



De izquierda a derecha: Santiago Satrustegui, moderador, Ana Fernández Sánchez de la Morena, socia directora de AFS Finance Advisors, Félix González, socio-director general de Capitalia Familiar EAFI, Carlos Farrás, socio director de DPM Finanzas EAFI y Javier Kessler, EAFI-Partner de Kessler & Casadevall AF

HACIA UN MODELO MÁS DESARROLLADO

EL BUEN ASESORAMIENTO FINANCIERO TIENE UN PRECIO

Los expertos recuerdan que los consejos que se reciben en las sucursales bancarias no son gratuitos.

O.T.

El ahorrador español no está dispuesto a pagar por el asesoramiento financiero. Es uno de los grandes mitos de nuestro mercado, junto a su perfil conservador. Con todo, un grupo de expertos reunidos en el Foro de Asesores Financieros advirtió a los inversores de que, en realidad, ya están pagando por el asesoramiento que recibe en las sucursales bancarias y, la mayoría de las veces, de forma inconsciente.

«En ocasiones, el cliente sospecha que el banco le cobra, pero no conoce el coste real», indicó Félix González, socio-director general de Capitalia Familiar EAFI. Por ello, en AFS Finance Advisors suelen realizar un análisis del coste del asesoramiento bancario tradicional que sufren los ahorradores que acuden a ellos. «Es entonces cuando el cliente se percató de lo que realmente paga por ese asesoramiento», aseguró Ana Fernández Sánchez de la

Morena, socia directora de AFS Finance Advisors EAFI. En ese análisis se incluyen diversas comisiones de productos y otros costes, que no se relacionan con el ejercicio del asesoramiento.

MÁS CULTURA FINANCIERA

Es una de las soluciones que aportaron estos expertos a los problemas de algunas EAFI's. Así lo asegura Javier Kessler Sáiz, de Kessler & Casadevall AF: «Tenemos por delante una intensa labor de pedagogía. Estamos en un proceso de transición en el que la industria está cambiando. Por tanto, la demanda también tiene que cambiar». Además, en el panel se trató también el asunto de las retrocesiones (los incentivos que algunas EAFI's cobran de algunas gestoras) y se llegó a una conclusión muy clara, puesta de manifiesto por Carlos Farrás, de DPM Finanzas: «Es importante que las empresas de asesoramiento financiero sean transparentes para alcanzar la independencia que exige el cliente». Por último, Santiago Satrustegui, vicepresidente de EFPA España, cerró el panel con los tres pilares en los que se debe sustentar el asesoramiento financiero: cualificación de los asesores, alineamiento de intereses asesor-cliente y conocimiento del coste por parte del cliente. ■

LA OPINIÓN DE LOS PONENTES



Félix González, Capitalia Familiar EAFI

«Creemos que el cliente no tiene problema en pagar por el asesoramiento, pero actualmente no es consciente de su coste»



Carlos Farrás, DPM Finanzas

«Es importante que las empresas de asesoramiento financiero sean transparentes para alcanzar la independencia que exige el cliente»



Javier Kessler, Kessler & Casadevall AF

«Tenemos por delante una intensa labor de pedagogía. La industria está cambiando y la demanda tiene que cambiar»



Ana Fernández, AFS Finance Advisors

«Es necesario educar al cliente para que sepa lo que está pagando actualmente por el asesoramiento que recibe»