

Santander dispara el 20% los ingresos de su división para clientes ultrarricos

IMPULSO EN EEUU/ El banco amplía su oferta de productos y servicios ante los buenos resultados. Estados Unidos es el país que más consumidores aporta al negocio, por delante de España.

Inés Abril, Madrid

Santander decidió el año pasado cambiar su relación con los clientes ultrarricos y lanzar una división específica para ellos con servicios y productos que hasta el momento sólo estaban al alcance de las empresas. Y los destinatarios han respondido. El crecimiento de los ingresos netos de este negocio se ha disparado más de un 20% anual, con los clientes de Estados Unidos a la cabeza, así que el banco va a potenciar su propuesta con más opciones de inversión y otros beneficios extrafinancieros, según aseguran fuentes cercanas a la entidad.

El crecimiento de la nueva unidad supone más que triplicar el aumento de los ingresos de la división de la que forma parte, Wealth Management & Insurance, que se incrementaron un 6% en el primer semestre del año y se situaron en 1.085 millones. De ahí el interés de Santander por ampliar el alcance de su iniciativa y reforzar los ingresos que no dependen de la actividad puramente bancaria.

Más fortunas grandes

A eso se une el aumento del número de clientes de Santander que pueden acceder a estos servicios. En julio del año pasado, cuando el banco lanzó su nueva división dirigida al segmento de los *ultra high net worth individuals* (UHNW, por sus siglas en inglés), cifró en 1.600 las personas entre su clientela que cumplían los requisitos para ser seleccionados como usuarios potenciales. Ahora son 1.700 y eso que en la lista sólo están las personas que tienen más de 20 millones de euros en la entidad, al margen del patrimonio que tengan en otras firmas o en propiedades.

Santander ha puesto a su disposición 32 banqueros seleccionados para dar servicios a los clientes con grandes fortunas, de forma que cada uno de ellos tenga siempre un único interlocutor fijo y el apoyo que necesite en los países adonde viaje o en los que tenga negocios. Es lo que se conoce como modelo banquero primario/banquero local, que permite complementar el trato personalizado con las opor-



Ana Botín, presidenta de Santander.



Víctor Matarranz, responsable de Wealth Management & Insurance.

tunidades o particularidades que presentan las distintas naciones, y con una coordinación global de todos los escalones que forman parte de la oferta en los 10 países donde está el banco.

Inversiones alternativas

Este conocimiento de los clientes y los resultados que ha presentado la división para grandes patrimonios en menos de un año y medio (el lanzamiento oficial se produjo en julio del año pasado, aunque Santander llevaba trabajando en ella de forma interna desde finales de 2017) han llevado al banco a ampliar su oferta e incluir un mayor acceso a inversiones alternativas que muchas veces están reservadas a inversores institucionales.

El inmobiliario está en ese grupo, al igual que el *private equity*. Ambos serán potenciados. El primer paso ha sido extender a México, Brasil y Portugal el servicio de asesoría para la inversión inmobiliaria con equipos especializados que hasta ahora estaba sólo en España y en Miami.

También habrá más servicios extrafinancieros al alcance de los clientes superricos.

Más de 20 millones en el banco

La categoría de los ultrarricos es la más selecta entre los grados de riqueza y no tiene unos límites cerrados. En general se acepta que a partir de 30 millones de dólares (27 millones de euros) una persona puede considerarse superrica, pero Credit Suisse lo eleva hasta los 50 millones de dólares en su informe anual sobre la riqueza mundial. Santander ha optado por poner el corte en 20 millones de euros, pero con un condicionante: tienen que tener ese dinero en el banco, al margen del patrimonio del que puedan disponer en otras entidades o en otro tipo de activos, como propiedades o inversiones. Con ese criterio, Santander ha identificado 1.700 personas entre sus clientes. En todo el mundo, Credit Suisse calcula que hay unos 168.030 ultrarricos con más de 50 millones.

Santander va a potenciar la oferta de inversiones alternativas en su nueva división

Desde el lanzamiento, Santander tuvo claro que el perfil diferencial de los grandes patrimonios debía implicar un trato distinto adaptado a su forma de vida y a sus necesidades. Y muchas de ellas no tienen por qué estar relacionadas directamente con el dinero, sino con cualquier inte-

El banco ofrece también servicios no financieros, como orientación universitaria

rés de unos consumidores que suelen formar parte de grupos familiares que cada vez son más globales.

Para ellos, la consigna es un servicio a medida y personalizado en todos los países donde tengan presencia y en cualquier ámbito que les sea relevante, así que Santander ha

ampliado la oferta en servicios, como la orientación a estudiantes universitarios para decidir en qué universidad o en qué país es mejor que estudien sus hijos, por ejemplo. La asesoría en arte y filantropía también está entre los servicios que se han potenciado.

Países

La respuesta de los clientes a la propuesta de Santander ha sido especialmente positiva en EEUU. A pesar de que España es el país donde Santander tiene más personas en el grupo de los ultrarricos, es en la nación norteamericana donde más clientes han contratado los servicios. España está en segundo lugar, seguida de Brasil, México, Portugal, Chile y Polonia.

La unidad de negocio para grandes patrimonios forma parte de la división que engloba los seguros, la gestión de activos y la banca privada bajo la dirección de Víctor Matarranz. Con 20 millones de clientes en seguros, 210.000 en banca privada y 380.000 millones de euros en activos bajo gestión, este segmento contribuye al beneficio neto anual de 2.500 millones.