

¿Por qué se pueden vender las preferentes como si fueran depósitos?



La colocación masiva de preferentes por parte de bancos y cajas entre sus clientes particulares sigue en pleno apogeo pese a todas las críticas y advertencias de las autoridades. [Santander rizó ayer el rizo](#) con una emisión de 2.000 millones que ofrece los intereses más bajos de todas las lanzadas hasta la fecha, lo que le valió una advertencia de la CNMV. La CAM anunció otra de 850 millones con un tipo de interés notablemente superior y Caja Duero lanzó 200 millones en deuda subordinada (un producto parecido). Y no hay que olvidar que la semana pasada se cerró la mayor colocación de preferentes de la historia, la de Caja Madrid, de 3.000 millones de euros.

¿A qué obedece este éxito? ¿Por qué se sigue colocando con tanta facilidad un producto de tanto riesgo y tan poco adecuado para el pequeño ahorrador, y que además se vende a un precio mucho más caro que el de mercado? Un producto que, no hay que olvidar, interesa mucho más a la entidad -refuerza sus ratios de solvencia- que al cliente. Porque no será por falta de alertas en los medios de comunicación -[El Confidencial fue el primero](#) que avisó de esta práctica y luego se han sumado en mayor o menor medida el resto de los principales medios económicos- o hasta de la propia CNMV, que ha [avisado al público](#) y [a las propias entidades](#) acerca de estos productos, y ha incluido advertencias sobre sus riesgos y su valoración en los casos de BBVA (más suave) y de Banesto y Santander (más dura).

La explicación, según distintas fuentes del sector, reside en parte en la bajísima cultura financiera que sigue padeciendo este país pese a los esfuerzos de distintas instituciones y de los medios; no hay que olvidar que la economía y las finanzas personales siguen fuera de los currículos escolares. Pero la causa más grave está en la adaptación torticera que se ha hecho en España de la directiva europea MiFID -que rige los servicios de inversión-, que da carta blanca a bancos y cajas para hacer de su capa un sayo y prolongar las prácticas de toda la vida, por muy cuestionables que éstas sean.

La famosa MiFID establece que la prestación de servicios de inversión tiene que estar sometida a unas estrictas normas de conducta encaminadas a prestar el mejor servicio a los clientes, lo que se concreta en unas enormes exigencias de información de los productos que se colocan y en la realización de unos tests de idoneidad o conveniencia previos a la prestación de cualquier servicio para asegurarse de que lo que se coloca es lo mejor para cada cliente. Pero esta directiva, inspirada claramente en el modelo británico, no tenía en cuenta el concepto de banco universal que rige en España, donde se vende de todo, desde una hipoteca o un depósito hasta un coche en *renting* pasando por planes de pensiones, fondos de inversión, cacerolas o... preferentes.

El coladero de la "comercialización"

Y ahí es donde bancos y cajas vieron el cielo abierto para 'colar' una nueva figura en la trasposición de la MiFID al ordenamiento español: la "comercialización". Es decir, la pura venta de un producto a un cliente sin prestarle ningún tipo de asesoramiento al respecto ni sin importar si el producto es adecuado o interesante para cada cliente en cuestión. Esto, que a simple vista debería estar mucho más protegido por la evidente indefensión del cliente ante la entidad, precisamente se quedó fuera de las exigencias de la directiva: ni información exhaustiva, ni test de idoneidad, ni de conveniencia, ni nada de nada.

Este coladero es el que deja que la banca española continúe funcionando a base de "campañas": en otoño 'tocaba' colocar masivamente depósitos por la necesidad de liquidez, luego planes de pensiones, ahora preferentes... Y es lo que ahora está permitiendo que bancos y cajas coloquen las preferentes como churros con la mínima información posible, e incluso muchas veces con información directamente falsa.

Es muy frecuente que las entidades digan a sus clientes que "esto es igual que un depósito pero más rentable", que les aseguren que tiene garantía absoluta -"hombre, si quiebra el banco no, pero en ese caso te da igual lo que tengas, porque lo perderás todo"- y que no se diga ni una palabra de que son perpetuas, que pueden perder, que pueden dejar de pagar intereses, que son las últimas en cobrar en caso de quiebra o que no están cubiertas por el Fondo de Garantía de Depósitos (pueden leer [aquí](#) todo lo que debe saber antes de comprar preferentes). Incluso alguna caja ha llegado decir a sus clientes que con las preferentes se convertirán en "accionistas" de la entidad.

La CNMV ha intentado paliar en la medida de lo posible esta laguna y obliga a las entidades a unas mínimas prácticas. El principal es que el cliente debe firmar el tríptico informativo de la emisión de preferentes, que es una especie de resumen del folleto donde aparece la advertencia del supervisor cuando la hay y hasta ocho riesgos distintos del producto. Pero, desgraciadamente, lo habitual es que el cliente no se lo lea entero antes de firmar o que, si lo hace, no lo entienda. Y que acabe confiando en lo que le cuenta el director de su sucursal.