



Regulador y Supervisor Financiero de Chile

Visión y perspectiva de la CMF sobre la intermediación de seguros en canales masivos

Daniel García Schilling
Director General de Supervisión de Conducta de Mercado
Comisión para el Mercado Financiero

Enero 2025

Los tres pilares de la CMF

- La actividad aseguradora en general no se desarrolla en el vacío: está estrechamente relacionada a la sociedad donde opera. También es impactada por tendencias globales.
- Las transformaciones económicas, políticas y sociales que enfrenta Chile y el mundo se traducen en cambios en el sector asegurador y, en consecuencia, en la agenda de los reguladores.
- En un contexto complejo, existen desafíos para esta industria desde los tres pilares sobre los cuales se funda el actuar de la CMF:



Prudencial

Desde la mirada Prudencial, uno de los temas de mayor relevancia para Chile es avanzar en convergencia regulatoria a estándares internacionales (ejemplo CBR).



Conducta de Mercado

Desde la mirada de conducta, se ha avanzado en establecer principios que nos guían y contribuyen a visibilizar la importancia de este pilar y alinear expectativas de los distintos actores



Desarrollo de Mercado

Para el desarrollo de mercados, y en particular la industria de seguros, un paso importante es la aprobación e implementación de la Ley Fintec.

Equilibrio de pilares de la CMF



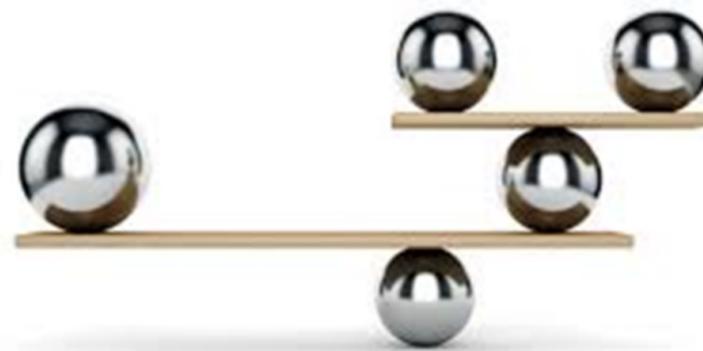
Prudencial



COMISIÓN
PARA EL MERCADO
FINANCIERO



Conducta
de Mercado

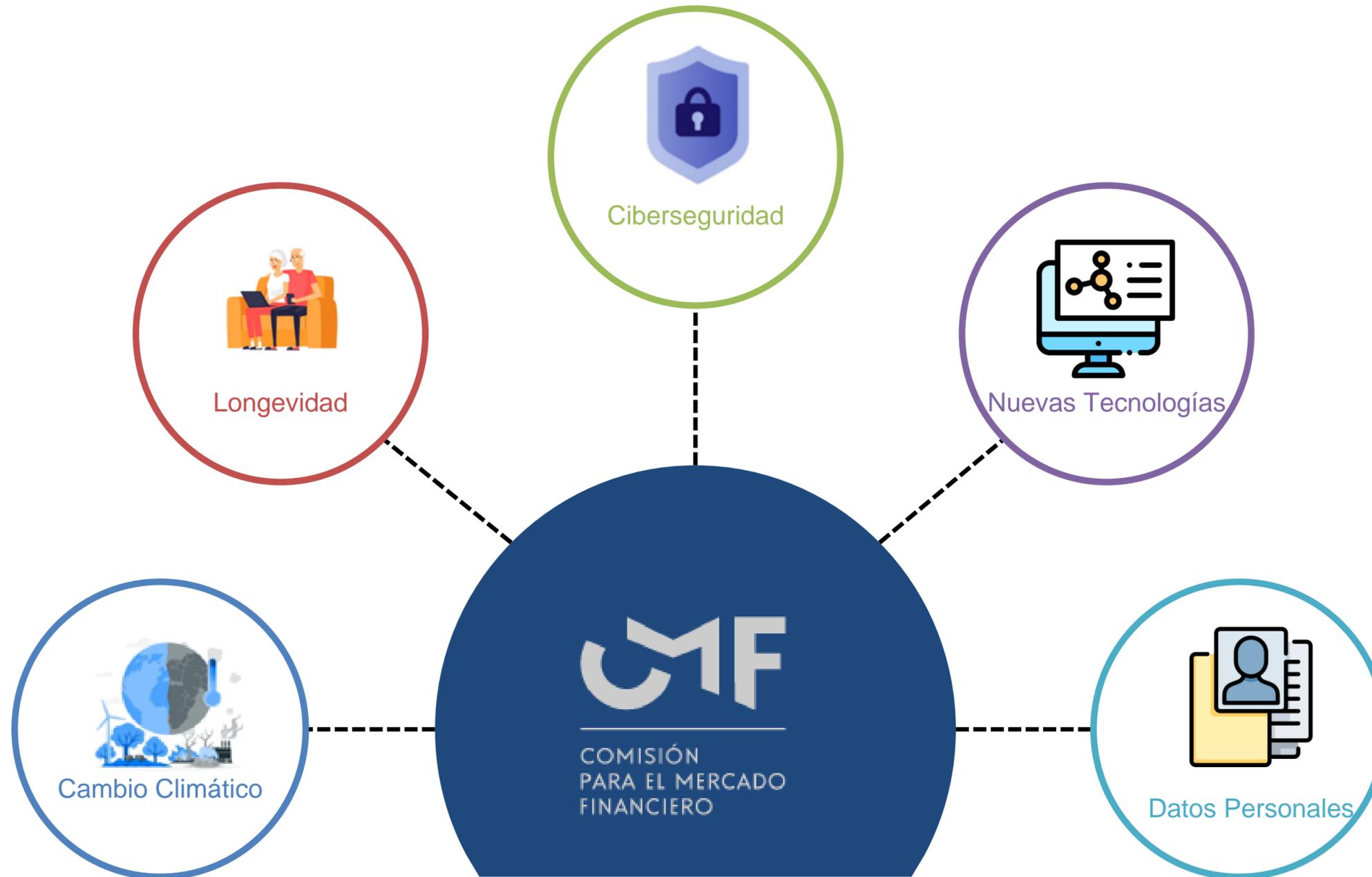


CdM : Enfocada en la eficiencia,
trato justo y una operación
transparente.



Desarrollo de Mercado: Promoviendo nuevos productos
e instrumentos que respondan a necesidades de
personas y empresas.

Desafíos de un entorno cambiante



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.

* "Documento. Estándares para la Protección del Cliente Financiero, ver en https://www.cmfchile.cl/portal/principal/613/w3-propertyvalue-44033.html#especial_documentos"

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.

Se puede destacar la Ley 21.521, que regula Fintec y SFA, además de otros temas. Finalmente, destaca la Ley 21.680, que crea un Registro de Deuda Consolidada.

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.

Obligaciones de los Intermediarios

Artículo 57, DFL N° 251. Artículo 10 DS 1055



Asesorar a las Personas que deseen asegurarse por su intermedio.



Asistir al asegurado durante la vigencia del contrato y al momento de producirse el siniestro



Remitir a la compañía las primas y documentos que reciban por las pólizas que intermedien



Ofrecer al contratante las **coberturas más convenientes** a sus necesidades e intereses



Remitir al asegurado la póliza correspondiente. En caso de que la entidad aseguradora rechace o modifique la cobertura del riesgo propuesto, comunicar de inmediato este hecho al proponente.



Firmar toda la propuesta o cotización que tramiten y **verificar que estas cumplan con las exigencias legales** y reglamentarias que les sean aplicables



Informar sobre las condiciones del contrato y sus posibles modificaciones



Verificar la identidad de los asegurados y la existencia y ubicación de los bienes asegurables



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.



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).



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



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.



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.

Ley fintec

- Hasta antes de la Ley, una parte relevante de las actividades Fintec se encontraban fuera del perímetro regulatorio y no existe acceso rápido y seguro de los clientes a sus datos personales en posesión de las entidades financieras.
- La ley proporciona reglas del juego claras y conocidas por todos los actores, potenciando un sector creciente y dinámico que promueva la oferta de servicios financieros dinámica y acorde a las necesidades de los clientes financieros actuales.
- Promueve la competencia en el sector financiero, tanto para nuevos actores como los ya existentes, y también y la inclusión financiera al considerar nuevos segmentos de clientes y negocios.
- Las entidades quedan bajo el perímetro regulatorio de la CMF.

Nuevo marco legal tiene implicancias en particular en el sector seguros...

Flexibilización marco legal de seguros con el objetivo de:

- Facilitar la prestación de servicios por medios digitales, incorporando neutralidad tecnológica respecto a los canales que podrán utilizar.
- Facultar a la CMF para establecer normas sobre estándares mínimos en materia de canales de atención al cliente.
- Normativa diferenciada que permita el desarrollo de seguros paramétricos y seguros inclusivos o micro seguros.
- Permitir simplificación de procesos de comercialización y liquidación de seguros, lo que facilita el diseño de productos de seguros de menor costo y, por lo tanto, más accesibles.

Oportunidades de mejora en la intermediación de seguros

Reforzar la asesoría e información entregada por el corredor

Brechas en el conocimiento del riesgo cubierto generando expectativas erradas en los asegurados respecto a la denuncia de un siniestro.



Rol de la entidad en el proceso de canalización de venta de seguros.

Acompañamiento al momento de producirse un siniestro o ante un reclamo.

Es importante que se garantice la correcta comunicación al asegurable (Buenas Practicas), que "la contratación de seguros es voluntaria y no es condición para la obtención de otro producto".



Regulador y Supervisor Financiero de Chile

Visión y perspectiva de la CMF sobre la intermediación de seguros en canales masivos

Daniel García Schilling
Director General de Supervisión de Conducta de Mercado
Comisión para el Mercado Financiero

Enero 2025