



Las principales entidades no incorporan referencias directas a la sostenibilidad en sus test de idoneidad

FUENTE: LEGALTODAY.COM

Cuatro meses después de la entrada en vigor de la reforma de la Directiva sobre Mercados de Instrumentos Financieros (MiFIDII), ASUFIN y WWF España presentan el primer estudio en formato mystery shopping que analiza el cumplimiento de las preferencias de sostenibilidad del inversor minorista y revela las lagunas existentes. Entre ellas, sólo una entidad de las 12 analizadas, que suponen el 82,5% de la cuota de mercado de fondos de inversión en nuestro país, incluye en su test de idoneidad referencias directas a la sostenibilidad. Es el caso de BBVA, frente a sus homólogas como CaixaBank, Santander, Ibercaja, Kutxabank, Sabadell, Bankinter, Caja Rural, Mutuactivos, Unicaja Banco, Bestinver y Renta4 Banco.

Superado el test, y a la hora de ofrecer alternativas en base a las preferencias del inversor, en el 25% de los casos analizados no se ofrecen productos adecuados sostenibles, porcentaje que se reduce al 8% en el canal online, en la medida en que prima la autocontratación.

Cuando el inversor minorista pasa a la fase de contratación, y pese a que en todas las entrevistas se ha señalado la preferencia por la sostenibilidad, en el 70% de los casos analizados no se destaca la existencia de una opción claramente 'verde'.

Además de la colocación de productos, es importante que el asesor informe adecuadamente al cliente: explicar en qué consisten estos productos, cuál es su política de inversión y en qué se diferencia con respecto a otros similares, pero no sostenibles. En ese sentido, en apenas un 38% de los casos se ha ofrecido información clara y suficiente sobre qué es una inversión sostenible. El proceso es distinto cuando se contrata online, en la medida en que se plantean distintos canales, como chats online y correos electrónicos, a través de los que los gestores más especializados proveen al cliente de información en el 83% de los casos.

Durante la realización del mystery, y para ir más allá en el análisis, se ha forzado la petición de una gama de productos sostenibles para poder elegir. Sólo en el 11% de los casos, el producto sostenible se ha presentado en primer lugar, frente al 44% que nos lo presentan en tercer lugar, el 24%, en cuarto lugar y el 21%, en segundo lugar.

Productos concretos

El estudio incorpora un análisis detallado de cinco de los productos presentados durante la realización del mismo, de los que cuatro de ellos han sido encuadrados en el artículo 8, y sólo uno, el Mutuafondo Impacto Social, en la categoría de artículo 9, que son los que persiguen objetivos explícitos de sostenibilidad. Ello se debe a que en el mercado español hay pocos fondos sostenibles por este criterio, que es más exigente.

Las comisiones de todos ellos se sitúan en la media de su categoría y son más económicas en términos de gestión y depositaría. Y con relación a las rentabilidades a medio plazo, aunque resulta complicado averiguar la evolución de los mismos, la media muestra mejores resultados, aunque solo uno lo hace de forma destacada, Bankinter Sostenibilidad, que con su 5,18% anualizado supera ampliamente la media del 2,65% de su categoría.

Este estudio forma parte de la colaboración entre ASUFIN y WWF para dar impulso a las finanzas verdes. Esta iniciativa complementa la petición de recomendaciones a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) para mejorar la contratación de la inversión sostenible del cliente minorista en nuestro país. En una carta remitida al ente regulador, exponen que las orientaciones que da la Autoridad Europea de Valores y Mercado (ESMA) sobre la reforma de la MiFID II relativa al test de idoneidad sobre sostenibilidad son demasiado generales para entender cómo distinguir correctamente las preferencias del inversor.

Ambas organizaciones han instado al regulador a elaborar una guía técnica y un cuestionario modelo detallado para ofrecer una orientación más precisa a los asesores financieros, con el fin de que estos puedan integrar las preferencias de sostenibilidad de los clientes y reducir los riesgos de responsabilidades. Con esta guía se conseguiría un doble objetivo: incrementar la transparencia y ayudar a las entidades a entender lo que la CNMV considera adecuado para un correcto cumplimiento de la normativa.

Patricia Suárez, presidenta de ASUFIN, declara que: “La demanda de inversión sostenible es creciente y tiene que encontrar una respuesta en las entidades financieras, que deben adaptarse a estas exigencias. Los datos recogidos hasta el momento demuestran que éstas tienen que ampliar su cartera de productos, así como dotar de mayor especialización sus cuadros de asesores”.

Juan Carlos del Olmo, secretario general de WWF, declara que: “A pesar de que los clientes minoristas manifiestan sus preferencias por inversión sostenible, las entidades financieras siguen tentadas a ofrecer prioritariamente otros productos. Por eso es de allí que sea tan importante la educación financiera de los clientes. Asimismo, es fundamental que los reguladores y supervisores establezcan parámetros que permitan asegurar que los asesores financieros preguntan adecuadamente a los clientes minoristas sobre sus preferencias y que velen porque todo lo que se comercializa como producto de inversión sostenible realmente lo sea”.

Fuente: LEGALTODAY.COM