



Barcelona, 14 de noviembre de 2014



**Transformacions estratègiques per a l'economia catalana**

**SESSION: FINANÇANT ELS CANVIS EN EL MODEL ECONÒMIC: REFORMES PENDENTS EN EL SECTOR FINANCER**

# **Distribució i assessorament financer: recuperant la reputació de les entitats i la confiança**

Prof. Dr. Fernando Zunzunegui  
Universidad Carlos III

# Temas a tratar

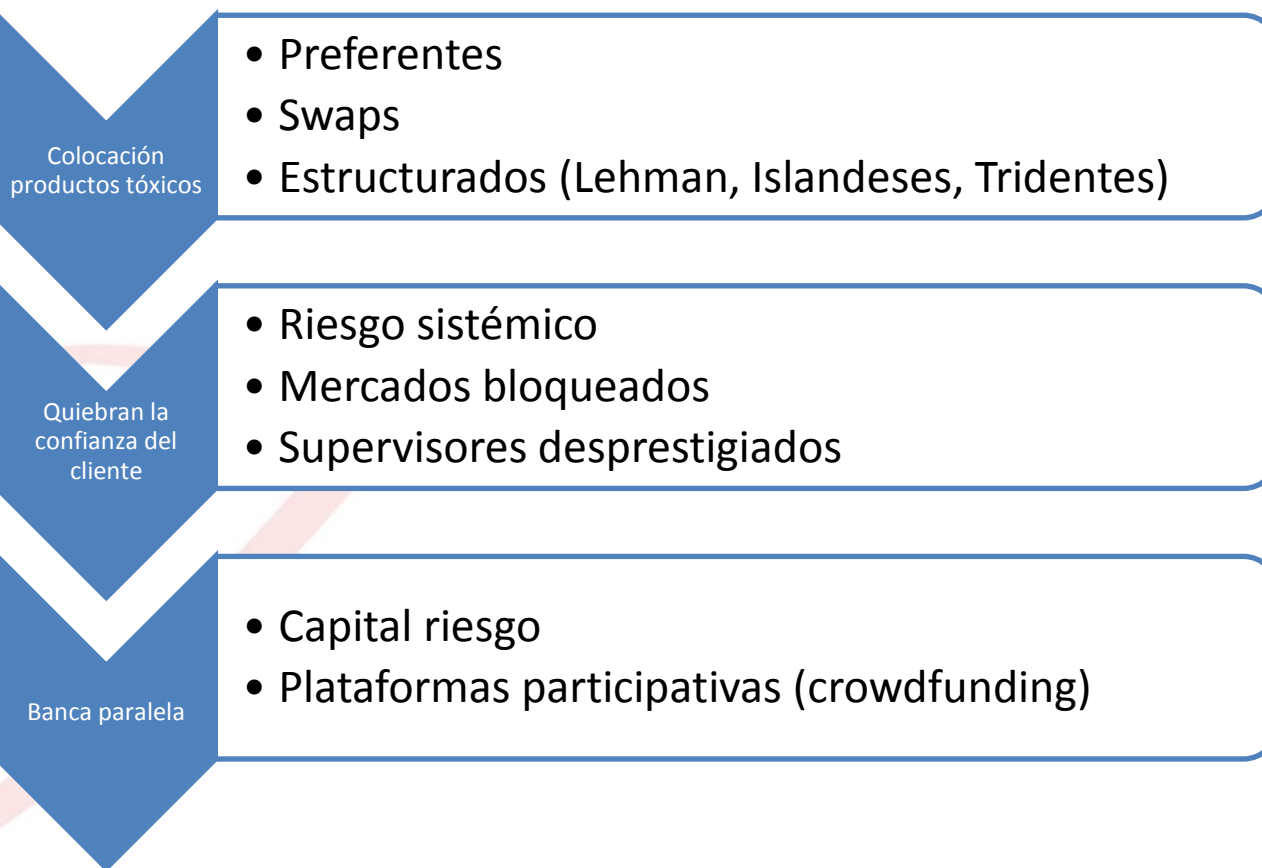
Distribució i assessorament financer: recuperant la reputació de les entitats i la confiança



ZUNZUNEGUI ABOGADOS  
SECURITIES LAWYERS

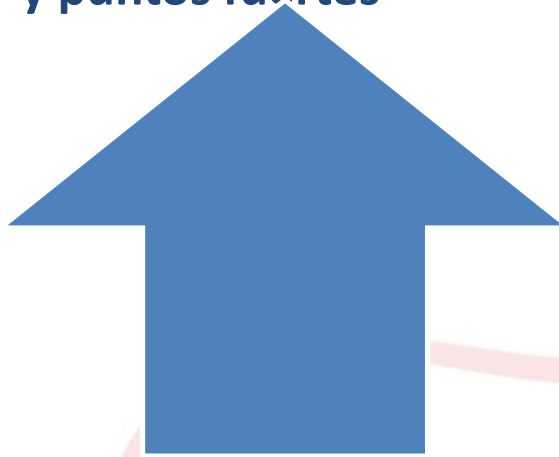
- 1) ¿Dónde estamos?
- 2) ¿Podemos seguir así?
- 3) ¿Cómo realizar el cambio?
- 4) ¿Cuál es el futuro?
- 5) Reflexión final

# 1) ¿Dónde estamos?



# 1) ¿Dónde estamos?

La distribución financiera en España, sus debilidades y puntos fuertes



Relación personalizada  
Amplias redes de sucursales  
Se mantiene cierta confianza en las entidades  
Buenos desarrollos tecnológicos



Oferta inadecuada de productos propios, de campaña  
Anteponiendo el interés propio al del cliente  
Con retrocesiones y otros incentivos  
Con un asesoramiento financiero independiente poco desarrollado  
Con asimetría banca-cliente, pero también banca-supervisor

# 2) ¿Podemos seguir así?

La necesidad de recuperar la reputación y la confianza

## Reputación bancaria

Mejor gestión de conflictos de interés

Con transparencia de los costes

Llegando a acuerdos con los clientes perjudicados por las malas prácticas

Desarrollando sistemas alternativos de resolución de conflictos

## Confianza del cliente

Mejorando la transparencia

Con avisos de riesgos versus Disclaimers

Adecuado la oferta al perfil del cliente

Ofreciendo un asesoramiento idóneo

## 2) ¿Podemos seguir así?

¿Se pueden evitar nuevos problemas en la contratación y distribución financiera?

Libertad

Hay que preservar la innovación financiera

- Encauzando la ingeniería financiera
- Distinguiendo entre cobertura y especulación
- Descartando las apuestas especulativas en las ofertas a minoristas
- Con una gestión racional del riesgo

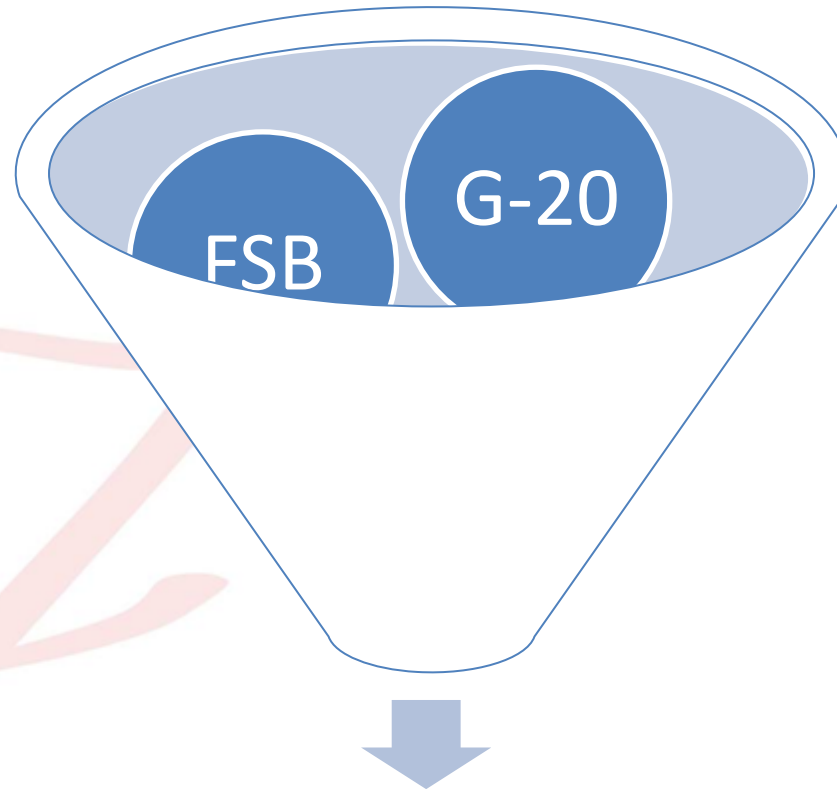
Seguridad

Con una nueva conducta que afecte a toda la cadena:

- Fabricante
- Distribuidor
- Asesor/Gestor
- Intermediario
- Custodio

De vender productos a prestar servicios de inversión en interés del cliente

# 3) ¿Cómo realizar el cambio?



Cambio cultural

# 3) ¿Cómo realizar el cambio?



ZUNZUNEGUI ABOGADOS  
SECURITIES LAWYERS





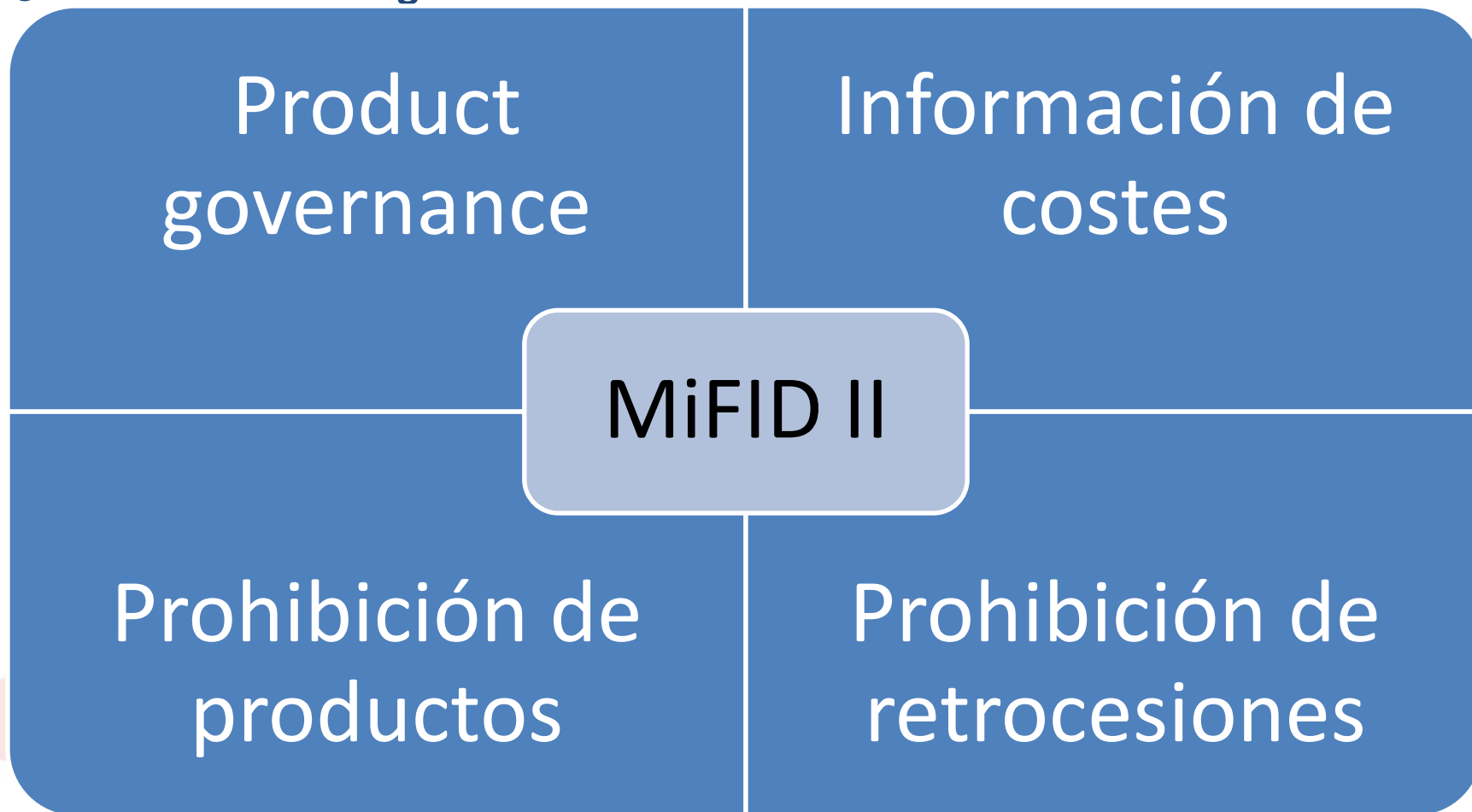
# 3) ¿Cómo realizar el cambio?



ZUNZUNEGUI ABOGADOS  
SECURITIES LAWYERS

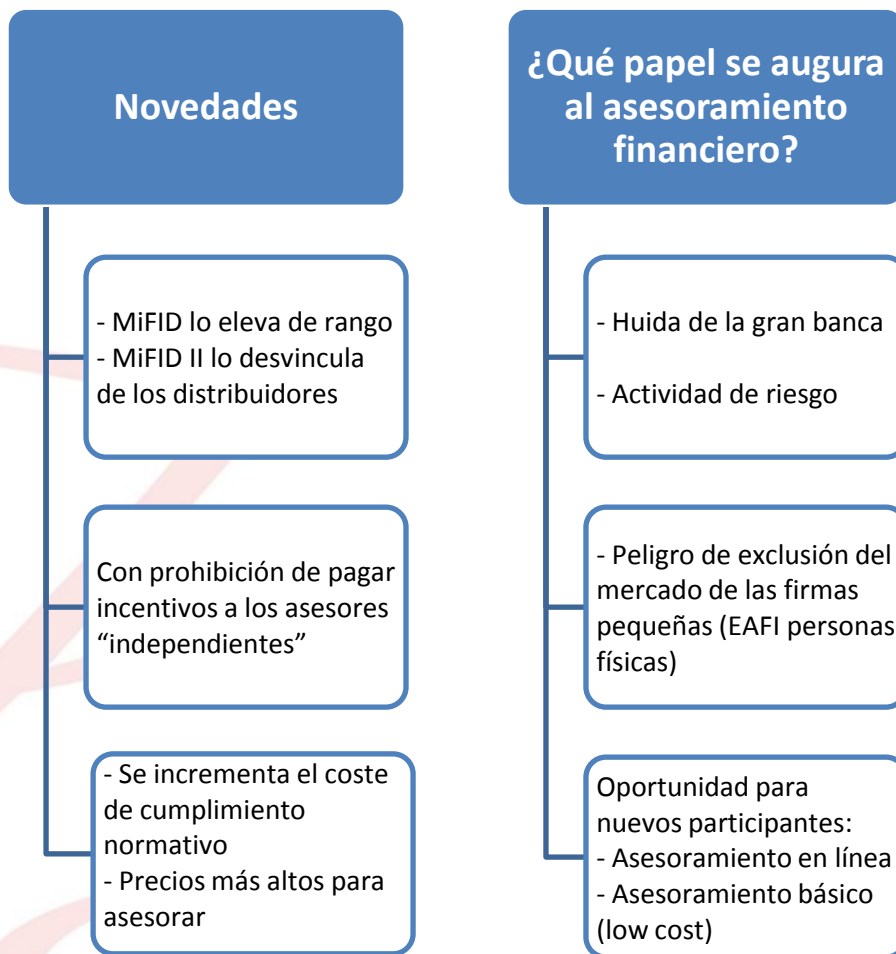
Normas europeas recientemente aprobadas. ¿Son suficientes?

¿Se necesita autorregulación del sector?



# 4) ¿Cuál es el futuro?

¿Qué papel se augura al asesoramiento financiero?



## 4) ¿Cuál es el futuro?

¿Cómo garantizar el acceso a un asesoramiento financiero de calidad?

- Elevar la cualificación: con certificaciones profesionales complementarias a las titulaciones universitarias
- Identificar la profesión, como una profesión autónoma
- Darla a conocer, con campañas institucionales
- Diferenciar al asesor del agente comercial
- Preservar las buenas prácticas con un código ético
- Construir una nueva relación cliente-asesor financiero

# 4) ¿Cuál es el futuro?

¿Vamos a seguir en un sector tan bancarizado como hasta ahora?

- Con la crisis ha aumentado la concentración bancaria
- Deberá traducir el marco legal a las prácticas operativas
- Con revisión del papel de la sucursal en la distribución financiera
- Con nuevos modelos de gestión a distancia interactivos
- Elevando la calidad del servicio ofrecido al cliente
- Actualizando la metodología sobre perfilación del cliente atendiendo a las características psicológicas del cliente (Behavioral finance )

# 5) Reflexión final

- Estamos ante un cambio radical en el diseño y distribución de productos financieros
- Los problemas no pueden resolverse solo con mayor transparencia, es necesario adecuar la oferta a las necesidades de los clientes.
- Con MiFID II se pasa de la orientación de mercado (transparencia) al enfoque paternalista (*product intervention*)
- La habilidad del cliente inversor de comprender y usar la información ha sido puesta en cuestión por los sesgos cognitivos (*Behavioral finance*)
- Caso Lehman: se colocaron productos estructurados entre clientes minoristas sin aclarar quien era el emisor y la existencia de retrocesiones
  - ¿Habría bastado con informar al cliente de quien era el emisor y de las retrocesiones?
  - ¿Habrían dejado los clientes de adquirir el producto al recibir esa información?
  - ¿Es necesario limitar la distribución de productos complejos de alto riesgo entre minoristas? ¿Hay que proteger a los clientes contra si mismos?

# 5) Reflexión final

- La recuperación de la confianza depende
  - del restablecimiento de la relación de clientela
  - con una correcta prestación de servicios
  - basada en una adecuada perfilación del cliente
  - que permita ofrecerle los productos más convenientes
- Un asesoría de calidad es esencial para recuperar la confianza
- La prohibición de la distribución de producto es una medida de cierre que es mejor no utilizar: limita la capacidad de elección
- ¿Por qué no condicionar la oferta de productos complejos y de riesgo al previo asesoramiento independiente?
- Estas medidas deberían completarse con más y mejor educación financiera



Barcelona, 14 de novembre de 2014

Transformacions estratègiques per a l'economia catalana

# Muchas gracias por su atención

SESSION: FINANÇANT ELS CANVIS EN EL MODEL ECONÒMIC: REFORMES PENDENTS EN EL SECTOR FINANCER

Distribució i assessorament financer: recuperant la reputació de les entitats i la confiança

Prof. Dr. Fernando Zunzunegui,  
Universidad Carlos III