Revista de Comptabilitat i Direcció
Vol. 37 any 2024, pp. 63-78

WealthTech: Impactes en la indústria de Gestió de Patrimonis

ALFONSO ROA
Alternative Ratings
JORDI MARTÍ PIDELASERRA
Universitat de Barcelona

Data de recepció: 1-12-2023
Data d'acceptació: 15-1-2024

RESUM

La indústria de gestió de patrimoni enfronta desafiaments com la digitalització, costos, transferència de riquesa i competència de "BigTech". WealthTech, una branca de FinTech, s'enfoca en la inversió i la gestió del patrimoni utilitzant tecnologia. Els Robo-Advisors, part de WealthTech, ofereixen un assessorament d'inversió i gestió automatitzada de carteres. Malgrat oportunitats, com l'ampliació de la base de clients, enfronten desafiaments com aconseguir el punt d'equilibri i provar el seu comportament en mercats baixistes. Els models de negoci se centren a ser més econòmics i la tarifa "tot inclòs" guanya rellevància. WealthTech està transformant la indústria, però encara enfronta desafiaments en la seva adopció generalitzada.

Classificació JEL: O33, G23, G24.

PARAULES CLAU

BigTech, WealthTech, Robo-Advisors, transformació digital, finances.

ABSTRACT

The wealth management industry faces challenges such as digitalization, costs, wealth transfer, and competition from "BigTech". WealthTech, a branch of FinTech, focuses on investment and wealth management using technology. Robo-Advisors, a part of WealthTech, offer automated investment advice and portfolio management. Despite opportunities like expanding the customer base, they face challenges such as reaching the break-even point and proving their performance in bear markets. Business models are focused on being more cost-effective, and the "all-inclusive" fee is gaining relevance. WealthTech is transforming the industry, but still faces challenges in its widespread adoption.

JEL Classification: O33, G23, G24.

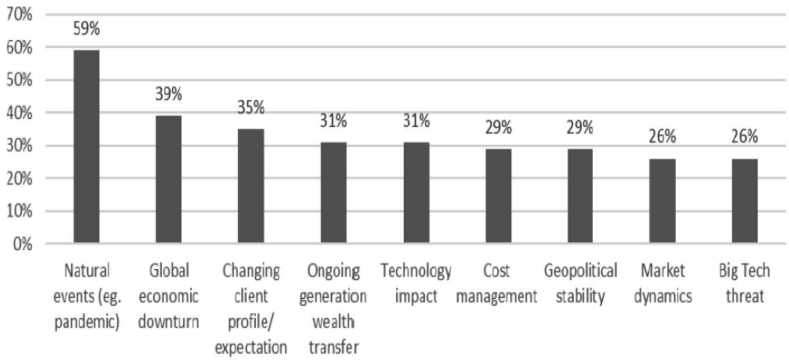
KEYWORDS

BigTech, WealthTech, Robo-Advisors, digital transformation, finance.

---

1. Introducció: Tendències en la gestió patrimonial

La indústria de gestió de patrimoni s'enfronta davant un gran nombre de desafiaments en els pròxims anys com ara: la ràpida digitalització, la pressió significativa en la gestió de costos, la transferència de riquesa intergeneracional, el perfil de client cada vegada menys fidelitzat, les amenaces per l'entrada de les "BigTech" i, també per factors externs com l'estabilitat política, els esdeveniments naturals (com una pandèmia) o l'amenaça d'una recessió econòmica, tal com apareix en la Il·lustració 1.



Font: World Wealth Report 2020, Capgemini 2020.

Il·lustració 1. Desafiaments en la indústria de Gestió de Patrimonis.

En l'enquesta elaborada per Capgemini 2020 mitjançant una consulta a +2.600 inversors amb grans patrimonis procedents de 21 països i amb la següent distribució regional: Amèrica del Nord (575 enquestats), Amèrica Llatina (209), Europa (553) i la regió d'Àsia-Pacífic (1.304), es posa de manifest que els esdeveniments naturals —com inundacions i pandèmies— es consideren com el principal desafiament per a la indústria de la gestió patrimonial, amb gairebé el 60% dels enquestats qualificant-lo com d'alt impacte. No obstant això, la competència potencial de les "BigTech" només preocupa el 26% dels enquestats.

A causa de les tendències esmentades anteriorment (alt grau de digitalització, disminució de la rendibilitat), les empreses de gestió de patrimoni comencen a posar el focus en altres segments de clients que anteriorment no estaven entre les seves prioritats principals. Ens referim als denominats *Retail* i *Affluent*, amb actius financers valorats per sota de 100.000 euros i que tenen com a principals característiques que els seus actius es concentren principalment en dipòsits (50%) i que estan preparats per a ser invertits en qualsevol instant de temps.

2. WealthTech (WT)

2.1. FinTech vs. WealthTech: Principals diferències

La indústria financera està immersa en un procés de transformació significativa, i la tecnologia està jugant un paper fonamental en la remodelació

dels serveis financers tradicionals. Dos jugadors clau en aquesta transformació són FinTech i WealthTech. Què és WealthTech i en què es diferencia de FinTech?

El WealthTech (WT) és considerat una subcategoria del FinTech, que se centra en la inversió i la gestió del patrimoni dels clients utilitzant tecnologies digitals, així com productes i serveis a mida.

Les paraules 'wealth', de patrimoni o riquesa, i 'tech', de tecnologia, s'uneixen per a donar lloc a una nova generació d'empreses de tecnologia financera que creen solucions digitals per a transformar la indústria de la inversió i de la gestió del patrimoni.

D'altra banda, FinTech, abreviatura de tecnologia financera, és un terme més ampli que es refereix a l'ús innovador de la tecnologia en diversos sectors de serveis financers, com la banca, les assegurances, els pagaments, els préstecs i la gestió patrimonial. En altres paraules, WealthTech és un segment especialitzat dins de l'ecosistema FinTech més gran.

En relació amb el públic objectiu: les solucions FinTech atenen un públic divers, inclosos consumidors, empreses, companyies d'assegurances i institucions financeres. WealthTech, d'altra banda, es dirigeix principalment a inversors individuals i empreses de gestió de patrimoni.

2.2. Tipus de serveis

L'Associació Espanyola de FinTech i InsurTech (AEFI), assenyala els següents tipus de serveis de WT:

2.2.1. MARKETPLACES I SOCIAL INVESTMENT NETWORKS

Són plataformes d'inversió que recopilen i centralitzen la informació procedent de diferents pàgines web per a oferir als qui hi accedeixen una àmplia diversitat d'opcions d'inversió i facilitar-los la presa de decisions. A vegades, permeten l'accés a actius financers específics, per exemple, a una plataforma de dipòsits i comptes d'estalvi en l'espai europeu (seria el cas de "raising"), a fons d'inversió (cas de "myinvestor"), etc. En l'últim cas, es tractaria fins i tot d'un neobanc especialitzat en inversió.

2.2.2. ASSESSORS FINANCERS DIGITALS

Són empreses especialitzades en l'assessorament digital per a facilitar la presa de decisions d'inversió en diversos actius i instruments financers.

Aquestes plataformes no gestionen carteres ni executen ordres, sinó únicament assessoren. Venen a representar digitalment la figura tradicional d'un assessor financer.

2.2.3. GESTIÓ AUTOMATITZADA: ROBO-ADVISOR

Es poden definir com a empreses de gestió activa o passiva, sent aquesta última la més freqüent, que inverteixen de manera genèrica i de manera automatitzada els diners dels seus clients en carteres de fons o d'ETF (fons indexat).

Es tractarà amb major profunditat en el capítol 3, dedicat exclusivament a analitzar el concepte, tipologies i oportunitats dels RA.

2.2.4. MICROINVERSIONS

Les empreses de "microestalvi" són companyies especialitzades a impulsar l'estalvi mitjançant la realització de petites aportacions recurrents. Faciliten solucions per a l'estalvi sistemàtic mitjançant la creació d'una rutina d'estalvi (una espècie de guardiola) amb sumes periòdiques, són els casos de "Goin" o "Acorns". A més de facilitar l'estalvi als seus usuaris, també ofereix continguts i consells útils per a millorar la seva educació financera.

2.2.5. BROKERS DIGITALS

Són plataformes d'intermediació digital amb comissions zero (o molt reduïdes) i que habitualment ofereixen al client altres eines útils de suport (gràfics, informació, servei de carteres, gestió del cash, etc.). Poden servir de via per a portar a efecte l'anomenat "trading social".

Els dos factors crítics per al seu èxit són:

- Senzillesa i usabilitat de la interfície (que ofereix bona experiència d'usuari).
- Important pressupost de màrqueting disponible per a la captació de nous clients.

L'exemple més clar el tenim en l'empresa "Robinhood" el model de negoci de la qual es basa a generar marges molt ajustats a partir d'uns volums ingents d'operacions amb clients, als quals s'atreu mitjançant ganxos

promocionals, com podrien ser el fet d'operar sense comissions, la fidelització mitjançant accions gratis, o l'operativa amb fraccions d'accions. La seva aplicació incentiva els clients a operar constantment i Robinhood aconsegueix el seu marge mitjançant un procés conegut com a "pagament per flux" ("*payment for order flow*" en anglès).

3. Robo-Advisor (RA)

3.1. Concepte de Robo-Advisor (RA)

Si preguntéssim als gestors de patrimonis sobre el concepte de RA les seves respostes no serien coincidents. Alguns argumentarien que és un producte d'inversió, uns altres el veurien com una eina de suport a la distribució.

Alguns, principalment del costat tecnològic, el veurien com un programari disruptiu, o fins i tot un algorisme basat en la teoria moderna de carteres, que modificaria o reemplaçaria l'assessorament humà. I finalment per a uns altres, no és més que una interfície d'usuari per a un sistema de gestió de cartera dirigit a clients "millennials".

No existeix una única resposta correcta. El RA és una mica de tot. No obstant això, qualsevol sistema de RA presenta les següents característiques principals:

1. Proporciona **interacció amb el client a través d'una plataforma** impulsada per la tecnologia en lloc de mitjançant una experiència d'usuari humana.
2. Ofereix algun tipus d'**assessorament d'inversió de manera electrònica**, per a donar suport o substituir les decisions d'inversió dels clients.
3. Inclou un **mecanisme de negociació automatitzat en un context de cartera** per a implementar transaccions i reequilibrar carteres.

Les principals diferències entre Robo-Advisor i l'Assessor financer humà (AF) són:

1. Les respostes al qüestionari de perfil de risc del client que s'introdueixen en el RA generen una **cartera model**, mentre que la de l'AF personalitza la cartera per a situacions particulars del client.
2. El RA **es limita a oferir serveis de gestió de carteres**, mentre que l'AF ofereix una planificació financera i altres serveis.
3. Els RA **tendeixen a utilitzar estratègies d'inversió passives**, els AF poden oferir una gestió passiva o activa.

4. Els RA **tendeixen a oferir costos més baixos**.

Els **factors** que n'han impulsat l'aparició són, entre altres:

- L'aparició de majors **exigències de regulació** en la protecció de l'inversor en el punt de venda (MIFID II), que afavoreix *de facto* l'assessorament "fee only".
- El **creixement significatiu dels actius gestionats pels assessors** financers.
- L'elevada **penetració de Smartphones**, la qual cosa permet a molts consumidors beneficiar-se d'internet en qualsevol moment i en qualsevol lloc.

3.2. Classificació dels RA segons la tipologia

En un informe publicat per Deloitte classifiquen els RA en quatre categories àmplies:

> **Robo-Advisor 1.0** és la tipologia més simple de RA. El client rep propostes d'un sol producte basades en productes d'inversió cotitzats (bons, ETFs, accions). Els clients han de comprar i gestionar les seves carteres reals a través dels seus intermediaris. L'univers del producte **és** bastant limitat en termes d'objectius i abast.
> **Robo-Advisor 2.0** és una mica més avançat, ja que les carteres d'inversió es creen com una espècie de carteres amb ETFs o amb fons d'inversió i la gamma de serveis de corretatge addicionals és més àmplia. Les assignacions de cartera es realitzen de manera manual pels gestors d'inversions. L'enfocament RA 1.0 i RA 2.0 se centra en la reducció de tarifes i marges, al mateix temps que augmenta la transparència i l'escalabilitat d'aquestes solucions.
> **Robo-Advisor 3.0** és una versió avançada de RA 2.0, ja que ara les decisions d'inversió i les propostes de reequilibri de cartera es basen en algorismes de càlcul perquè l'assignació de carteres estigui més alineada amb les preferències personals del client. El procés d'inversió de RA 3.0 no és completament automàtic, pel fet que les decisions clau continuen sent preses per gestors professionals de carteres, però hi ha més espai per al compromís entre el RA, l'assessor financer humà i el client.
> **Robo-Advisor 4.0** seria la forma més avançada de RA, ja que s'utilitzen sofisticats mètodes de gestió de riscos i de recopilació de dades avançades.

Els clients tenen la possibilitat d'habilitar a l'assessor robo perquè prengui la iniciativa i faci canvis dinàmics entre les diferents classes d'actius d'acord amb les canviants circumstàncies del mercat o també personals. En el context del Robo-Advisor 4.0, el client pot sol·licitar propostes al Robo-Advisor en funció d'aspectes de rendibilitat, tolerància al risc i necessitats específiques de liquiditat.

3.3. Oportunitats i desafiaments del RA

La indústria financera i la gestió d'actius experimenten canvis demogràfics i tecnològics constants. Per tant, el comportament dels clients també canvia, les persones estan connectades a través de telèfons intel·ligents, tauletes, ordinadors portàtils i altres dispositius, a tot arreu i en tot moment.

La digitalització actual de la vida quotidiana constitueix una bona base perquè RA puguin operar en un mercat dominat pels "*players* tradicionals" dedicats a la gestió d'actius. A primera vista podríem pensar que els serveis oferts pels robots estan clarament dirigits a una generació més jove i coneixedora de la tecnologia. Tanmateix, això està canviant en els últims anys.

Les estimacions de la indústria indiquen que als Estats Units els clients que utilitzen el RA tenen una mitjana del voltant de 40 anys. Això apunta a una base de clients cada vegada més àmplia, que se sent cada vegada més atreta per la inversió automatitzada.

Disposem d'informació més limitada a Europa sobre el tipus de clients que utilitzen el RA. En relació amb Alemanya, hi ha estimacions que els clients tenen una mitjana de 40 anys, un ingrés mensual net del voltant de 4.000 € i disposen d'estudis universitaris.

Com a **oportunitats** que presenten els RA en la indústria de la gestió de patrimonis caldria destacar la possibilitat d'estandardització i integració d'una major oferta de serveis d'estalvi/inversió. Per als serveis més complexos que s'ofereixen, que són difícils d'estandarditzar i ajustar pels sistemes de Robo-Advice, incloent-hi, per exemple, assegurances, planificacions successòries, jubilació i impostos, els RA estan en l'actualitat en clar desavantatge respecte als assessors tradicionals, ja que aquests tenen dècades d'experiència en planificació financera personal.

Per a **concloure**, podríem assenyalar que els RA s'enfronten a tota una sèrie de desafiaments:

1. Encara estan lluny de convertir-se en una eina convencional.
   El 2016, es va pronosticar que els actius sota gestió dels RA aconseguirien els 2,2 bilions de dòlars a tot el món per al 2020, i 4,1 bilions per al 2022. No obstant això, la xifra d'actius sota gestió el 2020 va

ser d'1,4 bilions de dòlars (nomenclatura europea), lluny de la prevista el 2016. A diferència de models com Uber en el transport personal, o de Robinhood en el corretatge en línia, l'"assessorament financer digital" no ha complert amb les expectatives esperades atès que, a diferència dels dos anteriors, no ha estat objecte d'una utilització generalitzada per part dels clients.

2. Els RA independents estan lluitant per aconseguir el punt d'equilibri.
   Les principals raons per les quals els RA han d'esforçar-se per aconseguir el punt d'equilibri són: les baixes tarifes del servei, la baixa grandària mitjana de les carteres i els alts costos de màrqueting necessaris per a adquirir clients. Per a alguns clients, els ingressos poden ser tan baixos com 100 dòlars per any, mentre que els costos d'adquisició de clients (CAC), segons Morningstar per a la majoria dels RA, oscil·len entre 300 i 1.000 dòlars per client.
3. Provar el seu comportament durant un mercat baixista incert i altament volàtil.
   La covid-19 i els seus anys posteriors han causat estralls en les carteres dels inversors. Les carteres robot no són una excepció, donada la seva dependència dels ETF, que han experimentat una forta correcció de preus. Les futures condicions de mercat posaran a prova els models d'inversió i de negoci dels RA, ja que aquest segment s'enfrontarà a una tendència baixista en el mercat.

3.4. Tipologia de models de negoci

Existeixen diversos tipus d'empreses que componen l'ecosistema de WealthTech a tot el món amb diferents models de negocis, però totes tenen com a denominador comú els següents aspectes:

- **Finances**: Competeixen en preu, enfocant-se a ser significativament més barats que les solucions de gestió discrecional o d'assessorament d'inversions basades en humans.
  I) els que se centren en els clients digitals, per exemple, els *millennials*.
  II) els que se centren en els clients que no poden ser atesos de manera rendible a través del model de negoci tradicional (basat en la interacció humana), atès que els ingressos per comissions que generen resulten insuficients per a cobrir el cost de l'assessorament, cada vegada més alt a causa de les creixents exigències reguladores (p. ex. MIFID II).

El model de preus més destacat és el model de tarifa "tot inclòs", amb preus als Estats Units del voltant del 0,25%. La irrupció en el mercat d'aquest model de comissions (taxa zero/fixa o per subscripció) podria provocar un estrenyiment dels marges de negoci en aquelles empreses de serveis financers tradicionals que fixen les comissions basades en actius sota gestió. Pensem que els actuals proveïdors de serveis financers hauran de considerar acuradament si poden oferir unes opcions més flexibles en la fixació de les comissions per als inversors i poder-ne garantir la fidelització.

- **Clients:**
  Podem assenyalar dos tipus d'enfocaments diferents centrats en el client:
  Per als clients digitals, el factor clau és la confiança, ja que se senten còmodes en un ecosistema de tecnologia on poden accedir fàcilment a múltiples fonts d'opinió, en lloc de dependre del criteri d'un assessor. D'altra banda, existeix un segment cada vegada més gran de clients que no són potencialment rendibles i hauran de ser atesos amb el suport de la tecnologia. Els grans bancs i gestores d'actius internacionals s'estan enfocant principalment en aquest segment de clients per a reduir els seus costos i augmentar la rendibilitat.

A continuació, passem a analitzar els dos tipus de models de negoci, el pur i l'hibrid.

Model de RA (pur)

Per a un inversor tradicional d'ingressos mitjans, el valor d'un model de RA pur sol estar impulsat per la simplicitat del model de servei i la seva capacitat per a tenir interaccions ràpides i directes. És per això que, per a uns determinats segments de clients, els denominats Retail i/o Affluent (patrimonis menors de 100.000 €), aquest model respon millor a les seves necessitats de cerca d'una certa accessibilitat combinada amb serveis financers de qualitat.

En el model de RA pur, els assessors humans només ofereixen una orientació i suport inicial, després una plataforma digital es fa càrrec de la incorporació, l'accés a la cartera "omnicanal", el finançament de comptes, la generació de models de carteres per perfils, la gestió d'inversions i els reequilibris.

El benefici d'aquest model de negoci permet a les empreses atreure els clients en una etapa més primerenca del procés d'inversió/estalvi, ja que normalment són dirigits a inversors més joves amb petits patrimonis. Les empreses de RA poden establir una primera relació amb aquests inversors i

anar oferint-los més serveis gradualment, pel que fa als serveis escalables, a mesura que el seu patrimoni augmenta o les seves necessitats financeres es tornen cada vegada més complexes.

A mesura que els inversors augmenten el seu patrimoni i exerceixen un paper més actiu en les seves inversions, tendeixen a monitorar aquestes amb més freqüència. En un món digital, els inversors esperen que les preguntes sobre les seves necessitats financeres, siguin simples o complexes, siguin respostes en qualsevol moment i en qualsevol lloc.

Resumint. Alguns dels avantatges del model de RA pur són els següents:

- Comissions baixes.
- Requeriment d'imports mínims d'inversió.
- Assignació d'actius automatitzada.
- Reequilibri de la cartera automatitzada.
- Comunicacions automatitzades amb el client.
- Disponibilitat en qualsevol moment i lloc (les 24 hores).

Model RA (híbrid)

Si bé el debat entorn del paper de la tecnologia en les decisions d'estalvi/inversió ha enfrontat l'home contra la màquina, a mesura que els inversors comencen a adaptar-se a les noves tecnologies, ha sorgit una tercera opció enfront de la d'assessors financers tradicionals i al model de RA pur, és el denominat **model híbrid**.

Combinant els millors aspectes d'una oferta tradicional impulsada per assessors humans juntament amb l'eficiència i accessibilitat de les plataformes digitals automatitzades, està canviant ràpidament les expectatives dels clients. Però com és un model híbrid reeixit?

El model híbrid facilita una major connectivitat, cosa que implica un benefici addicional en fomentar interaccions més freqüents entre els clients i els seus assessors, la qual cosa en última instància enforteix la relació i ajuda a generar una major confiança. A més, la possibilitat de consolidació de la informació financera en una plataforma única permet als clients planificar i monitorar els productes i les solucions d'inversió i accedir a aquesta informació a mesura que ho vagi necessitant.

Aquest model de negoci més flexible també produeix una major elasticitat en les estructures de tarifes, la qual cosa permet als clients pagar pel nivell de servei que precisin.

Cal preguntar-se si el model híbrid ha arribat per a quedar-se. La resposta és **SÍ, de manera rotunda**, ja que el model híbrid té beneficis inhe-

rents que abasten totes les parts, la qual cosa el fa atractiu i mútuament beneficiós per als assessors financers, les empreses i els clients. El benefici més gran de l'enfocament híbrid és que augmenta l'escalabilitat dels assessors financers, permetent-los atendre més clients mentre mantenen un alt nivell de qualitat en l'oferta de serveis.

Les plataformes digitals també actuen com a catalitzador per a impulsar el creixement de les empreses de gestió de patrimonis a través de l'adquisició de nous clients i, posteriorment, nous actius. Per exemple, una oferta digital proporciona un canal d'alimentació de baix cost per a atreure els clients més joves que recentment s'hagin incorporat al mercat laboral i que tenen un enorme potencial de guanys i estan més ben posicionats per a incorporar nous actius procedents de la transferència de riquesa intergeneracional.

L'avenç del RA en la gestió patrimonial ha obligat la indústria a repensar les interaccions amb els clients. En el futur, els assessors han d'esperar que el model híbrid evolucioni contínuament per a poder satisfer cadascuna de les necessitats dels inversors al llarg del seu cicle de vida i on la tecnologia exercirà un paper cada vegada més important en les seves vides.

Resumint. Alguns dels avantatges del model híbrid són els següents:

- Accés a una base de clients més àmplia i segmentada del mercat.
- Posa un major èmfasi a comprendre les necessitats de planificació financera més complexes del client, mentre que les solucions d'assessorament automatitzat poden centrar-se en processos intermedis i administratius.
- Integra els coneixements i les aportacions dels assessors humans en el procés d'inversió per a així poder millorar les decisions de reequilibri de les carteres.
- El RA pot impulsar l'educació de l'inversor amb mòduls d'aprenentatge en línia ajudant-lo a obtenir coneixements més amplis que li permetran poder entendre millor la gestió activa de carteres en relació amb el binomi rendibilitat/risc.

Un informe del 10 de febrer del 2021 d'Allied Market Research va estimar que el model híbrid, que representa aproximadament el 80% de tot el mercat de RA el 2020 en l'àmbit mundial, continuarà dominant aquesta indústria. Donant suport a aquesta afirmació està un informe de Statista, que estima que els actius sota la gestió del model híbrid continuaran creixent a una taxa del 20,11% entre 2020 i 2025.

4. Tendències de futur: Conclusions

A continuació, exposarem la nostra visió general de l'ecosistema del WT i posteriorment, plantegem les tendències principals a tall de conclusions.

- **Noves generacions**: La transferència de riquesa intergeneracional en les pròximes dècades serà la més gran de la història i les noves generacions estan acostumades a interaccionar en línia i sense "barreres d'entrada". En conseqüència, l'adopció d'eines digitals no serà opcional per a aquelles entitats que vulguin captar clients en fase d'acumulació patrimonial. Per la seva manera d'actuar en altres àmbits els nous clients d'estalvi/inversió demandaran: Mínims d'entrada baixos (des d'1 euro); immediatesa 24/7 en el servei; adquisició de coneixements a través d'una App; esquemes de pagament per ús de servei o tarifa plana (*all-in-fee*); i fins i tot mecanismes de "ludificació" (mitjançant alertes, notificacions, promocions, etc.).
- **Des d'una aproximació de "Producte" cap a una altra basada en "Servei"**: Sobreviuran aquelles entitats que fonamentin la seva estratègia en el "Servei", per exemple, ajudant el client a desenvolupar els seus objectius d'inversió, o ajudant-lo a completar el seu aprenentatge. La tecnologia ha impulsat un procés imparable de democratització en el món de les inversions.
- **Digitalització al llarg del cicle de vida del client**: Aquest procés anirà sent adoptat per bancs i gestores de manera generalitzada, i afectarà a totes les seves fases: Descobriment – "*Onboarding*" – Servei – Fidelització – Retenció. En totes elles les entitats hauran d'extremar els seus esforços per oferir una experiència d'usuari impecable.
- **La Gestió passiva mantindrà la seva actual quota de mercat**: Els vents de cua persistiran, encara que la gestió activa de qualitat podrà reivindicar les seves virtuts i necessària presència en l'*asset allocation* de llarg termini. Existeix un elevadíssim percentatge d'inversors que encara no ha experimentat en les seves pròpies carns els efectes d'un mercat "baixista".
- **"Educació financera" més necessària que mai**: Les eines digitals facilitaran la transició des d'un perfil d'"Estalviador" cap a un altre d'"Inversor", però per a això serà vital que les entitats els donin accés a continguts educatius en línia de gran qualitat.

Per a acabar, assenyalaríem quatre tendències que marcaran el futur del mercat de WealthTech:

1. Les empreses de serveis financers entren en el mercat del Robo-Advice adquirint o col·laborant amb *players* FinTech purs, com Blackrock adquirint FutureAdvisor, Jemstep adquirit per Invesco o UBS signant un acord de col·laboració amb SigFig, per nomenar alguns dels acords més destacats.
2. Les empreses de serveis financers creen els seus propis RA que s'integren amb les seves plataformes d'assessorament ja existents. Els exemples més destacats són l'Assessor personal de Vanguard, Intelligent Portfolio Solution de Schwab, el Goldman Marcus InvestMoney de Goldman Sachs o a Suïssa, ePrivate Banking de Swissquote.
3. Les empreses emergents de FinTech operen com a empreses independents de serveis financers. Són els amos de la relació amb el client i ofereixen tota l'oferta valor de manera transparent als inversors. En la majoria dels casos, aquestes empreses subcontracten part del "backend" del negoci, com la custòdia o l'execució i liquidació de transaccions, a *players* tradicionals. Entre els RA més coneguts estarien Betterment o TrueWealth a Suïssa.
4. Finalment, existeixen diverses empreses de tecnologia que ofereixen solucions WealthTech sota una marca "blanca" com Meetinvest per a accions individuals o Dufour Capital (totes dues de Suïssa), per nomenar-ne només algunes.

Creiem que és encara aviat per a saber quina de les tendències descrites anteriorment serà la dominant en l'ecosistema de WT. Però si haguéssim d'establir uns escenaris d'èxit, ens decantaríem clarament per les dues primeres tendències i no veiem el mateix recorregut en les dues últimes.

ANNEX: Aplicació de la Intel·ligència Artificial (IA) en la gestió patrimonial

Durant els últims anys, els nous desenvolupaments tecnològics han impulsat importants transformacions en la indústria de la gestió de patrimonis. Primer, de manera abrupta, la pandèmia va fer que la comunicació digital fos la forma principal en què els clients contacten i es comuniquen amb els seus gestors de patrimonis. Posteriorment, van ser les empreses de gestió de patrimoni les que van invertir diners a accelerar el procés de migració al núvol, buscant en la incorporació de noves dades, la manera de potenciar les ofertes personalitzades per als clients.

Parafrasejant a J. F. Kennedy, no preguntis: "Què pot fer la IA en la gestió patrimonial?". Pregunta: "Per què hem d'usar IA?"

En l'actualitat, la gestió de patrimoni impulsada per IA consisteix a utilitzar models estadístics avançats juntament amb l'aprenentatge automàtic per a processar grans quantitats de dades de clients i dels diversos tipus de mercats. Aquest enfocament ens permet: augmentar significativament la precisió en les nostres prediccions, poder automatitzar les tasques administratives i així poder generar més clients potencials.

Hi ha diversos aspectes clau en els quals la IA pot beneficiar les empreses de gestió de patrimonis:

1. **Hiperpersonalització**
   L'aplicació de les actuals eines de CRM juntament amb l'aprenentatge automàtic pot oferir als gestors patrimonials una major comprensió de les necessitats dels seus clients. Incloent unes preferències i actituds enfront del risc, fins al punt de proporcionar un nivell de detall que potser no l'aconsegueixen en una reunió personal amb el client.
   Això permet als gestors crear uns perfils més personalitzats dels clients que van molt més enllà dels segments de riquesa tradicionals, creant experiències d'usuari personalitzades.
2. **Afavorir l'accés a un servei de planificació financera**
   La planificació fiscal, successòria, i de jubilació es consideren les àrees més complexes de la gestió patrimonial. En el passat, els planificadors financers havien d'invertir gran quantitat del seu temps en processos burocràtics i la realització de càlculs molt complexos per a assegurar que el client aconsegueixi els seus objectius financers al llarg de la seva vida.
   Ara, els motors de planificació digital poden realitzar aquests càlculs complexos. Més encara, aquests avanços tecnològics permetran al client poder disposar del seu propi full de ruta amb uns objectius específics i recomanacions per a aconseguir els seus objectius financers.
3. **Reporting i seguiment de les inversions en temps real**
   Actualment, els clients ja no estan satisfets amb les actualitzacions mensuals de les posicions de la seva cartera. Desitgen fer un seguiment gairebé immediat de qualsevol canvi rellevant o notícies en els mercats que estiguin tenint lloc. Aquesta immediatesa en l'accés al coneixement i la informació permet el seguiment en temps real per a clients i assessors financers. L'objectiu final és poder ajudar tant al gestor com al client a prendre decisions millor informades en estar connectat en tot moment de què està succeint en els mercats.

Resumint, podem deslligar que la IA és l'aspecte principal per a poder oferir unes experiències digitals personalitzades al client modern que les desitja i requereix. A més, la IA pot ajudar a augmentar la productivitat de les empreses, en optimitzar les tasques administratives, la qual cosa, al seu torn, millorarà la rendibilitat de les empreses i els permetrà oferir uns serveis a un cost més baix amb la mateixa rendibilitat. Al final, no podem oblidar que el toc humà, la comprensió de les circumstàncies personals de cada client i el judici personal són insubstituïbles.

La conclusió final: és que val la pena que les empreses de gestió de patrimoni comencin ja a invertir en IA.

Referències bibliogràfiques

Aite Novarica (2021) "Top Ten Trends in Wealth Management, 2022 So Many Opportunities, So little time".

Bain And Company (2021) "Global Private Equity Report 2021".

Cap Gemini (2020) "World Wealth Report 2020".

Cb Insights (2021) "FinTech Report Q3 2021". "How Robinhood makes money".

Charles Schwab (2015) "Man and Machines Report".

Deloitte (2016) "The Expansion of Robo-Advisory in Wealth Management", i "Cost-Income Ratios and Robo-Advisory".

European Commission (2018) "Distribution systems of retail investment products across the European Union".

Hfm Insights (2021) "Investor Intentions H2 2021", in association with AIMA.

Sironi Paolo (2016) "FinTech Innovation. From Robo-Advisors to Goal Based Investing and Gamification", Wiley.

Thoughtlab: Wealth and asset management 4.0.

Vanguard (2022) Quantifying the investor's view on the value of human and robo-advice, febrero.

Altres fonts consultades:

Asociación Española de FinTech e InsurTech (AERI).