FSMA: Informe sobre conflictos de interés vinculados a remuneraciones y a objetivos comerciales. Noviembre 2013.

La Autoridad de Mercados y Servicios Financieros de Bélgica (*Financial Services and Markets Authority* (en adelante FSMA)) ha orientado sus actividades, tras la reforma del sistema de supervisión para adoptar el modelo "*Twin Peaks*", a la vigilancia del cumplimiento de las normas de conducta. Para ello, la FSMA creó, en mayo del 2011, un servicio interno de inspección (*le service "contrôle des règles de conduite"*) y, en enero del 2012, presentó al sector financiero un plan de actuación a llevar a cabo por el servicio de inspección para el cumplimiento de las normas de conducta y, especialmente, para el de las normas sobre conflictos de interés.
El presente documento recoge las constataciones y las posiciones de la FSMA sobre diversos aspectos de la gestión de los conflictos de interés potenciales o reales vinculados a las remuneraciones, incentivos y objetivos de ventas emitidas con ocasión de una serie de inspecciones realizadas, entre abril del 2012 y enero del 2013, a diversas Entidades Financieras y Firmas de Inversión (en adelante Entidades). Las inspecciones realizadas concluyeron con la adopción por la FSMA de las medidas siguientes: 85 recomendaciones para el reforzamiento del control interno de las Entidades, y 24 requerimientos para la adopción en un plazo fijado por la FSMA de acciones de rectificación concretas en supuestos de incumplimientos de las normas de conducta MiFID o defectos en la organización.

1. Identificación de los conflictos de interés.

La metodología para identificar los conflictos de interés es defectuosa en muchas entidades. La lista de potenciales conflictos de interés es de carácter general y suele consistir en recoger lo descrito en la legislación sin adecuarlos a sus propias actividades y organización interna. La identificación de posibles conflictos se resume a un ejercicio teórico sin traslado real a la entidad lo que impide que los empleados tomen conciencia de la necesidad de evitar los conflictos de interés.

Identificación de conflictos de interés vinculados a remuneraciones, incentivos y objetivos comerciales.

La **remuneración variable** de los empleados es relativamente baja, se sitúa en la mayoría de los casos dentro de una horquilla que oscila entre el 5% y el 20% del salario anual. Se calcula sobre la base del conjunto de actividades y no están ligadas a la realización de objetivos en el marco de la venta de productos de inversión específicos. Cada vez más se utilizan criterios cualitativos para su cálculo como, por ejemplo, el respeto a las normas de conducta MiFID en la venta de productos financieros.

La remuneración de agentes/representantes de la Entidad es generalmente variable siendo importante que sea tal que no incite a vender con preferencia unos determinados productos por los cuales el agente sea mejor remunerado. La FSMA constata que algunas entidades vinculan la remuneración al respeto a las normas de conducta MiFID. Los empleados de los agentes independientes tienen una remuneración determinada por éstos últimos. La FSMA solicita a las entidades que ejerzan un control adecuado sobre los agentes y vigilen el cumplimiento de las normas de conducta MiFID.

Numerosas entidades permiten **incentivos** para los empleados de sus departamentos comerciales si obtienen unos buenos resultados en sus campañas comerciales de venta de productos concretos. A pesar de su bajo valor pecuniario, constituyen un riesgo de conflicto de interés que el departamento de *compliance* debe vigilar para que no atenten a los intereses de los clientes. Si existe una relación de asesoramiento financiero o de gestión de carteras con el cliente, los incentivos establecidos para un producto o una categoría no son aceptables.

La FSMA admite que las entidades fijen unos **objetivos comerciales** para alcanzar una rentabilidad determinada pero, para evitar atentar contra los intereses de los clientes, es esencial formular los objetivos de manera que sea posible ofrecer a los clientes una gama de productos o servicios suficientemente amplia para responder a sus necesidades. Si existe relación de asesoramiento o gestión de carteras, los objetivos comerciales para un producto

o categoría no son aceptables.

El **departamento de compliance** no está implicado más que de forma limitada en la determinación de las remuneraciones variables, los incentivos y los objetivos comerciales, mientras que la FSMA considera muy importante que se implique en este proceso.

Identificación de conflictos de interés ligados a la selección, aprobación y comercialización de productos de inversión.

Numerosas entidades han establecido un procedimiento de aprobación del producto pero estos procedimientos son susceptibles de ser mejorados para una mejor protección del cliente. Para ello, la FSMA propone estos procesos contengan los elementos siguientes: designación de una persona (*gatekeeper*) que verifique si los intereses del cliente son respetados en la decisión de creación del producto y en sus condiciones, definición de la responsabilidad de todos los que intervengan en el procedimiento, fijación de criterios de selección del producto, evaluación del equilibro entre el interés del cliente y el de la entidad, obligación de conservación de documentación de las distintas etapas del proceso y la evaluación continua de los productos lo que incluye la decisión de cesar en la comercialización. En ocasiones, los comerciales proponen a sus clientes vender o salir de un producto para adquirir otro más novedoso y conseguir así objetivos comerciales con riesgo real de conflicto de interés. A este respecto, la FSMA ha requerido la elaboración de unas políticas y procedimientos operativos que incluyan el arbitraje entre productos.

2. Políticas y procedimientos en materia de conflictos de interés.

Las entidades de cierto tamaño tienen políticas en materia de conflictos de interés pero, en bastantes casos, no existe una adecuada adaptación a las actividades y organización de la entidad. El control de los conflictos de interés en el primer nivel, es decir en los departamentos operacionales y comerciales, es insuficiente porque estas políticas no se ponen en práctica en el funcionamiento diario. La FSMA considera que las entidades deben fijar claramente los límites dentro de los cuales pueden ser aceptados regalos de los clientes y el departamento de *compliance* debe vigilar activamente el cumplimiento de estos límites.

3. Formación de los empleados.

Los empleados deben conocer el concepto “conflicto de interés” como condición previa para poder proceder a su identificación y comunicación al departamento de *compliance*. A pesar de los esfuerzos de ciertas entidades, los colaboradores no disponen actualmente de conocimientos suficientes en el ámbito de los potenciales conflictos de interés. La FSMA insiste en que las entidades deben hacer un esfuerzo para aumentar la formación de los empleados.

4. Registro de conflictos de interés.

La mayoría de las entidades encuentran dificultades para diferencias entre el registro de conflictos de interés y la lista de potenciales conflictos de interés. La FSMA aclara que el primero recoge conflictos de interés constatados en la práctica, mientras la segunda es una evaluación teórica de los conflictos susceptibles de ocurrir.

5. Información a los clientes.

La FSMA constata que la información que se facilita sobre conflictos de interés es generalista y limitada

6. Auto evaluación y monitorización de la política y procedimientos.

La FSMA entiende que le corresponde al departamento de *compliance* el control de las normas sobre conflictos de interés en el segundo nivel (fuera de la actividad diaria o control de primer nivel). Además, debe vigilar el cumplimiento de las políticas y procedimientos sobre la materia y debe informar al Consejo de Administración y a los Directores.

Si usted quiere leer el documento completo de la FSMA, por favor, haga click en: http://www.fsma.be/~/media/Files/fsmafiles/mifid/fr/inspec/conflitsdinteret.ashx