

Economía bloqueará la publicidad masiva de los bancos por carta y mail

Los anuncios que incluyan recomendaciones serán considerados asesoramiento

Se abre la puerta a que las llamadas de comerciales estén afectadas

P. M. SIMÓN
MADRID

Los envíos de publicidad con recomendaciones a los clientes de banca a través del correo electrónico, de las cartas clásicas o de llamadas telefónicas se frenarán una vez que entre en vigor en España la directiva europea Mifid 2 para que los mercados funcionen mejor a partir de 2018.

El borrador de la reforma de la Ley del Mercado de Valores, sometido a consulta pública hasta el 18 de septiembre, incluye una novedad de amplio alcance para la banca.

En el texto, que todavía puede ser retocado antes de su aprobación, se ha eliminado una parte clave: "No se considerará que constituyan asesoramiento [...] las recomendaciones de carácter genérico y no personalizadas que se puedan realizar en el ámbito de la comercialización de valores e instrumentos financieros. Dichas recomendaciones tendrán el valor de comunicaciones de carácter comercial".

El borrado de esa aclaración abre la caja de los truenos en el sector financiero, pues la publicidad que envían a sus clientes es susceptible de ser considerada asesoramiento. Esto abre la puerta a que los bancos tengan que hacerles un test de idoneidad para comprobar que la recomendación es adecuada para esa persona.

Una parte de las entidades financieras utiliza desde hace años las comunicaciones comerciales en cualquiera de sus formatos para señalar con el dedo productos financieros como fondos de inversión que son, a su juicio, muy interesantes para los clientes a quienes se dirigen. Y así se lo hacen saber a través de comunicaciones específicas.

Todavía queda por desarrollar una avalancha normativa sobre esta cuestión,

pero el primer paso ya se ha dado, al eliminar el mencionado enunciado que, hasta ahora, daba carta blanca a las comunicaciones comerciales de carácter genérico.

El reglamento europeo aprobado en marzo sobre este tema va más allá, al señalar que "la información [dirigida] al público en general no debe considerarse asesoramiento en materia de inversión". Es decir, los anuncios en medios de comunicación o en los escaparates de los propios bancos quedan fuera de ese ámbito.

Pero en el mismo considerando la Unión Europea añade que otras comunicaciones dirigidas a clientes en concreto pueden considerarse asesoramiento. "En vista del creciente número de intermediarios que ofrecen recomendaciones personalizadas mediante el uso de canales de distribución, procede aclarar que una recomendación emitida, incluso de manera exclusiva, a través de un canal de distribución, como internet, podría considerarse una recomendación personalizada".

Es más, en el texto europeo, que es de aplicación directa en todos los países de la UE, se añade que la antea sala previa a la prestación de un servicio de inversión, incluyendo "la prestación de asesoramiento genérico por parte de una empresa de servicios de inversión a los clientes o posibles clientes" será considerada asesoramiento.

Así, desde el Consejo General de Economistas ya celebran el cambio. "Entendemos (...) que todas las comunicaciones a clientes que incluyan recomendaciones genéricas se consideran asesoramiento en materia de inversión", explican en un documento. "Desde el punto de vista de la protección del inversor, es positivo, ya que no existirá confusión entre comercialización y asesora-



Luis de Guindos, ministro de Economía. REUTERS

La posibilidad de que las entidades tengan que hacer test de idoneidad antes de mandar publicidad con consejos está encima de la mesa

amiento", sentencia la institución.

Algunos de los asteriscos de la Unión Europea sobre el concepto de asesoramiento son, sin embargo, bastante sinuosos. Así, el reglamento reconoce que el asesoramiento genérico de tú a tú no exigirá cumplimiento de un test de idoneidad.

Pero después añade que, si se "presenta como conveniente para ese cliente (...), y ese asesoramiento no es en realidad conveniente para el cliente o no se basa en una consideración de sus circunstancias, es probable que la empresa (...) esté contraviniendo el mandato de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad, en el mejor interés de sus clientes". El banco o la empresa de servicios de inver-

sión incumpliría además la obligación de ser "imparcial, clara y no engañosa". Fuentes jurídicas señalan que en última instancia será la CNMV la que tendrá que lidiar con este problema.

En España, el servicio de asesoramiento está muy pocas veces vinculado al pago explícito de comisiones por su prestación. Fuentes financieras señalan que el 95% de los ingresos por asesoramiento son vía incentivos.

En los fondos de inversión, por ejemplo, son los porcentajes que se queda el distribuidor de las comisiones de gestión de las carteras. Entre enero y junio, las gestoras entregaron 738 millones a sus distribuidores de los 1.189 que ingresaron como comisiones de gestión. Es decir, el 62% del total.

Un posible aplazamiento de los puntos clave

La normativa que traspone Mifid 2 todavía está en periodo de tramitación. La reforma de la Ley del Mercado de Valores es básica; también, el reglamento que ha sido sometido a consulta. Pero se esperan siete decretos-leyes adicionales para que la directiva esté completamente adaptada.

► El plazo límite para la entrada en vigor de la normativa es el 3 de enero de 2018, pero el periodo para su transposición finalizó el 3 de julio. Y aún no hay nada aprobado. El sector financiero -bancos y fondos de inversión- ha solicitado al Ministerio de Economía que les dé un periodo adicional de seis meses para adaptarse a los cambios.

► El ministerio que dirige Luis de Guindos baraja esta posibilidad, como publicó CincoDías el 4 de octubre. Si las restricciones en el cobro de incentivos se mantienen en el texto final, las entidades tendrán que ofrecer asesoramiento de calidad para el gran público u ofertar una gama variada de productos de terceros. El cambio respecto a la directiva original aprobada en 2014 es sustancial.