

World Wealth Report 2022: América del Norte mantiene el primer puesto tanto en población como en patrimonio de las grandes fortunas

Europa supera a Asia-Pacífico en la tasa de crecimiento, impulsada por la recuperación de la economía europea y la ralentización del crecimiento en esta región; el 70% de los HNWI a nivel mundial han invertido en activos y divisas digitales

Madrid, 15 de Junio 2022 – El [World Wealth Report \(WWR\) de Capgemini](#), publicado hoy, revela que el número de individuos con un elevado patrimonio neto (HNWI) creció un 7,8% y su riqueza aumentó un 8% en 2021 debido a la recuperación de la economía impulsada por el mercado de valores. Norteamérica continuó con su trayectoria de crecimiento, evidenciando el mayor aumento en población y riqueza en los HNMI, 13.2% y 13.8%, respectivamente. Desde el punto de vista de la tasa de crecimiento global, el crecimiento poco prometedor de los HNWI en 2021 en cuanto a población (4,2%) y riqueza (5,4%) situó a la región, que había dominado el crecimiento de los HNWI en la última década, en tercer lugar. El World Wealth Report (WWR) de Capgemini analiza la evolución de la riqueza global en el último año, así como las tendencias e influencias de las grandes fortunas.

En 2021, las cuatro primeras posiciones en la población HNWI por mercado fueron liderados por Estados Unidos, Japón, Alemania y China, respectivamente, que comprenden el 63,6% de la población mundial de HNWI. Esto supuso un aumento del 0,7% desde 2020. El segmento de los ultramillonarios (personas con un patrimonio neto de 30 millones de dólares o más) lideró el crecimiento global de la riqueza de las grandes fortunas y de la población, con tasas del 9,6% y del 8,1%, respectivamente. Mientras que la población (7,7%) y la riqueza (7,8%) de los millonarios próximos (personas con un patrimonio neto entre 1 y 5 millones de dólares) tuvieron un crecimiento más lento, dando lugar a un aumento en las tasas de crecimiento de la población y la riqueza. Por el contrario, la población y la riqueza de los millonarios de nivel medio (personas con un patrimonio neto entre los 5 y 30 millones de dólares) aumentaron hasta el 8,5% y el 8,4%. El informe también indica que se está reduciendo la brecha entre las franjas de riqueza, lo que muestra una mayor igualdad de condiciones, debido a la mejora del acceso a la información para los inversores y la democratización de las clases de activos.

Para atraer clientes emergentes, las empresas deben replantearse sus estrategias de captación

La demografía de los HNWI ha seguido evolucionando, con cada vez más mujeres, personas LGBTQ+, *millennials* y miembros de la Generación Z que ahora buscan servicios de gestión patrimonial. Cada uno de estos segmentos de clientes emergentes tiene sus propios valores, preferencias y requisitos que muchas empresas de gestión de patrimonios no están preparadas para gestionar, lo que hace que muchos de estos HNWI se dirijan a competidores más adaptados u oficinas familiares más pequeñas. Algunos ejemplos:



- Las mujeres de todos los niveles de riqueza heredarán el 70% de la riqueza mundial en las próximas dos generaciones. Buscan empresas que no solo ofrezcan transparencia en los cobros y seguridad en los datos, sino también información sobre cómo hacer crecer su patrimonio.
- Asimismo, el 39% de los *millennials* HNWI ha cambiado de proveedor en el último año debido a la falta de transparencia. Con frecuencia, buscan nuevos gestores patrimoniales, ya que exigen una mayor interacción basada en la digitalización, la educación y la comodidad.
- El auge de la tecnología y el aumento de “unicornios” (empresas emergentes privadas con un valor superior a 1.000 millones de dólares), respaldados por sociedades de capital de riesgo, ha creado un grupo único de HNWI de riqueza tecnológica; y este significativo segmento de grandes fortunas ofrece un enorme potencial para las empresas de gestión de patrimonios, aunque sólo el 27% confiesa que persigue activamente estas perspectivas.

La nueva ola de HNWIs posee necesidades únicas de los clientes que obligan a los gestores de patrimonio a ajustar sus estrategias de negocio. Para sacar rendimiento de este segmento de clientes que, en gran medida, está sin explotar, las empresas de gestión de patrimonios deben centrarse en ofrecer una mayor comodidad y experiencias personalizadas, y conseguir generar confianza a través de enfoques como la colaboración del ecosistema, soluciones digitales integrales y una mayor diversidad a la hora de contratar nuevos talentos.

Las empresas de gestión de patrimonios deben adoptar capacidades de asesoramiento basadas en datos

El sector de la gestión de patrimonios está experimentando una diversificación de las opciones de inversión, desde la Inversión Sostenible (IS) hasta la creciente prevalencia de los activos digitales. A medida que el imperativo ESG sigue creciendo, las empresas de gestión de patrimonios deben esforzarse en hacer que el apoyo educativo y la selección de productos para los HNWI sean pilares clave de sus estrategias.

El informe reveló que, a nivel mundial, el 55% de los HNWIs ha declarado que invertir en causas con un impacto positivo en materia de ESG es fundamental, y el 64% de los HNWIs pide puntuaciones de ESG para conocer el impacto social de un fondo monetario. Sin embargo, el 40% de los gestores de patrimonio considera complicado mostrar un impacto ESG.

“La afluencia de nuevas vías de inversión, como la inversión sostenible y los activos digitales, está teniendo un impacto crucial en el sector de la gestión de patrimonios. Las empresas de gestión de patrimonios deben dar prioridad a la educación adecuada en torno a esta tendencia para retener a sus clientes”, afirma Nilesh Vaidya, Responsable Global del Sector de la Banca Retail y Gestión de Patrimonios de la Unidad de Negocio Estratégico de Servicios Financieros de Capgemini. “Además, a medida que avanzamos en la nueva era de los activos digitales, las empresas de gestión de patrimonios deben aprovechar las asociaciones del ecosistema para dar prioridad a una cartera digital de ofertas para los clientes diversificada”.

Crear funciones de Responsable de Atención al Cliente para ofrecer una experiencia óptima

Un número cada vez mayor de empresas de gestión de patrimonios han establecido un nuevo rol como Responsable de Atención al Cliente (CCO), cuyo objetivo es fomentar la relación con los clientes y situarlos en el centro del proceso de gestión de patrimonios. Las funciones del nuevo rol se centra en coordinar tanto los datos como los beneficios digitales en toda la organización para satisfacer las demandas cambiantes y complejas de los clientes e impulsar la lealtad.

El informe concluye que, al dar prioridad a la automatización y a los conocimientos basados en datos, los gestores de patrimonio pueden ofrecer experiencias hiperpersonalizadas a los clientes y así lograr satisfacer sus expectativas. También añade que los CCOs desempeñarán un papel integral en la construcción de un



ecosistema de clientes inclusivo, al tiempo que mejorarán sus capacidades de asesoramiento a través del análisis de datos procesables. De este modo, las empresas pueden trabajar para adoptar un enfoque de “ventanilla única” que satisfaga cómodamente todas las necesidades de los clientes y se adapte a sus estilos de vida y preferencias, impulsando así el crecimiento del negocio.

Metodología

El World Wealth Report 2022 abarca 71 mercados, que representan más del 98% de la renta nacional bruta mundial y el 99% de la capitalización bursátil mundial. Para el Global HNW Insights Survey 2022 de Capgemini, 2.973 de las grandes fortunas en los 24 principales mercados de patrimonio en América del Norte, América Latina, Europa y la región de Asia-Pacífico, fueron consultadas. Se realizaron entrevistas y encuestas a más de 70 ejecutivos de gestión de patrimonios en 10 mercados, con representación de empresas de gestión de patrimonios puras, bancos universales y empresas de intermediación independientes, y oficinas familiares; y se hicieron consultas a los ejecutivos de gestión de patrimonios sobre el nuevo segmento Tech-Wealth, las tendencias del mercado, el papel del CMO y las estrategias futuras. La Encuesta de Gestores Patrimoniales 2022 abarca más de 350 respuestas en siete mercados y consulta a los gestores patrimoniales su opinión sobre las tendencias del sector, la preparación para las nuevas demandas del mercado y su satisfacción con el apoyo que les presta su empresa de gestión de patrimonial.

Acerca de Capgemini

Capgemini es un líder mundial que acompaña a las empresas para transformar y gestionar su negocio aprovechando el poder de la tecnología. El Grupo se guía cada día por su propósito de liberar la energía humana a través de la tecnología para construir un futuro inclusivo y sostenible. Es una organización responsable y diversa que cuenta con más de 340.000 profesionales en más de 50 países. Con una sólida trayectoria de 55 años y su gran conocimiento sectorial, Capgemini es reconocida por sus clientes por la capacidad de respuesta a las necesidades de su negocio, desde la estrategia y el diseño hasta la gestión de operaciones, todo ello impulsado por la innovación en áreas como el Cloud, los datos, la IA, la conectividad, el software y las plataformas y entornos digitales. En 2021, el Grupo registró unos ingresos globales de 18.000 millones de euros.

Get The Future You Want | www.capgemini.com