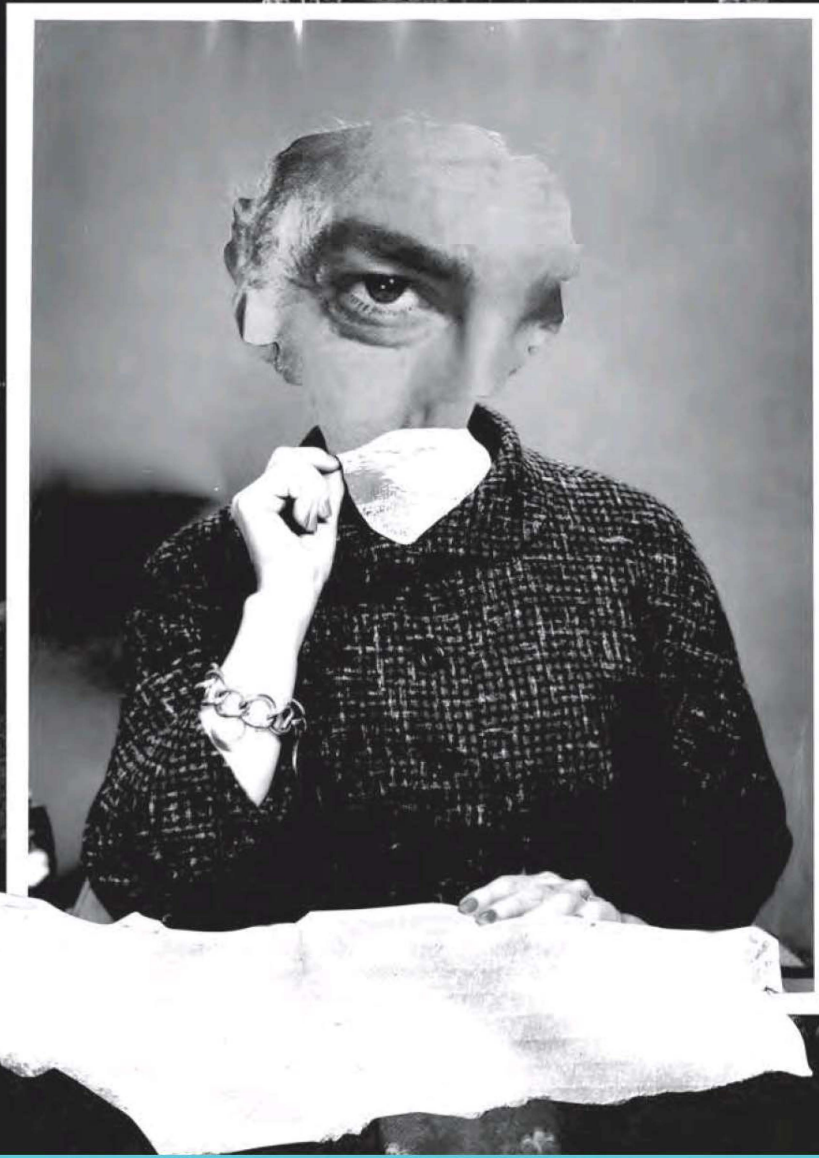


VIUDAS CON 60 BILLONES

● Banqueros y gestores reconstruyen sus estrategias para adaptarse a las esposas que sobrevivirán a los varones «boomer»



PVP 5 €



● Gran parte del patrimonio de los «baby boomers» será administrado por mujeres en 2030. ¿Cómo transformará la industria de la gestión?

Durante décadas, la gestión de la riqueza ha sido cosa de hombres. De varones que toman las decisiones asesorados por otros varones, pues el género masculino es mayoritario en la industria de la gestión de activos.

Pero el proceso de empoderamiento que han protagonizado las mujeres en otras facetas de la vida ha llegado también al ámbito del patrimonio. Ya sea por circunstancias familiares –un divorcio, una herencia o la muerte del marido– o por preferencias personales, cada vez son más las féminas que están tomando las riendas de su fortuna, dejando obsoletos muchos tópicos que habían imperado hasta ahora.

Se trata, además, de un fenómeno que se va a acentuar en los próximos tres a cinco años, en los que «una cantidad sin precedentes de activos irá a parar a manos de mujeres», según la consultora McKinsey.

«Nos viene una oleada de dinero brutal. En los años 70 y 80 se crearon gran cantidad de empresas que ahora deberían acometer el relevo generacional pero muchas familias están vendiendo la compañía ante la falta de liderazgo claro en la siguiente generación para llevar bien la empresa. Esto está generando bolsas de dinero tanto en España como en los Estados Unidos que no están volviendo a la economía productiva, sino que se están quedando en los mercados financieros», dice la experta Ana Díaz.

No existen estimaciones para España pero McKinsey calcula que en 2030 ellas controlarán gran parte de los 30 billones de dólares (24 billones de euros) que ha acumulado la generación del baby boom en los Estados Unidos; mientras que en Reino Unido el 60 por ciento de la riqueza estará en manos de mujeres ya en 2025, según el Centre for Economics and Business Research.

Aunque hay pronósticos que elevan estas cifras. La firma Cerulli, por ejemplo, estima que 68 billones de dólares (unos 60 billones de euros) cambiarán de manos en los próximos 25 años en los Estados Unidos a medida que fallezcan los «boomer», una lluvia de dinero que recaerá, en gran medida, en sus esposas e hijos. En concreto, se prevé que las mujeres hereden el 70 por ciento de los activos en las próximas dos generaciones, según datos de Pictet.

«La mayor esperanza de vida de las mujeres hace que ya desde hace años parte de nuestros clientes del área de gestión de grandes patrimonios sean mujeres viudas», confirma Francisco Gómez Trenor, director general de Mirabaud & Cie en España.

Si bien, es justo precisar que el empoderamiento de las mujeres en el ámbito de la riqueza no bebe únicamente del dinero amasado por los hombres de su familia. Más bien al contrario, las firmas especializadas del sector explican que gran parte de sus clientas son directivas o empresarias que han construido su propio patrimonio personal. «Hay más capital en manos de mujeres desde el punto de vista empresarial y ejecutivo», explica Ana Fernández, socia directora de AFS Finance Advisors, una firma de asesoramiento con un 70 por ciento de clientas.

En los Estados Unidos, por ejemplo, ellas son las dueñas mayoritarias de 9,9 millones de negocios, que generan ventas por 1,4 billones de dólares y dan empleo a 8,4 millones de personas, según un informe de RBC Wealth Management.

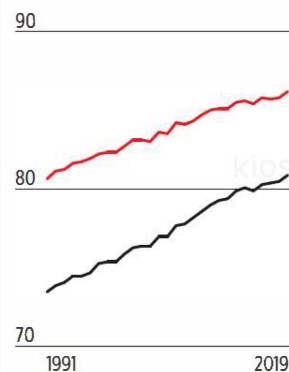
Pero sea por una cosa o por la otra, lo cierto es que estas enormes transferencias de capital a manos de las mujeres obligarán a los gestores de patrimonio y banqueros privados de todo el mundo, acostumbrados a servir a varones, a repensar su enfoque.

Atraer y retener a las clientas

«Atraer y retener a las clientas femeninas será un imperativo de crecimiento crítico para las empresas de gestión patrimonial. Para tener éxito, las empresas deberán comprender profundamente las necesidades, preferencias y comportamientos diferenciados de las mujeres cuando se trata de administrar su dinero», dice el documento de McKinsey.

● Las mujeres viven más que los hombres

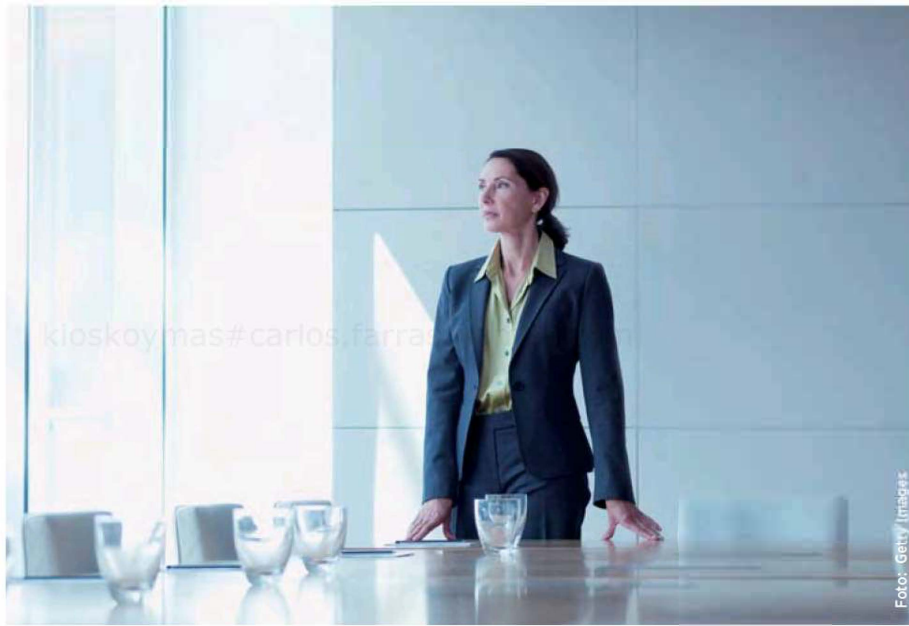
— MUJERES
— HOMBRES



ESPERANZA DE VIDA EN ESPAÑA.
FUENTE: INE



Porcentaje de riqueza familiar que gestionan las mujeres en Europa, según Credit Suisse



◀ **MUJERES E INVERSIONES.** La participación de las mujeres en la toma de decisiones patrimoniales crece un 30 por ciento en los Estados Unidos, según datos de la consultora McKinsey.

Muchos profesionales del sector son también conscientes de esta necesidad de adaptación, que debe afectar a todo el proceso, desde el diseño de los folletos y materiales de marketing a la comunicación. «Estos cambios en la base de clientes ejercen presión. Así que los gestores de patrimonios tenemos que comprender y atender las diferencias de perfil inversor que existen entre mujeres y hombres. En un mundo de servicios financieros dominado por los hombres, los gestores de patrimonio debemos adaptarnos rápidamente o arriesgarnos a ser dejados atrás por una nueva generación de inversores con una visión del mundo diferente», relata Luis Sánchez de Lamadrid, director general de Pictet WM en España.

Por ello, algunas entidades como UBS tienen proyectos en marcha para conocer mejor las necesidades de las mujeres inversoras y también se han lanzado productos de inversión claramente destinados a este público como los fondos de igualdad de género de Robeco –el RobecoSAM Global Gender Equality Impact Equities–, de Mirrova –el Mirrova Women Leaders Equity fund– y Nordea –el Nordea 1 - Global Gender Diversity fund–.

Y es que el riesgo de infravalorar el poder creciente de esta mitad de la población es algo que la industria de la gestión de

activos no puede pasar por alto. El caso de Patricia Rueda así lo refleja. Tras estudiar en los Estados Unidos, esta mujer de 39 años decidió ponerse al frente de la fortuna amasada por la primera generación de su familia en el negocio editorial y de seguros, cancelando los servicios de las firmas con las que habían trabajado hasta entonces. «Lo cambié todo. Prescindi del director financiero que teníamos en aquel momento porque no me gustaban las inversiones que estaba haciendo y sustituí las bancas privadas que teníamos contratadas con entidades comerciales españolas por otras internacionales», relata.

Y es que una de las primeras cosas que suele hacer una mujer cuando coge el testigo del patrimonio familiar es evaluar a los proveedores y contratar a otros si no están a la altura de sus expectativas. De hecho, en el caso de las viudas, el 70 por ciento cambia de asesor antes de que se cumpla un año del fallecimiento de su marido, según McKinsey.

Porque aunque los objetivos de los inversores suelen ser los mismos sin importar el sexo (preservar y aumentar el capital, batiendo a la inflación), todo parece indicar que las mujeres (al menos algunas de ellas) tienen una sensibilidad diferente y demandan un servicio distinto por parte de sus asesores. ▶

Las fases típicas del ciclo de vida de una mujer inversora



FUENTE: CREDIT SUISSE

«Buscan un asesoramiento profesional, que esté muy vinculado a sus necesidades. Es decir, sentirse escuchadas y comprendidas en lo que necesitan, para que cuando el asesor les vaya a hacer recomendaciones, sean coherentes con lo que están buscando», explica Ana Fernández.

Ellas quieren ir al grano

Asimismo, no encajan bien con un modelo de hacer negocios en el que las actividades lúdicas (como una larga comida o una partida de golf) se mezclan con la toma de decisiones, alargando el proceso. «Yo necesito ser concisa e ir al grano. Estas reuniones eternas en las que estás plácidamente hablando durante horas no van conmigo. Yo necesito que sean claros y que me cuenten las cosas de manera llana, sin muchos tecnicismos y florituras. Qué me recomiendas, por qué y cuál es el objetivo de esto que me estas recomendando», cuenta Rueda.

Más allá de eso, empatizar con la personalidad del profesional sentado al otro lado de la mesa es importante para el 50 por ciento de las mujeres (frente al 40 por ciento de los hombres).

«Cuanta más diversidad de banqueros tienes, a más diversidad de público puedes atender. El trato en banca privada es muy personal, tiene que haber química entre el cliente y el asesor. Hay asesores que yo ja-

más contrataría pero que gustan a un determinado tipo de público. Porque cada persona tiene sus preferencias, sus valores. Si tienes una plantilla con distintos valores, diferentes formas de ser, llegas a más perfiles. Si todos tus asesores van repeinados con gominas y gemelos, eso llega a un tipo de cliente nada más», explica Ana Díaz. Ella está en una posición privilegiada para hablar sobre esta realidad desde ambos lados de la barrera: antes de llevar su propio patrimonio, trabajó durante 11 años como banquera privada en Banif y Santander Private Banking. Por eso, cree que uno de los pasos necesarios para avanzar en este sentido es incrementar el porcentaje de mujeres banqueras.

Lo mismo piensa Ana Fernández: «Cada vez debería haber más mujeres como banqueras privadas por su capacidad de escucha. El varón suele hacer recomendaciones más alineadas con sus propios deseos, no los de la mujer-cliente. Por ejemplo, los banqueros varones no suelen dejar importes de liquidez elevados sin invertir. Sin embargo, a las mujeres les gusta tener dinero en la cuenta corriente como parte de la preservación de capital».

En el caso de Díaz, lo que más valora en un asesor es que le ayude a evitarse sustos. «Yo lo que quiero es que me expliquen bien los riesgos, los costes y las comisiones. No quiero tener sorpresas», relata.

Una demanda que comparte Rueda: «Me gusta tener muy identificados cuáles son los riesgos y los posibles beneficios. Es más importante tener claros los riesgos que los beneficios».

Si bien, esa prudencia no quiere decir que las mujeres sean más conservadoras que los hombres en una misma franja de edad y similar cultura financiera, al contrario de lo que suele decirse.

«La mujer no es menos arriesgada, simplemente toma las decisiones de riesgo con criterios de prudencia. Y un criterio de prudencia no es dejar de invertir en algo de riesgo, sino conocer el riesgo y diversificarlo», apunta Fernández.

En ese sentido, las inversiones de las mujeres se parecen a las de sus homólogos masculinos en una situación comparable. En el caso de Rueda, explica que tiene invertido el patrimonio de su familia en un 60 por ciento en el sector inmobiliario y en otro 40 por ciento en activos financieros.

Por la parte financiera, cuenta con una cartera variada en la que caben tanto los activos de renta fija como la bolsa, con especial acento en algunas de las temáticas más en boga en los últimos tiempos como las energías limpias y la tecnología del 5G. Recientemente, ha incrementado su posición en mercados emergentes con la inclusión de renta variable china.

Preferencias por el Inmobiliario

El inmobiliario también es un pilar importante en las inversiones de Ana Díaz, pero en su caso (como es propio en una inversora algo más madura), huye de las acciones. «En los mercados financieros no me siento nada cómoda a pesar de que he sido asesora. Prefiero el inmueble y también tengo participaciones en una empresa hotelera de mi hermano», explica.

Se trata de posiciones lógicas si tenemos en cuenta la tradición inversora española. «Al final, tu experiencia va a marcar cómo te sientes más cómodo. En los Estados Unidos la renta variable se ha comportado bien, ha dado muchas alegrías a los inversores y, probablemente, éstos se sienten más cómodos con ella que en España, donde la bolsa no ha dado tantas. En cambio, si miras el comportamiento de los inmuebles españoles en los últimos 50 años, no han parado de subir», apunta Carlos Farrás, de DPM Finanzas.

● Activos en manos femeninas en EEUU

■ MUJERES: 10,9B\$
■ HOMBRES: 24,0B\$



EN BILLONES DE DÓLARES. FUENTE: MCKINSEY

Con todo, lo que sí reconocen los profesionales consultados es un mayor sesgo de las mujeres hacia las inversiones socialmente responsables: «¿Qué deseos tiene una mujer a la hora de invertir? Uno, preservación de capital y, dos, crecimiento del capital. Y todo esto vinculado a inversiones que tengan criterios con los que ella se sienta identificada como la diversificación o las inversiones socialmente responsables, que generen un impacto positivo en el planeta o en la humanidad», dice Fernández.

Aun así, parte del sector del asesoramiento en España discrepa sobre la necesidad de transformación que apunta la consultora McKinsey. Resta importancia a las diferencias de género y tampoco piensa que las mujeres deseen o requieran un servicio diferenciado.

De hecho, algunas grandes entidades españolas consultadas y firmas más pequeñas de asesoramiento financiero reconocen no ofrecer un trato diferencial a las mujeres, pues no creen que exista demanda para ello.

En general, estos profesionales creen que su deber es conocer bien a su cliente (independientemente del sexo) y ofrecerle soluciones adaptadas a sus necesidades, sean las que sean y provengan de su género (o no).

● María Gómez Silva