

QUE LA TECNOLOGÍA SEA UN ALIADO MÁS

Como una herramienta más y no como el sustituto del asesor financiero. Las nuevas tecnologías facilitan las operaciones e incrementan la información, pero nunca pueden tomar decisiones a la hora de invertir el patrimonio.

Hoy en día conviven multitud de actores en el mundo financiero: banqueros, agentes, agencias de valores, sociedades de valores, gestoras de instituciones de inversión colectivas, EAFI, family office, etc que abarcan el amplio espectro de clientes: persona física, jurídica, grupo familiar, inversor, ahorrador, cliente minorista, cliente profesional, riesgo bajo, riesgo alto, etc

Existen múltiples teorías sobre como invertir con éxito, infinidad de estrategias a seguir para el ahorro o la inversión, basadas en la planificación financiera, la selección de activos, el «timing», análisis técnico, análisis fundamental, estilo value, estilo growth, behavioural finance, etc.

MIFID en sus diferentes fases ha definido qué es un informador, un vendedor, el asesoramiento dependiente, no independiente o independiente y sobre todo qué formación y experiencia debe tener cada uno de ellos para poder ser un profesional acreditado.

La evolución llega también al tradicional sector financiero, sin opción

de vuelta atrás, y debemos convivir con un nuevo actor: la tecnología. Las 'fintech' o los roboadvisors han llegado para quedarse.

El desarrollo de las 'fintech' ha provocado que entidades financieras desarrollen sus plataformas 'online', cierren oficinas y haya despidos masivos de empleados.

Los roboadvisors vienen a materializar lo que se podría definir como asesoramiento automático, el inversor tiene que definir sus objetivos, su perfil de riesgo, su edad e ingresos, y el programa hará el resto.

No cabe duda de que una máquina tipo robot con aspecto de humano te puede preguntar cómo estás, pero ésta no es capaz de sentir, de empatizar con las inquietudes del ahorrador o inversor.

Una máquina no puede ser un empresario/a con personas a su cargo, con familia, con un patrimonio que depende del futuro de esa empresa, la formación de sus hijos y en definitiva la calidad de vida de las personas. La tecnología no va a poder detectar cuán preocupado



Begoña Castro

es socio de Cluster Investment Advisors EAFI. Diplomada en Ciencias Empresariales por la Universidad Pompeu Fabra. Cuenta también con el posgrado en Dirección Financiera y posgrado en Dirección Bancaria, ambos del IDEC-UPF y acreditada por EFPA desde 2008 con el número 8900. Ha desarrollado su actividad profesional en el área de banca privada de Catalunya Caixa e Inversis Banco. En la actualidad también preside el grupo de trabajo de EAFI del Colegio de Economistas de Cataluña.

está una persona por el mercado, por sus ahorros, por la evolución de las inversiones o por su jubilación.

La tecnología ayuda a que la información sea más accesible para el profesional y para el cliente, ayuda a elaborar ratios, datos históricos, a controlar riesgos, a controlar la volatilidad, a ejecutar órdenes, a gestionar la documentación legal, a que el cliente esté trabajando en China y el profesional del despacho le haga llegar una propuesta y que el cliente

la acepte y no tener que esperar quince días a que vuelva de viaje y que el valor de aquel título se ha alejado del precio al que quería comprar.

Tampoco cabe duda de que el mundo sí o sí necesita la tecnología puesto que es y será el motor del desarrollo de una nueva manera de ahorrar, invertir, asesorar. En definitiva, una nueva manera de relacionarse con el cliente como ya lo es en otros campos tan relevantes como el sector salud.

Una máquina difícilmente sustituirá a tu médico, pero puede ayudar al médico a hacer un mejor diagnóstico o a realizar una operación con mayor probabilidad de éxito.

Convivamos pues con las máquinas para que ayuden a los profesionales del sector financiero a hacer mejor su trabajo, a informar con la máxima calidad, a vender el mejor producto, a asesorar y a gestionar.

No debemos conceder a la tecnología la capacidad de decidir, ésta siempre debe ser del cliente.

Debemos, pues, como profesionales acreditados estar formados, informados y actualizados y dejemos que la tecnología sea un aliado más para los clientes. ■

Las nuevas tecnologías se incorporan al sector de la banca como un elemento más