

# UN BUEN TÁNDEM PARA LA INDUSTRIA FINANCIERA

La incorporación de las nuevas tecnologías supone una amenaza para el sector bancario, pero también es un aliado al extender sus servicios de asesoramiento.

**E**l mundo fintech está suponiendo una auténtica revolución para la banca: es una amenaza para la industria financiera, pero también una oportunidad. La tecnología ha generado un cambio de paradigma entre el tradicional rol asesor-cliente. Hasta ahora, el asesor era quien tenía un rol dominante. Esta situación está evolucionando porque el conocimiento y la experiencia se van trasladando al software.

A pesar de que estos nuevos actores, los roboadvisors, se encuentran en una edad temprana a nivel de inteligencia artificial, han supuesto una disrupción en el sector financiero. Por una parte, han arbitrado con los altos precios que la industria financiera llevaba aplicando a sus clientes, debido a sus altos costes fijos, además, han sabido llegar a muchos usuarios, especialmente del segmento millennials, una parte de la sociedad que interactúa mejor con interfaces digitales y, sobre todo, requieren inmediatez.

A día de hoy, el big data está siendo utilizado por las entidades financieras para optimizar su base de clientes y ganar eficiencia. El fintech ayuda a la integración de varios servicios y la automatización de procesos que conlleva la consecuente liberalización del empleo de las tareas administrativas y no produc-

tivas. Asimismo, en términos de regulación, se debería exigir que los roboadvisors cumplan la misma normativa que los asesores humanos.

Pero los roboadvisors no son la solución para todos los clientes. A nivel de cifras en nuestro país, según el estudio de Capgemini World Wealth Report 2017, existían un total de 202.200 clientes de banca privada, con unos activos gestionados de alrededor de 585 billones de dólares. Así pues, la gran mayoría de clientes no están asesorados y esto conlleva múltiples problemas como mala praxis y el consecuente desprestigio de la banca en general. Ante entornos de alta volatilidad, como los actuales, diversos estudios ponen de manifiesto que los clientes de altos patrimonios prefieren contar con asesores tradicionales, pero ¿qué pasará con el grueso de los clientes con una renta media-baja?

En mi opinión, aún es temprano para ver cómo las entidades financieras van a plantearse esta cuestión. Creo que todo el mundo debería tener acceso a ser asesorado, pero ¿debe ser gratis? No estoy muy seguro si mentalizarnos que debemos pagar por un asesoramiento financiero de calidad, de la misma manera que cuando solicitamos consejo a un abogado.



**Karim Zouhdi.**

Cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector financiero, principalmente en banca privada y en la gestión de activos. Dispone de un Máster en Banca y Finanzas por la UPF, un Grado en Traducción e Interpretación y también es graduado superior en Estudios internacionales por la UAB. Desde el 2005, es asociado de EFPA España (EFPA European Financial Advisor, EFA), y desde el 2008 es miembro del IEAF CEFA, Certified EFFAS Financial Analyst.

En un escenario anterior a la entrada en vigor de MiFID II, Bulgaria junto con España eran los únicos países de la UE que no exigían a los profesionales que estaban en contacto con clientes, disponer de una certificación profesional. Pero ahora, con la llegada de la normativa MiFID II es responsabilidad de las entidades asegurarse que su fuerza de ventas esta debidamente formada y cualificada.

Este proceso sin ninguna duda va a acarrear un mejor asesoramiento y una mayor tranquilidad al asesor, al disponer de más y mejor formación. Además, esta metodología va a conllevar sin duda unos altos costes de formación para las entidades financieras en un contexto en que los balances no lucen. Esto puede provocar que las entidades financieras se planteen si su estrategia y cuenta de resultados puede asumir estos costes. La banca lo ha entendido y ya está adaptándose a esta nueva realidad. Cuanto más grande sea la entidad, más probabilidades tendrá de ofrecer servicios de asesoramiento personalizado, debido a las sinergias entre diversas áreas de negocio y a su escalabilidad.

Además, los asesores deben adaptarse a las nuevas tecnologías, ser más didácticos y alinearse a las necesidades de sus clientes en términos de disponibilidad y tipos de inversiones, cada vez más orientados al campo social y finanzas sostenibles.

En definitiva, la tecnología debe ser una herramienta y no la solución, debe ser un aliado y estar al servicio del consumidor y siempre debe prevalecer el interés del cliente sobre el de la entidad. ■