



- Opinión
- Eventos
- Estilo
- ¿Quién es quién?
- Revistas

Búsqueda

Noticias

- Negocio
- Normativa
- Private Banking
- Nombramientos
- Mercados
- ETF
- Alternativos
- Pensiones

Última actualización: 07:42 / Jueves, 10 Octubre 2019

[Inicio](#) > [Negocio](#)

[Santander AM](#), [BBVA AM](#), [CaixaBank AM](#), [Bankia AM](#), [Bankinter Gestión](#) y [Sabadell AM](#)

Servicio, gestión discrecional de carteras, alianzas externas y ESG: así superarán los retos de futuro las gestoras españolas



De izquierda a derecha, Alberto Torija, socio del área de Investment Management de Deloitte, Miguel Ángel Sánchez Lozano, CEO de Santander AM España, Luis Megías, consejero delegado de BBVA AM, Juan Pedro Bernal, director general de CaixaBank AM, Rocio Eguiraun, consejera delegada de Bankia AM, Javier Turrado, responsable comercial de Bankinter Gestión y Cirus Andreu, presidente ejecutivo de Sabadell AM.

Foto cedida

Jue, 10/10/2019 **Por Alicia Miguel**

Compartir [Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [WhatsApp](#)

- ▶ Santander AM: "El reto es cómo acompañamos y asesoramos a los ahorradores a que sean inversores, porque el ahorro sin riesgo es inexistente"
- ▶ CaixaBank AM: "No tengamos miedo a aliarnos con los mejores para encontrar talento y dar soluciones a los clientes"
- ▶ BBVA AM: "Vivimos el mayor proceso de transformación de la industria de la gestión activos desde que existe y afecta a todos puntos de cadena de valor"
- ▶ Sabadell AM: "Un ahorro que no asume el largo plazo ni el riesgo intermedio que eso conlleva no tendrá remuneración. Y esto no es percibido así por el consumidor"



15 - Septiembre 2019
Último número

[Ver revista](#)

[Números anteriores](#)

[Noticias / Nombramientos](#)

Self Bank nombra a Victoria Torre responsable de Producto y Aálisis y Se

- ▶ Bankia AM: "Nuestro objetivo no es solo tener productos o servicios ESG sino que la gestora, de forma transversal, esté involucrada en estos criterios"

Los fondos de inversión en España siguen creciendo, pero el futuro para el sector se presenta lleno de retos, en un entorno con los tipos bajo mínimos y una competencia cada vez mayor. Para afrontarlos, las gestoras españolas apuestan por dar servicio al cliente en lugar de producto, ir de la mano con herramientas como la gestión de carteras, forjar alianzas con otras entidades para ampliar su oferta, acercarse al cliente con canales digitales o apostar por una mayor educación financiera, según explicaron los responsables de **Santander AM, BBVA AM, CaixaBank AM, Bankia AM, Bankinter Gestión y Sabadell AM** en el XI Encuentro Nacional de la Inversión Colectiva celebrado recientemente en Madrid y organizado por Deloitte, Inverco y la APD.

La clave, según **Miguel Ángel Sánchez Lozano, CEO de Santander AM España**, está en el modelo de servicio: "El reto es cómo acompañamos y asesoramos a los ahorradores a que sean inversores, porque el ahorro sin riesgo es inexistente y los clientes tendrán que avanzar hacia modelos de mayor riesgo". En este camino, el escalón más sencillo son los fondos perfilados o los servicios de gestión discrecional de carteras, dijo. "El ahorro por objetivos es clave y hemos de quitar el ruido corto plazo, por la tensión emocional que produce; tenemos el reto de enseñar al cliente que debe dejar su dinero en manos de profesionales y mantener las inversiones en el tiempo", aseguró. En su estrategia pesan con fuerza la gestión discrecional óptima, de alto valor añadido, sus estrategias global multiasset allocation, y también, la creación de acuerdos estratégicos con terceras gestoras mediante los vehículos Santander Go.

En esta misma línea, y con una apuesta por la gestión discrecional y las alianzas, también se pronunció **Juan Pedro Bernal, director general de CaixaBank AM**: "Encuentra el talento y alfa en tu organización y poténcialo, y, sobre el que no tengas, únete con los mejores para conseguirlo. No tengamos miedo a aliarnos con los mejores para encontrar talento y dar soluciones a los clientes", insistió. Bernal, que habló de eficiencia, adaptabilidad y diversificación, así como de un servicio omnicanal al cliente, habló de sus últimos avances: "Hacemos gestión discrecional, un vehículo óptimo; lanzamos un roboadvisor hace dos años con gestión optimizada; ante la presión márgenes, tenemos un modelo de relación y cercanía con gestoras internacionales; y aún queda hueco para desarrollar otros modelos de gestión discrecional, donde el cliente tenga la capacidad de elegir". En productos individuales, apuesta por los de nicho, relacionados con nuevas tendencias, lo que motivará lanzamientos próximos.

Luis Megías, consejero delegado de BBVA AM, que valoró el año como uno de luces (por la rentabilidad de los fondos) y sombras (por los reembolsos), también habló del auge del asesoramiento (en carteras asesoradas y gestión discrecional) como gran tendencia de la industria, junto con la necesidad de innovación en el discurso con los clientes; la diversificación en activos alternativos, y la ESG. "Soy optimista a medio y largo plazo: los tipos van a seguir en estos niveles durante los próximos dos años y suponen un ancla y suelo para esta industria porque no hay alternativas de inversión. Además, esa necesidad de generar ahorro a largo plazo por longevidad, o ahorro para imprevistos, va calando y se va interiorizando", dijo. Megías defendió que "vivimos el mayor proceso de transformación de la industria de la gestión activos desde que existe y afecta a todos puntos de cadena de valor - inversiones, propuestas para clientes, modelos de negocio y sistemas de distribución-", y en su caso han desarrollado estrategias como respuesta: en inversiones, una apuesta clarísima por el asset allocation; en fondos de inversión, productos propios, y de terceros, con gestión activa o pasiva y al mejor precio para los clientes; también, un cambio de diálogo con ellos, pues es en el cliente donde el experto ve la gran innovación; y una adaptación a los modelos de negocio (con una migración de comisiones desde los vehículos a la de los servicios, con carteras asesoradas y gestión discrecional, que seguirán creciendo, o con plataformas digitales para acceder a fondos del grupo o de terceros). "En distribución la palabra es digital: hay que poner a disposición del cliente nuestros servicios y que sea el cliente el que decida cómo comunicarse con el banco".

La gestión discrecional es también herramienta de **Bankia AM: Rocío Eguiraun, consejera delegada de la gestora**, habló de un año brillante pero con el reto de hacer ver al cliente que, para obtener rentabilidad, ha de asumir riesgos, y con el reto como gestora de obtener retornos para ellos: "Hay que hacer un poco de todo, en inversión, adaptar la estrategia a una mayor globalización, buscar rentabilidad donde la haya (gestión alternativa incluida), y, de cara al cliente, utilizar herramientas para que pueda planificar sus inversiones".

El servicio al cliente también es la receta de **Bankinter Gestión de Activos**: "La mejor oportunidad es que coinciden los intereses de los clientes con los nuestros: históricamente se han creado y vendido productos, pero ahora las entidades tienen que cambiar y pasar de ofrecer producto a servicio, y ahí el cliente demandará creatividad (gestión activa o pasiva, servicio con comisiones implícitas o explícitas, mandatos de gestión o asesoramiento, producto propio o con participación de otras entidades...)", dice **Javier Turrado**. El experto habla de una "situación complicada" por el entorno de mercado, la legislación y la afluencia de competidores, y de la necesidad de recuperar la confianza de los inversores, además de mantener la rentabilidad de las entidades en un entorno en el que los clientes aspiran a rebajar su TER.

Cirus Andreu, presidente ejecutivo de Sabadell Asset Management, también habló de un cambio de paradigma clave, en el que es obligado ahorrar a largo plazo y asumir riesgo: "Un ahorro que no asume el largo plazo ni el riesgo intermedio que eso conlleva no tendrá remuneración. Y esto no es percibido así por el consumidor, que no ha notado aún los tipos negativos", dice. Y desde las gestoras es obligado impulsar productos de ahorro entre los más jóvenes, algo que solo se puede hacer con educación financiera. "Esto no se puede hacer si no es educando al público sobre sus necesidades de ahorro y ofrecerles los instrumentos a su disposición".

El experto también defendió que las operaciones corporativas y las alianzas estratégicas elevarán su intensidad, incidiendo en la idea de que “no hay que tener miedo a aliarse con los mejores, porque estamos en tiempos de transformación y ésta arranca por los modelos de servicio pero van más allá, de forma que las alianzas se pueden concebir como instrumentos con alcances distintos: ya sea para cubrir necesidades de las gestoras, para construir respuestas a las necesidades de los clientes, para ofrecer mejores soluciones de inversión, o están aquellas que tienen un papel racional que encaja con este cambio de paradigma de que ahora todo es largo plazo. En las alianzas también vamos a seguir la dinámica del negocio, que es darnos el alcance para situar los ahorros de los clientes en las zonas donde estén las mejores rentabilidades, aunque no seamos expertos”... “Las alianzas estratégicas están aquí para quedarse y las vamos a ver en varias modalidades”, apostilla.

Apuesta por la ESG

Otra de las tendencias clave es la ESG: en este ámbito, los ponentes reconocieron que “ha venido para quedarse, todos tenemos que estar aquí”, según Sánchez Lozano. Para Bankia AM, el viento de cola es bueno gracias a la regulación europea, que incorpora estos criterios tanto en la toma de decisiones de inversión como en las alternativas que dar a los clientes. Eguiraun habla de evolución, desde productos con criterios de exclusión, hacia criterios best in class, fondos temáticos y, como última tendencia, los fondos de impacto. En la gestora han lanzado una gama de fondos temáticos centrados en cinco criterios de desarrollo sostenible de la ONU: “Queremos que estos productos temáticos vayan avanzando hacia productos de impacto. Nuestro objetivo no es solo tener productos o servicios ESG sino que la gestora, de forma transversal, esté involucrada en estos criterios”.

En la misma medida de gestora transversal en inversión responsable se pronuncian en CaixaBank AM, donde creen que “quien no abraza la ESG en la toma de decisiones se va a quedar fuera”. Para Bernal, una gestora socialmente responsable tiene que darle rentabilidad al partícipe pero puede hacerlo también ajustándose a unos criterios y valores corporativos y favoreciendo el entorno y retorno social: “Hay muchos caminos para llegar a Roma, no queremos ir a una idea de producto o solución ESG, queremos ser una gestora ESG que impregne a todo. Esto no va de invertir en lo que no nos gusta sino de cambiarlo (con el proxy voting). El final es la inversión de impacto, la capacidad de la inversión de retornar a la sociedad con un impacto positivo”, dijo. Y anunció el lanzamiento de un bono de impacto social para dar microcréditos a familias con menos de 17.000 euros de ingresos al año.

Peticiones para que industria siga creciendo 2020

Entre las peticiones para el año próximo, Andreu indicó que es clave desarrollar la conciencia de seguir ahorrando a largo plazo, y creando nuevas soluciones disponibles: “El tiempo no es para plantarse y esperar sino para proponer y tenemos una amplia capacidad de respuesta y está en nuestra obligación”. Para Bankinter AM, conseguir mantener la confianza de los inversores, ofreciendo los servicios que necesitan y “no tanto productos sin ton ni son”. Para Bankia AM y BBVA AM, lo que hace falta es crecimiento económico, para CaixaBank AM, fomentar la divulgación de programas de ahorro a largo plazo en los que el fondo sea un eje principal y avanzar en la regulación para favorecer la inversión de impacto, y para Santander AM, “acompañar a los clientes en sus necesidades financieras a lo largo de su vida y estar con ellos para lo que necesiten”.

SANTANDER AM

BBVA AM

CAIXABANK AM

SABADELL AM

BANKINTER GESTIÓN DE ACTIVOS

BANKIA AM