



# Desafíos y Oportunidades para Potenciar la Conducta de Mercado en el Sector Financiero

**Daniel García Schilling**  
Director General de Supervisión de  
Conducta de Mercado

julio 2022

# Entorno Desafiante



# Rol de la CMF

- Mandato de CMF es velar por buen funcionamiento del mercado financiero, considerando los intereses de 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.**
- La supervisión de Conducta de Mercado (CdM), se basa en dos pilares:
  - ✓ Resguardar un mercado financiero transparente e íntegro, en el que las entidades reporten información fidedigna, donde no se generen abusos ni manipulaciones de precios y se respeten los derechos de los accionistas minoritarios.
  - ✓ 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.

# Estructura interna CMF

- Paso definitivo en materia de conducta: CMF cambió su estructura organizacional desde un esquema de supervisión por industrias, a un modelo sustentado en dos grandes pilares: Prudencial y Conducta de Mercado.
- La nueva estructura, basada en modelo Cumbres Gemelas, recoge las recomendaciones del Fondo Monetario Internacional en la asesoría prestada a la CMF en 2018, además de la experiencia comparada de los reguladores financieros integrados a nivel global.
- La nueva estructura fortalece el modelo de supervisión de CMF y sus capacidades para cautelar la conducta en mercado y la protección del cliente financiero.

# Equilibrio de pilares



**Supervisión Prudencial** debe estar enfocada en la resiliencia, solvencia y gestión de riesgos.



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





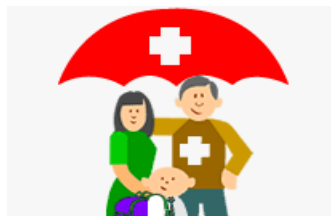
COMISIÓN  
PARA EL MERCADO  
FINANCIERO

# **Marco Jurídico en Conducta de Mercado bajo perímetro de la CMF**

DL 3538



DFL 251  
C. de Com.



LGB y Leyes  
especiales



LUF y LMV



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.**

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.**

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.**

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.**



# 5 principios de CdM enfocados en clientes financieros

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.





COMISIÓN  
PARA EL MERCADO  
FINANCIERO

# Estándares internacionales de referencia



ASIC

Australian Securities & Investments Commission



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 del mercado financiero.

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

# Adecuada coordinación entre agencias

- Todos estos avances en materia de protección del cliente financiero suponen un complemento con la importante labor que realiza el Servicio Nacional del Consumidor
  - El Sernac tiene atribuciones para fiscalizar a las empresas para verificar el cumplimiento de la Ley del Consumidor; desarrollar Procedimientos Voluntarios Colectivos con las empresas para buscar soluciones masivas y oportunas; realizar mediaciones entre empresas y consumidores ante reclamos individuales, y demandar colectivamente por incumplimientos que afecten a los consumidores. Asimismo, **entrega información y transparenta los mercados a través de estudios; realiza acciones de educación a los consumidores sobre sus derechos, y promueve mejores prácticas en las empresa.**
  - Foco de CMF está en supervisar que los oferentes cumplan las reglas sectoriales antes descritas y la normativa que de ella emana, que gestionen el riesgo de conducta, pudiendo sancionar y multar si se transgreden reglas. **Vela por buen funcionamiento del mercado financiero, considerando los intereses de inversionistas, depositantes y asegurados, así como el resguardo del interés público.**

# Adecuada coordinación entre agencias

- **Ambas entidades tienen como objetivo común un trato justo a los clientes de productos financieros.** Esta complementariedad se basa en la necesidad de ir profundizando los mecanismos de coordinación entre agencias. Para ello, la CMF y el Sernac cuentan con un convenio de cooperación que facilita esta coordinación para enfrentar los desafíos actuales.

Tiene por objeto desarrollar una alianza de cooperación institucional en los siguientes ámbitos:

- ✓ La interoperatividad de los sistemas de registro y derivación de reclamos presentados ante SERNAC y CMF.
- ✓ El oportuno intercambio de información operativa entre ambas reparticiones públicas, particularmente, aquella relativa a acciones de fiscalización y colectivas conducidas por SERNAC, y a resoluciones sancionatorias emitidas por CMF.
- ✓ Intercambio de información sobre la TMC conforme a lo dispuesto en el artículo 31 de Ley N° 18.010, sobre operaciones de crédito de dinero.
- ✓ Coordinación regulatoria.
- ✓ Transferencia de conocimientos y capacidades en materia de supervisión.
- ✓ Colaboración en el desarrollo de programas de educación financiera.



COMISIÓN  
PARA EL MERCADO  
FINANCIERO

**Muchas Gracias**



# Desafíos y Oportunidades para Potenciar la Conducta de Mercado en el Sector Financiero

**Daniel García Schilling**  
Director General de Supervisión de  
Conducta de Mercado

julio 2022

# Anexo: desarrollo de principios de CdM



# 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.