

Un código de banderas de colores alertará a los consumidores sobre el riesgo

Escrito por ADICAECentrales - 30/06/2014 10:41

La CNMV prepara un nuevo código de banderas de colores para clasificar el riesgo en los productos financieros, una medida similar a la que planteó la Defensora del Pueblo en 2012 con su semáforo de riesgo. Estas iniciativas no suponen un freno a la comercialización de productos de riesgo entre ahorradores.

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) prepara un nuevo sistema para clasificar el riesgo de los productos financieros basado en banderas de colores similar al de la energía en los electrodomésticos. Esta medida es una adaptación de la que propuso la Defensora del Pueblo, María Luisa Cava de Llano, en 2012, en donde pidió a la CNMV y al Banco de España que aplicaran un sistema como, por ejemplo, un código de colores como los semáforos. Es una medida insuficiente puesto que no impide a las entidades la comercialización de productos de riesgo entre la gran mayoría de los consumidores en vez de limitarlos a inversores cualificados.

El sistema de banderas genera una serie de preguntas: ¿dónde se van a colocar? ¿qué tamaño van a tener? ¿se explicará el significado de dichas banderas? Etc. Para que la medida tuviera cierta efectividad, habría que colocar las banderas de aviso en todos los soportes: publicidades, folletos, emisiones, contratos... Además, estas banderas no deben sustituir a la información veraz que se debe suministrar al cliente, que debe ser completa y avisar del riesgo del producto. Estas medidas de prevención caen en saco roto si no se asegura que se ofrecen los productos adecuados a los clientes aptos. Es decir, que si un consumidor sólo ha contratado depósitos y ha comunicado a los comerciales que sólo quiere contratar depósitos, el banco no debería ofrecerle productos de riesgo como las preferentes.

Esta medida de la CNMV no impide que las entidades financieras comercialicen estos productos financieros de riesgo entre la mayoría de los consumidores y, además, esta iniciativa podría volverse contra el consumidor en caso de reclamación o denuncia, ya que el regulador o juez podría considerar que el código de color es bastante claro en cuanto al nivel del riesgo y entender que si el cliente ha contratado uno de estos productos era porque comprendía este peligro. Ésto se evitaría si se cumplieran las medidas legales que deberían impedir la comercialización de estos productos tóxicos entre los ahorradores que solo buscan productos seguros y que quienes perpetraron fraudes al ahorro, como el de las preferentes, paguen y devuelvan los ahorros 'secuestrados'.

Más información aquí: <http://laeconomiadelosconsumidores.adicae.net/index.php?articulo=2287>

=====