

Estudio Global de Inversión de Schroders 2016

Implicación de los inversores



Schroders

Índice

Página

Perspectiva general	3
El riesgo del exceso de confianza.....	4
Sed de conocimiento	5
Canales de comunicación con las gestoras	5
Consumidores.....	5
Asesores.....	6
Gestión activa y gestión pasiva.....	6
Los Millennials, un caso aparte.....	7
Conocimientos sobre inversión	7
Interacción con las gestoras	7
Conclusiones	8

Perspectiva general

Los inversores viven momentos difíciles, pero la buena noticia es que cada vez son más los que asumen esta realidad. Los resultados del Estudio Global de Inversión de Schroders 2016 sugieren, por ejemplo, que los inversores a escala global son ahora más conscientes de que, en general, vivirán más, por lo que deberán ser más autosuficientes a la hora de financiar su futuro.

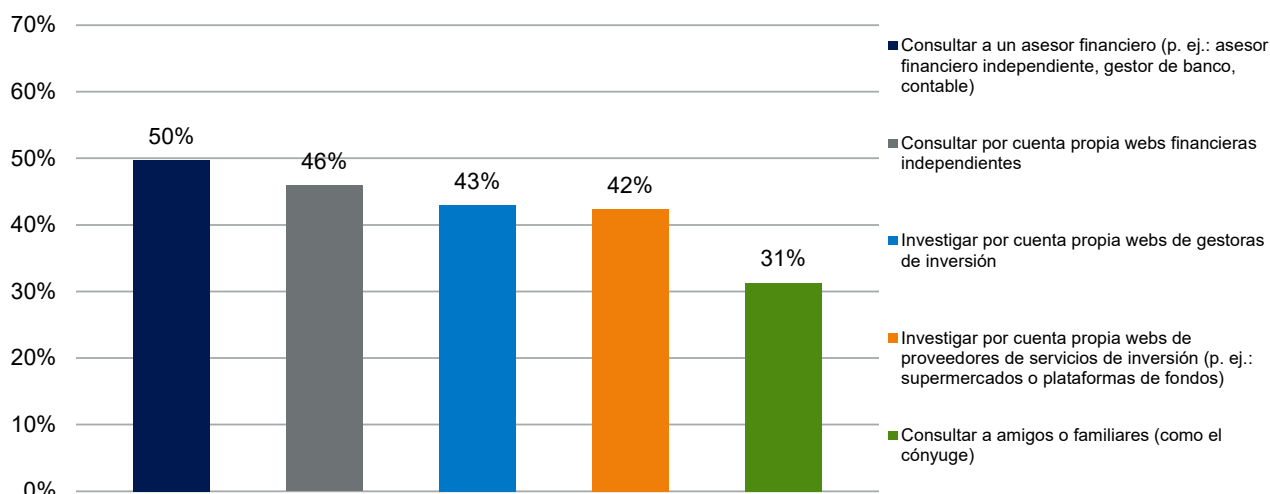
Sin embargo, el estudio también pone de manifiesto algo menos positivo, como son las distintas lagunas que muchos inversores siguen demostrando en conceptos financieros básicos, que podrían poner en riesgo tanto sus expectativas de jubilación a largo plazo como otros planes de inversión. La preocupación por la falta de formación financiera en muchos ámbitos parece, sin duda, justificada.

Con el estudio de este año también queda patente que muchos inversores podrían estar sobrestimando sus propias capacidades en materia de inversión.

Aunque la mitad de los encuestados se puntuaron por encima de la media en lo referente a su comprensión general de las inversiones, casi dos terceras partes del conjunto no identificaron correctamente a qué se dedican las gestoras y confundieron sus funciones con las de un asesor financiero o un banco de inversión, entre otros.

No obstante, muchos consumidores se mostraron dispuestos a aprender, mientras que tan sólo un pequeño porcentaje dio a entender que no tiene interés alguno en mejorar sus conocimientos en materia de inversión. Parece probable que tanto los asesores financieros como las consultas online desempeñen un papel importante a la hora de difundir conocimientos y, siendo los primeros las personas a las que recurrirían los inversores antes de tomar una decisión de inversión (véase el gráfico a continuación). En cuanto al papel de los medios online, el estudio muestra que los inversores contactan cada vez más con las gestoras de fondos a través de Internet, si bien los medios más “tradicionales” —teléfono, email o consultar a un asesor— siguen siendo habituales.

A la hora de tomar su próxima decisión de inversión ¿cuál de las siguientes opciones llevará a cabo con mayor probabilidad?



Fuente: Estudio Global de Inversión de Schroders 2016.

No hay duda de que el sector de la gestión de inversiones debe redoblar sus esfuerzos para conectar con el inversor final y dar a conocer sus servicios. Claramente, ninguna de las partes implicadas en el proceso de inversión se vería perjudicada si los consumidores conocieran en mayor medida el rol que desempeñan las gestoras y la forma en que éstas pueden ayudar a los inversores a cumplir sus objetivos financieros a largo plazo.

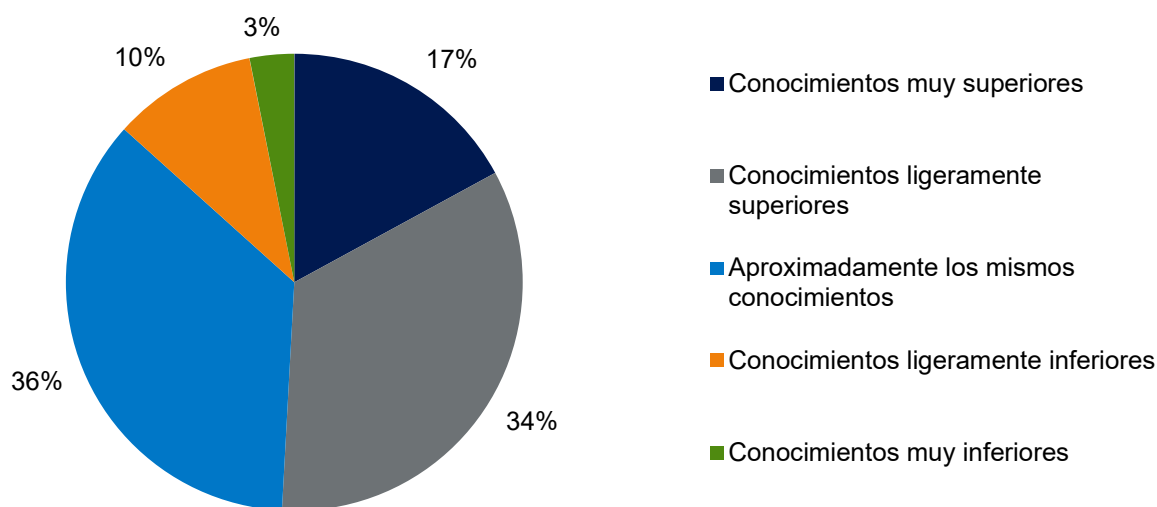


El riesgo del exceso de confianza

Dos de cada tres adultos a escala global cuentan con un bajo nivel de conocimientos financieros, según la edición de 2015 de la Global Financial Literacy Survey¹ realizada por Standard & Poor's, en la que se plantearon cinco preguntas de tipo test sobre diversificación, inflación e intereses a 150.000 personas de 140 países. A modo de ejemplo, la encuesta reveló que en EE.UU., un 57% de los adultos cuentan con una buena cultura financiera, mientras que en la Unión Europea, el porcentaje varía enormemente: desde un nada desdeñable 71% en Dinamarca y Suecia hasta un escaso 21% en Rumanía.

Sin embargo, esto no ha mermado la confianza de los consumidores en su capacidad para tomar decisiones de inversión. En sintonía con un estudio psicológico sueco² llevado a cabo en los años 80, en el que más de tres cuartas partes de los participantes afirmaron que conducían mejor que la media, nuestro análisis muestra que más de la mitad de los encuestados (51%) considera que sabe mucho más o algo más de inversiones que el inversor medio. Según refleja el siguiente gráfico, tan sólo un 13% cree tener un nivel de conocimientos por debajo de la media.

En comparación con el inversor medio, ¿cuál de las siguientes opciones describe mejor su nivel de conocimientos generales en materia de inversión?



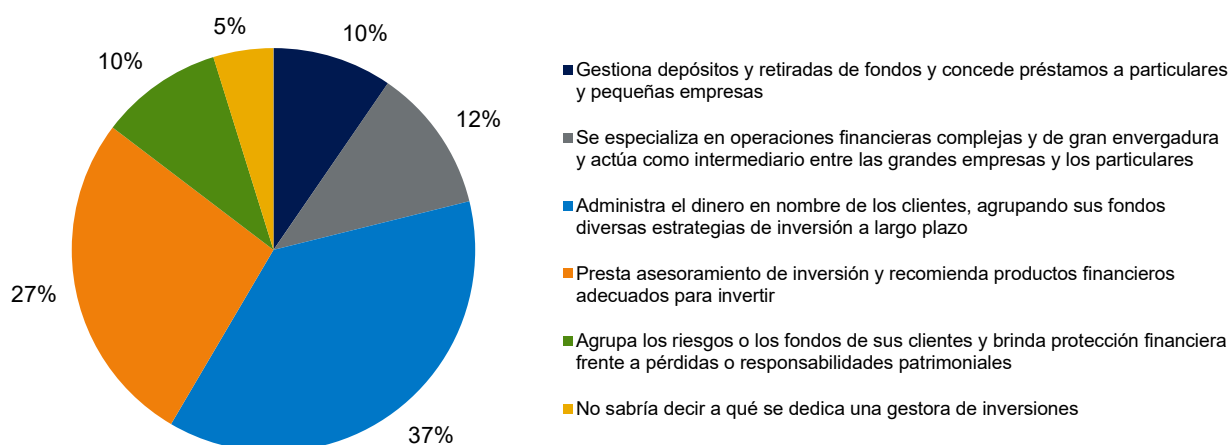
Fuente: Estudio Global de Inversión de Schroders 2016.

Con todo, a juzgar por la capacidad de los inversores de identificar a qué se dedican las gestoras de inversiones, esta confianza podría no corresponderse con la realidad. Por ejemplo, según se aprecia en el siguiente gráfico, más de un cuarto (27%) de los encuestados consideró que las gestoras «prestan asesoramiento de inversión y recomiendan productos financieros adecuados para invertir», lo que en realidad es el cometido de los asesores financieros.

¹ <https://www.spglobal.com/corporate-responsibility/global-financial-literacy-survey?keyfindings>

² <http://heatherlench.com/wp-content/uploads/2008/07/svenson.pdf>

¿Cuál de las siguientes frases se ajusta mejor a lo que cree que hace una gestora de inversiones?



Fuente: Estudio Global de Inversión de Schroders 2016.

Por su parte, un 12% cree que las gestoras «se especializan en operaciones financieras complejas y de gran tamaño y actúan como intermediario entre las grandes empresas y los particulares», cuando eso es lo que hacen los bancos de inversión. Únicamente algo más de un tercio (37%) de los encuestados señaló la respuesta correcta: “administra el dinero en nombre de los clientes, agrupando sus fondos en diversas estrategias de inversión a largo plazo”.

Sed de conocimiento

Aunque muchos sobrestiman sus conocimientos en materia de inversión, el estudio también identificó un marcado deseo de mejorar: sólo uno de cada nueve (11%) encuestados considera que no necesita mejorar sus conocimientos en este ámbito. Para ampliar sus conocimientos, dos quintas partes (43%) recurrirían a un asesor financiero, mientras que un porcentaje similar (42%) consultaría por su cuenta webs financieras independientes. Los inversores también manifestaron su interés por participar en tutoriales y cursos online (36%) o por utilizar información de fuentes gubernamentales.

De igual modo, la mitad de los encuestados afirmó que acudiría a un asesor financiero antes de tomar su próxima decisión de inversión, mientras que un 46% señaló que consultaría webs financieras independientes para ello. Otras fuentes de asesoramiento que resultaron ser populares fueron las webs de las sociedades de inversión (43%) y de supermercados o plataformas de fondos (42%); si bien menos de un tercio (31%) de los encuestados declaró que haría partícipes a sus amigos y familiares a la hora de tomar una decisión de inversión.

Canales de comunicación con las gestoras

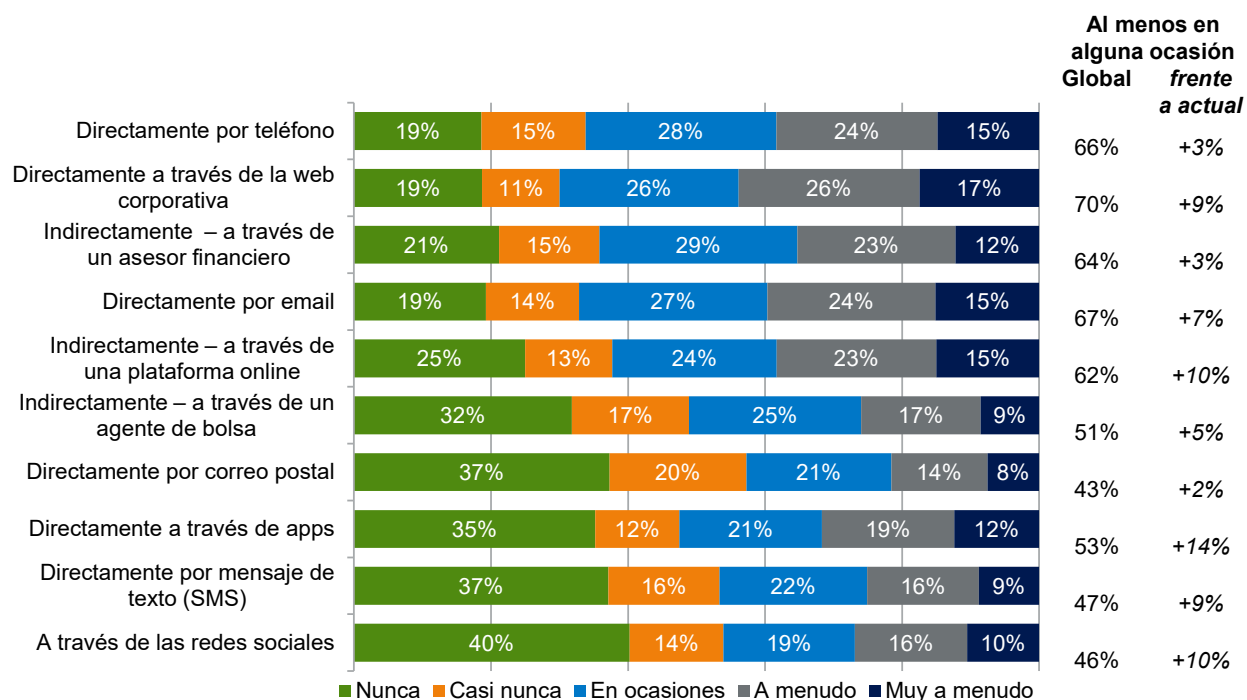
Consumidores

El teléfono continúa siendo la vía de interacción más popular con las gestoras, ya que un 63% de los consumidores señala que se pone en contacto con las gestoras a través de este medio al menos “en alguna ocasión”. Una porcentaje similar lo hace directamente a través de la web de la empresa o por correo electrónico —un 61% y un 60%, respectivamente, lo hacen al menos “en alguna ocasión”—, mientras que muchos continúan comunicándose a través de su asesor financiero.

El correo postal pierde importancia en términos relativos, ya que dos quintas partes (41%) de los encuestados afirmaron que actualmente no lo utilizan nunca y tan sólo un 20% dijo hacerlo al menos “bastante a menudo”. Sin embargo, en el extremo opuesto de las vías de comunicación, el estudio revela que tan sólo un número relativamente reducido de inversores interactúa actualmente con las gestoras a través de las redes sociales: el 51% no las usa nunca. De igual manera, las apps y los mensajes de texto presentan niveles relativamente reducidos de penetración. A pesar del crecimiento de las plataformas online, tan sólo la mitad de los inversores las utiliza para ponerse en contacto con las gestoras.

Según se muestra en el gráfico a continuación, está previsto que la utilización de redes sociales, mensajes de texto y apps gane popularidad en el próximo lustro, si bien es cierto que este tipo de medios parten de un nivel de adopción relativamente bajo. También se prevé que se amplíe la utilización de supermercados de fondos, ya que un 62% de los encuestados señaló que las usaría para interactuar con las gestoras “en alguna ocasión” durante los próximos cinco años. Por el contrario, el correo postal, el teléfono y la intermediación de asesores financieros son las áreas con menor crecimiento.

¿Cómo cree que interactuará con las gestoras de inversión en los próximos cinco años?



Fuente: Estudio Global de Inversión de Schroders 2016.

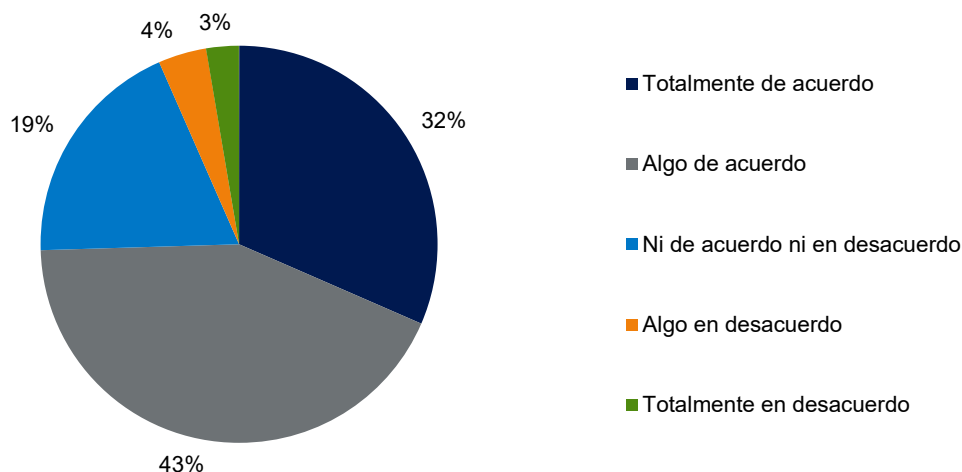
Asesores

El estudio también pone de manifiesto la importancia de conectar con los asesores financieros. Al preguntarles sobre la forma en que prefieren acceder a contenidos innovadores sobre inversión y a otra información facilitada por las gestoras, casi la mitad (47%) de los asesores se decantó por artículos online independientes. Otros métodos populares son las reuniones o seminarios (44%), las infografías online (41%) y los informes técnicos online (38%). Un tercio (33%) de los asesores escogió la selección de artículos en revistas online.

Gestión activa y gestión pasiva

Al preguntarles hasta qué punto están de acuerdo con la idea de que la gestión activa aporta, en general, más valor a la inversión que la gestión pasiva, los asesores de todo el mundo se mostraron muy a favor del potencial de la inversión activa. Según se muestra en el gráfico a continuación, tres cuartas partes de los asesores están de acuerdo en que la gestión activa añade valor, frente al 7% que se declara en algún grado en desacuerdo con este punto.

¿Hasta qué punto está de acuerdo en que la gestión activa aporta, en general, más valor a la inversión que la gestión pasiva?



Fuente: Estudio Global de Inversión de Schroders 2016.

Los Millennials, un caso aparte

Los Millennials, también conocidos como «generación Y», suelen hacer las cosas de forma distinta. Por ejemplo, según la última Encuesta Generación Millennials de Deloitte³ sus integrantes (los nacidos entre principios de los años 1980 y los 2000) perciben las empresas de forma diferente. La encuesta realizada a 7.700 Millennials de 29 países del mundo reveló que, en términos generales, desconfían de las grandes empresas y, de igual manera, no muestran el mismo grado de lealtad a sus empleadores que las generaciones anteriores.

Esto plantea una serie de desafíos a los gestores de inversión. No es sólo que los Millennials sean menos dados a mantener inversiones a largo plazo o a mantener su fidelidad a ciertas marcas, sino que su propensión a cambiar de trabajo con mayor frecuencia plantea un obstáculo adicional para el ahorro en el ámbito laboral.

Con todo, el Estudio Global de Inversión de Schroders 2016 revela que, si bien es indudable que los Millennials presentan un perfil de inversión diferente, cabe destacar que en algunos aspectos no difieran tanto de los perfiles convencionales como se venía sugiriendo.

Conocimientos sobre inversión

Los Millennials muestran claramente un cierto exceso de confianza propio de la juventud, según el estudio. Por ejemplo, resulta menos probable que identifiquen a qué se dedica una gestora, ya que algo menos de un tercio (32%) optó por la definición correcta de su actividad, frente a los dos quintos (41%) de los encuestados de más edad.

Pero es que, además, no son conscientes de su ignorancia. Por un lado, los Millennials son más propensos a decantarse por alguna de las tres definiciones incorrectas (sobre cinco) de las gestoras que los encuestados de más edad y, por otro, un número mayor de ellos —tres quintas partes (61%)— cree que sabe más que el inversor medio, frente a menos de la mitad (45%) de los inversores de más edad.

Más tranquilizador resulta el hecho de que casi todos (94%) los Millennials encuestados en el marco del estudio afirman que les gustaría ampliar sus conocimientos sobre inversión y se muestran abiertos sobre la forma de conseguirlo. La opción más popular fue la de consultar a un asesor financiero (46% frente al 41% de los inversores de más edad), si bien también se muestran más dispuestos a participar en tutoriales y cursos online (42% frente a 32%) y a ver videos financieros online (39% frente a 30%).

Interacción con las gestoras

Si bien cabría esperar que los Millennials hicieran un mayor uso de la tecnología a la hora de interactuar con las gestoras, lo cierto es que la mayoría prefiere los mismos métodos que las generaciones anteriores. En torno a tres cuartos entablan contacto al menos «en alguna ocasión» de forma directa, ya sea por teléfono (76%), la web corporativa (75%) o por correo electrónico (75%); y de forma indirecta, a través de un asesor financiero (73%). Las redes sociales (56%) siguen siendo un medio relativamente poco utilizado incluso por esta generación tan familiarizada con la tecnología.

También en sintonía con las generaciones anteriores, los Millennials prevén utilizar medios de comunicación con mayor componente tecnológico en los próximos cinco años. Especialmente, las webs corporativas (80%), el correo electrónico (79%), las plataformas online (76%), las aplicaciones móviles (70%) y las redes sociales (66%). Aun así, la mayoría sigue esperando usar el teléfono (79%) o recurrir a un asesor financiero (74%).

Aunque algunos analistas venían sugiriendo que los asesores financieros se verán obligados a adaptar considerablemente sus modelos de negocio para atraer a esta nueva generación de inversores, nuestro estudio, lejos de respaldar esta tesis, revela que los asesores continúan jugando un importante papel en la toma de decisiones de inversión. Sin embargo, como quizá era de esperar, los Millennials son más dados a investigar por su cuenta a través de Internet que el resto de generaciones.

La mitad de los inversores Millennials (51%, frente al 49% de los inversores de más edad) respondieron que consultarán a un asesor financiero la próxima vez que tomen una decisión de inversión. Sin embargo, también prefieren investigar por su cuenta, ya sea a través de webs independientes (46% frente a 46%), webs de corporativas (47% frente a 40%) o sitios web de proveedores de servicios de inversión (45% frente a 41%).

³ <http://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>

Conclusiones

La edición de este año del Estudio Global de Inversión de Schroders evidencia que existe un sólida demanda de asesoramiento financiero en todo el mundo, ya que la mitad de los inversores afirmó que tenía previsto consultar a un asesor financiero la próxima vez que adoptara una decisión de inversión.

Dicho esto, la inversión por cuenta propia también está ganando popularidad, como refleja claramente el crecimiento de las plataformas de intermediación online directa con el consumidor en los últimos años. Por ejemplo, en su informe de 2015 titulado *The state of online brokerage platforms*, la consultora Celent incluía una previsión de la tasa global de crecimiento anual del mercado de inversión por cuenta propia en EE. UU. en torno al 4%-6% durante el pasado año.⁴

Por supuesto, desde nuestro punto de vista, cualquier incremento de la inversión por cuenta propia es bienvenido, siempre que los consumidores amplíen su conocimiento y tomen las riendas de sus finanzas. Sin embargo, nuestro estudio sugiere que los conocimientos de los consumidores en algunos ámbitos resultan insuficientes. Por ejemplo, es difícil creer que realmente entienden y conocen sus inversiones cuando sólo tienen una remota idea de qué diferencia tiene una gestora de inversiones de un asesor, una aseguradora o un banco de inversión.

Y aún más, los consumidores siguen haciendo gala de un preocupante grado de exceso de confianza. Al igual que sucede con la habilidad al volante, este hecho constituye un rasgo del comportamiento inversor ampliamente conocido desde hace tiempo y puede plantear consecuencias importantes para los ingresos que se percibirán durante la jubilación. Cada vez más consumidores se encargan personalmente de ahorrar para su jubilación, y nuestro estudio apunta a que sigue existiendo una importante brecha entre lo que creen saber y lo que saben realmente.

La OCDE⁵ encabeza un llamamiento para redoblar esfuerzos a la hora de formar a los jóvenes de todo el mundo en materia financiera, algo sin duda positivo. Aun así, existen diversas generaciones que ya se acercan a la edad de la jubilación con un conocimiento relativamente escaso en el ámbito de la inversión y de lo que pueden (o no) conseguir a través de ella. Para muchos, gestionar por su cuenta sus ahorros para esta etapa de la vida podría conllevar un futuro plagado de dificultades.

Notas: Acerca del Estudio Global de Inversión de Schroders 2016

Schroders encargó a Research Plus Ltd la elaboración —entre el 30 de marzo y el 25 de abril de 2016— de una encuesta online independiente en la que participaron 20.000 inversores de 28 países a escala global, como Australia, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, la India, Italia, Japón, los Países Bajos, España, el Reino Unido y Estados Unidos, entre otros. Este estudio entiende por «inversores» aquellas personas que invertirán un mínimo de 10.000 euros (o su contravalor en otras divisas) en los próximos 12 meses y que hayan modificado sus inversiones en los últimos cinco años. Estas personas representan las opiniones y perspectivas de los inversores en cada país incluido en la encuesta.

Tenga en cuenta que los porcentajes no suman 100% debido al redondeo de decimales o a que la pregunta se realizó bajo la modalidad de respuesta múltiple.

Información Importante

Este documento tiene fines informativos exclusivamente y no se considera material promocional de ningún tipo. La información aquí contenida no se entiende como oferta o solicitud de compra o venta de ningún valor o instrumento afín en este documento. No se debe depositar su confianza en las opiniones e información recogidas en el documento a la hora de tomar decisiones de inversión y/o estratégicas. La información aquí contenida se considera fiable, pero Schroders no garantiza su integridad ni su exactitud.

La rentabilidad registrada en el pasado no es un indicador fiable de los resultados futuros. El precio de las acciones y los ingresos derivados de las mismas pueden tanto subir como bajar y los inversores pueden no recuperar el importe original invertido.

Publicado por Schroder Investment Management Limited, 31, Gresham Street, London, EC2V 7QA. Autorizado y regulado por la Financial Conduct Authority.

⁴ http://info.scivantage.com/INV_Research-Celent-Online-Brokerage_DOWNLOAD.html?alid=1252190

⁵ <http://www.oecd.org/newsroom/first-oecd-pisa-financial-literacy-test-finds-many-young-people-confused-by-money-matters.htm>