
PARA EL MERCADO  
FINANCIERO

## **Anexo N°2: Documento de Política**

# **Marco legal y normativo en Conducta de Mercado para entidades bajo supervisión de la CMF**

Junio 2021

[www.cmfchile.cl](http://www.cmfchile.cl)



*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N*

## Introducción

La Comisión para el Mercado Financiero –en adelante, CMF– tiene como mandato legal velar por el correcto funcionamiento, desarrollo y estabilidad del mercado financiero, facilitando la participación de los agentes de mercado y promoviendo el cuidado de la fe pública (Ley Orgánica de CMF). Al efecto, la CMF cuenta con atribuciones normativas, de fiscalización y sanción que cumplen un rol relevante en velar por una adecuada conducta de mercado de las instituciones financieras fiscalizadas hacia sus clientes.

A su vez, la CMF tiene como objetivo estratégico fortalecer la supervisión de conducta en el mercado financiero<sup>1</sup>. Se busca promover mercados de valores, seguros y bancos, sustentables, transparentes y eficientes, alineados con las mejores prácticas en materia de un trato justo en cada una de las instituciones financieras de estas industrias, que redunden en un mayor grado de protección de los intereses de los inversionistas, asegurados, depositantes y clientes financieros en general.

El presente documento forma parte del White PaperDocumento de Política **Desarrollo estándares y principios generales en materia de Conducta de Mercado para entidades financieras**. Recoge una revisión amplia del marco legal y normativo que tiene la CMF y que dice relación, directa o indirectamente, con materias de Conducta de Mercado (CdM) respecto de las entidades que están bajo el perímetro de supervisión.

De la lectura de este trabajo se puede apreciar lo vasto de este marco regulatorio, considerando sobre todo la amplitud de materias y entidades que incluye. Es importante hacer presente que, en el caso de algunas industrias supervisadas y recogidas en esta revisión, no existe una distinción nítida en el objetivo supervisor de este marco, por lo que es frecuente que en una misma regulación incorpore elementos propios de la Supervisión Prudencial y también del foco de Conducta de Mercado.

Finalmente, el Anexo N°2 recoge en detalle las distintas leyes, normativas e instrucciones sectoriales vigentes de la CMF asociadas a CdM para bancos, compañías de seguros, administradoras generales de fondos (administradoras de fondos de terceros), corredoras de bolsa y agentes de valores (o intermediarios de valores), cooperativas de ahorro y crédito (sometidas a supervisión de la CMF), agentes administradores de mutuos hipotecarios endosables, emisores de tarjetas de pago, corredores de seguros y liquidadores de siniestros.

---

<sup>1</sup> El Consejo de la CMF aprobó, mediante la Resolución N° 4694 del año 2020, la transición hacia una nueva estructura organizacional para las áreas de supervisión y regulación, desde un esquema de supervisión por industrias a un modelo sustentado en los dos grandes pilares: Prudencial y Conducta de Mercado, la que entró en vigencia el 1° de marzo de 2021.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N



*Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N*

## 1. Industria de seguros

### 1.1 Marco legal en Conducta de Mercado<sup>2</sup> en la Industria de Seguros

Las normas más relevantes del D.F.L. N° 251 de 1931 respecto del Rol de CMF en temas de conducta en materia de seguros, son las siguientes:

- Letra i) art. 3 DFL 251. Resolver, en casos a su juicio calificados, en el carácter de árbitro arbitrador sin ulterior recurso, las dificultades que se susciten entre compañía y compañía, entre éstas y los intermediarios o entre éstas o el asegurado o beneficiario.
- Art. 51 DFL 251, relativo a las facultades de la CMF respecto de quien ejerza el comercio de seguros o de reaseguros, contraviniendo las disposiciones de los Artículos 4 y 46 (...) clausurar las oficinas o establecimientos en que se ejerciten esas actividades, para lo cual el Intendente o Gobernador respectivo, a petición del Superintendente (presidente de la CMF), deberán suministrar el auxilio de la fuerza pública, sin perjuicio de incurrir en la sanción contemplada en el inciso primero del Artículo 467 del Código Penal.).
- Art. 57 del DFL 251: Relativo a la forma de contratación de seguros (directo con la compañía a través de sus agentes de venta y de corredores). Regula a los agentes de ventas, que deben estar en **registro especial** que lleve la CMF o las compañías (hoy las compañías para agentes en general (NCG 49)<sup>3</sup>, y la CMF respecto de agentes de ventas de rentas vitalicias (NCG 91), sin perjuicio de determinar responsabilidad de las compañías por los errores y omisiones en que éstos incurran; define rol y obligaciones de los corredores, entre éstas, la de informar la diversificación de sus negocios y las compañías. con las cuales trabajan.
- Art. 58 del DFL 251: la CMF debe llevar y mantener los registros de los auxiliares del comercio de seguros. Debe verificarse el cumplimiento de los requisitos para ingresar a la actividad, así como para su mantención, en particular el de la garantía.
- Art. 62 DFL 251: Registro de liquidadores. Debe verificarse el cumplimiento de los requisitos para ingresar a la actividad, así como para su mantención, en particular el de la garantía.

Otras normas legales y reglamentarias relevantes del Rol de CMF en temas de conducta en materia de seguros, son las siguientes:

<sup>2</sup> Para evitar repeticiones, en este anexo no se consideran las normas legales a que se hizo mención en el título "4. Marco legal y regulatorio general aplicado en la CMF en materia de conducta de mercado.", del Documento de Trabajo.

<sup>3</sup> La Ley 21.314 modifica el art. 57 del DFL 251 y, en lo que interesa, a contar de la vigencia de esta norma, el registro de agentes de ventas corresponderá a la CMF; Además, los agentes de ventas de rentas vitalicias se regulan en el nuevo art. 57 bis.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Art. 70 Ley de Bancos (DFL 3 de Hacienda, de 1997), en cuanto establece que la Comisión imparta instrucciones a los corredores de seguros filiales de bancos o personas relacionadas al banco; destinadas a garantizar la independencia de su actuación y el resguardo del derecho del asegurado para decidir sobre la contratación de seguros y la elección del intermediario. Además, se prohíbe a los bancos condicionar el otorgamiento de créditos a la contratación de los seguros que ellos ofrezcan, pudiendo el deudor contratar libremente la póliza en cualquiera de las entidades que lo comercialicen, bajo el requisito de que se mantengan las mismas condiciones de cobertura y se considere como beneficiario del seguro al banco o a quien éste designe.
- Art. 172 D.L. 3.500, relativo al Registro de Asesores Previsionales<sup>4</sup>, que se mantiene en forma conjunta por la Superintendencia de Pensiones (SP) y la CMF. Debe verificarse el cumplimiento de los requisitos para ingresar a la actividad, así como para su mantención, en particular el de la garantía.
- Art.178 D.L. 3.500, establece que, para los efectos de prestar la asesoría previsional, deberá celebrarse un contrato de prestación de servicios entre la Entidad de Asesoría Previsional o el Asesor Previsional y el afiliado o sus beneficiarios, cuyo **contenido mínimo** será establecido por la Superintendencia de Pensiones (SP) y CMF.
- Cabe agregar también al D.S. 1.055, de 2012, de Hacienda, Reglamento de los auxiliares del comercio de seguros y procedimiento de liquidación de siniestros, que contempla (**art. 6**) las funciones de la CMF en materia de registros (llevar en forma permanente y debidamente actualizado el registro de auxiliares; así como inscribir en él a quienes cumplan los requisitos); las obligaciones de los corredores de seguros (**art. 10**) y de los liquidadores de seguros (**art. 13**); respecto del procedimiento de liquidación, la facultad de dejar sin efecto las ampliaciones de los plazos de liquidación (**art. 23**); la posibilidad de establecer plazos especiales de liquidación en casos especiales en caso de catástrofe y para eventos que generan multiplicidad de siniestros (**art.31**), y el requerimiento de mantención de manuales de evaluación y liquidación de siniestros y planes de contingencia (**art.32**).
- 
- Art. 185 del DLF N° 1 MINSAL 2016, relativo a la declaración y pago de las cotizaciones de salud correspondientes a pensionados, en cuanto establece la posibilidad de sancionar por la CMF a las entidades pagadoras de pensión sometidas a su fiscalización (compañía de seguros de vida), si éstas no realizan oportunamente la declaración de dichas cotizaciones, o si resultan incompletas o erróneas.
- Ley 18.490, que regula el Seguro Obligatorio de Accidentes Personales

<sup>4</sup> La Ley 21.314 modifica el D.L. 3.500 del DFL 251, y en lo que interesa, a contar de la vigencia de esta norma, el registro de asesores previsionales corresponderá exclusivamente a la Superintendencia de Pensiones.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

(SOAP), que establece en su artículo 21 que corresponde a la CMF aprobar el modelo de póliza correspondiente al seguro obligatorio a que se refiere esta ley

Finalmente, habida consideración a lo dispuesto en el artículo 1º del D.L. N° 3.538, pueden considerarse otras normas legales y reglamentarias relevantes en temas de conducta de mercado en materia de seguros, destacando las siguientes:

- La legislación propia del contrato de seguro, contenida en el Código de Comercio contiene: del seguro en general y de los seguros terrestres en particular (arts. 512 a 601), en especial el art. 529 respecto a las obligaciones del asegurador; y de los seguros marítimos (arts. 1.158 a 1.202). En este contexto, es menester hacer presente que, en general, las disposiciones que rigen al contrato de seguro son de carácter imperativo (542 Código de Comercio).
- Ley sobre protección a los Derechos de los Consumidores, Ley 19.496, en cuanto sean aplicables (art. 2 bis).
- Ley 21.236, que regula la Portabilidad Financiera y su reglamento (Decreto Supremo N°1154 del Ministerio de Hacienda del año 2020).
- Art. 7 de la Ley 20.448, en cuanto a que las Compañías de Seguros y Agentes Administradores de Mutuos Hipotecarios Endosables, en la medida que sean proveedores de créditos hipotecarios, de consumo o de tarjetas de crédito, ofrezcan créditos hipotecarios universales, créditos universales asociados a una tarjeta de crédito y créditos universales de consumo en los términos de dicho artículo.
- Artículo 8º de la Ley 20.448, en cuanto a que los proveedores de créditos que exijan la contratación de seguros asociados a su otorgamiento no pueden condicionarlo, ni ofrecer condiciones de contratación distintas, a aquellos consumidores que contraten los seguros que tales proveedores ofrezcan o intermedien.
- Inciso final del artículo 5º de la Ley 21.234, que dispuso que sean de cargo del emisor determinados riesgos, y estableció que el emisor estará impedido de ofrecer a los usuarios, la contratación de seguros cuya cobertura corresponda a riesgos o siniestros que el emisor deba asumir en conformidad a esta ley.

## **1.2 Marco Normativo en Conducta de Mercado en la Industria de seguros**

A partir de las facultades de la CMF, y en especial las relativa al depósito de pólizas, licitación de seguros y la relativa a emitir normas de contratación, intermediación y liquidación de siniestros, se han emitido una serie de normas administrativas relevantes en temas de conducta o que contienen aspectos de conducta, a saber:



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- NCG N° 349, Depósito de Pólizas.
- NCG N° 331, Contenido pólizas hipotecarias.
- Circular N° 1893, sobre contenido pólizas APV y APVC.
- Circular N° 1459, certificado SOAP.
- NCG N°330 Normas para la contratación individual y colectiva de seguros asociados a créditos hipotecarios, condiciones mínimas que deberán contemplar las bases de licitación de éstos e información que se deberá entregar a los deudores asegurados.
- NCG N° 234, Norma relativa a la contratación del Seguro de Invalidez y Sobrevivencia (SIS).
- NCG N°218, Norma que imparte instrucciones sobre el sistema de consultas y ofertas de montos de pensión (SCOMP).
- Circular N°2148, Norma que imparte instrucciones sobre Comercialización telefónica de seguros.
- NCG N°171, Norma de seguridad en comercio electrónico.
- NCG N°377, Norma relativas a la Contratación Rentas Vitalicias.
- Oficio Circular N°7981, Norma sobre Consentimiento en seguros.
- Oficio Circular N°972, Norma que precisa el alcance del inciso final del artículo 583 del Código de Comercio.
- NCG N°49, Norma relativa a la contratación directa de seguros o a través de agentes de ventas.
- NCG N°91, Norma que establece normas para los agentes de ventas de rentas vitalicias del D.L. 3.500 (ARV)
- NCG N°50, Norma relativa a las personas que actúen por cuenta de un corredor.
- Circular N°1390, Norma que aborda la propuesta de seguro.
- Circular N°2271, Norma de acreditación de conocimientos auxiliares del Comercio de Seguros.
- NCG N°80, Norma que imparte instrucciones para filiales bancarias y personas relacionadas a bancos, que actúen como corredoras de seguros.
- Circular N°2114, Norma referente a devolución de prima no ganada.
- Circular N°1763, Norma que imparte instrucciones sobre el reembolso y devolución de prima.
- Circular N°2123, Norma de varias materias, información en pólizas, primas y comisiones, seguros contratados en forma colectiva, sobre promoción y publicidad, etc.
- Circular N°2106, Norma de información liquidación de siniestros en



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

pólizas.

- Circular N°1935, Norma de información en seguros de salud.
- Circular N° 2236, Norma de información sobre reparación de vehículos.
- Circular N°2110, Norma sobre comunicación prórrogas de siniestros e información agregada de siniestros.
- Circular N° 2131, Norma que imparte instrucciones sobre atención de Clientes y tramitación de Consultas y Reclamos.
- NCG N° 420. Esta norma consagra los siguientes principios básicos de supervisión de CdM en la industria de seguros: (i) Trato justo a los clientes; (ii) Gestión de conflictos de interés; (iii) Protección de la información de los clientes; y, (iv) Promoción del desarrollo del mercado a través de la transparencia.
- NCG N° 136, Norma relativa al otorgamiento y adquisición de mutuos hipotecarios endosables por las entidades aseguradoras y reaseguradoras y al registro y operación de los agentes administradores de mutuos hipotecarios endosables. Cabe hacer presente que la NCG 136 establece en el N° 2 del título 1, que “La tasa de interés pactada en las operaciones de mutuos hipotecarios endosables no podrá exceder a la tasa de interés máxima convencional vigente al momento de la convención y no podrá ser recargada con comisiones, gastos u otras prestaciones”.

Las normas reseñadas regulan varios aspectos, tales como: contenido de las pólizas, materias mínimas, contratación con modelos no depositados reglas de contratación, licitación de seguros –en algunos casos-, documentos previos (propuestas), publicidad, información a incluir en las pólizas, comisiones, formas de contratación, contratación telefónica, contratación por medios electrónicos, normas de información, liquidación de siniestros, prórrogas, requisitos de acreditación, requisitos de fuerza de venta, etc.; todas materias relevantes para los asegurados y cuya fiscalización corresponde a la CMF.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

## 2. Bancos e Instituciones Financieras

### 2.1 Marco legal en Conducta de Mercado para Bancos e Instituciones Financieras

En este acápite es relevante señalar que, de acuerdo a la Ley General de Bancos (art.62), la CMF debe clasificar la gestión de los bancos en las siguientes materias: gobierno corporativo, controles internos, seguridad de sus redes, sistemas de información para la toma de decisiones, seguimiento oportuno de riesgos, clasificación privada de riesgo y capacidad para enfrentar escenarios de contingencia, y evitar un deterioro paulatino en la solidez de la institución, de acuerdo a los paradigmas de la supervisión basada en riesgos.

Estas variables deben ser consideradas también desde el punto de vista de conducta de mercado, dado el mandato legal del artículo 1° del DL 3.538, esto es, de velar por el correcto funcionamiento, desarrollo y estabilidad del mercado financiero, facilitando la participación de los agentes de mercado y promoviendo el cuidado de la fe pública y velar porque las personas o entidades fiscalizadas cumplan con las leyes, reglamentos, estatutos y otras disposiciones que las rijan, desde que inicien su organización o su actividad, según corresponda, hasta el término de su liquidación; pudiendo ejercer la más amplia fiscalización sobre todas sus operaciones.

La Ley General de Bancos comprende a las entidades bancarias, empresas cuyo giro consista en la emisión u operación de tarjetas de crédito, tarjetas de pago con provisión de fondos o de cualquier otro sistema similar a los referidos medios de pago, siempre que éstos importen que el emisor u operador contraiga habitualmente obligaciones de dinero para con el público en general o ciertos sectores o grupos específicos de él. Asimismo, existen otras entidades supervisadas en virtud de leyes especiales, fiscalización de operaciones de crédito, regulación de productos que ofrecen y comercializan las entidades fiscalizadas, que se enmarcan en los siguientes cuerpos legales:

- Ley General de Cooperativas y su Reglamento. Fiscalización y Control de las Cooperativas de Ahorro y Crédito cuyo patrimonio exceda de las 400.000 UF.
- Ley 18.010 de operaciones de Crédito de Dinero y otras obligaciones de dinero. Regulación de diversos aspectos relacionados a las operaciones de créditos como la tasa de interés, prepago, etc. Fiscalización de cumplimiento de la Tasas Máxima convencional.
- DFL 707 de 1982 sobre Cuentas Corrientes Bancarias y Cheques.
  - i. Cuenta Corriente: Comisiones, línea de crédito, cierre, secreto, reserva.
  - ii. Cheque: Definición, forma de pago, modalidades, pago de obligaciones, menciones, facsímiles, falsificación, vigencia, pérdida, robo o hurto, cruzado, viajero, endoso, pago, orden de no pago,



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

protesto.

- Ley 18.092: Letra de cambio y pagaré.
- Ley 20.448 y DS 1512 (Ministerio de Hacienda) de Créditos Universales
  - i. Créditos Universales
  - ii. Contratación seguros conjuntamente con productos financieros.
- Ley 20.720: Ley de Reorganización y Liquidación de Empresas y Personas.
- Ley 20.009 y Ley 21.234.
  - i. Limita la responsabilidad de los usuarios de tarjetas de crédito por operaciones realizadas con tarjetas extraviadas, hurtadas o robadas.
- Ley 21.236: Regula la Portabilidad Financiera y su reglamento (Decreto Supremo N°1154 del Ministerio de Hacienda del año 2020).
- Cuyo objeto es promover la portabilidad financiera, facilitando que las personas, micro y pequeñas empresas se cambien de un proveedor de servicios financieros a otro; o cambien de un producto o servicio financiero a otro nuevo con el mismo proveedor. La portabilidad constituye un derecho para el cliente, y cualquier cláusula en contrario se entenderá por no escrita.
- 
- Ley 19.496: Sobre protección a los Derechos de los Consumidores.
  - i. Contenido mínimo de los contratos de productos y servicios financieros, Derechos de consumidor financiero, Gastos de cobranzas, Mandatos, Cláusulas abusivas, Alzamiento de hipotecas, Derechos de consumidor financiero, Ventas atadas, Apertura /no otorgamiento, Comisiones, Cierre de productos, PAC, Información para renegociación, Información para retraso término contrato, Retracto, liquidación de créditos, etc.
- Ley 19.628: Sobre protección de la vida privada.
  - i. En lo que respecta al manejo de los datos financieros, tanto las solicitudes de información como las publicaciones de morosidades. Se incluyen las leyes 25.575 (finalidad de los datos) y la Ley 21.214 recientemente publicada referida a los créditos educacionales.
- Ley 20.416: Fija normas especiales para las empresas de menor tamaño.
  - i. Sólo en términos referenciales parece importante incluir que las micro y pequeñas empresas están protegidas por las leyes del consumidor, sin perjuicio de ello, la propia ley establece que el SERNAC no tiene facultades para operar respecto de ella.
- Ley 20.950: Autoriza emisión y operación de medios de pago con



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

provisión de fondo por entidades no bancarias.

- D.L. 3.472: Crea el Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios.
  - i. Regula y entrega las directrices para la administración y fiscalización del Fondo de Garantía para los Pequeños Empresarios (FOGAPE).
- Ley 21.299: Permite La Postergación De Cuotas De Créditos Hipotecarios Y Crea La Garantía Estatal Para Caucionar Cuotas Postergadas.

## **2.2 Marco Normativo en Conducta de Mercado para Bancos e Instituciones Financieras.**

Además de la regulación dictada por la CMF, existe una serie de normas que se aplica a las instituciones fiscalizadas o sus operaciones y/o productos financieros.

Considerando las normas emitidas por la CMF, sin perjuicio que la mayoría fueron dictadas considerando los aspectos prudenciales, en las que se mencionan a continuación existen elementos referidos a conducta de mercado.

- I. Capítulos de la Recopilación Actualizada de normas (RAN)
  - Capítulo 1-4: Directores. Disposiciones varias: información al público.
  - Capítulo 1-6: Sucursales y otras oficinas en el país.
  - Capítulo 1-8: Horario bancario.
  - Capítulo 1-10: Conservación y eliminación de archivos.
  - Capítulo 1-13: Clasificación de Gestión y Solvencia: Elementos de un buen gobierno corporativo, y gestión de la calidad de atención a los usuarios y transparencia de la información.
  - Capítulo 1-14: Prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo: TEF: lavado de activos y conocimiento del cliente. Solo respecto al posible riesgo reputacional.
  - 
  - Capítulo 1-7: Transferencia Electrónica de Información y de Fondos: TEF, bloqueo, resguardo, simultaneidad, factores de autenticación, etc.
  - Capítulo 2-2: Cuentas corrientes bancarias y cheques.
  - Capítulo 2-13 Caducidad de depósitos o de cualquiera otra acreencia en favor de terceros.
  - Capítulo 2-4: Cuentas de ahorro.
  - Capítulo 2-2: cuentas corrientes.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
 FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Capítulo 2-6: Depósitos a la vista.
- Capítulo 2-8: Cuentas de ahorro para arrendamiento de viviendas con promesa de compraventa.
- Capítulo 2-9: Cuentas de ahorro a plazo para fines específicos.
- Capítulo 2-12: Pérdida o deterioro de títulos de crédito.
- Capítulo 3-1: Valores en cobro.
- Capítulo 7-1: Intereses y reajustes.
- Capítulo 8-1: Sobregiro en cuenta corriente bancaria.
- Capítulo 8-4: Mutuos Hipotecarios Endosables.
- Capítulo 8-10: Avaless y fianzas.
- Capítulo 8-11: Boletas de garantía.
- Capítulo 8-12: Cartas de Resguardo.
- Capítulo 8-17: Información a los avalistas o fiadores sobre el incumplimiento del deudor directo.
- Capítulo 8-18: Cobranza de dividendos hipotecarios.
- Capítulo 8-41: Tarjetas de pago.
- Capítulo 9-1: Operaciones con letras de crédito.
- Capítulo 16-4: Pago de documentos a personas que no saben firmar.
- Capítulo 18-5: Información sobre deudores de las instituciones financieras.
- Capítulo 18-8: Información al público sobre preferencias y garantía estatal por depósitos y captaciones - Publicidad relativa a sucursales o filiales de bancos chilenos en el exterior y a bancos u oficinas bancarias situados en otros países
- Capítulo 18-9: Información al público. Antecedentes acerca del banco que deben mantenerse en sus oficinas.
- Capítulo 18-13: Incentivos distintos de intereses, reajustes y comisiones.
- Capítulo 20-1: Exhibición del Rol Único Tributario o de la Cédula Nacional de Identidad.
- Capítulo 20-3: Certificación del tipo de cambio por las entidades bancarias.
- Capítulo 20-6: Publicaciones en el Boletín de Informaciones Comerciales.
- Capítulo 20-7: Externalización de servicios. Solo respecto a la obligación de proteger la información crediticia y datos personales.
- Capítulo 20-8: Información de Incidentes Operacionales.
- Capítulo 20-10: Gestión de Seguridad de la Información y



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

Ciberseguridad.

II. Circulares Y Cartas Circulares CMF (Ex SBIF).

a) Bancos

(1) Circulares Bancos

- Circular N° 2.495-866: Bancos y Financieras 06-11-1989. Informa sobre modificaciones introducidas a la Ley General de Bancos y a la Ley Orgánica de esta Superintendencia por las Leyes N°s. 18.576, 18.707 y 18.818 (Se pronuncia sobre el secreto y reserva bancaria)
- Circular N° 2.544-913: Bancos y Financieras 08-06-1990. Secreto o reserva bancarios. Entrega de información solicitada por instituciones del sector público.
- .
- Circular N° 3.155-1.426: Bancos y Financieras. 26-11-2001. Establece normas relativas a la contratación de seguros por las compañías de seguros a través de bancos y sociedades financieras.
- Circular N° 3.221: Bancos 28-04-2003. Protesto de cheques por órdenes de no pago distintas de las causales establecidas en el artículo 26 de La Ley sobre Cuentas Corrientes Bancarias y Cheques.
- Circular N° 3.284: Bancos 14-09-2004. Atención de consultas y reclamos del público.
- Circular N° 3.292: Bancos 26-11-2004. Calidad de la Atención de Público y Transparencia de la Información. Su introducción en la Autoevaluación de Gestión realizada por los bancos.
- Circular N° 3.311: Bancos 02-05-2005 Reforma Procesal Penal. Su vigencia en la Región Metropolitana. Requerimientos de información por parte de los Fiscales. Secreto bancario.
- Circular N° 3.312: Bancos 12-05-2005. Información sobre seguros de desgravamen o de vida asociados a créditos.
- Circular N° 3.344: Bancos 12-12-2005. Información que debe proporcionarse relativa a créditos de consumo que incluyan la oferta de seguros.
- Circular N° 3.353: Bancos 19-04-2006. Créditos con garantía del Estado para el financiamiento de estudios de educación superior.
- Circular N° 3.378: Bancos 13-12-2006. Certificado para acreditar la exención del impuesto de timbres y estampillas de conformidad con el N° 17 del artículo 24 del Decreto Ley N° 3.475, modificado por la Ley N° 20.130. Su entrega libre de comisión y gastos.
- Circular N° 3.390: Bancos 01-06-2007. Créditos con garantía del Estado para el financiamiento de estudios de educación superior.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Circular N° 3.402: Bancos 08-08-2007. Fondo de Garantía para Inversiones (FOGAIN) de la Corporación de Fomento de la Producción.
- Circular N° 3.446: Bancos 08-09-2008. Establece regulaciones comunes en relación al ahorro previsional voluntario colectivo.
- Circular N° 3.445: Bancos 08-09-2008. Establece regulaciones comunes en relación con cotizaciones voluntarias, depósitos convenidos y depósitos de ahorro previsional voluntario. Deroga circulares N° 1.194, de la SP, N° 3.164 y N° 1.435, de la SBIF y N° 1.585, de la SVS.
- Circular N° 3.446: Bancos 08-09-2008. Establece regulaciones comunes en relación al ahorro previsional voluntario colectivo.
- Circular N° 3.454: Bancos 10-12-2008. Créditos con garantía del Estado para el financiamiento de estudios de educación superior. Ley N° 20.027. Incumplimiento de los pagos por el deudor directo. Información de morosidad de los deudores indirectos.
- Circular N° 3.499: Bancos 27-04-2010. Adopción de las Normas de Carácter General N°s. 269, 270, 271, 277 y 278 de la Superintendencia de Valores y Seguros.
- Circular N° 3.530: Bancos 21-03-2012. Normas para la contratación individual y colectiva de seguros asociados a créditos hipotecarios, condiciones mínimas que deberán contemplar las bases de licitación de éstos e información que se deberá entregar a los deudores asegurados.
- Circular N° 3.537: Bancos 20-07-2012. Imparte instrucciones referidas a la contratación de seguros a los que se refiere el artículo 40 del DFL N° 251 de 1931 (Ley de Seguros)
- Circular N° 3.551: Bancos 17-06-2013. Modificaciones a Circular N° 3.530 que regula la contratación individual y colectiva de seguros asociados a créditos hipotecarios, condiciones mínimas que deberán contemplar las bases de licitación e información que se deberá entregar a los deudores
- Circular N° 3.576: Bancos 05-02-2015. Circular conjunta SBIF - SVS con modificaciones a la norma que regula la contratación individual y colectiva de seguros asociados a créditos hipotecarios.
- Circular N° 4 de 2017. Bancos sobre de Lineamientos de Educación Financiera.
- Circular N° 3.631: Bancos de fecha 11/01/2018. Funcionamiento de los bancos durante feriados que solamente afecten a la Región Metropolitana.
- Circular N° 3.641: Bancos 08/10/2018. Modifica plazo para respuesta de requerimientos sobre reclamos.

## (2) Cartas Circulares Bancos.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Carta Circular N° 110-92: Bancos y Financieras 03-11-1987. Secreto bancario. Información cuya entrega no transgrede las normas sobre secreto o reserva.
- Carta Circular N° 30-23: Bancos y Financieras 24-04-1990. Secreto bancario. Modificación introducida por Ley N° 18.969 al Código Orgánico de Tribunales.
- Carta Circular N° 61-46: Bancos y Financieras. 03-06-1992. Procesos de administración de créditos hipotecarios.
- Carta Circular N° 15-14: Bancos y Financieras 05-06-2001. Créditos hipotecarios para vivienda. Contratación de seguros adicionales al de incendio.
- Carta Circular N° 25-24: Bancos y Financieras 17-08-2001. Interpretación de las normas sobre secreto y reserva bancarios de las leyes General de Bancos y de Cuentas Corrientes Bancarias y Cheques.
- Carta Circular N° 9-8: Bancos y Financieras 01-04-2002. Información al público sobre tasas de interés.
- Carta Circular N° 4: Bancos 03/02/2003. Emisión de Cartas de Resguardo y de Garantía Interbancarias.
- Carta Circular N° 11-2005: Bancos 30-05-2005. Atención de Clientes. Servicios en moneda extranjera.
- Carta Circular N° 23-2008: Bancos 09-12-2008. Información consolidada de deudas y rectificaciones. Formulario y archivos que se utilizarán el próximo año.
- Carta Circular N° 20-2008: Bancos 01-09-2008. Información consolidada de deudas. Entrega de datos en el archivo R04 a partir del año 2009.
- Carta Circular N° 2-2012: Bancos 08-06-2012. Solicita información sobre licitación de seguros asociados a créditos hipotecarios.
- Carta Circular N° 1-2010: Bancos 04-03-2010. Denuncio de siniestros por seguros contratados sobre bienes correspondientes a créditos hipotecarios para la vivienda.
- Carta Circular N° 1-2011: Bancos 04-05-2011. Decreto Supremo N° 1.512. Reglamenta los créditos universales de la Ley N° 20.448.
- Carta Circular N° 1-2014: Bancos 20-01-2014. Obtención del Informe de Deudas en la Red de Oficinas de Chile Atiende.
- Carta Circular N° 2-2014: Bancos 28-01-2014. Acreencias bancarias. Envío de información a esta Superintendencia.
- Carta Circular N° 4-2014: Bancos 29-08-2014. Modifica canal de envío de información sobre rectificación de deudas.
- Carta Circular N° 1-2012: Bancos 06-03-2021. Gestión del proceso de calidad de la información. Solicita envío de reporte semestral.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Carta Circular N° 2-2016: Bancos 24-06-2016. Reemplaza Anexo de la Carta Circular N° 1 de 6 de marzo de 2012.
- Carta Circular N° 1-2016: Bancos 07-06-2016. Seguridad de la Información y Ciberseguridad. Enfatiza la necesidad de tomar medidas de control.
- Carta Circular N° 3-2017: Bancos 02-10-2017. Alcances y medidas de aplicación del redondeo de pagos en efectivo.
- Carta Circular N°1: Bancos 24-01-2018. Ciberseguridad. Incorpora la materia dentro de los Lineamientos de Educación Financiera
- Carta Circular N° 20-11 Bancos y Financieras 06-04-1982. Protesto de letras de cambio por bancos y financieras.
- Carta Circular N° 51: Bancos 27-08-1982. Identificación de cuentacorrentistas en asuntos judiciales.
- Carta Circular N° 4/2014 Manual Sistema de Información 20-03-2014. Introduce archivo E04 para requerir información relativa a reclamos presentados por usuarios. Crea Tablas 74 y 75.

## b) Cooperativas de Ahorro y Crédito.

### (1) Circulares Cooperativas

- Circular N°98: Cooperativas 19-10-1990. Prohibición de ofrecer beneficios diferentes a las tasas de interés y reajuste.
- Circular N°100: Cooperativas 01-07-1991. Prohibición de recibir cheques en garantía.
- Circular N°102: Cooperativas 16-05-1994. Envío de nóminas de deudores morosos al Boletín de Informaciones Comerciales.
- Circular N°108: Cooperativas 04-06-2003. Instrucciones generales para las cooperativas de ahorro y crédito.
- Circular N°116: Cooperativas 16-09-2004. Atención de consultas y reclamos del público.
- Circular N°142: Cooperativas 06-04-2010. Información para el mercado. Publicidad de políticas y procedimientos relativos a su manejo y divulgación. Modifica instrucciones.
- Circular N°149: Cooperativas 20-07-2012. Imparte instrucciones referidas a la contratación de seguros a los que se refiere el artículo 40 del DFL N° 251 de 1931 (Ley de Seguros).
- Circular N° 147: Cooperativas 21-03-2012. Normas para la contratación individual y colectiva de seguros asociados a créditos hipotecarios, condiciones mínimas que deberán contemplar las bases de licitación de éstos e información que se deberá entregar a los deudores asegurados.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Circular N°153: Cooperativas 17-06-2013: Modificaciones a Circular N° 3.530 que regula la contratación individual y colectiva de seguros asociados a créditos hipotecarios, condiciones mínimas que deberán contemplar las bases de licitación e información que se deberá entregar a los deudores asegurados.
- Circular N° 159: Cooperativas 05-02-2015. Circular conjunta SBIF - SVS con modificaciones a la norma que regula la contratación individual y colectiva de seguros asociados a créditos hipotecarios.
- Circular N°168: Cooperativas 28-11-2017. Emisión de tarjetas de pago. Actualiza instrucciones.
- Circular N°171: Cooperativas 08-10-2018. Modifica plazo para respuesta de requerimientos sobre reclamos.

## (2) Cartas Circulares Cooperativas

- Carta Circular N°1-2002: Cooperativas 01-04-2002. Información al público sobre tasas de interés.
- Carta Circular N°1-2010: Cooperativas 04-03-2010. Denuncio de siniestros por seguros contratados sobre bienes correspondientes a créditos hipotecarios para la vivienda.
- Carta Circular N°1-2011: Cooperativas 04-05-2011. Decreto Supremo N° 1.512. Reglamenta los créditos universales de la Ley N° 20.448.
- Carta Circular N°1-2012: Cooperativas 08-06-2012. Solicita información sobre licitación de seguros asociados a créditos hipotecarios.
- Carta Circular N°1-2014: Cooperativas 20-01-2014. Obtención del Informe de Deudas en la Red de Oficinas de Chile Atiende.
- Carta Circular N°3: Cooperativas 29-08-2014. Modifica canal de envío de información sobre rectificación de deudas.
- Carta Circular N°2: Cooperativas 03-11-2017. Lineamientos de Educación Financiera.
- Carta Circular N° 5-2008: Cooperativas 01-09-2008. Información consolidada de deudas. Entrega de datos en el archivo R04 a partir del año 2009.
- la Carta Circular N° 6-2008: Cooperativas 09-12-2008. Información consolidada de deudas y rectificaciones. Formulario y archivos que se utilizarán el próximo año.

## c) Sociedades de Apoyo al Giro (SAG)

### (1) Circulares SAG

- Circular N°3: Sociedades 27-12-1989. Normas generales para empresas de apoyo al giro.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Circular N°4: Sociedades 01-07-1991. Prohibición de recibir cheques en garantía.
- Circular N°16: Sociedades 17-07-2003. Información sobre tarifas de los servicios que prestan las sociedades de apoyo vinculadas con medios de pago.
- Circular N°23: Sociedades 23-07-2013. Normas para emisores y operadores de tarjetas de crédito constituidos como sociedades de apoyo al giro.
- Circular N° 25: Sociedades 12-05-2014. Requiere envío de archivo E04 y ajusta plazo para remitir la evaluación de gestión.

(2) Cartas Circulares SAG

- Carta Circular N°1-2016: Sociedades 07-06-2016. Seguridad de la Información y Ciberseguridad. Enfatiza la necesidad de tomar medidas de control.
- Carta Circular N°1-2017: Sociedades 02-10-2017. Alcances y medidas de aplicación del redondeo de pagos en efectivo.
- Carta Circular N°2-2017: Sociedades 03-11-2017. Lineamientos de Educación Financiera.
- Carta Circular N° 2-2018: Sociedades 18-12-2018. Instruye envío de archivo I12 sobre Incidentes de Ciberseguridad por parte de las sociedades de apoyo al giro.

d) Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito

(1) Circulares Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito.

- Circular N°14: Emisoras 21-07-2003. Información sobre tarifas de los servicios que prestan las operadoras de tarjetas de crédito.
- Circular N°6: Emisoras 01-07-1991. Prohibición de recibir cheques en garantía.

(2) Cartas Circulares Emisores y Operadores de Tarjetas de Crédito.

- Carta Circular N°2-2017: Emisoras 02-10-2017. Alcances y medidas de aplicación del redondeo de pagos en efectivo.
- Carta Circular N°3-2017: Emisoras 03-11-2017. Lineamientos de Educación Financiera.

e) Emisores y Operadores de Tarjetas de Pago

(1) Circulares Emisores y Operadores de Tarjetas de Pago.

- Circular N°1: Operadores Tarjetas de Pago. 28-11-2017. Normas generales para empresas operadoras de tarjetas de pago.
- Circular N°2: Emisores Tarjetas de Pago 28-11-2017. Normas



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

comunes sobre resguardos operacionales y de seguridad para la emisión y operación de tarjetas de pago.

- Circular N°2: Operadores Tarjetas de Pago 28-11-2017. Normas comunes sobre resguardos operacionales y de seguridad para la emisión y operación de tarjetas de pago.
- Circular N°1: Emisoras Tarjetas de Pago 28-11-2017. Normas generales para empresas emisoras de tarjetas de pago.

f) Entidades de Crédito fiscalizadas en virtud del art 31 de la ley 18010.

- Circular N°1 ICCM 13/11/2014 Establece normas para las instituciones cuyas operaciones están sujetas a la fiscalización establecida en el artículo 31 de la Ley N° 18.010.

### III. Regulaciones emitidas por otros organismos

a) Ministerio de Interior, DS 222 del de fecha 30 de octubre de 2013: regula medidas mínimas de seguridad aplicables a la instalación y operación de cajeros automáticos, dispensadores o contenedores de dinero de cualquier especie.

b) Ministerios de Hacienda y Economía: Reglamentos Ley sobre Protección de los derechos de los consumidores.

- Decreto N°43 de 2012. Sobre información al Consumidor de Créditos de Consumo (CAE, información trimestral, etc.).
- Decreto N°42 de 2012. Sobre información al Consumidor de Créditos Hipotecario (CAE, información trimestral, publicidad, hoja resumen, etc.).
- Decreto N° 44 de 2012. Sobre información al Consumidor de Tarjetas de crédito bancarias y no bancarias (CAE, estado de cuenta, publicidad, hoja resumen, etc.
- Decreto N° 1154 de 24 de julio de 2020. Ley de Portabilidad.
- Decreto N° 48 de 2020. Aprueba Reglamento Sobre Contenido e Información del Certificado de Liquidación, y Modifica Decretos Supremos N° 42, 43 Y 44, de 2012, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.
- 
- Reglamento de la Ley General de Cooperativas: Decreto 101 de 25 de enero de 2001.
- Decreto N° 48 de 2012. Aprueba Reglamento Sobre Contenido e Información del Certificado de Liquidación, y Modifica Decretos Supremos N° 42, 43 Y 44, de 2012, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- c) Tesorería General de la República Circular N°5 (11.02.2015). Regula aspectos relacionados a las acreencias sujetas a caducidad.
- d) Compendio de normas financieras del Banco Central:
- Capítulo II.A.1: Normas sobre operaciones hipotecarias con letras de crédito.
  - Capítulo III.B.1: Normas sobre Captación e Intermediación.
  - Capítulo III.B.1.1: Cuentas a la vista.
  - Capítulo III.E.1: Cuentas de ahorro a plazo.
  - Capítulo III E.2: Cuentas de ahorro a la vista.
  - Capítulo III.E.3: Cuentas de ahorro a plazo para la vivienda.
  - Capítulo III. E.4: Cuentas de ahorro a plazo con giros diferidos.
  - Capítulo III. G.1-1: Pago de intereses en cuentas corrientes. bancarias en moneda nacional.
  - Capítulo III.G.3: Créditos y Sobregiros asociados a las cuentas corrientes.
  - Capítulo III.H.1: Cámara compensación: Cheques.
  - Capítulo III.J.1: Cuenta Vista (Apertura, forma, moneda, personal o bi-personal: contenido mínimo de contratos, TEF; depósitos, giros, estados de cuenta, comisiones.
  - Capítulo III.J.1.1: Emisión de Tarjetas de Crédito.
  - Capítulo III.J.1.2: Emisión de Tarjetas de Débito.
  - Capítulo III.J.1.3: Emisión de Tarjetas de Pago con Provisión de fondos.
  - Capítulo III.J.2: Operaciones de Tarjeta de Pago.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

### **3. Marco legal en Conducta de Mercado en Industrias de Valores**

#### **3.1 Marco legal en Conducta de Mercado en la Industria de Fondos de Terceros**

En la revisión del marco regulatorio (leyes, reglamentos y normas de la CMF) asociado a temas de Conducta de Mercado en la Industria de Fondos de Terceros, se han seleccionado normas que dicen relación con el trato que deben tener las administradoras generales de fondos con los clientes financieros (de manera equitativa, no discriminatoria, honesta y justa en todas las etapas de su relación); además, aquellas relativas a que los clientes deben ser informados de manera clara, veraz, oportuna y transparente (no inductiva a error) sobre el producto o inversión que la administradora está ofreciendo, así como los costos y beneficios (rendimientos) asociados a ello, tanto al momento en que efectúan sus inversiones como durante la permanencia y liquidación de éstas.

También, se consideran las normas relativas a los mecanismos efectivos para manejar los conflictos de interés que deben establecer las administradoras generales de fondos.

Adicionalmente, se destacan normas relativas a la comercialización de cuotas de fondos, en las que la administradora debe promover la existencia de prácticas adecuadas de divulgación de información respecto de las características y riesgos de los productos que se ofrezcan, tanto entre sus colaboradores como con sus agentes comercializadores, a objeto que los inversionistas tomen decisiones adecuadas de inversión.

Además, existen normas que exigen que los agentes comercializadores de cuotas del fondo deban contar con la idoneidad y conocimientos suficientes sobre los productos ofrecidos y reconocer adecuadamente el perfil del inversionista al cual se enfrentan, para orientarlo correctamente en sus inversiones. Por otra parte, el marco legal dispone que no se deben ofrecer incentivos indebidos para captar los recursos de clientes para su inversión.

Así las cosas, la legislación relevante para los efectos de conducta de mercado es la Ley Única de Fondos (artículo primero de la Ley 20.712), en adelante LUF, y la Ley de Mercado de Valores, en adelante LMV; y en particular las disposiciones que se mencionarán a continuación:

#### **a) Ley Única de Fondos (LUF)**

- Artículo 8º, relativo a los requisitos de idoneidad y conocimientos de los directores, gerentes, administradores y ejecutivos principales de la administradora.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Artículos 8° y 41°, relativos a los requisitos de idoneidad y conocimientos de los agentes comercializadores de cuotas y su respectiva acreditación.
- Artículo 15°, dispone que la responsabilidad de la administradora es indelegable, sin perjuicio que pueda contratar servicios externos para el cumplimiento de su giro, como lo es la comercialización de las cuotas de fondos.
- Artículo 17°, dispone que la administración de cada fondo debe realizarse atendiendo exclusivamente a la mejor conveniencia de éste y a que todas y cada una de las operaciones de adquisición y enajenación de activos que efectúe por cuenta del mismo, se hagan en el mejor interés del fondo.
- Artículo 18°, dispone que la administradora deberá informar en forma veraz, suficiente y oportuna a los partícipes de los fondos y al público en general, sobre las características de los fondos que administra, y sobre cualquier hecho o información esencial relacionada con la administradora o los fondos que administra; estando los directores obligados a velar por su cumplimiento, de acuerdo al Artículo 20° de la LUF.
- Artículo 20°, relativo a las obligaciones de los directores de la administradora, siendo algunas de éstas que: las operaciones y transacciones que se efectúen, sean sólo en el mejor interés del fondo y en beneficio exclusivo de los partícipes del mismo; que los partícipes de un mismo fondo, o de una misma serie, en su caso, reciban un trato no discriminatorio; y que la información para los partícipes sea veraz, suficiente y oportuna.
- Artículo 34°, relativo al registro de aportantes, el cual acredita la titularidad de las cuotas del fondo.
- Artículos 45°, 46°, 47°, 48°, 49° y 51°, relativos a los contenidos de los Reglamentos Internos de fondos, su respectivo Registro y las modificaciones de estos documentos.
- Artículo 47°, incisos segundo y tercero, relativos a que en la comercialización de las cuotas del fondo se deberá proporcionar la información que establece la CMF; y que en la comercialización de las cuotas de los fondos no podrá ofrecerse ningún beneficio al aportante que no se encuentre asociado a la rentabilidad que se obtenga por las inversiones del fondo, o a su política de inversiones.
- Artículo 50°, relativo al Reglamento General de Fondos, que establece que una de las materias que este documento deberá contemplar es la forma en que se resolverán los conflictos que pudieren producirse entre fondos, sus partícipes o la administración de los mismos.
- Artículo 61°, establece los requisitos que deben cumplir los fondos para invertir en cuotas de fondos administrados por la misma administradora o personas relacionadas, así como el Artículo 62° del



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

mismo cuerpo legal, que señala las condiciones para invertir en instrumentos emitidos o garantizados por personas relacionadas a la administradora.

### **b) Ley de Mercado de Valores (LMV)**

- Artículos 9° y 10°, establecen que las entidades inscritas en el Registro de Valores<sup>5</sup> deberán divulgar en forma veraz, suficiente y oportuna, todo hecho o información esencial respecto de ellas mismas y de sus negocios al momento que él ocurra o llegue a su conocimiento.
- Artículo 65°, que establece que la publicidad, propaganda y difusión no podrá contener declaraciones, alusiones o representaciones que puedan inducir a error, equívocos o confusión al público sobre las características de los valores de oferta pública o de sus emisores.

### **c) Otras normas reglamentarias relevantes en temas de conducta en la Industria de Fondos de Terceros, son las siguientes:**

- Artículo 2° del Reglamento de la LUF (D.S. N° 129 del Ministerio de Hacienda del año 2014), el cual dispone que la remuneración de la administradora y los gastos de cargo del fondo, se distribuirán de manera que todos los aportantes del fondo o de la serie, en su caso, contribuyan a sufragarlos en forma equitativa.
- Artículo 4° del Reglamento de la LUF, que establece que las políticas, los procedimientos de gestión de riesgos y de control interno adoptados por las administradoras deberán contribuir a minimizar los conflictos de interés que puedan surgir en el ejercicio de sus actividades.
- Artículo 9° del Reglamento de la LUF, que establece que en ningún caso el establecimiento de una condición particular para una serie de cuotas puede significar un perjuicio para otra serie o para el fondo.
- Artículo 13 del Reglamento de la LUF, relativo al registro de aportantes, el cual acredita la titularidad de las cuotas del fondo.

## **3.2 Marco normativo en Conducta de Mercado en la Industria de Fondos de Terceros**

La CMF ha emitido normativas que establecen requisitos mínimos de contenido para la documentación que empleen las AGF en su relación con el inversionista y la oportunidad en las cuales estos antecedentes deberán estar a disposición de los mismos, tales como la NCG N° 365, relativa a los requisitos mínimos de contenido de Reglamentos Internos (RI), textos

---

<sup>5</sup>Se hace presente que, conforme a lo dispuesto en el Artículo 47 de la LUF, las cuotas de los fondos se consideran valores de oferta pública inscritos en el Registro de Valores a partir del día hábil siguiente al depósito del RI del fondo correspondiente. Por su parte, las AGF de acuerdo con el Artículo 4, letra a) del mismo cuerpo legal, se forman, existen y aprueban de conformidad a lo establecido en el artículo 126 de la LSA y no se inscriben en algún Registro que lleve la CMF.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

de contratos de fondos, Folletos Informativos y comprobantes de aportes y rescates; la NCG N° 370, relativa a obligaciones de comunicación para la fusión, división y transformación de fondos mutuos y fondos de inversión rescatables; y Circulares relativas a información diaria de valor cuota, EEFF y carteras de inversión, tanto de fondos mutuos como de fondos de inversión (Circulares N° 1.333 y N° 1.581, relativas a carteras de inversión de fondos; Circulares N° 1.603 y N° 1.850, relativas a información diaria de fondos; y Circulares N° 1.997 y N° 1.998, relativas a EEFF de fondos).

#### **Otras normas relevantes son:**

- Circular N° 1.782, que imparte instrucciones sobre presentación y difusión de información estadística de los costos asociados a la inversión en fondos mutuos.
- Circular N° 1.753, relativa a publicidad de fondos mutuos.
- Circular N° 1.869, la cual imparte instrucciones sobre la implementación de medidas relativas a la gestión de riesgos y control interno en las administradoras de fondos, siendo uno de los aspectos que deben abordar, en forma transversal, son los potenciales conflictos de interés inherentes a la administración de fondos de terceros; además, entre otros, aspectos relativos a publicidad y propaganda, información al inversionista y suitability.
- NCG N° 412 que establece las exigencias que deben cumplirse para efectos de acreditación de requisitos de idoneidad y conocimientos de los directores, gerentes, administradores y ejecutivos principales de la administradora.

### **3.3 Marco legal en Conducta de Mercado en la Industria intermediarios de valores**

En la revisión del marco regulatorio (leyes y normas de la CMF) asociado a temas de Conducta de Mercado en la Industria de Intermediarios de Valores, se han seleccionado normas que dicen relación con el trato a los clientes; la actuación en el mejor interés de los mismos; la transparencia en la información – incluyendo la entrega de información financiera; el manejo de conflictos de interés, que se relaciona con establecer mecanismos efectivos para evitarlos conflictos, con resolverlos dando prioridad en todo momento a los intereses de los clientes sobre los propios, y de comunicar los potenciales conflictos de interés. Adicionalmente, se han considerado las normas relativas a la implementación de mecanismos internos para el manejo y resolución de reclamos.

También, se consignan normas relativas a la comercialización de productos y servicios, en cuanto a la divulgación de información sobre los productos, sus



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

riesgos, y tarifas; conocimiento del cliente y asesoría; acreditación; Prácticas de Venta y Publicidad; y oferta pública de valores no inscritos.

Por otro lado, se han considerado las normas mínimas de acceso para intermediarios y cumplimiento permanente, entendiéndose que sólo a personas con una licencia o debidamente autorizadas pueden actuar como intermediarios de valores, especificando los servicios o las actividades que pueden desarrollar.

Adicionalmente, se consideran normas relativas a que los intermediarios deben identificar y verificar la identidad de los clientes, y tomar las medidas adecuadas para resguardar los activos de éstos.

Finalmente, se han considerado normas relativas a la mantención de diversos registros y a velar por la protección de los datos personales y privacidad de la información de los clientes.

Así las cosas, la legislación relevante para los efectos de conducta de mercado es básicamente la Ley de Mercado de Valores (LMV) –sin perjuicio de otras normas como el D.L. 3.538 o la LUF-, en particular las disposiciones que se mencionaran a continuación:

#### **a) Ley de Mercado de Valores (LMV)**

- Artículo 23°, letra b), establece que las acciones de sociedades no inscritas en el Registro de Valores no podrán ser cotizadas ni transadas diariamente en bolsa, ni intermediadas por los agentes de valores. Los corredores de bolsa sólo podrán hacerlo en pública subasta en la forma dispuesta en ese artículo, quedando obligados a destacar avisos en sus oficinas que indiquen que se trata de valores sin inscripción y que carecen de información obligatoria, sin perjuicio de poder dar la información fidedigna que de ellos tengan.
- Artículo 24°, donde se define el objeto de los intermediarios de valores y se establece que cada vez que un intermediario opere por cuenta propia, deberá informar esta circunstancia a la o las personas que concurren a la negociación y no podrá adquirir los valores que se le ordenó enajenar ni enajenar de los suyos a quien le ordenó adquirir, sin autorización expresa del cliente.
- Artículos 26° y 27°, se establecen requisitos (entidad, socios y alta administración) para la inscripción y permanencia, y restringe esta actividad a aquellas entidades inscritas en el Registro de Corredores de Bolsa y Agentes de Valores, los que, cumpliendo ciertas exigencias, podrían dedicarse también a la compra o venta de valores por cuenta propia con ánimo de transferir derechos sobre los mismos, y realizar las actividades complementarias que les autorice la CMF. Se exige mantener permanentemente un patrimonio mínimo de UF 6.000 y de UF 14.000 UF en caso de efectuar operaciones por cuenta propia.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

Asimismo, se establece requisitos de conocimientos para sus directores y administradores y para todos los trabajadores que participen directamente en la intermediación de valores.

- Artículo 29°, establece que los corredores de bolsa y agentes de valores deben cumplir y mantener los márgenes de endeudamiento, de colocaciones y otras condiciones de liquidez y solvencia patrimonial que la CMF establezca mediante normas de aplicación general.
- Artículo 32°, establece obligaciones a los intermediarios, de acuerdo a las normas que imparta, de llevar los registros que prescribe la ley y los que determine la CMF, y proporcionar información de sus operaciones.
- Artículo 33°, Dispone que las transacciones de valores en que participen intermediarios de valores, deben ajustarse a las normas y procedimientos establecidos en la ley y en su caso, a los dispuesto en los estatutos y reglamentos internos de las bolsas de valores. Adicionalmente, señala que los intermediarios no pueden compensar las sumas que recibieren para comprar valores, ni el precio que se les entregare de los vendidos por él, con las cantidades que les deba su cliente, comprador o vendedor.
- Artículo 30°, exige la constitución de garantías para asegurar el correcto y cabal cumplimiento de todas sus obligaciones como intermediario, por un monto inicial equivalente a UF 4.000, y podrá exigir mayores garantías en razón del volumen y naturaleza de las operaciones del intermediario, entre otros.
- Artículos 34°, Establece que los corredores de bolsa y los agentes de valores serán responsables de la identidad y capacidad legal de las personas que contrataren por su intermedio; de la autenticidad e integridad de los valores que negocien, de la inscripción de su último titular en los registros del emisor cuando esto sea necesario y de la autenticidad del último endoso, cuando proceda.
- Artículo 36°, establece que la inscripción puede ser suspendida o cancelada por diferentes causales. Entre ellas, la letra e) prohíbe participar en ofertas públicas de valores o en transacciones de valores que de conformidad a la LMV deben inscribirse y mantener vigente su inscripción en el Registro de Valores sin que hayan cumplido dichas formalidades, o respecto de las cuales se haya suspendido la cotización
- Artículo 37°, reserva el uso de las expresiones "corredor de bolsa" y "agente de valores" u otras semejantes que impliquen la facultad de intermediar en valores, para las personas y entidades autorizadas.
- Artículo 53°, señala que ninguna persona podrá efectuar transacciones o inducir o intentar inducir a la compra o venta de valores, regidos o no por la ley, por medio de cualquier acto, práctica, mecanismo o artificio engañoso o fraudulento.
- Artículo 65°, establece que la publicidad, propaganda y difusión que por cualquier medio hagan, entre otros, los intermediarios de valores,



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
 FOLIO: RES-3176-21-26641-N

no podrá contener declaraciones, alusiones o representaciones que puedan inducir a error, equívocos o confusión al público sobre la naturaleza, precios, rentabilidad, rescates, liquidez, garantías o cualesquiera otras características de los valores de oferta pública o de sus emisores.

- Artículo 68°, se establece un registro público de presidentes, directores, gerentes, administradores, entre otros, que debe mantenerse actualizado por los propios fiscalizados.
- Artículo 179°, establece disposiciones sobre custodia de valores y respecto al ejercicio de derecho a voto de los valores bajo custodia de un intermediario de valores.

### **b) Ley Única de Fondos (LUF)**

- Artículo 102: La administración de cartera deberá realizarse atendiendo exclusivamente a la mejor conveniencia de cada mandante y a que todas y cada una de las operaciones de adquisición y enajenación que efectúe por cuenta del mismo, se hagan en el mejor interés de éste. Será deber del mandatario explicitar, en el momento que ocurran, los conflictos de interés que surjan en el ejercicio del mandato y de resolverlos siempre en el mejor beneficio de cada mandante. El mandatario será siempre responsable de los perjuicios que ocasione a los mandantes por sus actuaciones u omisiones negligentes o dolosas.
- Artículo 103° de la LUF establece como contrario a la ley, la compra de instrumentos, bienes y contratos de mandantes para la cuenta del mandatario, y la venta de aquellos de propiedad del mandatario para la cuenta de mandantes, a menos que así lo autorice expresamente el mandante; y en cuanto establece como infracción el cobro de cualquier costo no señalado expresamente en el mandato, o de los servicios prestados por personas relacionadas al mandatario, sin el consentimiento expreso del mandante.

### **c) D.L. N°3.538**

- Artículo 77° del D.L. 3.538, que establece que las entidades que no participen del Comité, deben dictar normas y códigos de conducta que las rijan para efectos de cumplir con el objeto establecido en el artículo 72, las que deben ser sometidas a la aprobación de la CMF; dichas normas serán obligatorias para la respectiva entidad, la que deberá publicarlas en su web institucional.

## **3.4 Marco normativo en Conducta de Mercado en la Industria de Intermediarios de Valores.**



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- NCG N° 16. Circular N° 1.046 de 1991, Circular N° 1.493 de 2000, Circular N° 887 de 1989, Circular N° 997 de 1991, Circular N° 1.638 de 2002, Circular Conjunta SVS-SBIF N° 960 de 1990, Oficio Circular N° 125 de 2002, Circular N°2.108 de 2013; relativas a normas mínimas de acceso y cumplimiento permanente para intermediarios y actividades complementarias autorizadas.
- NCG N° 18 de 1986, relativa a condiciones de liquidez y solvencia patrimonial que deben cumplir los intermediarios.
- NCG N° 216 de 2008, define inversionistas calificados para efectos de participar en los mercados especiales que define la LMV u otras, las condiciones que deben cumplir y otras obligaciones.
- NCG 380 que regula el actuar de los Intermediarios de Valores y Corredores de Bolsa de Productos, entre otros, en aspectos de conducta de mercado. Ésta exige a los intermediarios: suscribir un contrato con el cliente que establezca los derechos y obligaciones de las partes y los mecanismos de comunicación; actuar con el debido cuidado y diligencia para no afectar o comprometer los intereses y el patrimonio de sus clientes y actuar en el mejor interés de éste, otorgando trato justo y equitativo; contar con un procedimiento para el manejo de los conflictos o reclamos que surjan entre éste y su cliente; conocer al cliente y ofrecer productos y servicios adecuados a su perfil; comunicar y resolver los conflictos de interés que surjan, en el mejor interés del cliente; mantener registros, documentación y respaldos; e informar al cliente oportunamente los costos y riesgos de los productos y servicios contratados, entre otros.
- NCG N°412, establece la forma, periodicidad y exigencias que deben cumplirse para efectos de la acreditación de conocimientos de directores, gerentes, y administradores, así como también las demás personas que, independiente de su relación contractual, desempeñen las funciones indicadas para los intermediarios de valores.
- NCG N° 424 que establece la estructura de presentación de normas de conducta de autorregulación, a que se refiere el art. 77° del D.L. 3.538.
- La Circular N° 653 de 1986, que establece el registro que deben llevar los intermediarios que efectúan operaciones de compromisos de compraventa, y compromisos con pactos de retroventa de valores de oferta pública.
- Circular N°695, que establece el envío diario a la CMF de un estado relativo a sus condiciones de liquidez y solvencia patrimonial, exigidas en el artículo 29° de la LMV y la N.C.G. N°18, el que deberá ser puesto a disposición del público, en sus sitios Web y oficinas de atención al público.
- Circular Conjunta SVS-SBIF N° 1.920 de 2009, establece regulaciones para el contenido mínimo de los contratos de retrocompra, y las confirmaciones de las operaciones.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N

- Circular N° 1962 de 2010, que exige a los intermediarios poner a disposición de sus clientes un Estado Mensual de Movimientos y Saldos e informar los valores en custodia, indicando si están disponibles o comprometidas, en garantía u otros.
- La Circular N° 1985 de 2010 imparte instrucciones respecto de obligaciones de entrega de información a los clientes sobre las condiciones de ejecución de sus órdenes.
- Circular N°1.992 establece el modelo de presentación de estados financieros de acuerdo a IFRS para los intermediarios de valores, con el objeto de proporcionar información al público inversionista y a los usuarios de los estados financieros en general.
- Circular N°2.007 de 2001, relativa al registro público de presidentes, directores, gerentes, administradores, entre otros, que debe mantenerse actualizado por los propios fiscalizados.
- Circular N° 2.054, exige la existencia de políticas, procedimientos y controles para: la correcta resolución de los conflictos de interés que se presenten entre el intermediario o sus empleados y los clientes; asegurar un intercambio efectivo de información para la adecuada toma de decisiones de los clientes; la protección de los activos de los clientes y la integridad de las prácticas en materia de negociación; asegurar el mantenimiento apropiado de registros contables y otros registros, y la integridad, disponibilidad y confiabilidad de la información; entre otros. Asimismo, el intermediario debe evaluar la efectividad y el cumplimiento de las políticas, procedimientos y controles implementados. Finalmente, exige establecer un código de ética y verificar su cumplimiento.
- Circular N°2057, exige la publicación de los estados financieros trimestrales en sus sitios web o en los de una bolsa, o en su defecto, publicar los estados financieros anuales, en un diario de amplia circulación o en el boletín bursátil de una bolsa.
- Oficio Circular N° 6589 de 2000, que imparte instrucciones relativas a la publicidad y promoción que realicen los intermediarios sobre los servicios autorizados en las Circulares N°1.046 y N° 1.493 respecto a valores extranjeros.



Para validar ir a <http://www.svs.cl/institucional/validar/validar.php>  
FOLIO: RES-3176-21-26641-N