



COMISIÓN
PARA EL MERCADO
FINANCIERO



Programa CMF de capacitación para periodistas AIPEF:

Desafíos y oportunidades para potenciar la supervisión Conducta de Mercado en el sector financiero

Daniel García Schilling

diciembre de 2021

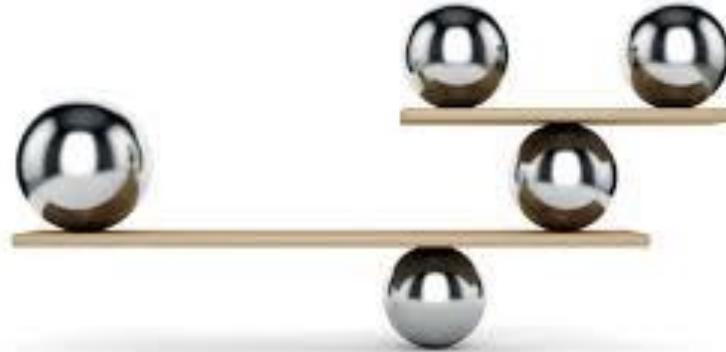
Tránsito desde una supervisión por industrias a un modelo de dos pilares

- El Consejo de la CMF aprobó dar inicio a un plan que establece el tránsito gradual desde un esquema de supervisión por industrias, a un modelo sustentado en los dos grandes pilares de la CMF: Prudencial y Conducta de Mercado.
- La nueva estructura, basada en lo que se conoce internacionalmente como el modelo Twin Peaks, recoge las recomendaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) en la asesoría prestada a la Comisión en 2018, además de la experiencia comparada de los reguladores financieros integrados a nivel global.
- Con este cambio en la estructura la CMF busca seguir materializando los beneficios de ser un supervisor financiero integrado que motivaron la integración de la SBIF con la CMF a mediados del año pasado.
- El 1 de marzo de 2021 se inicia la transición con el reemplazo de las actuales intendencias por Direcciones Generales.

Equilibrios de la nueva estructura



La Supervisión Prudencial debe estar enfocada en la seguridad, solvencia y gestión de riesgo.



La Supervisión de CdM debe enfocarse en la eficiencia, trato justo y una operación transparente.

- Bancos
- CACs
- Aseguradoras
- Emisores y operadores de medios de pagos minoristas
- Corredores y agentes de valores

DCV
CCLV
Comder

- Emisores
- AGFs
- Bolsas
- Auditoras
- Clasificadoras
- Asesores financieros

Estándares internacionales de referencia

Agenda de reguladores avanza con fuerza desde la crisis internacional de 2009



ASIC

Australian Securities & Investments Commission



Foco: resguardar la confianza

Protección al cliente financiero:

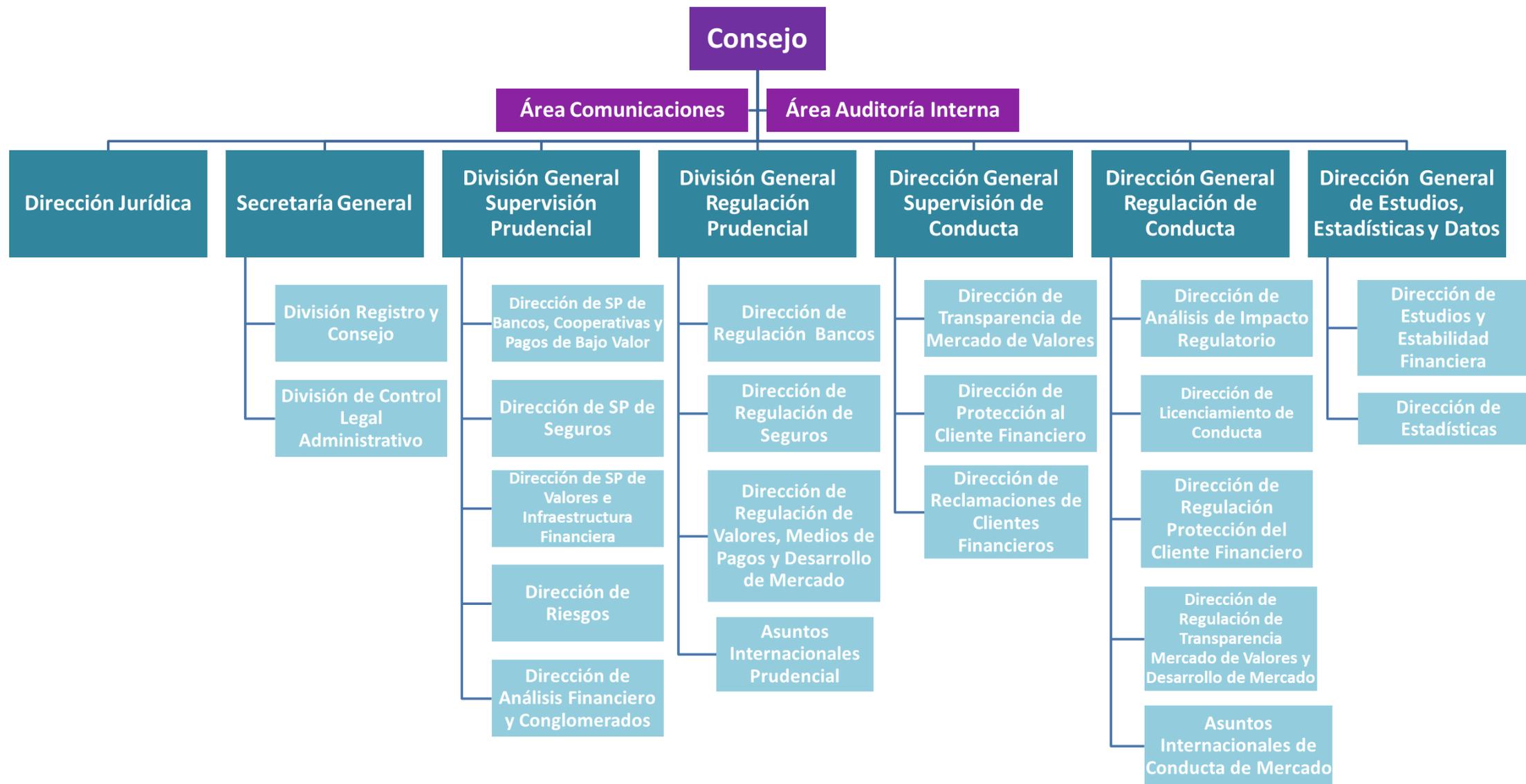
Proteger al Cliente Financiero, propiciando un trato justo hacia ellos en el proceso de comercialización, con transparencia respecto a cobros y comisiones y con un adecuado manejo de conflictos de interés por parte de los oferentes financieros



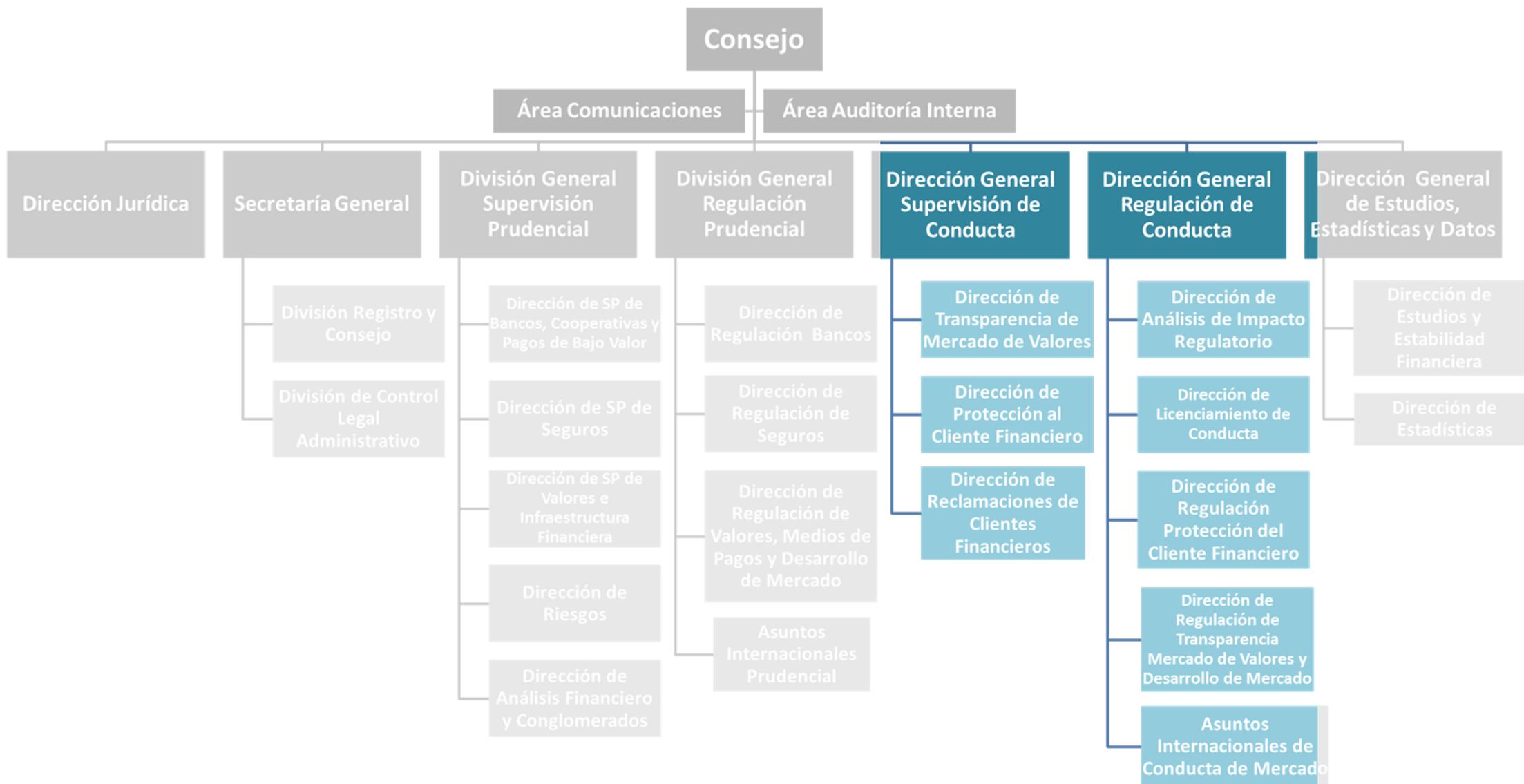
Transparencia e Integridad en el mercado de Valores:

Resguardar la existencia de un mercado financiero 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 se respeten los derechos de los accionistas minoritarios.

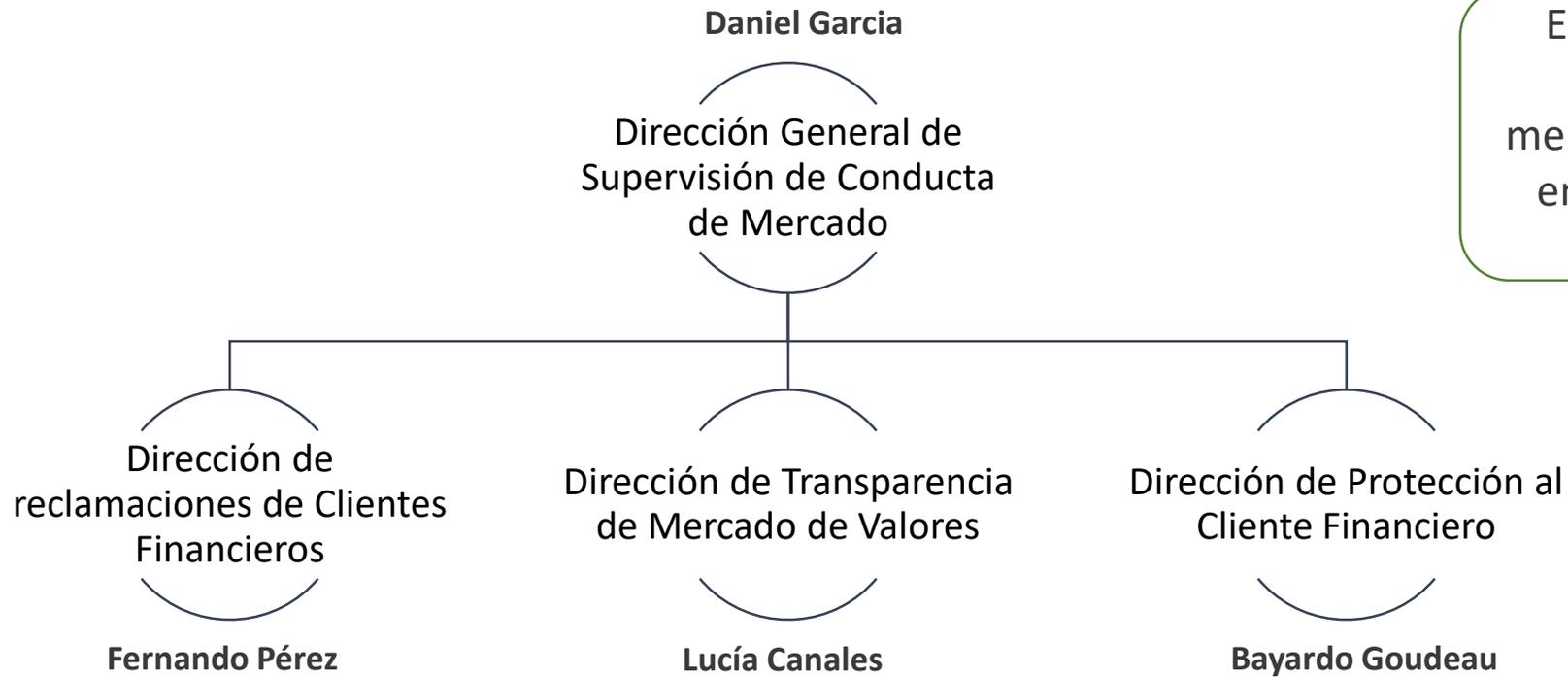
Nueva estructura de la CMF: twin peaks interno (1)



Nueva estructura de la CMF: twin peaks interno (2)

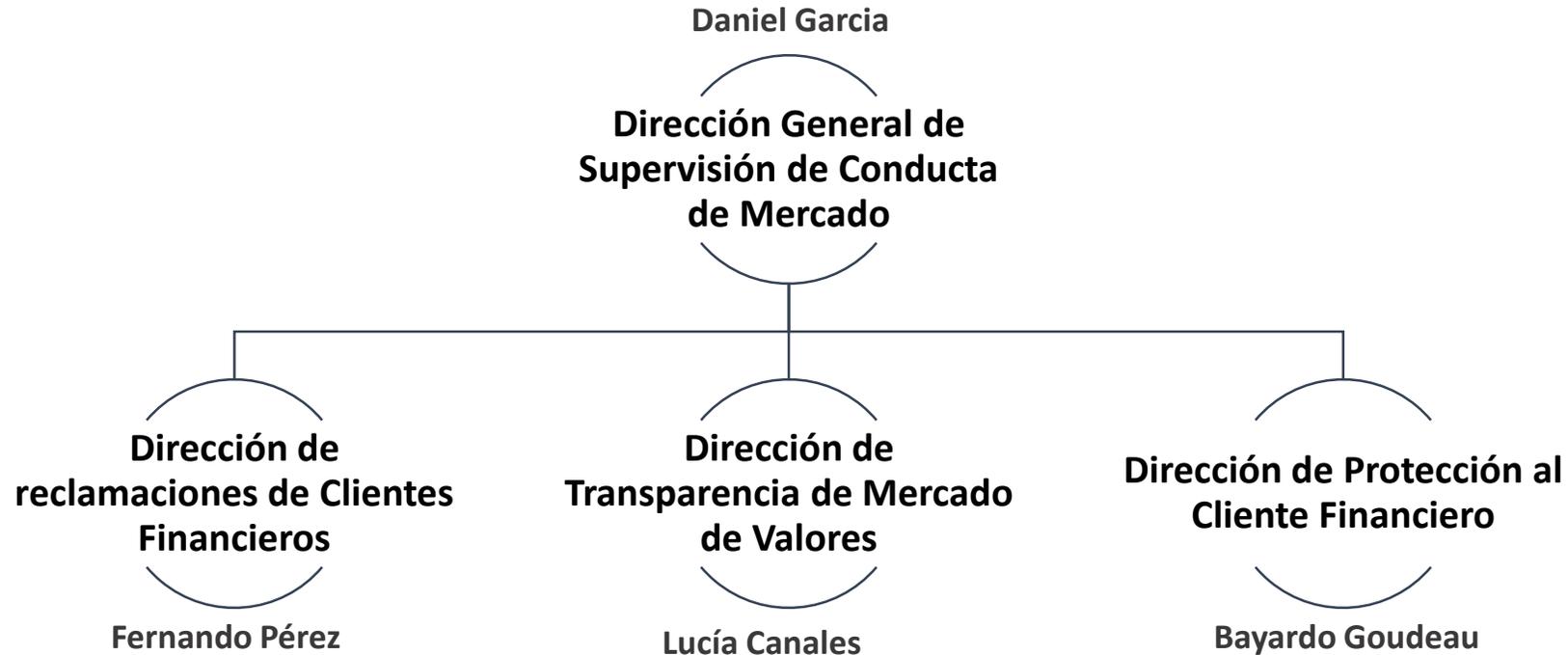


Organización en supervisión de CdM (1)



El principal activo que permite el desarrollo sustentable de los mercados **es la confianza del público** en que sus partícipes respetan las normas que los rigen

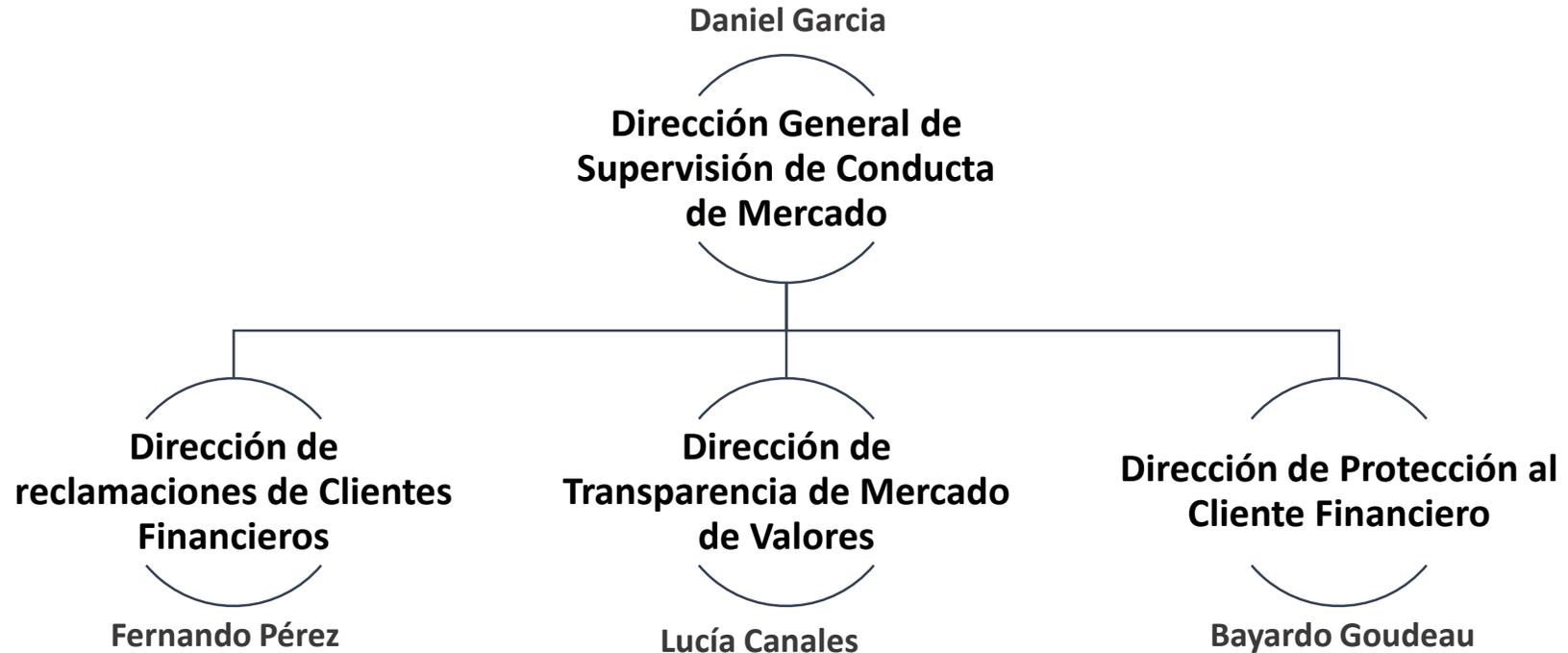
Organización en supervisión de CdM (2)



Supervisa la administración integral de los reclamos y su tramitación en las entidades financieras, considerando una atención oportuna y la emisión de respuestas del reclamo de forma comprensible y clara.

Proteger al cliente financiero, propiciando un trato justo hacia ellos, con transparencia respecto a cobros y comisiones y con un adecuado manejo de conflictos de interés por parte de los oferentes financieros.

Organización en supervisión de CdM (3)



Velar por un mercado financiero **transparente e íntegro**, en el que las empresas reporten información al público fidedigna, donde no se transe con información privilegiada y se respeten los derechos de los accionistas minoritarios



Pilar de Transparencia e Integridad del Mercado de Valores

Procesos/ funciones de supervisión Transparencia e Integridad (1)



(1) LMV (18.045), LSA (18.046), LUF (Art.1° 20.712), LSASCL (20.345), LECDV (18.876) y LBdP (19.220) entre las principales, además, Normativa impartida por la Comisión (NCG, Circ.).

Procesos/ funciones de supervisión Transparencia e Integridad (2)



Asegurar que los inversionistas cuenten con información veraz, suficiente y oportuna, para tomar sus decisiones debidamente informados de sus derechos, obligaciones, riesgos, retornos y condiciones de los servicios.

¿Cómo?

Verificar que las entidades que participan en el mercado:

- ✓ Lo hagan de manera equitativa, transparente, ordenada y competitiva.
- ✓ Cuenten con la capacidad legal, financiera, operativa y de gestión, para responder adecuadamente a sus obligaciones con los inversionistas.

Procesos/ funciones de supervisión Transparencia e Integridad (3)



Perímetro:

- La Supervisión considera tanto actividades en gabinete (extra situ) como revisiones en terreno (in situ).
- Las actividades de gabinete se orientan principalmente a verificar el cumplimiento normativo, por parte de los fiscalizados, monitorear los aspectos más relevantes y asegurar que el mercado disponga de información oportuna y completa.
 - ✓ Verificación envío; Análisis información; Cumplimiento requisitos varios.
 - ✓ Inscripción/mantenimiento/cancelación de registros.
 - ✓ Operaciones especiales (OPAs, OPRs, Fusiones).
- Las auditorías en terreno, en tanto, se orientan a evaluar la calidad de los procesos llevados a cabo por los fiscalizados para gestionar debidamente sus riesgos, así como para dar cumplimiento al marco normativo vigente.

Supervisión abusos de mercado

- La Ley de Mercado de Valores (LMV) define ciertas conductas que deben ser entendidas como abusos de mercado.
- El abuso de mercado al que se le presta más atención, y que cuenta con mayor jurisprudencia, es el relacionado con información privilegiada (IIPP). La LMV dedica un título exclusivo a este tipo de abuso de mercado (Título XXI).
- No obstante, la LMV define otros tipos de abusos de mercado. Es así como el Título VIII establece ciertas actividades prohibidas que están relacionadas con la manipulación de mercado, “front running” operaciones ficticias y prácticas/mecanismos engañosos.

Artículo 164.-Para los efectos de esta ley, se entiende por información privilegiada cualquier información referida a uno o varios emisores de valores, a sus negocios o a uno o varios valores por ellos emitidos, no divulgada al mercado y cuyo conocimiento, por su naturaleza, sea capaz de influir en la cotización de los valores emitidos, como asimismo, la información reservada a que se refiere el artículo 10 de esta ley.

El artículo 10 de la LMV se refiere a los llamados hechos esenciales, que los emisores deben informar al regulador. Hasta antes de su difusión al mercado, su contenido reservado se reputa información privilegiada.





Pilar de Protección al Cliente Financiero

PCF: Aproximación metodológica: 5 Principios de Conducta de Mercado

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, corredores de seguros y liquidadores de siniestros.



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 cinco principios de CdM que está proponiendo la CMF en este documento.

DL 3538



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.

A la CMF le corresponderá velar porque las personas o entidades fiscalizadas cumplan con las leyes, reglamentos, estatutos y otras disposiciones que las rijan (...); pudiendo ejercer la más amplia fiscalización sobre todas sus operaciones."

La CMF debe 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.

DFL 251
C. de Com.



Establece en la letra b) del artículo 3º 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.

Código de Comercio que establece las beses que determina el contrato de seguro.



LGB y Leyes especiales



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. Algunas de estas variables deben ser consideradas también desde el punto de vista de CdM.

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

LUF y LMV



En las industrias de la administración de fondos e intermediación de valores, destacan aquellas normas relacionadas con el trato que deben tener los clientes financieros; además, aquellas relativas a que los clientes deben ser informados de manera clara, veraz, oportuna y transparente-

También se consideran las normas relativas a los mecanismos efectivos para gestionar el manejo de conflictos de interés, dando prioridad en todo momento a los intereses de los clientes sobre los propios.

Enfoque de supervisión de cumplimiento normativo

En términos más simples, esta tarea consiste en 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 y, de detectarse algún incumplimiento, se procede a aplicar las medidas y/o sanciones que correspondan, previa investigación.



Limitaciones del enfoque



El modelo actual, presenta en este contexto importantes limitaciones. Las principales se exponen a continuación:

- × **Dificultad de normar ante la creciente complejidad de los mercados.**
- × **Escaso efecto preventivo.**
- × **No atiende a la calidad de la gestión del fiscalizado para prevenir incumplimientos o evitar malas prácticas.**
- × **Dificulta priorizar y focalizar adecuadamente los recursos escasos de supervisión.**

Cambios al enfoque de supervisión en PCF

- ✓ La CMF se encuentra actualmente impulsando cambios al esquema de supervisión en CdM. 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 Política 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 que subyace en las iniciativas mencionadas, 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 objeto de tener un modelo preventivo y flexible en esta materia.

Pilar de Transparencia e integridad en el mercado de Valores (1)

Desarrollos legislativos que imponen desafíos de corto plazo en conducta de mercado

- **Ley 18.045**
 - Política, procedimientos y controles para divulgación información
 - Blackouts insiders
 - Interconexión bolsas de valores
 - Precisión abusos de mercado e incremento en las penas
 - Incorporación de recomendaciones inversión sobre valores en art 65.
- **Ley 18.046**
 - Perfeccionamientos en director independiente y transacciones con partes relacionadas
 - Precisión facultades sobre filiales
 - Regulación designación directores de filiales

Pilar de Transparencia e integridad en el mercado de Valores (2)

Desarrollos legislativos que imponen desafíos de corto plazo en conducta de mercado

- **Nueva regulación asesores de inversión**

- Definición: la prestación, por cualquier medio, de servicios o la oferta de productos al público general o a sectores específicos de él, relacionados con la inversión en instrumentos financieros de cualquier especie
- Actividad supervisada
 - Requisitos de inscripción en el Registro (suspensión, cancelación).
 - Exigencias en materia de solvencia, gestión de riesgos, idoneidad y conducta.
 - Requisitos en materia de difusión acerca del riesgo, costos, rentabilidades esperadas, conflictos de interés, y perfil profesional de los responsables de dicha información, entre otros.

Pilar de Protección al Cliente Financiero (1)

Desarrollos legislativos que imponen desafíos de corto plazo en conducta de mercado

- **DFL 251**
 - Implementación del registro de agentes de ventas, y supervisión de la normativa relativa a los seguros asociados a servicios o productos financieros.
 - Sistema consulta seguros.
 - Mejoras regulación agentes de seguros y agentes de ventas de rentas vitalicias.

- **DL 3500**
 - Se redefine asesoría previsional
 - “otorgar información a los afiliados y beneficiarios del Sistema, considerando de manera integral todos los aspectos que dicen relación con su situación particular y que fueren necesarios para adoptar decisiones informadas de acuerdo a sus necesidades e intereses, en relación con las prestaciones y beneficios que contempla esta ley”
 - Se crea figura de asesor financiero previsional
 - Asesoría previsional no personalizada
 - Inscripción, fiscalización y regulación conjunta con SP

Pilar de Protección al Cliente Financiero (2)

Desarrollos legislativos que imponen desafíos de corto plazo en conducta de mercado

- **Ley N° 21.234 Fraudes de tarjetas**
 - Funcionamiento de ley que limita la responsabilidad de los titulares o usuarios de tarjetas de pago y transacciones electrónicas en caso de extravío, hurto, robo o fraude (ley de fraude); estado de deudores, y apertura de cuentas digitales.

Información de mercado: Cambios en la comunicación y canales



Multiplataforma, tiempo real...



Balance entre Instantaneidad y verificación



Rol clave del periodismo en torno a la transparencia e integridad los mercados

Témák, amelyek gyakran összetett fogalmakat és technikákat tartalmaznak ...

Materias que muchas veces conllevan conceptos y técnicos complejos...

Estándares de calidad de la información

Buenas preguntas

Muchas gracias



COMISIÓN
PARA EL MERCADO
FINANCIERO



Programa CMF de capacitación para periodistas AIPEF:

Desafíos y oportunidades para potenciar la supervisión Conducta de Mercado en el sector financiero

Daniel García Schilling

diciembre de 2021

Anexo Principios



Principios de conducta de mercado integrados (1)

I. Trato justo a los clientes de entidades financieras.

Este principio es fundamental en las prácticas de CdM

- Incluye los siguientes procesos:
 - ✓ Actuar con la debida **idoneidad, cuidado y diligencia**;
 - ✓ Desarrollar y comercializar productos tomando en cuenta los **intereses de los clientes**;
 - ✓ Adoptar medidas para garantizar que toda **asesoría sea de calidad** y permita a los clientes adoptar decisiones informadas.
 - Las entidades serán responsables de promover una asistencia de calidad
- ➔ **Programas de capacitación continua para asegurar:**
- ✓ Conocimiento de las características de los productos y servicios que comercializa;
 - ✓ Conocimiento sobre su segmento comercial;
 - ✓ Requisitos legales y regulatorios aplicables; y
 - ✓ Responder preguntas que puedan ser razonablemente previsibles.

Principios de conducta de mercado integrados (2)



II. Adecuada gestión de conflictos de interés.

- Los proveedores de servicios financieros deben **establecer mecanismos efectivos para manejar los conflictos de interés** con sus clientes y entre sus clientes;
- Deben, en todo momento, **dar prioridad a los intereses de sus clientes** sobre los propios y los de sus relacionados; y 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:
 - ✓ Tiene como finalidad **aumentar la calidad del servicio** al cliente;
 - ✓ Se **revelan al cliente antes** de brindarle el servicio; y
 - ✓ 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).

Principios de conducta de mercado integrados (3)



III. Gestión diligente de reclamos y presentaciones

- La adecuada atención de los clientes financieros constituye un aspecto sensible para las entidades financieras y, por lo mismo, debiese ser una materia para la cual existan plataformas, procesos y controles .
 - ✓ **Involucramiento activo de los directorios desde su función estratégica.**
- Las instituciones financieras deben establecer instancias para la adecuada atención o resolución de controversias realizados por el público.
- Lo anterior supone la existencia y funcionamiento de unidades especializadas que cuenten con las herramientas y los recursos humanos y tecnológicos.

Principios de conducta de mercado integrados (4)



IV. Transparencia en la comercialización y publicidad de productos financieros

- Las entidades financieras deberían incorporar en forma explícita a sus políticas internas de funcionamiento, la observancia de prácticas de negocio transparentes.
- Todo cliente financiero debe ser informado de manera clara, veraz, oportuna y transparente.
- El proveedor debe promover prácticas adecuadas de divulgación de información respecto de las características y riesgos de los servicios y/o productos financieros.

Para ello se deberán considerar:

- ✓ La publicidad no deberá ser inductiva a error o generar falsas expectativas.
- ✓ El diseño de la información y los medios deberán ser acordes al nivel de complejidad del producto y tomar en cuenta las necesidades del segmento de clientes al cual va dirigido.
- ✓ La información proporcionada debe permitir entender las características del producto que se ofrece.
- ✓ No se deben ocultar ni minimizar afirmaciones o advertencias importantes.
- ✓ La entidad deberá tomar medidas razonables a fin de velar para que se proporcione al cliente información apropiada durante un tiempo adecuado.

Principios de conducta de mercado integrados (5)



V. Protección de la información de los clientes.

- La salvaguardia de datos financieros y personales es una de las principales responsabilidades de la industria de servicios financieros.
- Las entidades deberían adoptar todas las medidas necesarias para proteger la información de sus clientes, resguardando su confidencialidad. Para ello, deberían:
 - ✓ Desarrollar adecuadas políticas y procedimientos de resguardo de la información,
 - ✓ Capacitar al personal e 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,
 - ✓ Contar con planes de contingencia que permitan mitigar los riesgos y el impacto de cualquier filtración o uso indebido de la información.

Documento: Estándares para la protección del cliente financiero

Noticias

Documentos



Documento de Política: Desarrollo de estándares y principios generales en materia de Conducta de Mercado referidos a Protección al Cliente Financiero



Anexo N° 1 - Revisión de Estándares y Principios Internacionales en materia de Conducta de Mercado



Anexo N° 2 - Marco legal y normativo en Conducta de Mercado para entidades bajo supervisión de la CMF

https://www.cmfchile.cl/portal/principal/613/w3-propertyvalue-44033.html#especial_documentos