

Fecha: 20-05-2025
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero
 Tipo: Noticia general
 Título: AFP en alerta por norma en consulta del regulador que profundiza fiscalización por publicidad

Pág.: 4
 Cm2: 661,4

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: ☐ No Definida

AFP en alerta por norma en consulta del regulador que profundiza fiscalización por publicidad

■ Expertos cuestionan las implicancias de la regulación planteada por la Super de Pensiones e incluso aseguran que podría tener un efecto sobre el rol gremial de la Asociación de AFP.

POR MARÍA PAZ INFANTE

En medio de la puesta en marcha de la reforma previsional, la Superintendencia de Pensiones ha puesto en consulta una serie de normas vinculadas a la ley que se publicó hace casi dos meses en el Diario Oficial.

La última norma en consulta fue publicada el viernes 16 de mayo y llamó la atención de las AFP y de expertos del mundo previsional.

Se trata de una regulación que implicaría cambios y profundizaría la fiscalización de la publicidad que ejecutan las AFP por parte del regulador.

La iniciativa tiene su respaldo en el número 6, del artículo 69 de la ley N° 21.735, que modificó el artículo 47 de la ley N° 20.255, introduciendo modificaciones a la normativa de publicidad, con vigencia inmediata.

La regulación permanecerá abierta a comentarios hasta el 30 de este mes y modifica el capítulo I de las normas generales relativas a la publicidad de las AFP.

Las nuevas exigencias

En detalle, la propuesta de la Superintendencia determina que será objeto de fiscalización "toda publicidad, promoción o auspicio, que las administradoras efectúen, directa o indirectamente, de forma pública o masiva, a través de personas naturales o jurídicas que reciban financiamiento directo o indirecto de una o más administradoras".

Agrega que las AFP deberán informar al regulador cada vez que entreguen financiamiento a personas naturales o jurídicas cuando implique la realización de publicidad, promoción o auspicios.

Para esos efectos, la Super exigirá

a las AFP que informen detalles como nombre de la iniciativa a la que destinaron recursos con fines publicitarios, medio en se efectuó (afiche, radio, televisión, evento, redes sociales u otro), nombre del medio, y la fecha de inicio y término de la campaña.

Si la norma en consulta es aprobada como lo propone hoy el regulador, las AFP deberán reportar toda la información relativa al financiamiento de la iniciativa. Por ejemplo, el monto entregado por la administradora o informar que si tuvo costo cero en el caso que no exista desembolso.

Junto con ello, deberán categorizar el financiamiento entregado, de manera de especificar si corresponde a donación, regalo, cuota social, aporte u otro, además de comunicar la fecha en la que fue enterado el financiamiento.

La regulación planteada también exigirá informar cualquier tipo de publicidad, promoción o auspicio que realice respecto de las AFP, una persona natural o jurídica relacionada.

Toda la información tendrá que ser remitida vía electrónica y estar contenida en las notas explicativas de los estados financieros de las AFP.

Expertos critican propuesta

Para algunos expertos, el proyecto de norma va más allá del perímetro fiscalizador de la Superintendencia de Pensiones e incluso tendría implicancias a nivel del gremio, cuyas acciones hoy están regidas por el Ministerio de Economía.

Para el abogado y exfiscal de la Superintendencia de Pensiones, Alejandro Charme, "un Estado de Derecho exige que las autoridades



La nueva norma que el regulador puso en consulta establece que será objeto de fiscalización "toda publicidad, promoción o auspicio que las administradoras efectúen, ya sea directa o indirectamente, de forma pública o masiva, a través de personas naturales o jurídicas".

actúen dentro de su competencia y respetando el principio de reserva legal, esto es, que la Superintendencia no puede legislar a través de sus normas y menos vulnerar garantías constitucionales como la autonomía de la voluntad de los cuerpos intermedios, como las asociaciones gremiales, a través de los cuales se expresa una democracia".

Añadió que "pretender fiscalizar los actos de una asociación gremial por una autoridad no llamada a ello es no respetar la institucionalidad del país ni el Estado de Derecho".

En tanto, el abogado constitucionalista de Carey, Patricio Zapata, explicó que la Superintendencia quiere ampliar su ámbito de fiscalización, introduciendo la categoría de publicidad, promoción, auspicio o entrega de información "indirecta".

¿Hasta dónde llega la noción de indirecto?", planteó. El experto ejemplificó que si un accionista de una AFP ha donado a una universidad, ¿significa que todas las investigaciones de los académicos de esa casa de estudios que, incluso indirectamente, y cinco años después, se refieran al sistema de pensiones, podrían ser referenciados

como una especie de publicidad o promoción?".

Al respecto, Zapata concluyó: "Eso parece peligroso".

El exsubsecretario de Previsión Social y socio de Guerrero & Cía., Abogados, Pedro Pizarro, advirtió que la propuesta de norma va más allá de lo que menciona la ley.

Para Pizarro, la norma legal habla de actividades de publicidad o promoción, y mediante esta acción administrativa se pretende incorporar a los auspicios que realice.

"La publicidad o promoción tiene una lógica de proveer de información correcta sobre el sistema, por lo que se entiende que la autoridad pueda revisarla; mientras que al pretender alcanzar también los auspicios, parecería un exceso", dijo.

Zapata, en tanto, añadió que "la norma nueva que expresamente alude al derecho de las AFP a entregar información previsional 'integral', y que, por tanto, vaya más allá de proporcionar números de rentabilidad, parece respetar de mejor manera la autonomía legítima y razonable que debe reconocerse a la AFP en su relación con sus afiliados".