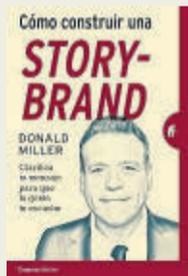


Libros para estar al día

● Propuestas con las últimas tendencias en finanzas, economía y tecnología.



Cómo construir una Storybrand

Autor: Donald Miller
Editorial: Empresa Activa
El autor utiliza los siete elementos necesarios que toda historia conmovedora debería tener para enseñar a los lectores a mejorar dramáticamente, y de

esta manera, conectar con sus clientes para hacer crecer su negocio. El proceso de construcción de una Storybrand es una solución probada para contar mejor a tus clientes y consumidores cuál es el valor diferencial que ofreces y por qué deben elegirse a ti.

10,5%

Avalis de Catalunya

Avalis de Catalunya emitió 1.269 avales durante los nueve primeros meses del año por valor de más de 98 millones, un 10,5% más que en el mismo periodo de 2017.

Financiero

Momento de apostar por el asesoramiento



ANDREA CARRERAS-CANDI
Directora de EFPA España

Hace escasas semanas, el Gobierno daba luz verde a la transposición de la directiva europea MiFID II, a través de un Real Decreto, un paso más para la puesta en marcha definitiva de una regulación diseñada para avanzar hacia la protección al cliente y abogar por la máxima transparencia en el sector.

A los profesionales de la industria, los que nos dedicamos a asesorar a terceros, todos estos cambios nos afectan de lleno, pero creo que el conjunto de la profesión ya ha tomado conciencia de la verdadera importancia de este cambio normativo, que nos permitirá alcanzar los mejores estándares internacionales. Sin duda, estamos ante la mejor oportunidad para dar valor a la profesión de asesoramiento y mejorar todos los procedimientos en la relación con el cliente.

Por todo esto, creo que estamos en el momento justo para elevar la calidad de la profesión, abogando por desarrollar las mejores prácticas. Pero es que el propio profesional deber ser el primero que dé valor a su trabajo y transmitírselo así al cliente. Ya saben. La mujer del César tiene que ser honesta y además parecerlo. La responsabilidad de este cambio de paradigma es muy grande y aquí la apuesta por la formación adquiere un papel vital.

Cuando nos sentamos delante de un cliente, debemos detallarle todo el abanico de inversiones al que puede acceder, con sus pros y sus contras. Al final y a cabo, existe una regla básica para el ahorrador para evitar caer en los errores del mercado: no invertir en lo que no entienda. Los cambios regulatorios, los nuevos productos y los avances tecnológicos son factores que transforman nuestro sector de

forma continua, por lo que debemos estar plenamente preparados.

En este sentido, resulta indispensable que los asesores financieros demuestren un nivel de cualificación que acredite sus aptitudes, así como una experiencia determinada en el trato con el cliente. Este proceso permitirá mejorar la visión de la profesión y sus servicios. Si nadie discute la importancia de la cualificación de un médico que atiende cualquiera de nuestras dolencias, ¿por qué no vamos a exigir la misma profesionalidad y formación a un asesor que tiene la responsabilidad de gestionar nuestros ahorros?

Sin duda se están dando los pasos en la dirección correcta, tanto por parte del regulador, que ha trabajado para exigir la formación continuada, el cumplimiento de requisitos éticos y la alineación con los objetivos del cliente, como por parte de la industria y los profesionales, que han tomado plena conciencia del reto al que se enfrentan, para mejorar sustancialmente el servicio a los clientes y desterrar aquellas situaciones que tanto daño hicieron en el pasado.

La profesión ha trabajado mucho para adaptar sus modelos a esta nueva regulación y no les quepa ninguna duda de que los asesores están plenamente concienciados de la oportunidad que se presenta. Tienen ante sí una oportunidad de reivindicar su labor, que no es otra que la de acompañar al cliente en todo el proceso para cubrir sus necesidades financieras en distintas etapas.

Precisamente, la semana que viene reuniremos a todo el sector en el congreso bienal de EFPA, que se celebra en Sevilla donde, a petición de los propios profesionales, se debatirá sobre regulación, ahorro para la jubilación, el papel de los nuevos players del sector financiero, las mejores estrategias de inversión, fiscalidad...

En definitiva, todos los temas sobre los que los propios profesionales piden debatir y actualizar su formación, ya que son fundamentales para trazar el mejor plan de ahorro con sus clientes. Una vez que pase el tsunami regulatorio de MiFID II y la nueva Ley del Mercado de Valores, toca dar un paso al frente y apostar por reforzar los conocimientos y herramientas a disposición de los asesores cuando acompañen a su cliente en su estrategia de inversión para preservar el capital y obtener la rentabilidad que se pueda alcanzar en cada caso.

Flash



Isabel Coquard Deutsche Bank

Deutsche Bank ha nombrado a Isabel Coquard nueva Directora Regional para Tarragona y Lleida. Desde su nuevo puesto, añadirá la coordinación de las cuatro oficinas con las que cuenta el banco en la provincia de Barcelona (excepto BCN ciudad) y el resto de Catalunya.



Magdalena Valerio Trabajo

La ministra de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, Magdalena Valerio, volverá a echar mano de la 'hucha de las pensiones' para pagar la extra de Navidad, con lo que el Fondo de Reserva cerrará el año con poco más de 5.000 millones de euros.



Zhang Wei Sinochem

El conglomerado químico estatal Sinochem, presidido por Zhang Wei, ha anunciado la compra de Elix Polymers, empresa con planta en el Polígono Sur del polo petroquímico de Tarragona especializada en la producción de resinas termoplásticas de ABS.

Legal

Los retos de la Protección de Datos



MANEL CARPIO
Socio de Risk Advisory de Deloitte

Las personas son ahora mucho más conscientes de sus derechos

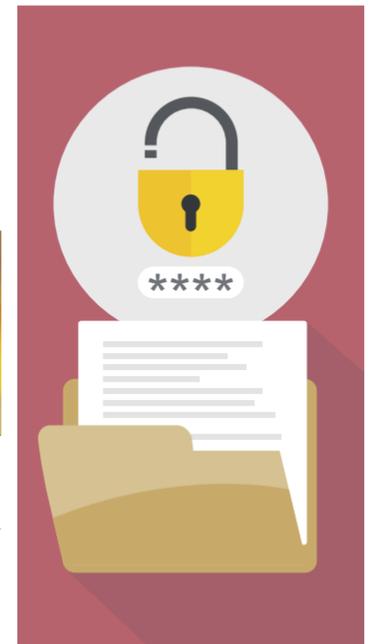
La entrada en vigor del nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) ha supuesto un cambio de paradigma en el tratamiento de datos personales por parte de las empresas. Las personas son ahora mucho más conscientes de sus derechos, y han conocido de empresas que almacenaban sus datos a partir de la avalancha de correos que circularon a finales de mayo solicitando el conocido consentimiento.

Uno de los cambios más comentados es la necesidad de informar a las autoridades de control de los incidentes de impacto elevado que afecten a la seguridad de los datos en un plazo de 72 horas, lo que supone un cambio en la forma de operar de las compañías. Antes de la entrada en vigor del RGPD, solo los operadores de servicios de comunicaciones electrónicas y prestadores de servicios de confianza estaban obligados.

Esta medida la hemos visto en marcha en los últimos meses, cuando grandes compañías europeas y españolas han tenido que comunicar haber sido víctimas de ciberataques que han puesto en riesgo millones de datos personales de sus clientes.

Además del daño reputacional asociado, las empresas se podrían enfrentar ahora a la posibilidad de multas millonarias, de hasta 20 millones de euros o el 4% de la facturación.

Aunque aún no existen antecedentes, los recientes casos que se han comunicado, dentro y fuera de nuestras fronteras, pondrán a prueba lo lejos que



están dispuestas a llegar las Autoridades Nacionales de Control. Y no sólo con las compañías europeas, el Information Commissioner's Office de Reino Unido ha abierto el primer proceso contra una empresa canadiense por incumplimiento del RGPD en el tratamiento de datos de ciudadanos europeos.

La Agencia Española de Protección de Datos ha centrado su actividad los últimos meses en concienciar a las empresas españolas en la importancia de la normativa. Además de lo señalado, la nueva ley introduce el principio de responsabilidad activa, que implica que las compañías deben demostrar de forma permanente que están tratando los datos personales de sus clientes con la diligencia debida.

Entre las medidas para garantizarlo se encuentran la introducción, y el ejercicio continuado de sus funciones, de la figura del DPO (Delegado de Protección de Datos) que es necesaria en determinadas compañías, la necesidad de ejercer un mayor control sobre las terceras partes que tratan datos como un encargado de tratamiento o, en algunos casos, la implantación de herramientas tecnológicas que ayuden en la gestión.

Esta preparación ante los potenciales riesgos a los que se enfrentan las compañías no sólo ayudará a minimizar su impacto, sino que también contribuirá a rebajar el impacto económico de las posibles sanciones. Y, consecuentemente, ayudará a proteger la privacidad de los datos de todos.