

**Patricia Limón***Estrategia Digital de
Santander AM España*

El cambio es y ha sido siempre parte de nuestras vidas. Nuestras necesidades van evolucionando y nuestras expectativas son cada vez más altas. Sin embargo, en los últimos años, estamos viendo que la incorporación de nuevas tecnologías crece a un ritmo vertiginoso, lo que provoca una necesidad de adaptación continua que, en ocasiones, puede resultar difícil de asimilar. Esto afecta a todos los ámbitos, incluido el financiero y a nuestra manera de invertir.

Las gestoras, igual que otros sectores más tradicionales, han sido conscientes de esta necesidad va más allá de una mera adopción de nuevas tecnologías, puesto que implica un cambio mucho más profundo. En este sentido, en los últimos años han recorrido un gran camino. Nos hemos embarcado en un proceso de digitalización y hemos pasado de ser una desconocida fábrica de productos de grandes entidades financieras a tomar un papel activo en la experiencia del cliente y de los distribuidores, entendiendo de primera mano sus necesidades para poder ofrecer las mejores soluciones a través de canales digitales.

Simultáneamente, la industria de gestión de activos está viviendo una redefinición del mercado con la aparición de gestoras independientes. **Hacer frente a estos nuevos competidores con modelos de negocio puramente digitales y estructuras más ágiles es todo un desafío para las gestoras tradicionales pero, a su vez, supone una gran oportunidad** si somos capaces de aprovechar el conocimiento que hemos consolidado tras décadas de experiencia en el sector y hacer de esto nuestra ventaja competitiva.

"Una incorporación de competidores puramente digitales y con estructuras más ágiles se presenta como un desafío para la industria"

En mi opinión, **la clave del éxito debe estar en cómo afrontamos este reto**, aprovechando nuestras ventajas y evolucionando el proceso de digitalización en el que nos encontramos a uno de verdadera transformación digital; el primero centrado principalmente en el cliente final y el segundo implicando, además, a toda la compañía.

En Santander Asset Management hace tiempo que la estrategia digital forma parte activa en los planes de la compañía. Estamos llevando a cabo una estrategia que, por un lado, complementa la oferta de servicios digitales y, por otro, permite construir un modelo interno sostenible y de innovación que nos dé velocidad y ayude a evolucionar al ritmo de las necesidades, reforzando nuestro compromiso con los clientes.

Por todo ello, desde mi punto de vista, **la digitalización es ya parte del día a día de las gestoras** y ahora el reto está en involucrar a toda la compañía para poder hablar de transformación digital, poniendo el foco en los procesos y en las personas. Esto supone un interesante desafío de cara a los próximos años.