

## Superintendencia de Pensiones instruye a AFP Habitat para suspender campaña publicitaria “Yo estoy en Habitat”

*Mediante oficio enviado el jueves a su fiscalizado, la Superintendencia de Pensiones dispuso que la campaña debe suspenderse desde el lunes 28 de marzo de 2022.*

*La decisión de la autoridad se adoptó en uso de sus atribuciones legales y de acuerdo con las normas relacionadas con el giro exclusivo de las administradoras, las normas sobre publicidad establecidas en el Decreto Ley N° 3.500, de 1980 y las normas sobre la materia contenidas en el Compendio de Normas del Sistema de Pensiones.*

*La Superintendencia emitió sus observaciones respecto de dicha campaña, señalando que no se ajusta a los elementos establecidos en la normativa como son los atributos de rentabilidad, costo y servicio y, más específicamente, sobre las prestaciones que las administradoras pueden o deben realizar, “teniendo en cuenta que el uso de cualquier otro contenido en los mensajes de las administradoras se aparta de sus márgenes de acción”.*

*“En el caso de las administradoras de fondos de pensiones, el objeto exclusivo impuesto sobre estas entidades se justifica, entre otras razones, porque al Legislador le interesa que todos los esfuerzos de las AFP estén puestos en la buena administración de los Fondos de Pensiones, con miras a que se obtengan rentabilidades adecuadas y bajo condiciones de seguridad y no en otros fines ajenos a esa administración”, afirmó la autoridad.*

**Santiago, 25/03/2022.-**

Luego de un exhaustivo análisis respecto de la campaña publicitaria denominada “Yo estoy en Habitat” impulsada por esa administradora de fondos de pensiones durante el presente mes, durante la tarde de ayer la Superintendencia de Pensiones (SP) instruyó a AFP Habitat S.A. suspender la difusión de dicha campaña en medios de comunicación social y prensa, incluyendo televisión, radio, sitios de internet y redes sociales. Lo anterior deberá comenzar a regir desde el lunes 28 de marzo de 2022.

Mediante el Oficio Ordinario N° 4.993, de fecha 24 de marzo de 2022, la Superintendencia emitió sus observaciones, señalando a la administradora que la campaña “Yo estoy en Habitat” no se ajusta a los elementos establecidos en la normativa, como son los atributos de rentabilidad, costo y

servicio y, más específicamente, sobre las prestaciones que las administradoras pueden o deben realizar, teniendo en cuenta que el uso de cualquier otro contenido en los mensajes de las administradoras se aparta de sus márgenes de acción.

La autoridad fiscalizadora adoptó la medida en uso de sus atribuciones legales y de acuerdo con las normas relacionadas con el giro exclusivo de las administradoras de fondos de pensiones, las normas sobre publicidad establecidas en el Decreto Ley N° 3.500, de 1980 y las normas sobre la materia contenidas en el Compendio de Normas del Sistema de Pensiones.

En su análisis, la Superintendencia precisó que el objeto exclusivo de las administradoras de fondos de pensiones, el artículo 23 del Decreto Ley N° 3.500, de 1980, establece que “las Administradoras de Fondos de Pensiones, denominadas también en esta ley Administradoras, serán sociedades anónimas que tendrán como objeto exclusivo administrar Fondos de Pensiones y otorgar y administrar las prestaciones y beneficios que establece esta ley”.

“En el caso de las administradoras de fondos de pensiones, el objeto exclusivo impuesto sobre estas entidades se justifica, entre otras razones, porque al Legislador le interesa que todos los esfuerzos de las AFP estén puestos en la buena administración de los Fondos de Pensiones, con miras a que se obtengan rentabilidades adecuadas y bajo condiciones de seguridad y no en otros fines ajenos a esa administración”, dice en su oficio.

El documento también señala que de acuerdo al artículo 26, inciso segundo del D.L. N° 3.500, “toda publicidad o promoción de sus actividades que efectúen estas entidades deberá proporcionar al público la información mínima acerca de su capital, inversiones, rentabilidad, comisiones y oficinas, agencias o sucursales, de acuerdo a las normas generales que fije la Superintendencia de Administradoras de Fondos de Pensiones, las que deberán velar porque aquélla esté dirigida a proporcionar información que no induzca a equívocos o a confusiones, ya sea en cuanto a la realidad institucional o patrimonial o a los fines y fundamentos del Sistema”.

Asimismo, que el inciso tercero del mismo artículo 26 establece que la Superintendencia de Administradoras de Fondos de Pensiones (hoy Superintendencia de Pensiones) podrá obligar a las administradoras a modificar o suspender su publicidad cuando ésta no se ajuste a las normas generales que hubiere dictado. “Si una administradora infringiere más de dos veces, en un período de seis meses, las normas de publicidad dictadas por la Superintendencia, no podrá reiniciarla sin previa autorización de dicho organismo contralor”, cita el texto legal.

Luego, que en la letra C, Título III del Libro V del Compendio de Normas, en especial el Capítulo I, en su número 5, se señala que “las administradoras deberán velar que toda publicidad e información que entreguen no induzca a interpretaciones inexactas sobre la realidad de la AFP, ni acerca de los beneficios, pensiones y prestaciones que les corresponde otorgar en conformidad a la ley”. Y en el número 6n del mismo, que “la publicidad deberá ajustarse en todo momento a la verdad. No serán



aceptables expresiones que directa o indirectamente, o en forma deliberada o no, produzcan ambigüedad en cuanto al contenido del mensaje publicitado”.

“Como se aprecia, la ley establece el contenido sobre el cuál puede llevarse a cabo la entrega de información al público. En caso de apartarse de la normativa vigente, la Superintendencia puede ordenar su modificación o suspenderla, y en caso de reincidencia dentro del plazo de seis meses, la infractora solamente podrá reiniciarla previa autorización de esta Superintendencia”, afirma el oficio emitido por la SP.

“Estos límites guardan estricta concordancia con el objeto exclusivo de las AFP, por cuanto persiguen evitar y sancionar abusos de estas últimas consistentes en proferir mensajes engañosos o que buscan confundir a los afiliados, pensionados y beneficiarios respecto al sistema previsional vigente en Chile”, añade.

Por lo anterior, en su oficio la Superintendencia sostiene que en base a las facultades de control que la ley le entrega “puede hacer observaciones a dichas actividades”, las que deben ser cumplidas por las entidades fiscalizadas, y que en caso de detectarse actos de las entidades fiscalizadas que contravengan lo anterior, como autoridad “puede ordenar la corrección de la publicidad, promoción, auspicio o entrega de información pertinentes a fin de que se ajusten a la normativa vigente”.