

EBOOK | SUPERAR LOS DESAFÍOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA GESTIÓN DE PATRIMONIOS



Hyland™

CONTENIDO

(Haga clic para ir a una sección)

- 3 **Introducción**
- 4 **Parte 1: Panorama cambiante**
- 9 **Parte 2: Gestión digital de patrimonios**
- 12 **Parte 3: Servicios de contenido para la gestión de patrimonios**
- 14 **Parte 4: Adoptar el cambio**



Introducción

Más que cualquier otro producto financiero, la gestión de patrimonios es un negocio de alto contacto que se basa en el servicio y la interacción personalizados. Los clientes esperan un asesoramiento y unas soluciones adaptadas a sus objetivos financieros y a su actitud individual frente al riesgo. Los gerentes, por su parte, pasan años construyendo la confianza mediante el contacto y la colaboración constantes.

Tradicionalmente, esto se ha traducido en reuniones presenciales. Los gerentes proporcionan una actualización de la cartera física, recopilan los documentos pertinentes y repiten si es necesario. En la era de la tecnología digital y colaborativa, se elimina la necesidad de este intercambio de papeles; sin embargo, según un estudio de PwC, la gestión de patrimonios sigue siendo "uno de los sectores de servicios financieros con menos conocimientos tecnológicos".

Hay varias razones, principalmente la demografía del propio sector. Los clientes que buscan servicios de gestión de patrimonios, es decir, los individuos con un alto poder adquisitivo (HNWI), tienden a ser mayores y con menos conocimientos tecnológicos, o eso creen los gestores de patrimonios. Pero, como veremos más adelante, esto no es necesariamente cierto. Al menos, no durante mucho más tiempo.

LA OLA DIGITAL HA LLEGADO

Con la velocidad vertiginosa de la innovación en los pagos y la banca de consumo, los clientes de todas las generaciones esperan ahora lo mismo en la gestión de patrimonios. La tecnología también ha nivelado las condiciones con barreras de entrada más bajas, lo que permite a los competidores nativos digitales y ágiles hacerse con la cuota de mercado.

Para las empresas tradicionales de gestión de patrimonios, la tecnología digital representa una gran oportunidad para lograr una mayor eficiencia, gestionar los costes y transformar su papel con los clientes y el valor que les aporta. En este ebook, destacamos por qué ignorar la ola digital ya no es una opción, con información que incluye:

- Tendencias clave que dan forma al cambiante panorama de la gestión de patrimonios
- Desafíos a los que se enfrentan las organizaciones al adoptar la tecnología digital
- Ventajas de los procesos digitales en la gestión de patrimonios

¿A QUIÉN SE CONSIDERA UNA PERSONA CON UN ALTO PODER ADQUISITIVO?

El sector de los servicios financieros clasifica a los individuos con un alto poder adquisitivo (HNWI) como clientes con activos líquidos por encima de un cierto umbral. Aunque el importe exacto difiere según la entidad financiera y la región, las clasificaciones generales son las siguientes:

- **Afluyente** — Un inversor con más de 100.000 dólares pero menos de 1 millón de dólares
- **HNWI** — Un inversor con activos financieros superiores al millón de dólares
- **Muy HNWI** — Un inversor con activos financieros superiores a 5 millones de dólares
- **Ultra HNWI** — Un inversor con activos financieros superiores a 30 millones de dólares

Primera parte: Panorama cambiante





La gestión de patrimonios tal y como la conocemos está obsoleta. El asesoramiento individualizado y orientado al producto es algo del pasado.

Kendra Thompson

Directora General, Accenture Wealth & Capital Markets



Aunque la gestión de patrimonios ha sido lenta para adaptarse a los cambios tecnológicos, el sector se encuentra en la cúspide de una revolución digital. Estas son algunas razones:

CAMBIOS DEMOGRÁFICOS

Hasta hace poco, la mayoría de los individuos con alto poder adquisitivo que buscan servicios de gestión de patrimonios tienen más de 50 años y son menos propensos a tener conocimientos digitales, una creencia que contribuyó a la complacencia digital del sector. Sin embargo, un estudio de PwC reveló que los individuos con un alto poder adquisitivo de todos los grupos de edad se sienten cómodos con la tecnología digital en su vida diaria:

- **El 85 por ciento** de los individuos con un alto poder adquisitivo utilizan tres o más dispositivos digitales
- **El 98 por ciento** accede a Internet o a aplicaciones o a ambos a diario
- **El 69 por ciento** utiliza banca online y móvil

El mismo estudio reveló que los individuos con un alto poder adquisitivo menores de 45 años son más abiertos, confiados y entusiastas a la hora de adoptar la tecnología, y están más interesados en gestionar las inversiones online. En los próximos años, los millennials, alrededor de 80 millones en los EE. UU., alcanzarán la madurez financiera. A medida que crezcan o hereden su riqueza en los próximos años, es probable que se conviertan en la generación más rica de la historia de Estados Unidos, según RBC Wealth Management. Y para 2025, estos clientes potenciales con vocación profesional y conocimientos tecnológicos representarán casi las tres cuartas partes de todos los ingresos, trayendo consigo su apetito digital.

EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

Los individuos con un alto poder adquisitivo de todos los mercados y grupos de edad esperan ahora la funcionalidad online en toda su vida financiera, desde la banca hasta las inversiones. Ya no es posible que el sector de la gestión de patrimonios crea que su base de clientes no quiere o no necesita gestionar sus activos de forma digital.

Las expectativas de los clientes, que ya han impulsado el cambio en la banca de consumo, están ahora impulsando el cambio en la gestión de patrimonios. Según Refinitiv, los clientes tienen cuatro expectativas principales:

- **Entrega digital y a todas horas** – Esto impulsa y afecta a todos los servicios financieros, pero es importante señalar que no excluye la necesidad de un servicio de atención al cliente en persona.
- **Servicio conforme y fácil de usar** – Los clientes esperan un servicio sin interrupciones que sea conforme no solo dentro de su jurisdicción de residencia fiscal, sino también como inversor global.
- **Contenido personalizado y relevante** – Los clientes esperan un servicio personalizado basado en sus objetivos de inversión personales y su perfil de riesgo.
- **Datos transparentes de tarifas y rendimiento** – La lealtad y las relaciones ya no son suficientes para mantener a los clientes, que son cada vez menos tolerantes a las tarifas ocultas. Los clientes también quieren poder supervisar su riesgo/rentabilidad neta de tarifas.

NUEVOS COMPETIDORES

Las empresas que sigan ignorando estas demandas de los clientes corren el riesgo de perder cuota de mercado, especialmente frente a actores no tradicionales y plataformas de gestión de carteras digitales puras.

Los proveedores de servicios emergentes, como las plataformas de robo-advisor, están ganando adeptos en todo el mundo, utilizando algoritmos para ofrecer asesoramiento financiero por una fracción del precio de un asesor de clientes. Con modelos de servicio que van desde la inversión automatizada al asesoramiento guiado, los robo-advisors están duplicando sus activos bajo gestión (AUM) cada pocos meses y se espera que alcancen los 2 billones de dólares en 2020, según un informe de Bloomberg.

Sin embargo, cabe señalar que el índice de adopción sigue siendo bajo. Aunque los individuos con un elevado patrimonio conocen los servicios de asesoramiento online, la investigación de PwC confirma que solo el 6 % de los clientes de alto poder adquisitivo los utilizan, lo que sugiere que los clientes de alto poder adquisitivo ven las plataformas de asesoramiento online más bien como un servicio de mercado masivo. No obstante, las empresas de gestión de patrimonios deberían tenerlo en cuenta a largo plazo. Es poco probable que los clientes con grandes ingresos -denominados "high earners, not rich yet" (HENRY)- que utilizan los servicios de asesoramiento online busquen la gestión tradicional de su patrimonio cuando sus activos alcancen el umbral de calificación.

Mientras tanto, los gigantes tecnológicos Google, Apple, Facebook, Amazon, Alibaba y Tencent han manifestado su interés por entrar en el sector de la gestión de patrimonios. Más de la mitad de los individuos con alto poder adquisitivo encuestados en el World Wealth Report 2018 afirman que utilizarían los servicios de gestión de patrimonios de una empresa BigTech, lo que podría traducirse en 12 billones de dólares de flujos potenciales de activos. Aunque estas empresas todavía no se han introducido en el mercado debido a los obstáculos, entre ellos los problemas de privacidad y las limitaciones normativas, es probable que solo sea cuestión de tiempo. Para prepararse para este futuro, las principales empresas de gestión de patrimonios están invirtiendo fuertemente en tecnologías innovadoras como la automatización inteligente y la inteligencia artificial (IA).



Obstáculos para la adopción

El sector de la gestión de patrimonios se enfrenta a varios retos a la hora de adoptar la tecnología digital. Entre ellos:



FALTA DE DEMANDA DE LOS CLIENTES

A pesar de que las expectativas se dirigen hacia las funcionalidades digitales, la lentitud de los clientes es uno de los mayores factores que obstaculizan la innovación. En un informe de Thomson Reuters y Forbes, el 50 % de los gestores de patrimonios afirmaron que la capacidad de su empresa para digitalizarse y aprovechar las nuevas tecnologías se ve obstaculizada por sus clientes, menos conocedores de la tecnología.

Otro estudio de Mckinsey descubrió que los "atacantes digitales" -como los robo-advisors Betterment, Wealthfront y Future Advisor- siguen siendo pequeños actores del sector, a pesar de las grandes expectativas. Sin embargo, los clientes de estos atacantes digitales declaran niveles de satisfacción entre cinco y diez veces superiores.



SISTEMAS HEREDADOS QUE DIFICULTAN LA INNOVACIÓN

Podría decirse que el mayor reto de la transformación digital para la gestión de patrimonios es la propia tecnología. La mayoría de los proveedores de servicios están plagados de sistemas heredados rígidos que carecen de escalabilidad e interoperabilidad, implementados como soluciones provisionales en lugar de formar parte de una transformación holística.

Estos sistemas alojan los datos en sistemas dispares y obstruyen el movimiento de datos entre silos, impidiendo una vista completa del cliente necesaria para ofrecer servicios personalizados a los clientes en cualquier momento y lugar. En muchos casos, las empresas se basan en estos sistemas principales para apoyar las nuevas tendencias de los consumidores, como el móvil y las redes sociales, lo que resulta en una lucha para actualizar sus aplicaciones móviles, o vincular sus experiencias de banca online, en tabletas y en teléfonos inteligentes.



CULTURA DE AVERSIÓN AL RIESGO

La mayoría de los líderes y directores generales comprenden la urgencia y la necesidad de innovar, pero un entorno con aversión al riesgo como el de la gestión de patrimonios puede no estar dispuesto a aceptar el cambio. Además, la mayoría de los gestores patrimoniales siguen viendo a TI como una función que solo sirve de apoyo a su actividad principal y no como una estrategia empresarial central.

Lo más preocupante es que muchos gestores de relaciones sobrestiman peligrosamente su oferta digital, calificando su negocio como "digitalmente avanzado" en una encuesta de PwC cuando el único servicio que ofrecen a los clientes es una página web.

Segunda parte: Gestión digital de patrimonios



Estamos entrando en una nueva era, una cuarta época, impulsada por los avances tecnológicos. Mientras que las épocas anteriores desarrollaban eficiencias en un proceso establecido, las tecnologías disponibles o en desarrollo hoy en día nos permiten replantear el proceso.

Patrick Donaldson

Jefe de Desarrollo de Mercados, Wealth Asia



La tecnología digital se destacó como un acelerador clave para el cambio futuro en la gestión de patrimonios en el Informe Global de la Riqueza 2017 de BCG. Pero aunque los actores del sector están de acuerdo en la importancia de la tecnología, la mayoría de las organizaciones no obtienen ningún valor empresarial de sus programas de transformación. Esto se debe a que persiguen la innovación digital como un ejercicio de selección de características que se centra en lo que su tecnología existente puede proporcionar. Estas soluciones provisionales dan lugar a capacidades digitales básicas, desconectadas e insuficientes para satisfacer las necesidades de los clientes.

¿Qué significa la transformación digital en la gestión de patrimonios?



INCORPORACIÓN SIN PAPEL DE CLIENTES

Un área en la que las empresas tradicionales de gestión de patrimonios tienen dificultades para mantenerse al día es el proceso de incorporación de clientes. Los días en que los clientes acudían a una oficina física para abrir una nueva cuenta están contados, si es que no se han acabado ya. Para seguir siendo relevantes y competitivas en la era digital, las empresas deben atenerse a una regla básica: la entrega rápida, barata y fácil. Y esto comienza con la incorporación de clientes.



EXPERIENCIA IMPECABLE DE LOS CLIENTES

En un mundo en el que cualquiera puede abrir una cuenta de microinversión desde su teléfono en menos de cinco minutos, una experiencia del cliente sin fisuras es crucial para seguir siendo competitivos, ya que un recorrido del cliente simplificado no solo es más eficiente desde el punto de vista empresarial, sino que es la única manera de ganar nuevos clientes y retener a los existentes. La experiencia del cliente se ha convertido en una prioridad estratégica para las empresas de gestión de patrimonios. De hecho, la consultora Walker estima que para el año 2020 se espera que la experiencia del cliente supere al precio y al producto como diferenciador clave en el mercado.



FLUJOS DE TRABAJO EFICIENTES

Además de captar y atender a los clientes, los gestores de patrimonio y de relaciones suelen encargarse de pesadas tareas administrativas como la apertura de cuentas, las transacciones y los pagos. La incorporación de clientes que se basa en formularios en papel es una tarea incómoda y desagradable, que implica la introducción repetitiva de datos y un extenso papeleo, con la mayor parte de los datos recogidos destinados a satisfacer las necesidades de cumplimiento.

Desafortunadamente, esta información suele estar atascada en repositorios aislados debido a sistemas heredados que no se comunican entre sí, lo que complica aún más el trabajo administrativo de los empleados. Cuando los datos de los clientes residen en múltiples sistemas, archivadores y buzones de correo electrónico, puede resultar engorroso y casi imposible localizar la información pertinente. Y la naturaleza sensible de estos datos significa que los sistemas dispares suponen un grave riesgo de incumplimiento, especialmente si los procesos implican aprobaciones que se realizan por correo electrónico.

Imagine una única plataforma que integre la captación de clientes, la incorporación digital, el cumplimiento normativo, la gestión de las relaciones y la inteligencia empresarial, ofreciendo a los gestores de relaciones una vista completa de cada cliente. Esto no solo reduce la enorme carga administrativa de los gestores de patrimonio, sino que les permite ofrecer a los clientes un servicio más rápido y preciso.



COSTES REDUCIDOS

La apertura manual de una cuenta implica un enorme flujo de trabajo interno para verificar, almacenar y actualizar la información de los clientes a lo largo del tiempo. La digitalización reduce considerablemente la duración del proceso. Una empresa de tecnología de gestión de patrimonios dijo que pudo reducir el proceso de 25 días a un día, reduciendo los costes operativos. Los procesos digitales también permiten verificar la información automáticamente, lo que reduce los costes de cumplimiento.

Tercera parte: Servicios de contenido para la gestión de patrimonios



Una sólida plataforma de servicios de contenido como OnBase, la plataforma de información empresarial de Hyland, aborda los problemas destacados en las secciones anteriores, como los flujos de trabajo ineficientes, la carga administrativa y los datos aislados en sistemas dispares. OnBase permite un proceso digital integral al capturar y almacenar primero los documentos electrónicamente, eliminando la necesidad de formularios en papel y la verificación manual. Cuando se almacenen en OnBase, los empleados obtienen acceso instantáneo a la información que necesitan, cuando la necesitan.



ELIMINAR LOS RIESGOS DE SEGURIDAD Y LOS PROBLEMAS DE CUMPLIMIENTO

Los documentos capturados por una plataforma de servicios de contenido se clasifican automáticamente, lo que permite aplicar políticas de seguridad, acceso y retención a los documentos, al tiempo que se recopilan datos con precisión. Esto garantiza una mayor seguridad al permitir:

- **Control de versiones** – Garantiza que se procese o produzca la versión correcta de un documento durante eDiscovery
- **Gestión de registros y retención** – Automatiza el proceso de declarar documentos como registros, colocar retenciones y realizar tareas de retención, como la eliminación automática o el archivado

Los grupos de discos cifrados proporcionan una capa adicional de seguridad para el contenido almacenado en OnBase. Los documentos se cifran automáticamente con AES 256 bits, uno de los cifrados más difíciles de descifrar, a medida que se importan, resultando indescifrables cuando se recuperan fuera del sistema. Incluso dentro de OnBase, los archivos son accesibles solo para los usuarios con los permisos adecuados, lo que disminuye aún más el riesgo de exposición.



AUTOMATIZAR LAS TAREAS EN PAPEL

El reconocimiento de datos y el reconocimiento óptico de caracteres pueden entonces extraer información de esa imagen del documento, ya sea originalmente en formato electrónico o un documento en papel escaneado, reduciendo la necesidad de intervención manual. Una solución estratégica de flujo de trabajo puede dirigir los documentos, los paquetes de documentos y la información al empleado o al aprobador más adecuado, reduciendo en gran medida los errores del proceso de revisión de documentos no en regla (NIGO) y en regla (IGO).



REDUCIR LOS PLAZOS DE LOS ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO

La solución adecuada de servicios de contenido reduce, y a veces elimina, la necesidad de interacción humana durante los procesos administrativos. Al reducir la necesidad de buscar información sobre los clientes en múltiples sistemas, las organizaciones de gestión de patrimonios pueden eliminar esos costes. Los usuarios pueden seguir los acuerdos de nivel de servicio en tiempo real, proporcionar información a los clientes sobre la marcha y revisarlo todo a través de las métricas del panel.



CAPACITE A SUS GESTORES DE PATRIMONIO

Una solución de servicios de contenido también permite a los gestores de patrimonio y al resto del personal acceder fácilmente a la información desde una ubicación segura y centralizada, lo que permite dedicar más tiempo a ofrecer un servicio superior a los clientes. Atender a los clientes con mayor rapidez ayuda a su organización a satisfacer las cambiantes expectativas de comunicación de sus clientes y prospectos.

Ya no hay que esperar mientras los gestores de patrimonio buscan la información de los clientes en archivadores y ficheros compartidos. Ahora pueden establecer relaciones más significativas con los clientes y presentar nuevos productos y servicios.

Cuarta parte: Adoptar el cambio



Contenido

Introducción

Parte 1: Panorama
cambiante

Parte 2: Gestión digital
de patrimonios

Parte 3: Servicios de
contenido para la gestión
de patrimonios

**Parte 4: Adoptar el
cambio**

14 / 17



Afortunadamente, el papel de la tecnología en la gestión de patrimonios no es simplemente automatizar, sino complementar y facilitar la transformación digital. El futuro de la gestión de patrimonios no es automatizado, impersonal o robótico. Está personalizado, basado en la comprensión de los objetivos vitales de los clientes, y combina la tecnología con el servicio para ayudar a las personas a alcanzar sus sueños.

Cheryl Nash

Presidente de Servicios de Inversión, Fiserv



Los cambios en el panorama de la gestión de patrimonios, incluidos los datos demográficos y las expectativas de los clientes, así como la aparición de competidores ágiles, seguirán dando forma al sector en los próximos años. Dentro de cinco o diez años, el papel de los gestores de patrimonio tal y como lo conocemos será muy diferente.

El éxito a largo plazo y, de hecho, la supervivencia, dependerá de cómo respondan las organizaciones a la ola digital. Las empresas de gestión de patrimonios que han invertido en tecnología digital ya están viendo los beneficios en forma de una mayor satisfacción de los clientes, que se traducirá en la fidelización de los mismos.

Pero sería un error pensar que la tecnología puede sustituir el valor del asesoramiento y el servicio personalizados, o que los clientes del futuro esperan que todo sea a distancia y online. El futuro de la gestión de patrimonios es más personalizado que nunca, si las organizaciones pueden hacer realidad la visión de la innovación digital que se utiliza para complementar y mejorar sus ofertas.

NO INNOVAR POR INNOVAR

La implementación de una plataforma de servicios de contenido como OnBase es un buen primer paso para hacer realidad esta visión, así como para obtener ganancias inmediatas y medibles. Darles a los empleados acceso a la información que necesitan, cuando la necesitan, da como resultado un servicio más rápido y preciso, lo que a su vez aumenta la satisfacción del cliente.

El enrutamiento seguro, sin papel y automático hace que los procesos administrativos, como la apertura y gestión de cuentas, sean más eficientes, lo que reduce los costes operativos. Además, una solución como OnBase se integra en más de 500 aplicaciones únicas sin necesidad de codificación personalizada, proporcionando más de 30 opciones diferentes de integración con tecnologías financieras clave.

Innovar solo por el bien de la tecnología solo dará lugar a costes irrecuperables. Para conseguir valor empresarial a través de la innovación digital, las organizaciones de gestión de patrimonios pueden empezar aplicando las lecciones de los primeros adoptantes, como encontrar formas más ágiles de trabajar y hacer de la experiencia del cliente una prioridad.



Hyland™

Obtenga más información en [Hyland.com/FinancialServices](https://www.hyland.com/FinancialServices)