



COMISIÓN
PARA EL MERCADO
FINANCIERO



Documento de Política enfocado en Protección al Cliente Financiero:

Desarrollo de estándares y principios generales en materia de Conducta de Mercado para entidades financieras

Daniel García Schilling
Director General de Supervisión de Conducta de Mercado

Julio 2021

Definiciones previas

- El Mandato de la 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) se basa en dos pilares. Primero, en 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.
- El segundo pilar busca proteger al cliente financiero, propiciando un trato justo hacia ellos en el proceso de comercialización.

Este es, precisamente, el objetivo del presente Documento de Política y se define bajo el concepto de Conducta de Mercado (CdM), con foco en Protección al Cliente Financiero.

Cinco principios de conducta de mercado enfocados en la PCF

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.

Marco jurídico de la CMF en Conducta de Mercado

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.

El Código de Comercio establece las bases 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 aplican 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.

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.

Enfoque de supervisión en CdM

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

- ✓ 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.

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



COMISIÓN
PARA EL MERCADO
FINANCIERO



Documento de Política enfocado en Protección al Cliente Financiero:

Desarrollo de estándares y principios generales en materia de Conducta de Mercado para entidades financieras

Daniel García Schilling
Director General de Supervisión de Conducta de Mercado

Julio 2021

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.