



COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA DE LOS ACTOS DEL GOBIERNO EN RELACIÓN CON LA FISCALIZACIÓN O REGULACIÓN DE ASESORES O CONSEJEROS FINANCIEROS QUE FORMULAN RECOMENDACIONES A COTIZANTES DE AFP PARA LA ADMINISTRACIÓN DE SUS FONDOS PREVISIONALES”

SESIÓN 3ª, CORRESPONDIENTE A LA LEGISLATURA 369ª, CELEBRADA EN LUNES 16 DE JUNIO DE 2021, DE 14:03 a 15.02 HORAS.

SUMA.

- La Comisión procedió recibir al Director del Servicio Nacional del Consumidor, señor Lucas del Villar Montt.

I.- PRESIDENCIA

Presidió el diputado señor Gastón Saavedra.

Actuó, en calidad de Secretario de la Comisión, el abogado señor **Juan Pablo Galleguillos Jara**; como abogada ayudante, la señora **Carolina Guerrero Arciego**, y como secretaria ejecutiva, la señora **María Teresa Garrido Bravo**.

II.- ASISTENCIA

Presidió de forma presencial el diputado señor Gastón Saavedra Chandía.

Asistió presencialmente el diputado integrante de la Comisión, señores Gastón Saavedra Chandía.

Por vía remota concurrieron las diputadas señoras Jenny Álvarez Vera y Marcela Hernando Pérez y los diputados señores Ramón Barros Montero; Miguel Mellado Suazo; Luis Pardo Sáinz, Leopoldo Pérez Lahsen; Guillermo Ramírez Diez, y Matías Walker Prieto.

Del mismo modo concurrió la diputada señora Marisela Santibáñez en reemplazo del diputado señor Amaro Labra.

Estuvo presente, en calidad de Abogado Secretario, don Juan Pablo Galleguillos Jara; de forma remota, la abogada señora Carolina Guerrero Arciego y la secretaria señora María Teresa Garrido Bravo.

Asistieron vía remota el Director del Servicio Nacional del Consumidor, señor Lucas del Villar Montt y el Subdirector de esa institución, señor Ariel Espinoza.

III- CUENTA

Se recibieron los siguientes documentos:

- Oficios del Secretario General de la Corporación, mediante los cuales reemplaza de forma permanente en esta Comisión:
 - a) Al diputado Marcelo Díaz por diputado Gonzalo Winter
 - b) Al diputado Miguel Calisto por el diputado Matías Walker
 - c) Al diputado Raúl Soto por el Diputado Rodrigo González

A sus antecedentes

2.- Comunicación del Partido Comunista, mediante la cual reemplaza por la presente sesión al Diputado Amaro Labra por la Diputada Marisela Santibáñez.

Se tiene presente

IV.- ORDEN DEL DÍA

Las exposiciones de los invitados y las intervenciones de los diputados constan en detalle en el acta taquigráfica confeccionada por la Redacción de Sesiones de la Cámara de Diputados, que se inserta a continuación.

V. ACUERDOS

Los integrantes de la Comisión adoptaron el siguiente acuerdo:

- Reiterar la invitación al Presidente del Banco Central, haciendo hincapié, en el especial interés de los integrantes de la Comisión en conocer su opinión acerca del impacto de las transferencias masivas de fondos de pensiones de los afiliados a las Administradoras de Fondos de Pensiones, siguiendo recomendaciones de asesores previsionales, en la estabilidad del mercado financiero y de la economía en general, entendiendo el rol regulatorio que la institución tiene en ese ámbito.

El debate suscitado en esta sesión queda archivado en un registro de audio a disposición de las señoras y de los señores diputados de conformidad a lo dispuesto en el artículo 256 del Reglamento de la Cámara de Diputadas y Diputados.

Habiendo cumplido con su objeto, la sesión se levanta a las 15.02 horas.



JUAN PABLO GALLEGUILLOS JARA
Abogado Secretario de la Comisión

**COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA DE LOS ACTOS DEL GOBIERNO EN
RELACIÓN CON LA FISCALIZACIÓN O REGULACIÓN DE ASESORES O
CONSEJEROS FINANCIEROS QUE FORMULAN RECOMENDACIONES A
COTIZANTES DE AFP PARA LA ADMINISTRACIÓN DE SUS FONDOS
PREVISIONALES**

SESIÓN EN FORMATO MIXTO:

(Presencial y vía telemática)

Sesión 3^a, celebrada en lunes 14 de junio de 2021, de 14:03 a 15:02 horas.

Preside el diputado Gastón Saavedra.

Asisten las diputadas Jenny Álvarez, Marcela Hernando y Marisela Santibáñez, y los diputados Ramón Barros, Miguel Mellado, Luis Pardo, Leopoldo Pérez, Guillermo Ramírez y Matías Walker.

Participan el director nacional del Servicio Nacional del Consumidor, señor Lucas del Villar, y el coordinador general de Fiscalización, señor Ariel Espinoza.

TEXTO DEL DEBATE

-Los puntos suspensivos entre corchetes corresponden a interrupciones en la transmisión telemática.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- En el nombre de Dios y de la Patria, se abre la sesión.

El acta de la sesión constitutiva queda a disposición de las señoras diputadas y de los señores diputados.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- El señor Secretario dará lectura a la Cuenta.

*-El señor **GALLEGUILLLOS** (Secretario) [vía telemática] da lectura a la Cuenta.*

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Ofrezco la palabra.

Ofrezco la palabra.

La presente sesión tiene por objeto recibir al director del Servicio Nacional del Consumidor, señor Lucas del Villar, para que se refiera a la materia que estamos investigando.

Tiene la palabra, señor director.

El señor **DEL VILLAR** (director del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, agradezco su invitación. Junto con saludarlos, en esta ocasión, me acompaña el subdirector de Fiscalización del Servicio Nacional del Consumidor.

Presentaré algunas láminas a efectos de ser lo más conciso y didáctico posible.

Hablaré del caso que se dio a conocer a mediados de noviembre del año pasado, cuando se publicó una columna en un conocido diario de circulación nacional, en la que un economista hizo algunas afirmaciones respecto de una de las empresas que ha sido objeto de fiscalización por parte del Sernac, denominada Felices y Forrados, al efectuar un análisis efectivo de las rentabilidades producidas por las sugerencias informadas a sus clientes, cuyos resultados, según decía esta columna, eran diametralmente distintos en la realidad, por lo que se dejó entrever una manifiesta falta de comprobabilidad en relación con las piezas publicitarias que tendría esta empresa.

Por ello, el mismo día, en un noticiero radial, el director nacional –quien les habla- participó en la discusión respecto del ámbito regulatorio que tenían las distintas autoridades en materia de este tipo de asesorías, donde se afirmó que el Sernac

efectivamente tenía un ámbito que establece el artículo 1º, de la ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, de fiscalización de proveedores que ofrecen servicios por los que se paga un precio tarifa, incluyendo el giro, el modelo de negocios, de esta empresa Felices y Forrados, bajo el escrutinio y fiscalización en los procesos de comprobabilidad de la publicidad asociada a estos servicios.

A partir de esas informaciones el Sernac inició un proceso de levantamiento de información bajo el control de la subdirección de Fiscalización -creada bajo la ley N° 21.081, que entró en vigencia en marzo de 2019, es decir, prácticamente un año y algunos meses, con anterioridad al inicio de este proceso-, y bajo el componente de la fiscalización no programada se procedió a citar a las diversas empresas del mismo rubro para ejecutar una serie de labores de fiscalización, incluyendo la inspección directa de las páginas *web*. A su vez, se solicitó amplia información respecto de estas empresas.

En atención al componente, y también a la modalidad de fiscalizaciones con que se inicia este proceso, la ley N° 21.081 establece ciertas directrices que deben contener un plan anual de fiscalización, basado en riesgo, que es público.

Obviamente, el plan operativo tiene ciertas reservas en cuanto a la entrega de información, sobre todo las que se relacionan con proveedores, mercado y sus mercados, lo cual forma parte de la política de fiscalización de este organismo.

La fiscalización no programada considera algunos criterios de selección, principalmente un servicio no personalizado de recomendación de cambio de fondos previsionales, y también, dentro del mercado, o el ámbito de atribuciones que otorga la ley del Consumidor, que es susceptible de fiscalizar.

En segundo término, estas empresas representan reportes en sus sitios *web* que comparan las rentabilidades obtenidas, o sea, hay información que debe ser veraz, oportuna y de pública difusión para los consumidores, donde se determina cuál es la estrategia y la rentabilidad de lo que se espera obtener de parte de los fondos de pensiones, conforme a las recomendaciones que realizan este tipo de empresas, y también que dichos reportes tienen una rentabilidad, entendiéndose que hay un modelo de negocio con una estrategia sugerida al obtener un mayor beneficio para sus clientes.

Es así como el Sernac levantó la información disponible de las empresas, no solo en los sitios *web*, sino también en las distintas piezas publicitarias, a las cuales tuvo acceso.

Esas compañías son las empresas AEFP, ASJ SpA, ACfondos, Felices y Forrados SpA, y Nielsoft Informática Limitada., cuyo nombre de fantasía es FondoAlerta.

En cuanto a los criterios de análisis, relacionados con la materia inspeccionada, es importante recalcar que la ley del Consumidor define en el artículo 3 los conceptos de publicidad y de avisadores. Además, establece el ámbito de atribuciones que otorga la ley del Consumidor, en términos de las relaciones propias de consumo, como sería la prestación de estos servicios y, además, alguna regulación más específica, que es el derecho que le asiste al consumidor a contar con información

veraz y oportuna, sobre todo en materia de publicidad, en aspectos básicos como la comprobabilidad, como que no puede ser inductiva en alrededor de un año, que no puede establecer elementos o criterios objetivos que difieran de la realidad, entre otros principios que están debidamente dispuestos por el legislador, pero que también han sido construidos en base a los criterios jurisprudenciales y la doctrina en nuestro país, que ha dictado bastantes instrucciones; incluso, que han sido recogidas por circulares interpretativas de parte del Sernac, además hay criterios jurisprudenciales que han facilitado la resolución de los casos de los cuales el tribunal ha acogido multas presentadas por el mismo Sernac.

Asimismo, la actividad publicitaria, como es sabido, debe guardar conformidad con estos principios básicos. Algunos de ellos están relacionados con la disponibilidad de los soportes publicitarios que se vinculan específicamente con el principio de comprobabilidad. Por eso, el Sernac ha solicitado amplia información respecto de estos proveedores, para acreditar la evidencia científica y técnica, lo mismo que el principio de veracidad en la información, por cuanto las empresas deben comunicar a la comunidad toda la información relacionada con la realidad respecto de los servicios que ofrecen y que, por lo tanto, no sea inductiva a error o engaño, tal como establece la ley, y menos que genere una confusión respecto de la idoneidad y de la eficacia del servicio contratado y ofrecido por esas compañías.

Como les dije, en parte del análisis de los antecedentes proporcionados, se establecieron algunos criterios objetivos de priorización de estas empresas. Estamos hablando de un volumen de clientes, un número de suscriptores bastante alto, algunos de los cuales incluso suscriben contratos de adhesión o términos de condiciones generales que están regulados bajo la ley del Consumidor, además de un impacto mediático del proveedor en el mercado, en la medida que haga mayor difusión a través de los medios de comunicación social de su modelo de negocio a través de la publicidad. También es importante el tiempo que llevan operando en el mercado, lo que determina ciertos indicios de que la empresa hasta la fecha tenga también un mayor volumen de clientes y un impacto mayor de detrimento de los consumidores, en el caso de que esta publicidad se desvíe de los principios básicos de veracidad y de comprobabilidad y que, por tanto, afecte patrimonialmente a los consumidores que eventualmente pueden ser objeto de ella.

Dentro de las hipótesis infraccionales que maneja la ley del Consumidor, como hemos señalado, está la falta de comprobabilidad de la publicidad y la vulneración de los principios básicos a este derecho a la información veraz y oportuna que tienen los consumidores, relacionados principalmente con las afirmaciones de estos proveedores que constituyen este modelo de negocio, que ha sido puesto bajo el escrutinio y la fiscalización del Sernac en este proceso de investigación.

También se analizaron las cláusulas de los contratos de adhesión. Recordemos que los contratos de adhesión son definidos como aquellos en los cuales el predisponente simplemente dispone la reacción de los mismos y los consumidores adhieren, sin tener posibilidad de negociar las cláusulas o estipulaciones contenidas en este contrato. Básicamente, estos servicios de asesoría contienen,

en algunos casos, exenciones totales de responsabilidad de parte del proveedor del servicio.

En el recuadro pueden ver las principales infracciones que se pueden aplicar a estas hipótesis, en relación a información veraz y oportuna, como he señalado - artículo 3, inciso primero, literal d) y e)-, en materia de irrenunciabilidad anticipada de los derechos, que está regulada en el artículo 4; dice relación también con el artículo 16, letra g), que regula las cláusulas y su contenido en los contratos de adhesión; tienen multas asociadas de 300 Unidades Tributarias Mensuales, al igual que la información veraz y oportuna; el deber de profesionalidad, que es un deber amplio establecido en el artículo 23, inciso primero de la ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC) que básicamente se refiere a la generación de un resultado dañoso en términos de generar un perjuicio patrimonial el cual, evidentemente, está justificado por la causalidad en la información en las piezas publicitarias; al igual que lo mencionado anteriormente, esa también tiene una multa de 300 Unidades Tributarias Mensuales; y la publicidad engañosa tiene una multa mayor, la que puede llegar hasta las 1.500 Unidades Tributarias Mensuales.

Por último, la comprobabilidad que está establecida imperativamente en el artículo 33, de la ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC), que incluye esta multa base de 300 Unidades Tributarias Mensuales.

El Sernac, además de hacer levantamientos de la información, ofició a estas compañías pidiéndoles amplia información. Podemos ver en la diapositiva el número de los oficios ordinarios y las fechas de notificaciones, y se observa que algunas de estas piezas están pendientes de análisis y, sobre todo, información complementaria al respecto.

Por otra parte, es muy importante la coordinación interinstitucional con la Superintendencia de Pensiones, donde lo crucial es lo relacionado con antecedentes técnicos propios de carácter oficial en materia previsional y, principalmente, la información que ha sido recabada por parte de la superintendencia respectiva que fue acompañada del Sernac a fines del año pasado, el 22 de diciembre, con el oficio ordinario N°8670. Sin embargo, se realizaron algunas reuniones posteriores con la Superintendencia de Pensiones y entre los equipos técnicos del Sernac en donde se hizo un análisis más pormenorizado de los detalles de la fiscalización a las distintas empresas, por ejemplo, cuáles han sido los principales hallazgos, el ámbito de la regulación en términos de asesorías financieras y también focalizado en la comprobabilidad de la publicidad y las distintas piezas que están disponibles en los sitios *web* y en redes sociales donde el Sernac pudo levantar información en relación con este tipo de piezas. Algunas hacían un llamado directo a recomendaciones de cambio y otras relacionadas, más bien, al modelo de negocio y su idoneidad, es decir, cómo podía generar un impacto positivo patrimonial-consumidor en la medida que siguiera esta recomendación.

Es así como el requerimiento de la superintendencia, el 18 de enero de 2021, respondió a una serie de elementos técnicos; y esta información -que si bien es

oficial y se puede acompañar, incluso, en los procedimientos judiciales a iniciar- permite alimentar la fiscalización en curso y dar un mejor análisis a los antecedentes que fueron proporcionados por las empresas.

De esa manera se hizo llegar una serie de antecedentes, entre ellos, oficios ordinarios que van desde 2009 a la fecha -precisamente por esta superintendencia-, acompañados de algunos elementos específicos de análisis de piezas y de distintos ámbitos regulados por la norma sectorial de 2012, principalmente. También se acompaña un informe que contiene una nota técnica que se denomina Evolución y desempeño de los cambios de fondos, que fue publicada en mayo de 2020, que incluso está disponible en la página *web*, y en ella se señala que se acompaña una presentación que da cuenta precisamente del análisis técnico de esta recomendación y cómo evoluciona.

Como se aprecia en la diapositiva, el estado de la fiscalización en curso dice relación con estas cuatro compañías priorizadas -de acuerdo a los elementos que se han señalado- conforme al plan anual de fiscalización basado en riesgo, como subdirectriz, que está publicado en la página *web* del Sernac, que tiene una validez anual, y se cuenta con información suministrada por la empresa que permite el análisis. Hay una de estas que está todavía en una nueva exigencia de entrega de información dentro del proceso de fiscalización y no siendo entregada, evidentemente que será denunciada y, además, el Sernac puede escalar sus atribuciones llegando incluso a la incautación de estos antecedentes.

Estamos en una etapa actual de análisis y de revisión general de estos antecedentes, solicitando precisiones en algunos aspectos y, sobre todo, levantando los criterios técnicos que serían aplicables precisamente a la comprobabilidad de estas piezas publicitarias. Entonces, el curso de acción respecto de la empresa AEFP, sin evaluación; lo mismo que ASJ SpA y; en caso de Felices y Forrados estaba en definición de acción concreta en relación a estos dos aspectos, tanto cláusulas como relacionados con la comprobabilidad, y a Nielsoft Limitada, a la espera de nuevos antecedentes que –como señalaba- han sido requeridos.

Eso es cuanto puedo informar en términos resumidos del proceso que ha realizado el Sernac en materia de asesorías previsionales y de estas empresas tan particulares que han sido priorizadas para el análisis de sus piezas y los procesos de fiscalización del Sernac.

Muchas gracias, quedo atento a todas las preguntas que puedan tener.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra el diputado Leopoldo Pérez.

El señor **PÉREZ** (don Leopoldo) [vía telemática].- Señor Presidente, por su intermedio, saludo a los integrantes de la comisión y a nuestros invitados.

Dentro de la exposición que hizo el director del Sernac, al final, en el último cuadro hablaba del estado de cierre, en trámite, etcétera, de las cuatro empresas por las cuales el Sernac, en primer lugar, solicitó a información y, en segundo lugar, que con los antecedentes proporcionados ellos estarían sometidos a esta indagatoria o

análisis de la información para emitir una opinión definitiva del servicio, en este caso el Sernac.

Entonces, me gustaría que pudiera profundizar en esa etapa, -porque también uno no se maneja con el lenguaje interno del Sernac- y explicar a los miembros de la comisión, y a quienes nos puedan estar viendo por el canal de la Corporación, en qué consiste esta etapa que nos mostró al final; específicamente, cuáles son los antecedentes –de manera resumida, obviamente- que se le están solicitando a estas empresas para ver si reúnen algunos de los requisitos que usted detalló de acuerdo a la ley como, por ejemplo, publicidad engañosa, comprobabilidad, etcétera.

Por consiguiente, y porque no queda claro, quiero saber un poco más en detalle.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Ofrezco la palabra.

Quiero hacer un par de consultas. Usted habla de un plan anual de fiscalización en donde se establecen parámetros de la rentabilidad obtenida, de la rentabilidad de los fondos y de la rentabilidad de un fondo, en particular, y eso -dice usted- obedece, por tanto, a la evaluación del modelo de negocio y la estrategia que ofrecen estas compañías o estas empresas para aquellos que compran estos servicios. Dentro de eso, quiero saber qué observaron, qué cosas les llamó la atención respecto del ofrecimiento que han tenido las empresas y los efectos que esto surte en cuanto a las orientaciones que les dan a los respectivos usuarios.

Respecto del aspecto publicitario, existe una batería de información donde se promocionan todas las bondades, todas las capacidades y todos los propósitos que tienen estas empresas versus el servicio efectivamente entregado. ¿Qué constataron, qué vieron y qué midieron en estos planes de fiscalización?

Tiene la palabra el señor Lucas del Villar.

El señor **DEL VILLAR** (director nacional del Servicio Nacional del Consumidor)[vía telemática].- Señor Presidente, efectivamente, después de un largo proceso de análisis y recabar información, no solo de requerimientos directos, sino que labores de fiscalización, incluso, en distintas páginas *web*, en distintas publicidades, con distintos soportes y, adicionalmente, el complemento de la información técnica recabada y también solicitada superintendencia del ramo, es que el Sernac cuenta con hallazgos específicos en materias infraccionales.

Ahora, estos hallazgos todavía no se pueden dar a conocer en detalle porque estamos en un proceso de judicialización donde se requiere la notificación de las contrapartes. Por tanto, si damos más detalles, ello podría generar una posición de ventaja en materia de términos legales y judiciales que se aplicarían, en este caso, para las contestaciones correspondientes. Hay que recordar que el Sernac tiene esta facultad no solo de fiscalizar y presentar demandas colectivas, sino en estos casos puede, ante los juzgados de Policía Local, solicitar que se apliquen las multas respectivas, que pueden llegar hasta las 1.500 Unidades Tributarias Mensuales –tal como mencioné- y, también, que bajen todas las piezas publicitarias y se haga una suspensión inmediata de las mismas. Sin embargo,

para ello los tribunales deben estar operando con normalidad y no solo resolver el término de la presentación y proveer debidamente estas denuncias, sino que también lograr la notificación de las contrapartes, porque los plazos que establece la ley son aquellos que tienen para responder y formular sus descargos en estos procedimientos contravencionales.

Igualmente, me gustaría dar espacio para que intervenga el subdirector de Fiscalización del Sernac, quien ha dirigido directamente estos procesos de levantamiento de información, de fiscalización y de investigación.

Cabe mencionar que el volumen de información ha sido bastante acabado y amplio no solo en términos del tiempo de análisis de cada uno de los procesos de negocios que realizan estas compañías, sino que también respecto de cómo han sido sus piezas publicitarias y cómo han evolucionado. Recordemos que han funcionado durante un período bastante largo. Pero, hay frases incorporadas precisamente en nuestras presentaciones judiciales que también dan cuenta del análisis de un período largo, en el cual algunas de esas compañías atribuyen un beneficio importante para los consumidores en términos de las ganancias de seguir sus recomendaciones y tratan de justificarlo en un período extenso. Por lo tanto, el daño podría ser incluso mayor. Esto se ha cruzado con base en los elementos técnicos, y por eso se ha hecho un recálculo de las rentabilidades, que técnicamente han ofrecido no solo los datos disponibles para la superintendencia, sino que se han contrastado con aquellas piezas publicitarias que han entregado las compañías.

Como dije, el Plan Anual de Fiscalización, basado en riesgo, tiene elementos que permiten realizar una fiscalización no programada cuando hay ciertos elementos técnicos, como ocurre en este caso, sobre todo en relación con volúmenes de contratos vigentes y los detrimentos que se pudieran generar de seguir esas piezas publicitarias que podrían contener, como hemos sostenido, algún tipo de publicidad inductiva a error o engaño.

Señor Presidente, si me lo permite, para explicar más en detalle, pero haciendo la reserva en cuanto a que esto todavía es motivo de una discusión judicial pendiente, me gustaría que usted ofreciera el uso de la palabra al subdirector de Fiscalización, señor Ariel Espinoza, quien ha dirigido los procesos orientados a hacer un adecuado levantamiento y, sobre todo, discriminar aquellos aspectos contravencionales, incluyendo los relacionados con las cláusulas.

En ese sentido, las cláusulas o estipulaciones contractuales contenían contratos de adhesión, y en este caso condiciones generales de contratación, como los tribunales de justicia también han ampliado su ámbito de aplicación. En la ley del consumidor están regulados en los artículos 16 y siguientes. También, hemos visto que algunas de estas estipulaciones podrían significar una contravención grave de los principios, sobre todo el de equidad, y las eximentes de responsabilidad amplia en torno a la prestación de servicios de esta naturaleza.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Señor Del Villar, antes le pregunté si en los planes de fiscalización anual ustedes habían encontrado algún atisbo o alguna

medición respecto de lo que se ofrece versus lo que se logra por parte de los usuarios.

Tiene la palabra el señor Lucas del Villar.

El señor **DEL VILLAR** (director nacional del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, respecto del análisis de los reclamos que hizo el Sernac, la verdad es que no encontramos un volumen importante para ejercer acciones más robustas, en términos de buscar compensaciones directas a los consumidores afectados en virtud de las reclamaciones.

En 2020 el Sernac tuvo un incremento muy poco significativo de reclamos, pero están relacionados con materias más contingentes en cuanto a los principales servicios de consumo. Hablamos principalmente de servicios de telecomunicaciones, de comercio electrónico, de materias financieras, pero de productos más masivos, como las tarjetas de crédito y los créditos hipotecarios y de consumo.

Entonces, no había un volumen muy relevante de reclamos de consumidores en esta materia, sino más bien los procesos de fiscalización se orientan en base a elementos que, incluso, nos representan los consumidores. Sin embargo, también dejamos un espacio de fiscalización no programada, que permitió precisamente hacer este análisis, por lo que estamos esperando que se tramiten las acciones y darles más antecedentes cuando estas se hayan notificado.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra la diputada Jenny Álvarez.

La señorita **ÁLVAREZ** (doña Jenny) [vía telemática].- Señor Presidente, antes de que usted ofrezca la palabra al señor Ariel Espinoza, me gustaría una aclaración por parte del señor Del Villar. No me queda claro si hay infracciones, porque lo que veo es que solo ha concluido el proceso en contra de Felices y Forrados. Nuestro invitado ha señalado que no puede dar a conocer mayor información, porque hay procesos judiciales en curso. ¿Ello es solo respecto de Felices y Forrados? ¿Las otras tres empresas también están con procesos judiciales?

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra el señor Lucas del Villar.

El señor **DEL VILLAR** (director nacional del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, efectivamente el Sernac todavía se encuentra analizando antecedentes de algunas de estas compañías.

En cuanto a los procesos judiciales, particularmente en uno estamos esperando que se efectúe la notificación por parte de los tribunales de justicia, en verdad, como son plazos judiciales, no es mucho lo que podemos hacer para acelerar esos procesos; sin embargo, no descartamos iniciar otro tipo de acciones.

Ahora bien, como tenemos hallazgos específicamente en materia de publicidad, hoy me acompaña el subdirector de Fiscalización para que pueda dar más detalles al respecto, en el entendido de que hay ciertos aspectos que no pueden ser informados todavía por razones estratégicas y de buen servicio, en relación con nuestros procesos de cumplimiento, de *enforcement*, de lograr que las empresas

no solo hagan un adecuado ajuste en términos de publicidad, sino que también sean debidamente sancionadas con las multas más altas que establece nuestra legislación.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra el diputado Matías Walker.

El señor **WALKER** (vía telemática).- Señor Presidente, me gustaría formularle una pregunta al señor Lucas del Villar respecto de un tema que acabo de leer en el Diario Financiero, que publicó una nota titulada “La carta del adiós: Gino Lorenzini deja su última recomendación antes de bajar la cortina de Felices y Forrados. Sugirió dejar un 50% de los ahorros previsionales en el Fondo A (el más riesgoso) y la otra mitad en el E (el más conservador).”.

Mi consulta concreta es si la última “recomendación” de la empresa que usted mencionó y que está en un proceso sancionatorio por otras denuncias se ajusta o no a la legalidad y al ordenamiento jurídico.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra el señor Lucas del Villar.

El señor **DEL VILLAR** (director nacional del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, por su intermedio, saludo al diputado Matías Walker.

Es muy buena su pregunta, porque aquí hay una recomendación pública, la cual está regulada por las normas del derecho civil. Algunos autores se han explayado recientemente sobre las recomendaciones y el ámbito de responsabilidad, que están reguladas no solo respecto del mandato, sino también de los términos generales de responsabilidad extracontractual.

Sin embargo, en materia de protección de los derechos de los consumidores, el ámbito o perímetro regulatorio y de acción que tiene el Sernac se refiere a las relaciones jurídicas que los consumidores tienen con los proveedores, por lo tanto no podría responderle. En este caso, tendríamos que analizar cuáles son los antecedentes y, sobre todo, si hay piezas publicitarias y recomendaciones dirigidas a consumidores o, derechamente, si existen comunicaciones que el representante legal de esta empresa podría estar enviando a sus clientes. En términos generales, tendríamos que hacer un levantamiento para saber si efectivamente estamos hablando de piezas publicitarias o simplemente es una recomendación amplia en la cual se podrían aplicar normas de responsabilidad civil, pero ya en el estatuto del Código Civil, en las reglas del derecho común. Para ello -insisto-, deberíamos analizar todos los antecedentes para ver si estamos dentro del ámbito de la regulación de la ley del consumidor y, específicamente, si hay una relación, un vínculo jurídico previo, que establezca esta posición de garante y, por tanto, deber específico de responsabilidad por parte del proveedor.

Para ir cerrando esa pregunta, el Sernac analizará los antecedentes vinculados con este caso, puesto que, como señaló el diputado Matías Walker, es la última recomendación, y si eso efectivamente se da en el ámbito de las relaciones de consumo.

Reitero, sugiero que su señoría dé un espacio al subdirector de Fiscalización, quien podrá referirse a este y a otros temas, particularmente al proceso de levantamiento de información y sobre todo a algunas piezas publicitarias, que si bien no se pueden dar todos los detalles, son bastante elocuentes las formas en que se hizo la publicidad particularmente en dos de esas empresas.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Señor director, sería bueno que quien intervenga se pronuncie sobre lo señalado por el diputado Matías Walker respecto de lo que apareció en el Diario Financiero hoy, porque no es inocuo, tiene efectos, para bien o para mal, sobre los fondos, sobre el proceder de quienes son los dueños de las cuentas de ahorro individuales.

De acuerdo a sus atribuciones, ¿pueden actuar de oficio? Lo consulto porque ahí hay un hecho notorio y público, y a mi entender, El Diario Financiero no es un tema menor.

Dejo planteada la pregunta.

Tiene la palabra el señor Ariel Espinoza.

El señor **ESPINOZA**, don Ariel (coordinador general de Fiscalización del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, honorables diputadas y diputados, voy a tratar de responder algunos de los detalles que han solicitado.

El plan anual considera fiscalizaciones no programadas y no todas deben obedecer a reclamos. Eso lo hemos señalado por escrito en el documento que establece las directrices. Es público -se publica a inicios de cada año-, y se hace mención expresa de que el reclamo puede ser menor, o incluso no existir reclamo en algunas materias, pero de igual manera es relevante ejecutar acciones de fiscalización, porque hay mercados en donde existe una asimetría de información demasiado importante entre los proveedores y los consumidores.

Por lo tanto, muchas veces pasa que los consumidores no tienen los conocimientos o la experticia clínica suficiente ni siquiera para plantear un reclamo o percibir una situación que pudiera ser atentatoria de la normativa de la "Ley del Consumidor".

Entonces, eso explica por qué a veces se hacen fiscalizaciones que no tienen reclamos, necesariamente. Una fuente de información pueden ser antecedentes que están ocurriendo y que son mencionados, por ejemplo, en la prensa, en redes sociales, y el Sernac trata de monitorear esa situación para tener una actitud proactiva y estar anticipándose a los problemas que puedan ocurrir. Eso, por un lado.

Pasando a la otra pregunta, pero conectando el tema, lo que identificamos es que hubo algunos actores dentro de este mercado que no son muchos; sin embargo, hay algunos que son de tamaño muy pequeño, tienen pocos clientes, pero de todas maneras se fiscalizó al mercado en su conjunto y hay una priorización del análisis de una de esas empresas. No quiero decir que las otras no van a ser

analizadas; de hecho, en este momento son parte del proceso. Pero hay una priorización, porque hay una que tiene un volumen de consumidores con contratos vigentes que va variando a lo largo de los meses, pero es significativamente mayor a todas las demás y por eso hay una priorización para abordar a esa primero.

Hablamos de que la que tiene más consumidores, más contratos, cuenta con cerca de 190.000 contratos a la fecha en que requerimos información. En cambio, la que le sigue -y tenemos datos- no alcanza los mil contratos. Entonces, hay una diferencia de magnitud importante que explica el porqué hay una que es más prioritaria que las demás; pero eso no quiere decir que las otras no sean sujeto de análisis. El requerimiento de información apunta a la misma lógica.

Para especificar una de las consultas que se formuló, los hallazgos entre cada proveedor no son comparables. Tal como lo dijo el director, no podemos hacer el análisis de detalle, porque va a ser propio del procedimiento que requiere los plazos judiciales. Todo esto tiene que ver con lo que el Sernac está fiscalizando respecto de tomar las informaciones y las frases publicitarias que cada uno de los proveedores contiene, ya sea en su sitio *web* o en sus redes sociales, y ver cuál es la información que respalda cada una de esas afirmaciones.

Entonces, si ustedes se fijan, es un trabajo de mucho detalle de análisis y tiene que ser muy técnico y muy preciso, porque se utilizan, en algunos casos, conceptos de la económica, de rentabilidad, de valores de cuotas, etcétera. Es muy importante determinar las fechas en que ocurrieron las recomendaciones. Entonces, cada uno de estos análisis toma, por una parte, elementos de información y de publicidad que planteó un proveedor, se le pide la comprobabilidad, en términos de saber a qué fechas, específicamente, se refiere, qué valores cuota tomó, de qué fondo, de qué institución previsional y los compara.

Luego, se hace un análisis de contraste con la información que tenemos, que es oficial, de los valores cuota oficiales y de las fechas. Hacemos ese contraste y vamos haciendo el cálculo uno a uno, y eso arroja un análisis en donde no podemos profundizar.

Los proveedores tienen distintos números y frases; algunos hablan de rentabilidades, otros de disminución de riesgo de pérdida, porque tienen reglas de cálculo distintas. Cada uno tiene su propia naturaleza, algunos son de textos y otros gráficos. Entonces, no es comparable, y por eso todos los hallazgos que se hayan detectado de un proveedor equis, no son asimilables necesariamente a los demás.

La otra pregunta que se formuló fue respecto de los cursos de acción. Nosotros, también lo hemos puesto por escrito en la política nacional de fiscalización -está disponible en el sitio web del Sernac-, donde determinamos cuáles son las alternativas con las que cuenta el Sernac a propósito de una fiscalización. Existen las denuncias de interés general, cuando se trata de perseguir alguna arista infraccional, para que el juez de policía local aplique una sanción. Podemos

requerir el cambio de conducta, en algunos casos, cuando son infracciones muy menores, de acuerdo a lo que señala el propio artículo 58, letra a), que indica que para las micro y pequeñas empresas se puede requerir el ajuste de la conducta. También se puede pasar a la etapa de uso colectivo, cuando se dan los supuestos de que se requiere indemnizar a los consumidores. Pero, en general, estos no son los casos.

De manera que hay distintas alternativas y cada una de ellas se aplica, proporcionalmente, a la entidad de los hallazgos y, como hemos señalado, cada proveedor puede tener hallazgos de distinta gravedad. Hay algunos que no tienen su información suficientemente sistematizada, organizada -no tienen datos-, y otros que presentan los datos, pero los cálculos no se condicen con las frases que utilizan de determinados porcentajes de rentabilidad para un período específico de tiempo. Entonces, es variado, pero la proporcionalidad da cuenta del curso de acción posible.

Finalmente, quiero reiterar que la fiscalización radica en torno a la información y publicidad que cada proveedor realiza y no es una fiscalización respecto del modelo de negocio. Eso es parte de otra normativa, más próxima a la Superintendencia de Pensiones. El rol que le corresponde al Sernac es de una naturaleza normativa muy acotada, que es la que explicó el director en su presentación.

Con eso respondo más detalladamente algunas de las consultas que se han planteado.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Señor Espinoza, ustedes revisaron los fundamentos en que se basa el ofrecimiento de rentabilidad. ¿Cuáles son los parámetros? ¿Qué elementos se consideran al construir una supuesta rentabilidad, a partir de las orientaciones que ellos entregan y que son los servicios que se contratan? ¿Se condice con la realidad? Lo consulto porque esto actúa en la economía, y de acuerdo a cómo la economía se va desarrollando, se traspasan las mejoras a los fondos, y en detrimento, cuando la economía está mal. ¿Cuál es el fundamento para lograr una mejor rentabilidad?

El señor **ESPINOZA**, don Ariel (coordinador general de Fiscalización del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, el ejercicio que se planteó es tomar una frase. Por ejemplo, una frase tipo sería: Hemos logrado, en un determinado período de tiempo -por ejemplo, en doce meses-, un porcentaje de rentabilidad. Y los proveedores tienen distintas maneras de plantearlo, pero lo comparan con un fondo determinado y de una entidad previsional determinada.

Lo que nosotros hemos hecho es tomar esos planteamientos, identificar que tan generales pueden ser y compararlos con el dato objetivo, que es al que todo el mundo tiene acceso. Sin embargo, es un análisis técnico de los valores cuotas de esos fondos, que hay que comparar, a lo largo de las series de tiempo, verificando, a lo largo de esa serie de tiempo, para cada proveedor, la recomendación precisa de la certificación ISO respecto de la composición de los

fondos y haciendo la ponderación correspondiente entre los valores cuota de una AFP. Ese es un análisis dentro de cada apreciación.

A su vez, hay un aspecto evidente que hay que comentar, a saber, que muchas veces pasa que una determinada rentabilidad, en su máximo, no es representativa de todas las personas que recibieron esa información, porque no todas estaban en el mismo fondo inicial o no todas están en la misma AFP, y cada AFP, como ustedes saben, tiene distintas rentabilidades.

Entonces, la selección de la AFP que se utiliza para cada frase va cambiando mucho a lo largo de las distintas campañas publicitarias que realizan los proveedores. Aquello es un factor que hemos estado estudiando, además de entrar en cada frase específica y comparar los valores de cuota de cada una de ellas.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra la diputada Jenny Álvarez.

La señorita **ÁLVAREZ**, doña Jenny (vía telemática).- Señor Presidente, por su intermedio, quiero preguntar a don Ariel Espinoza sobre la investigación que lleva adelante el Servicio Nacional del Consumidor contra estas empresas, especialmente, Felices y Forrados, con 190.000 socios que están en este negocio.

Claramente, el Sernac sabe cuántos de ellos fueron perjudicados y cuánto dinero perdieron. Al respecto, ¿hay alguna estadística? ¿Qué tanto fueron engañados por Felices y Forrados? Lo consulto porque entre tanto término técnico no tenemos claridad de esta superestafa que, supuestamente, hace Felices y Forrados en cifras, en números concretos. Entonces, quiero saber cuántos han perdido con la asesoría a estas 190.000 personas que han presentado estas denuncias al Sernac.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra el diputado Leopoldo Pérez.

El señor **PÉREZ**, don Leopoldo (vía telemática).- Señor Presidente, simplemente quiero precisar que, en el caso de la empresa que nombró la diputada Jenny Álvarez o las otras empresas mencionadas que hacen lo mismo, y de acuerdo a lo que el superintendente de Pensiones dijo en la sesión pasada, no estaban regularizadas, es decir, no estaban operando sobre la base de la norma para este tipo de asesorías.

En segundo lugar, no es que se hable de estafa, el problema es que no hay responsabilidad respecto de las pérdidas. Sin embargo, hay un hecho mucho más grave que quiero recalcar, porque solicité, por su intermedio, a Secretaría, que se invitará al presidente del Banco Central y entiendo que respondió que este no tiene funciones fiscalizadoras, tanto en cuanto la invitación no era por su rol fiscalizador, que todos sabemos que no tiene el Banco Central respecto de este tema, sino que era por el hecho de que la información que emanó del Banco Central respecto de la pregunta que formuló la diputada Jenny Álvarez sí tiene relevancia.

Por eso, quiero aprovechar la pregunta de la diputada Jenny Álvarez para extender nuevamente la invitación al presidente del Banco Central, a fin de que exponga el efecto de estas cosas. La idea no es que actúe como órgano fiscalizador, sino que hay un efecto adicional, que no es solo es la pérdida de los fondos de la persona que es asesorada o socia de cualquiera de estas empresas, sino además el efecto que tiene en el sistema, porque el sistema financiero es un vaso comunicante, es un cosa viva y funciona día a día; tiene impactos diarios, no solo en el mediano y largo plazo.

Por lo tanto, quiero que podamos conocer el impacto que tiene este tipo de recomendaciones no solo en las personas directas, que siguen a estos asesores o asesores no regularizados, por usar un término elegante, sino también en el sistema, es decir, en el resto de la gente que no tiene este tipo de asesoría, pero que también se ve perjudicada.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra el señor Lucas del Villar.

El señor **DEL VILLAR** (director nacional del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, efectivamente, es importante hacer una buena distinción entre los procesos de fiscalización, los que tienen un objetivo más bien de persecución contravencional de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, respecto de los mecanismos de compensación que tiene dispuesto el Sernac.

Por ejemplo, en 2020, el Sernac realizó más de 18 procedimientos voluntarios colectivos, inició más de 10 demandas colectivas, y los montos de compensación, solo del año pasado, fueron cercanos a los 43.000 millones de pesos en compensaciones directas a los consumidores afectados.

Para priorizar esos casos colectivos, el Sernac tomó en consideración una serie de elementos, entre los cuales están principalmente los relacionados con el detrimento, es decir, con el daño generado a los consumidores en términos agregados. Por eso se habla de procesos de colectivos o de grupos o subgrupos, que corresponde a acciones de clase y, adicionalmente, ciertos elementos de priorización basados principalmente en la afectación del patrimonio de los consumidores.

Ahora, para determinar ese nivel de detrimento la causalidad debe ser directa, por eso el Sernac obtuvo compensaciones, por ejemplo, a través de un caso de la suscripción de créditos hipotecarios, de casi 20.000 millones de pesos respecto de un banco que tenía una práctica, en la cual había una diferencia entre los precios de los intereses cotizados, que eran obligatorios, con los que, finalmente, estaban dispuestos y aprobados por cada consumidor en la escritura pública.

En relación con estos casos, estamos hablando principalmente de la publicidad, que está regulada en nuestra legislación y sancionada fuertemente; pero determinar la causalidad, con el daño individual, es una materia que es mucho más compleja no solo de determinar, sino de no caer en la posibilidad de presentar acciones que no tengan un efecto patrimonial y generar expectativas que no se puedan cumplir, finalmente, por estas acciones de clase.

Hay que tener claridad respecto de que muchas veces en la causalidad de los servicios es donde se pueden perder las acciones de clase, como hemos visto en los sistemas comparados. En muchos países han ocurrido estos casos y, por tanto, debemos ser más cuidadosos en relación con determinar esa causalidad.

Por ejemplo, cuando se habla de estafa se está hablando de disponer de información falsa con la cual la víctima incurre en un error. Ese error determina que hay un engaño y, en ese engaño, se genera una disposición patrimonial, y es ahí donde estamos configurando la estafa desde el punto de vista penal.

En materia de la protección de los derechos de los consumidores tampoco es tan distinto porque la información, aunque sea publicidad, debe determinar que hay un error y una disposición patrimonial directa.

Aquí lo que hay es más bien una recomendación de la modificación de los fondos, que algunos siguen y otros no, y otros lo hacen de una forma distinta a los plazos que se determinan.

Entonces, la relación de causalidad que pudimos detectar no determina un detrimento y un perjuicio patrimonial directo que pueda ser acreditado. Obviamente, esto está en continuo análisis por parte del Sernac. Si tenemos antecedentes que nos permitan determinar que hay un daño importante, que hay una causalidad directa, son casos que se presentan prioritariamente por parte de este organismo. Es por ello que atendemos las herramientas en conformidad con la finalidad y con los objetivos de estos mecanismos jurídicos.

Un juicio colectivo no solo tiene por objeto una sanción de multas altas a beneficio fiscal, sino, principalmente, se quiere lograr un resarcimiento, una compensación oportuna y, sobre todo, que se permita resarcir completamente, de acuerdo al principio de indemnidad patrimonial. Se trata de juicios que duran años, en los que hay elementos probatorios relevantes y así se obtiene una compensación.

Además, hay que distinguir los procesos sancionatorios de persecución, a través de las denuncias de interés general o juicios de interés general, los cuales persiguen, principalmente, las sanciones, el cese de la conducta y, eventualmente, que las piezas publicitarias sean dejadas sin efecto y, derechamente, que el tribunal ordene que cesen las mismas en los distintos medios de comunicación social que están dispuestas.

Estos son elementos generales sobre cómo el Sernac utiliza de forma eficiente y proporcional las distintas herramientas que le otorga la legislación, generalizando en estas dos que tienen herramientas más específicas.

Señor Presidente, dejo al subdirector por si quiere complementar algo relacionado con este caso en particular.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Tiene la palabra el señor Ariel Espinoza.

El señor **ESPINOZA**, don Ariel (coordinador general de Fiscalización del Servicio Nacional del Consumidor) [vía telemática].- Señor Presidente, solo reiterar lo que

dijo el director y añadir que no hacemos ese tipo de imputaciones que se han comentado.

Seguimos un proceso riguroso de levantamiento de información de qué es lo que objetivamente presentan estos proveedores a los consumidores. Esta información la tomamos de su sitio *web*, de sus declaraciones, y la contrastamos de acuerdo con la evidencia que nos puedan proporcionar. Si no son capaces de hacerlo, entonces, se produce una brecha de comprobabilidad, la cual debe perseguirse con alguna de las herramientas que sean más proporcionales a ese tipo de casos, y las otras frases no son utilizadas por el Sernac.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Ofrezco la palabra.

Tiene la palabra la diputada Jenny Álvarez.

La señorita **ÁLVAREZ** (doña Jenny) [vía telemática].- Señor Presidente, solo quiero hacer un comentario final, porque según lo que dicen el director del Sernac y el coordinador general de Fiscalización, hoy toma mucha más fuerza la demanda ciudadana de terminar con las AFP, que realmente -y lo hemos escuchado durante mucho tiempo y de manera generalizada- afectan y dañan el patrimonio de los recursos previsionales; y con los argumentos que han dado aquí los señores Lucas del Villar y Ariel Espinoza solo ratifican lo mal que funcionan las AFP que han generado pérdidas a los afiliados durante tantos años.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Ofrezco la palabra.

Tiene la palabra el diputado Leopoldo Pérez.

El señor **PÉREZ** (don Leopoldo) [vía telemática].- Señor Presidente, el mandato de esta comisión investigadora es investigar las acciones de los órganos del Estado respecto de las asesorías previsionales. No sé si habrá cambiado su objetivo.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- No, no ha cambiado.

El señor **PÉREZ** (don Leopoldo) [vía telemática].- Entonces, para que quede claro, porque esto no es responsabilidad de esta comisión.

Creo que existe otra comisión investigadora, que tiene que ver con el tema planteado por la diputada Jenny Álvarez, creada un poco antes y es relativa al sistema de pensiones.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Señor diputado, no ha cambiado el objetivo de esta comisión, sigue siendo el mismo y está dentro de las libertades que tienen los parlamentarios de plantear temas.

Ofrezco la palabra.

Agradezco la presencia de nuestros invitados, así como el planteamiento que hizo el director del Sernac para el conocimiento de quienes integramos esta comisión y para mejor proceder en el futuro.

Quiero someter a consideración de la comisión la invitación al presidente del Banco Central, entendiendo que es el rector de la economía y sabe qué pasa o no

respecto de los diferentes factores que participan de esta, y cómo evidentemente los fondos de pensiones y sus direccionamientos en los diferentes fondos tienen un impacto tanto para la economía como para los dueños de las cuentas.

Reitero, debe ser nuestra preocupación central y eso es lo que estamos privilegiando y defendiendo en esta comisión.

Por lo tanto, insisto en el acuerdo de la comisión para invitar al presidente del Banco Central, a fin de que nos dé su opinión acerca de los movimientos, corridas, o como se llamen los cambios de un fondo a otro, lo que tiene un impacto en la economía y en los fondos a corto, mediano y largo plazo.

Insisto, debiéramos tener a la vista su opinión a partir de las revisiones hechas por el Banco Central, ya que estos movimientos no son inocuos.

¿Habría acuerdo? **Acordado.**

El señor **GALLEGUILLOS** (Secretario) [vía telemática].- Señor Presidente, para la próxima sesión ya está confirmada la Comisión para el Mercado Financiero, y ahora vamos a contactar al presidente del Banco Central para incluirlo en la citación de ese día.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Señor Secretario, pero en los términos que hemos acordado, porque pareciera ser que ellos entendían que no era su rol entregar información respecto de lo que estamos conversando.

El señor **GALLEGUILLOS** (Secretario) [vía telemática].- Señor Presidente, así se hará.

El señor **SAAVEDRA** (Presidente).- Reitero los agradecimientos al director del Sernac, señor Lucas del Villar, y al coordinador general de Fiscalización, señor Ariel Espinoza, quienes nos acompañaron y entregaron sus opiniones.

Por haber cumplido con su objeto, se levanta la sesión.

-Se levantó la sesión a las 15:02 horas.

CLAUDIO GUZMÁN AHUMADA,

RedactorJefe (s) Taquígrafos de Comisiones.

