

## Inversionistas huyen de las plazas financieras (El Financiero 26/06/09)

Inversionistas huyen de las plazas financieras (El Financiero 26/06/09)(Ari Audi) Viernes, 26 de junio de 2009 A escala global, la caída en la actividad económica y en los mercados ha sacudido la confianza que los individuos de alto valor, o los llamados high net worth individuals (HNWI), depositaron en las plazas financieras, los reguladores, las instituciones financieras y los principios fundamentales del manejo de los portafolios, según el Reporte Anual sobre Riqueza 2009, emitido por la Administración Global de Riqueza de Merrill Lynch y Capgemini. El informe, divulgado por ML y la firma global de servicios de consultoría, establece que las pérdidas en los mercados y la disminución en la confianza han forzado a muchos individuos HNWI a llevar su riqueza hacia inversiones más seguras, en múltiples instituciones, como un medio para reducir el riesgo. "Nuestra investigación muestra que mientras la satisfacción del cliente permanece como la mayor prioridad, muchos asesores y las firmas administradoras de riqueza puede que no entiendan lo que motiva a los clientes a quedarse o marcharse", dijo Bertrand Lavayssière, director general de Servicios Financieros Globales de Capgemini. El reporte muestra a más de 25 por ciento de los individuos HNWI retirando activos o abandonando por completo a su firma administradora de riqueza en 2008, demostrando la necesidad extrema de que los gestores de riqueza vuelvan a darle seguridad a sus clientes, y que se enfoquen en aumentar la transparencia, así como la simplicidad para mitigar cualquier vacío en el entendimiento entre clientes, asesores y administradoras. El informe se basa en un número estadísticamente significativo de muestras obtenidas vía encuestas realizadas a más de mil 350 asesores, más de 200 clientes HNWI y más de 60 ejecutivos senior que laboran en firmas gestoras de riqueza. Los resultados muestran que la calidad en el servicio, las habilidades online y la administración de riesgos, particularmente en las áreas de reportes y transparencia, son elementos clave para impulsar un incremento en la retención de los clientes. Por lo general, los asesores entienden acerca de los catalizadores más importantes para la retención de un cliente, ya que un total de 88 por ciento de los individuos HNWI y 87 por ciento de los asesores encuestados dijeron que la calidad en el servicio era "muy importante" y un elemento clave para catalizar la retención.