



## **Requisitos de idoneidad para la distribución de productos financieros complejos. Marzo 2013.**

El Consejo de IOSCO ha publicado, el 21 de enero, un informe final elaborado por el Grupo de trabajo (*Committee 3*) de Intermediarios del Mercado sobre los requisitos de idoneidad (*suitability*) para la distribución de productos financieros complejos. Este informe establece una serie de principios sobre la distribución por intermediarios financieros de esta clase de productos a inversores minoristas y no minoristas. Aunque los productos financieros complejos pueden no implicar necesariamente más riesgo que los instrumentos financieros estándares, normalmente por la complejidad de sus cláusulas, características y potenciales riesgos de inversión, puede resultar difícil para los clientes, incluso los no minoristas, conocer y comprender por completo las características de estos productos.

El *Joint Forum* publicó el año 2008 un informe sobre la idoneidad de los clientes en la venta de productos y prestación de servicios financieros a clientes minoristas que proporcionaba una visión global de cómo los supervisores y las entidades de los sectores bancarios, de valores y aseguradoras afrontaban los riesgos de una comercialización no apropiada de productos financieros a minoristas, incluidos los requerimientos regulatorios relacionados; una parte importante de este informe lo constituyó una encuesta que se llevó a cabo sobre 90 entidades financieras en todo el mundo acerca de la aplicación de los requisitos de idoneidad a distintas clases de productos complejos. IOSCO también llevó a cabo una consulta sobre idoneidad de estos productos en febrero del 2012 y, sobre la base de las respuestas recibidas, emite el presente informe con la intención de complementar el trabajo del *Joint Forum*.

El informe se compone de 9 principios (con un enunciado y unos medios de implementación del principio) que cubren las áreas siguientes:

### Principio 1: Clasificación de clientes.

Los intermediarios adoptarán y aplicarán políticas y procedimientos adecuados para distinguir entre clientes minoristas y no minoristas en la distribución de productos financieros complejos. La clasificación de los clientes debe estar basada en una evaluación razonable del cliente en cuestión, teniendo en cuenta la complejidad y riesgo de los diferentes productos. El regulador tendrá en consideración la posibilidad de orientar a los intermediarios en relación a la clasificación de sus clientes. Se sugieren posibles criterios para la clasificación: naturaleza (regulado o no, cliente profesional versus cliente final), posición financiera, experiencia y conocimientos y capacidad de valorar de forma independiente (o asistido por asesor independiente) las características del producto.

Si bien este principio establece que los clientes deben clasificarse en minoristas y no minoristas, el resto de los principios no consideran distintos requisitos de idoneidad ni distintas obligaciones para los intermediarios según la clase de cliente. Por esta razón, la SEC ha emitido una declaración manifestando su desacuerdo con este informe final de IOSCO porque no refleja de forma acertada su propio marco regulatorio, especialmente al no respetar la distinción entre inversores minoristas e institucionales a la hora de determinar los requisitos de idoneidad que se deben aplicar.

## Principio 2: Obligaciones generales con independencia de la clase de cliente.

Sin perjuicio de la clasificación de un cliente como minorista o no minorista, los intermediarios actuarán con honestidad, equidad y profesionalidad y tomarán las medidas razonables para gestionar y reducir los conflictos de interés a través de la implementación de procedimientos apropiados en la distribución de productos financieros complejos. Si existiera potencial riesgo de perjuicio para los intereses del cliente, los intermediarios deberán, si fuera apropiado, dar a conocer los riesgos a sus clientes.

## Principio 3: Requisitos de pública difusión de información.

Los clientes deberán recibir o tener acceso a información relevante para evaluar las características, costes y riesgos del producto financiero complejo. Cualquier información comunicada por los intermediarios a sus clientes sobre un producto financiero complejo deberá realizarse de forma imparcial, comprensible y ponderada.

## Principio 4: Protección de los clientes por servicios distintos del asesoramiento.

Cuando un intermediario vende un producto financiero complejo *unsolicited* (sin un previo contrato de gestión o de asesoramiento o recomendación), el sistema normativo deberá proporcionar los adecuados medios para proteger al consumidor de los riesgos asociados.

## Principios 5 y 6: Protección de los clientes por servicios de asesoramiento (incluyendo la gestión de carteras).

Cuando un intermediario recomienda la compra de un producto financiero complejo concreto (con un contrato previo de asesoramiento o gestión de carteras) adoptará las medidas razonables con el fin de asegurarse de que la recomendación, asesoramiento o toma de decisión de inversión por cuenta del cliente están basadas en la evaluación razonable de que la estructura y perfil de riesgo-recompensa del producto es consistente con la experiencia, conocimientos, objetivos de inversión, tolerancia al riesgo y capacidad de asunción de las pérdidas del cliente. Los intermediarios deberán conservar constancia escrita de la información requerida por el regulador sobre sus clientes como parte de la determinación de la idoneidad de un determinado producto.

Un intermediario deberá disponer de información suficiente a fin de tener una base razonable para emitir cualquier recomendación o asesoramiento, o ejercitar la gestión discrecional de carteras para un cliente en conexión con la distribución de un producto financiero complejo.

## Principio 7: Función de cumplimiento y políticas y procedimientos internos de idoneidad.

Los intermediarios establecerán una función de cumplimiento y desarrollarán las adecuadas políticas y los procedimientos internos que aseguren el cumplimiento de los requisitos apropiados incluso a la hora de desarrollar y seleccionar nuevos productos financieros complejos para clientes.

## Principio 8: Incentivos.

Los intermediarios desarrollarán y aplicarán las apropiadas políticas de incentivos diseñadas para asegurar que únicamente los productos financieros complejos idóneos o adecuados son recomendados a los clientes.

## Principio 9: Inspección/supervisión (*enforcement*).

Los reguladores supervisarán y examinarán a los intermediarios de forma regular y continua con el fin de promover y asegurarse del cumplimiento de los requerimientos de idoneidad y otros requisitos de protección al cliente relacionados con la distribución de productos financieros complejos. La autoridad competente deberá tomar las medidas inspectoras y sancionadoras que considere apropiadas. Los reguladores considerarán la conveniencia de hacer públicas las acciones ejecutivas que hubieran emprendido para proteger a los consumidores y reforzar la integridad de los mercados.

Si usted quiere leer este documento, por favor, haga click en:<http://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD394.pdf>

Si usted quiere ver la declaración de la SEC sobre el documento, por favor, haga click en:  
<http://www.sec.gov/news/speech/2013/spch012213dmgtap.htm>