



COMUNICADO SOBRE LA OBLIGACIÓN DE LAS ENTIDADES DE TOMAR MEDIDAS DIRIGIDAS A GARANTIZAR LA FIABILIDAD DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA DE LOS CLIENTES PARA EVALUAR LA CONVENIENCIA O IDONEIDAD DE SUS INVERSORES

5 de febrero 2019

En el ejercicio de sus funciones de supervisión, la CNMV ha identificado casos en los que la información obtenida por entidades que prestan servicios de inversión (bancos y empresas de servicios de inversión) para evaluar la conveniencia e idoneidad de las operaciones de sus clientes minoristas sobrevalora de modo significativo su formación, conocimientos financieros y experiencia inversora. En algunos casos esta incidencia afecta a un alto número de clientes.

La CNMV está actuando, incluso en vía sancionadora, para corregir este tipo de situaciones y durante 2019 tiene previsto realizar una actuación específica de revisión en este ámbito que afectará a un número relevante de entidades.

Consideraciones adicionales

La CNMV considera importante, y así lo ha venido destacando en los últimos años en sus actuaciones de inspección, que las entidades adopten medidas y realicen actuaciones dirigidas a asegurar que la información que obtienen de los clientes minoristas para evaluar la conveniencia y la idoneidad de sus operaciones conforme a lo previsto en los artículos 212, 213 y 214 de la Ley del Mercado de Valores es coherente, se ajusta a la realidad y está actualizada.

Una inadecuada evaluación de la conveniencia o idoneidad de las operaciones como consecuencia de deficiencias o errores en la información obtenida puede implicar la venta o recomendación de productos inadecuados para los clientes o la no formulación o cumplimentación requerida legalmente de advertencias o textos manuscritos en los que el cliente reconoce que ha sido informado de que cierto producto no es conveniente para él. Ello, lógicamente, puede facilitar indebidamente a la entidad la colocación de valores e instrumentos financieros, tanto propios como de terceros.

El art. 54.7 del Reglamento Delegado (UE) 2017/565, de 25 de abril, que se refiere a la evaluación de la conveniencia e idoneidad, establece que las empresas de servicios de inversión deben tomar medidas razonables para garantizar que la información recogida sobre sus clientes o posibles clientes sea fiable, mencionando, sin carácter limitativo, entre las que deben adoptarse, *“las medidas oportunas para asegurar la coherencia de la información del cliente, por ejemplo examinando si existen inexactitudes evidentes en la información”* y la de *“cerciorarse de que los clientes sean conscientes de la importancia de facilitar información exacta y actualizada”*. Por su parte, el artículo 55 del mismo Reglamento establece que las entidades tienen derecho a confiar en la información suministrada por sus clientes a efectos de evaluar la conveniencia y la idoneidad salvo en el caso de que *“sepan, o deban saber, que la misma está manifestamente desfasada, es inexacta o incompleta.”*

Aunque las evaluaciones de conveniencia e idoneidad han de realizarse caso por caso, las entidades deben también adoptar medidas y realizar actuaciones razonables para procurar que la información recogida sobre los clientes sea fiable en términos generales.

A este respecto, resulta de interés analizar si se dan situaciones *a priori* atípicas, que cabría esperar que no se presenten o que solo se presenten de un modo meramente ocasional o aislado. Para ello pueden considerarse aspectos o indicios como los siguientes:

- si resultan razonables los datos globales sobre el grado de formación académica de la clientela minorista teniendo en cuenta sus características sociológicas.
- si resultan razonables los datos globales correspondientes a clientes con un elevado grado de conocimientos financieros, en particular cuando se trate de colectivos de clientes que no dispongan de experiencia profesional o inversora previa o de un nivel de formación académica coherente con ello.
- si resulta razonable el dato global sobre clientes minoristas con experiencia inversora previa en instrumentos complejos infrecuentemente distribuidos al público minorista, en particular cuando la experiencia de los clientes no se corresponda con su operativa en la entidad.

Para la adecuada detección y subsanación de situaciones como las señaladas, las entidades deben contar con procedimientos adecuados:

- Procedimientos durante la contratación. Resulta apropiado el establecimiento de mecanismos que permitan al personal que recaba información la detección de situaciones que *a priori* sean atípicas. La inclusión de alertas automáticas en los aplicativos informáticos que se empleen durante el proceso de obtención de la información puede resultar a estos efectos muy útil.¹

¹A este respecto, ver también las Directrices relativas a determinados aspectos de los requisitos de idoneidad de MIFID II de 6 de noviembre de 2018, ref. ESMA 35-43-1163, (en particular, la Directriz general nº2 y sus complementarias) de la que cabe destacar su párrafo 32: *“Las empresas deberían diseñar sus cuestionarios de manera que les permitan recabar la información necesaria sobre sus clientes. Esto puede resultar especialmente pertinente para las empresas que prestan servicios de asesoramiento automatizado, dada la limitada interacción humana. A fin de garantizar que cumplen con los requisitos relativos a esta evaluación, las empresas deberían tener en cuenta factores como: (...) Si se han tomado medidas para abordar las respuestas incoherentes de los clientes (como la incorporación en el cuestionario de características de diseño que avisen a los clientes cuando sus respuestas parezcan carecer de coherencia interna y les sugieran reconsiderarlas, o la implantación de sistemas que marquen automáticamente la información aparentemente incoherente facilitada por un cliente para que la empresa la revise o le dé seguimiento).*

- Procedimientos de revisión de la información dirigidos a analizar periódicamente si la información es en general correcta y coherente o si, por el contrario, existen colectivos de clientes en los que puede no reflejar adecuadamente su nivel general de formación académica, de conocimientos financieros o de experiencia, con independencia de que dichos datos se desprendan de los cuestionarios de conveniencia o idoneidad formalizados.
- Procedimientos para la subsanación de incidencias. En caso de detectarse incoherencias, discrepancias o un elevado volumen de situaciones atípicas (situaciones que pueden deberse a diferentes motivos, uno de los cuales podría ser que la información no haya sido recabada de forma correcta del cliente), deben realizarse los trabajos adecuados para contrastar y validar los datos, utilizando vías alternativas a la mera comprobación de que la información se corresponde con la reflejada en los cuestionarios formalizados.²

² En este sentido, ver también las Directrices relativas a determinados aspectos de los requisitos de idoneidad de MiFID II de 6 de noviembre de 2018, ref. ESMA 35-43-1163, (en particular, la Directriz general nº 4). Cabe destacar su párrafo 50: *“A fin de garantizar la coherencia de la información del cliente, las empresas deberían analizar la información recabada en su conjunto. Las empresas deberían mantenerse alerta para detectar las contradicciones importantes entre los distintos datos recopilados y ponerse en contacto con los clientes para solucionar posibles incoherencias o inexactitudes de carácter fundamental (...)”*.