

**14º INFORME ANUAL SOBRE LA RIQUEZA EN EL MUNDO
DE MERRILL LYNCH GLOBAL WEALTH MANAGEMENT Y CAPGEMINI**

**LA PÉRDIDA DE CONFIANZA DE LOS CONSUMIDORES ALTERA EL
COMPORTAMIENTO DE LOS INVERSORES**

- *Los inversores con grandes patrimonios mantienen la prudencia y la desconfianza en los organismos regulatorios y mercados financieros*
- *Las firmas y los asesores de gestión de patrimonios incorporan factores emocionales a las estrategias de inversión*

Madrid, 22 de junio de 2010 – Según el 14º Informe anual sobre la Riqueza en el Mundo, publicado hoy por Merrill Lynch Global Wealth Management y Capgemini, los inversores con grandes patrimonios no se han apresurado a buscar rentabilidad ni a aprovechar oportunidades de mercado arriesgadas pese a los rebotes de las bolsas y a las señales emergentes de recuperación en diversos indicadores económicos. Los particulares con patrimonios elevados (*HNWIs*)¹ - personas con unos activos de inversión mínimos de **1 millón de dólares** excluyendo primera vivienda y consumibles- mantienen la prudencia y apuntan a la gestión efectiva del riesgo (90%), la transparencia y la sencillez (93 %), y los consejos especializados (93%) de firmas y asesores, como sus principales prioridades en el entorno actual. Al trabajar más activamente con sus asesores, los grandes patrimonios están especialmente interesados en conocer la naturaleza y la rentabilidad potencial de inversiones específicas, gestionar su riesgo bajista y recibir consejos en línea con unos objetivos realistas y apropiados basados en su perfil de riesgo real.

“La crisis castigó a inversores con patrimonios de todos los niveles, y les afectó de forma personal y emocional”, explica Lucía Granda, responsable de Merrill Lynch Wealth

¹ *High Net Worth Individuals, HNWIs por sus siglas en inglés.*

Management para España y Portugal. *“Muchos perdieron ingresos, vieron reducirse sus ahorros para la jubilación o intentaron abrir nuevas empresas o suscribir créditos, pero fueron incapaces de encontrar efectivo”*, afirma.

“Debido al impacto de la crisis sobre el patrimonio de los inversores y la confianza aún débil, no es extraño que muchos se dejen llevar por factores emocionales – además de por la información intelectual – a la hora de tomar decisiones de inversión”, comenta Jorge Sobrino, vicepresidente y responsable de Servicios Financieros de Capgemini. *“En respuesta, las firmas y los asesores de gestión de patrimonios ya están ajustando sus enfoques para mantener un diálogo más profundo que aborde las preocupaciones actuales de sus clientes”*, añade.

Pérdida de confianza de los HNWIs

Aunque los clientes con grandes patrimonios han recuperado la confianza en sus asesores y firmas, no ha sucedido lo mismo en lo que respecta a los organismos regulatorios y los mercados financieros. Si bien el 59% de los grandes patrimonios indica que a lo largo del último año ha recuperado la confianza en su asesor y el 56% ha recuperado la confianza en su firma de gestión de patrimonios, el 71% de los *HNWIs* aún no ha recuperado la confianza en los organismos regulatorios que deben controlar los mercados y proteger a los inversores.

Dado este nivel de desconfianza, las firmas y los asesores de gestión de patrimonios tendrán más problemas para superar las dudas y la cautela de los inversores al fomentar el tipo de inversión necesario para recuperar las pérdidas.

Las firmas pueden diferenciarse si integran “psicología financiera” en las estrategias de inversión

Los clientes están exigiendo cambios fundamentales en el servicio que reciben y recompensando a las firmas que pueden demostrar claramente un conocimiento más profundo de sus necesidades y objetivos emocionales e intelectuales. Desde hace tiempo, la investigación en finanzas conductistas ha demostrado que la psicología y la emoción animan a los inversores a comportarse de forma inconsistente con lo que se considera racional en la teoría de carteras moderna. Para satisfacer eficazmente las necesidades de los inversores con grandes patrimonios actuales, las firmas y asesores de gestión de patrimonios están intentando incorporar factores emocionales para fortalecer sus capacidades de gestión de carteras y riesgos.

“La inversión determinada por la conducta puede servir para diferenciar entre firmas y asesores”, afirma Lucía Granda, responsable de Merrill Lynch Wealth Management para España y Portugal. “Muchas firmas ya empiezan a incorporar factores emocionales como parte de las estrategias de inversión de los *HNWIs* y el asesoramiento holístico que proporcionan a sus clientes. A largo plazo, sin embargo, las firmas y los asesores comprenden que adoptar una estrategia de finanzas conductistas sostenible o rentable significa captar consistentemente información que puede guiar unas conversaciones con clientes más profundas y orientadas a los objetivos de forma consistente y eficaz.”

Si bien las finanzas conductistas son importantes para todas las firmas, su grado de adaptación es variable

La adaptación a estas nuevas realidades del mercado y comportamientos cambiantes de los clientes exigirá distintos grados de transformación y cambio que pueden afectar potencialmente a todos los aspectos del modelo operativo, incluyendo productos, procesos y plataformas y modelos de servicio. Las adaptaciones específicas que cada firma realice dependerán en última instancia de la firma, su tamaño, enfoque, especialización y visión de su futuro, así como de su deseo y capacidad de adaptación y liderazgo. Para satisfacer las necesidades de todos los clientes de modo escalable, será esencial ofrecer el nivel adecuado de asesoramiento personal e innovaciones de productos y servicios relevantes para el mercado.

Merrill Lynch Global Wealth Management

Merrill Lynch Global Wealth Management (GWM) es uno de los primeros proveedores de servicios integrales de gestión de patrimonios e inversión para particulares y empresas de todo el mundo. Con más de 15.000 asesores financieros y alrededor de 1,4 billones de dólares en activos de clientes a 31 de marzo de 2010, es una de las mayores empresas de su clase en el mundo. Más de dos terceras partes de los activos depositados en GWM pertenecen a clientes con patrimonios de más de un millón de dólares. Dentro de GWM, el Grupo de Banca Privada e Inversión ofrece soluciones a medida a clientes con patrimonios muy elevados y aportan tanto la cercanía de una boutique como los recursos de una compañía de servicios financieros de primer nivel mundial. Estos clientes son atendidos por más de 160 equipos de Asesoramiento para Patrimonios Privados, así como por expertos en áreas como gestión de inversiones, gestión concentrada de valores y estrategias de transferencia generacional de la riqueza. Merrill Lynch Global Wealth Management forma parte de Bank of America Corporation.

Capgemini

Capgemini, uno de los proveedores mundiales más destacados de servicios de consultoría, tecnología y *outsourcing*, permite la transformación y la generación de resultados por sus clientes a través de la tecnología. Capgemini ofrece a sus clientes ideas y capacidades que amplían su libertad para lograr unos resultados superiores mediante su exclusivo modo de trabajar, denominado Collaborative Business Experience™. El Grupo se apoya en su modelo de prestación global denominado Rightshore®, cuyo objetivo es conseguir el equilibrio adecuado de los mejores talentos situados en distintos lugares que trabajan como equipo para crear y ofrecer la solución óptima al cliente. Con presencia en más de 30 países, Capgemini registró unos ingresos mundiales de 8.400 millones de euros en el año 2009 y emplea a más de 90.000 personas en todo el mundo.

Más información en www.capgemini.com.

La práctica de gestión de patrimonios de Capgemini puede ayudar a empresas, desde la estrategia hasta la implantación. Basándose en sus ideas sobre la dimensión y el potencial de mercados objetivo de todo el mundo, ayuda a los clientes a implantar nuevas estrategias, adaptar sus modelos prácticos y asegurar que las soluciones y los costes son apropiados en relación a las previsiones de ingresos y rentabilidad. Sus expertos también ayudan a las empresas a desarrollar e implantar las infraestructuras operativas – incluyendo modelos operativos, procesos y tecnologías – necesarias para conservar a los clientes actuales y crear nuevas relaciones.

Más información en www.capgemini.com/financialservices

Para descargar el Informe 2009 sobre la Riqueza en el Mundo, consulte la página www.capgemini.com/financialservices

Rightshore® es una marca registrada de Capgemini.