



La CNMV denuncia publicidad “engañosa” en la venta de fondos

El supervisor de los mercados saca el hacha y acusa a las gestoras de dar información inexacta en la publicidad de sus páginas web. En un comunicado inédito, la CNMV no da nombres pero acusa al sector de prácticas inadecuadas. La supervisión preventiva ha sido un mantra para la presidenta de la CNMV, Elvira Rodríguez, desde que llegó al organismo supervisor. Fue en octubre de 2012 y tuvo que lidiar con el traspaso de dinero de los clásicos depósitos a los denominados fondos con rentabilidad objetivo, similares a los garantizados, pero sin la seguridad de estos.

La CNMV ha sacado ahora un comunicado en el que detecta “algunas prácticas que deben modificarse”. En definitiva, asegura que en numerosos casos no se cumple la normativa que dice que “la publicidad deberá ser clara, suficiente, objetiva y no engañosa”. Al mismo tiempo, la información publicitaria “deberá ser coherente con respecto a la información contenida o que deba figurar en el folleto”.

Los problemas detectados se basan en un análisis horizontal del sector en el que la CNMV ha realizado un análisis sobre el contenido y el formato de la información publicitaria que aparece en las páginas web, tanto de gestoras como de comercializadores. El supervisor ha efectuado el examen en los últimos meses.

Desde Inverco aseguran que les parece muy positivo que “la CNMV publique buenas prácticas en materia de publicidad, pues redundará en beneficio de los inversores, de todo el sector y mejora la seguridad jurídica”. “Por otra parte, del contenido de la comunicación, entendemos que las incidencias detectadas son aisladas y que gracias a la claridad con la que la CNMV ha redactado la comunicación, no se repetirán en el futuro”, agregan.

Estos son las siete prácticas que denuncia el supervisor de los fondos de inversión:

1. Publicitar una rentabilidad pasada, cuando la política de inversión ya ha cambiado.

La CNMV ha observado como algunas entidades financieras “incluyen datos de rentabilidades históricas obtenidas con anterioridad a un cambio sustancial de la política de inversión del fondo de inversión. Esta práctica no se considera adecuada, en tanto que se está informando de rentabilidades correspondientes a periodos de tiempo en el que la política de inversión difería de forma sustancial de la actual y, por tanto, puede inducir a confusión.

Por ejemplo, si un fondo obtuvo una rentabilidad media del 10% durante tres ejercicios en los que estuvo invertido mayoritariamente en renta variable, no tendría sentido que siguiera haciendo referencia a ese desempeño si ahora la cartera está sobre todo en renta fija, y es imposible que se alcancen esos retornos.

2. Datos sesgados de rentabilidad

Hay algunas gestoras que ofrecen información insuficiente, dado que únicamente difunden rentabilidades históricas correspondientes al último año, o al año en curso. De acuerdo con la normativa vigente, si se incluyen datos sobre rentabilidades históricas, “éstas se deben referir, como mínimo, a los cinco años inmediatamente anteriores o a todo el tiempo de vida de la IIC si esta es inferior a ese plazo y establece la obligatoriedad de que sean periodos completos de 12 meses”, explica el comunicado remitido por la CNMV.

Un potencial inversor puede recibir un mensaje demasiado alentador si se aprecia una rentabilidad del 8% en el año vigente, pero si supiera que ese mismo producto ha obtenido solo un 2% si se tiene en cuenta un periodo de 12 meses, se lo pensaría más al invertir en este vehículo.

Teniendo en cuenta lo anterior, cuando se difundan rentabilidades, como mínimo se dará información de la rentabilidad anual obtenida en cada uno de los cinco años naturales inmediatamente anteriores (o a todo el período de existencia de la IIC si es inferior a cinco años), siempre y cuando la IIC no haya modificado sustancialmente su política de inversión

3. Sumar rentabilidades de varios años

Otra práctica detectada por el organismo dirigido por Elvira Rodríguez es incluir en la publicidad datos sobre rentabilidades históricas acumuladas en periodos de más de un año. Es decir, cuando un producto afirma que ha obtenido un rendimiento acumulado del 145% en los últimos diez años.



"Esta información no se considera adecuada en tanto no cumple con lo establecido en el artículo 60.3 del Real Decreto 217/2008, que establece la obligatoriedad de que sean periodos completos de 12 meses, ni es coherente con la información contenida en el folleto ni en la información pública periódica regulados por la normativa de inversión colectiva", denuncia el artículo divulgado por la CNMV.

4. Mostrar las bondades sin explicar los riesgos

Publicitar un fondo de inversión hablando únicamente de la posibilidad de obtener grandes rentabilidades, sin explicar al potencial inversor que también está asumiendo importantes riesgos, es una práctica con la que también quiere acabar al CNMV.

"Hay Entidades que destacan los elementos positivos sin informar de los riesgos asociados a la inversión en el fondo". Esta información, tampoco puede considerarse conforme a la legislación vigente ya que las gestoras deberían indicar "los riesgos pertinentes, de manera imparcial y visible".

5. La rentabilidad con letra bien grande, y en rojo

El análisis llevado a cabo por el regulador de los mercados financieros ha detectado que hay gestoras que incluyen la rentabilidad como el elemento más destacado de la comunicación "en ocasiones, con un tamaño de letra más grande y en color rojo". El supervisor considera que inadecuada esta práctica ya que "los resultados históricos no pueden ser el elemento más destacado de la comunicación".

Hay muchos productos en los que esta recomendación es crucial, como en el caso de los fondos garantizados o los fondos de rentabilidad objetivo. Este tipo de vehículos obtiene sus rendimientos comprando una cartera de bonos de función como subyacente. Cuando la demanda sobre este tipo de activos aumenta y mejora su precio, el potencial de rentabilidad del fondo se agota por completo. Así, el buen resultado logrado durante los trimestres precedentes, lejos de sugerir que puede repetirse este mismo comportamiento, es el indicador evidente de que ya no logrará revalorizarse más.

6. Comentarios inapropiados

Algunas gestoras de fondos de inversión incluyen en sus web comentarios muy destacados que pueden considerarse "poco claros o engañosos", apunta el comunicado de la CNMV. Por ejemplo, comentarios que presuponen que invertir en determinados tipos de fondos no supone riesgo para el inversor, o que con determinados fondos se obtendrá una rentabilidad superior a la de otros productos financieros.

Estos contenidos no son adecuados, en tanto que no reflejan de manera cierta los riesgos que se asumen con la inversión en fondos de inversión y pueden inducir a confusión.

7. Simulaciones ficticias de rentabilidad

Otra mala praxis denunciada por el comunicado del supervisor financiero es la utilización de simuladores o vídeos que calculan una rentabilidad potencial que se obtendrá en el futuro, en base a la rentabilidad histórica obtenida por el fondo de inversión desde su constitución.

Si el principio máximo en la inversión en fondos es que rentabilidades pasadas no aseguran rentabilidades futuras, no se puede hacer creer al potencial inversor que el hecho de que un producto haya tenido un buen resultado en los últimos años garantiza que el próximo tendrá también un buen comportamiento.

Fuente: http://cincodias.com/cincodias/2015/11/10/mercados/1447154404_433341.html