

La formación en programas eficaces de «Compliance» evita que directivos y profesionales sean elementos de riesgos

TELEFÓNICA, IBERDROLA Y ABENGOA EXPONEN EN PÚBLICO SUS MEJORES PRÁCTICAS FORMATIVAS EN COMPLIANCE PARA SUS PLANTILLAS Y DIRECTIVOS



Plano general del evento organizado por ASCOM en el que participaron los responsables de cumplimiento normativo de grandes empresas españolas.

INICIOABOGADOS

Carlos Berbell | 10 Mayo, 2019

Evitar los cursos genéricos o diseñar formaciones que incluyan casos reales son algunos de los métodos que utilizan las grandes empresas para concienciar a sus empleados sobre cumplimiento normativo.

Preparar formaciones específicas en riesgos, presentar casos reales a los empleados o elaborar cursos entendibles alejados de la jerga jurídica son algunas de las claves para formar en compliance a las plantillas de compañías cotizadas.

Así lo han apuntado los responsables de cumplimiento normativo de empresas como Telefónica, Iberdrola, Abengoa, Makro o Bankia durante un evento celebrado ayer y organizado por la Asociación Española de Compliance (ASCOM) en el que se dieron a conocer los métodos que utilizan, a nivel interno, para formar a sus plantillas y directivos.

Durante el encuentro, que tuvo lugar en la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación de Madrid bajo el título 'La importancia de la formación interna en compliance', los ponentes participaron en dos mesas redondas en las que explicaron cómo se ejerce el cumplimiento normativo dentro de una gran organización y han expuesto los desafíos a los que se han enfrentado a la hora de aplicar estas políticas.

“El compliance en sí mismo no es una finalidad. No se trata de cumplir la ley por sí solo, sino de fomentar una cultura ética dentro de la compañía”, resaltó **Miguel Ángel Jiménez**, «Chief Compliance Officer» (jefe de cumplimiento normativo) de Abengoa.

Con él coincidió **Fernando Fraile**, director de Cumplimiento de Iberdrola España, que insistió en la necesidad de diseñar un programa formativo que anime a los empleados a contactar con el departamento de compliance cada vez que tengan una duda sobre corrupción, transparencia o protección de datos.

“Hay que tratar de hacer ver a la gente que, aunque se hagan las cosas bien, pueden cometerse delitos”, destacó

Para conseguir que el cumplimiento normativo permee en las plantillas, la concienciación es un elemento fundamental.

Así lo expuso **Lidón Safont**, Compliance Officer (responsable de cumplimiento normativo) en Telefónica España: “Yo puedo trasladarle al empleado todos los conocimientos técnicos, pero si no sabe para qué son y cuáles son sus consecuencias, no servirá de nada.

Al mismo tiempo comentó que “Si has sido capaz de concienciar de la importancia que tiene proteger la información de una compañía, quizá se le encienda la bombilla y pregunte en un determinado caso”, explicó

Con este objetivo, la operadora ha lanzado una campaña llamada #Reconecta con Compliance que, a través de unos vídeos de estilo sitcom en los que se implicaron los propios empleados, muestra la misión, visión y valores de la empresa por medio de una historia.

Todo con el propósito de que sean los propios trabajadores los que difundan las buenas prácticas entre sus compañeros.

“La fuerza de expansión que tiene que los propios empleados hagan de compliance influencers es mayor que una llamada del consejero delegado”, aseguró **Safont**.

Jiménez-Velasco añadió en que, a día de hoy, el diseño de un buen programa de formación en «compliance» también tiene que incluir una documentación del proceso interno para que, en caso de que sea necesario, “pueda servir como una evidencia que aportar ante un juzgado”; así como separar la función de compliance de la asesoría jurídica “para evitar conflictos de intereses cuando te pones delante del juez”.

Este procedimiento ya es una realidad en el sector de la banca, según **Juan Manuel Casco**, director corporativo de Cumplimiento Normativo de **Bankia**.

El responsable de cumplimiento normativo de la entidad financiera insistió en la importancia de documentar “cómo de bien ha actuado un empleado” cuando se recibe un requerimiento de un regulador como el Sepblac, la CNMV o la CNMC, para lo que es imprescindible “diseñar los planes de formación anuales en base a un modelo de riesgos”.

- **“El CEO tiene que ser el primero de la clase”**
- **Sello de calidad Madrid Excelente**

“El CEO tiene que ser el primero de la clase”

La jornada también fue la carta de presentación de un nuevo recurso de formación elaborado por ASCOM.

El responsable de Legal Compliance (cumplimiento normativo legal) en KPMG España y miembro de la junta Directiva de ASCOM, **Alain Casanovas**, presentó unos vídeos formativos dirigidos a directivos y empresarios que necesiten nociones de compliance.

Los vídeos, centrados en 12 temas como el soborno, las vulneraciones de la competencia o la confidencialidad, se pueden descargar de forma gratuita en la página web de la asociación.

Este afán divulgativo fue uno de los puntos en los que más han insistido los ponentes.

Según **Eduardo Pérez**, director de Asesoría Jurídica y Compliance de Makro, “los primeros que tienen que estar muy mentalizados de la obligación del cumplimiento son los altos directivos”.

“El CEO tiene que ser el primero de la clase. Si asiste a la formación y participa, esa cultura cala”, defendió

“La responsabilidad del departamento de compliance tiene que ser diaria, no consistir en marcar el tick de una formación anual”, sostuvo **Pablo Miranda**, Head of Compliance (jefe de cumplimiento normativo) de la sucursal española de ICBC Europe.

Para lograr la atención de un empleado que a menudo se siente “perseguido” por este tipo de formación, los ponentes han defendido diseñar programas amenos, con casos reales y con un lenguaje transparente y llano en el que no abunden los tecnicismos.

“Los departamentos de marketing pueden echarnos una mano en estrategias para hacer llegar el compliance a los **empleados**”, sugirió **Cristina Viñets**, **Chief Compliance Officer (jefa de cumplimiento normativo)** de Haya Real Estate.

Viñets abogó por formar de forma más específica a trabajadores que están ejerciendo funciones de control, reclutamiento o venta de productos financieros.

En el caso de las pymes, es mejor optar por poca formación que “mucha y mal”, según recordó la Responsable Académica del Instituto de Estudios de Compliance, **(IECOM) Esperanza Hernández**, que insistió en no olvidar que la formación “es un arma de doble filo que **puede acabar resultando contraproducente**” **si no se diseña bien**.

Sello de calidad Madrid Excelente

El encuentro fue clausurado por **Sylvia Enseñat**, presidenta de ASCOM, y por la directora general de Madrid Excelente, Junto a la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM) y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), este ente ha colaborado en la organización de las jornadas con el objetivo de divulgar entre las pymes que “el compliance no sólo evita riesgos y genera seguridad jurídica, sino que también mejora las empresas y el clima de trabajo”.

A raíz de un convenio firmado entre ASCOM y la Madrid Excelente el pasado año, la fundación ha incluido el cumplimiento normativo como factor de concesión de su sello de calidad.

De esta manera, según la institución, las pequeñas y medianas empresas podrán ser más competitivas, detectar duplicidades e incoherencias y mejorar su comunicación interna.

Las jornadas de este jueves han tenido lugar en el marco del quinto aniversario de ASCOM, la primera asociación de cumplimiento normativo de España.

La organización nació en mayo de 2014 con el objetivo de profesionalizar la función de compliance.

A lo largo de estos años, **ASCOM se ha convertido en punto de encuentro** de los profesionales en este campo y en canal de interlocución con las distintas instituciones nacionales y europeas.

<https://confilegal.com/20190510-la-formacion-en-programas-eficaces-de-compliance-evita-que-directivos-y-profesionales-sean-elementos-de-riesgos/>