

THINKTANK

Dirigido exclusivamente a
clientes profesionales

Junio 2026
Edición XLVIII



DESDE 2012

FUNDSPeOPLE

EN ASOCIACIÓN CON

BNY | INVESTMENTS



PALOMA ZABALZA
Responsable comercial,
AXA Exclusiv



ASIER URIBEECHEBARRÍA
Director,
Caser Asesores Financieros



DANIEL SANCHO
Director de Desarrollo
de Negocio,
Mapfre Inversión



MARIO PÉREZ VILLARUBIA
Director de Asesoramiento
Patrimonial,
Mutuactivos

Una iniciativa para profesionales del sector. En esta edición las entidades aseguradoras son las protagonistas.

El Think Tank de banca privada de BNY Investments es una iniciativa pensada para profesionales del sector durante la cual se tratan temas de interés en el marco del desarrollo del negocio.

El objetivo es que sean sus protagonistas los que contribuyan con sus testimonios a identificar los retos y oportunidades que están encontrando en su día a día y expliquen cómo están alineando sus planes de negocio para afrontarlos.

Amplía tu información e incluye tus comentarios

 www.fundspeople.com/es/thinktankbny



Puntos clave

- 1** La madurez del cliente de banca privada obliga a replantear el modelo de asesoramiento
- 2** Las aseguradoras toman posiciones en banca privada
- 3** La banca privada integra la IA como aliada estratégica sin perder de vista al cliente

Las aseguradoras aspiran a ganar peso en la gestión de grandes patrimonios en un momento en que la tecnología, la inteligencia artificial y un cliente cada vez más exigente están redefiniendo el modelo de asesoramiento. En este contexto, la cuestión ya no es solo qué papel pueden desempeñar estas entidades en la banca privada, sino también cómo preservar el valor del criterio humano en un entorno saturado de información. Sobre estas cuestiones giró la XLVIII edición del Think Tank BNY Investments de banca privada, que reunió a representantes de AXA Exclusiv, Caser Asesores Financieros, Mapfre Inversión y Mutuactivos.



PALOMA ZABALZA
Responsable comercial,
AXA Exclusiv



El gestor
aporta
serenidad
frente al ruido
de las redes
sociales y la
tecnología



ASIER URIBECHEBARRÍA
Director,
Caser Asesores Financieros



Las
aseguradoras
ya somos una
alternativa
real en la
gestión de
activos



Las aseguradoras aspiran a ser actores clave en la gestión de grandes patrimonios

En un entorno en el que las cambiantes expectativas de los clientes, la irrupción de la tecnología y la inteligencia artificial, y la demanda de personalización y soluciones integrales están redefiniendo el sector, ¿qué papel desempeñan las entidades aseguradoras en el segmento de altos patrimonios? En la XLVIII edición del Think Tank BNY Investments de banca privada se aborda esta cuestión y muchas más, en un contexto en el que el gran desafío consiste en preservar la confianza y el valor del asesoramiento humano en un entorno saturado de información. En esta edición participan directivos de AXA Exclusiv, Caser Asesores Financieros, Mapfre Inversión y Mutuactivos.

1 LA MADUREZ DEL CLIENTE DE BANCA PRIVADA OBLIGA A REPLANTEAR EL MODELO DE ASESORAMIENTO

- El cliente ya no se conforma con la rentabilidad, demanda una planificación integral que incluya planificación fiscal y sucesoria, con la vista puesta en el largo plazo
- La personalización y la comunicación ágil e inmediata se han convertido en requisitos básicos para el cliente de alto patrimonio
- La tecnología está democratizando el acceso a la banca privada, abriendo la puerta a perfiles con menor capital pero alto potencial de crecimiento
- En un entorno saturado de información y opiniones no cualificadas, el asesor se convierte en la figura clave para aportar visión estratégica y evitar decisiones impulsivas que destruyan valor

2 LAS ASEGURADORAS TOMAN POSICIONES EN BANCA PRIVADA

- Estas entidades se posicionan como alternativa real en el sector, cubriendo el espacio que la banca tradicional ha dejado libre en determinados segmentos de clientes
- Cuentan con bases sólidas para competir: visión de largo plazo, del balance e independencia sin conflicto de intereses
- El trato personalizado y la estabilidad relacional se perfilan como su principal ventaja diferencial
- En mercados como el británico, las aseguradoras ya son actores masivos en gestión de activos, un modelo que el sector español mira como referencia

3 LA BANCA PRIVADA INTEGRA LA IA COMO ALIADA ESTRATÉGICA SIN PERDER DE VISTA AL CLIENTE

- La tecnología y la IA optimizan procesos y democratizan el acceso al servicio, ampliando el alcance de las entidades
- La adopción de la IA debe ser estratégica y progresiva, sin pretender abarcarlo todo a la vez
- La IA aporta valor en eficiencia operativa y productividad, pero su implementación requiere criterio y visión de largo plazo
- Escuchar al cliente y acompañarle en la gestión de su patrimonio sigue siendo tarea exclusivamente humana



EL CLIENTE DE BANCA PRIVADA MADURA: DE BUSCAR RENTABILIDAD A EXIGIR UNA VISIÓN GLOBAL DE SU PATRIMONIO

El cliente de banca privada está experimentando una profunda transformación, impulsada por un mayor acceso a la información y por la evolución de sus expectativas. Ya no se conforma con la rentabilidad, sino que busca una solución integral que abarquen todo su patrimonio, desde la inversión hasta la planificación fiscal y sucesoria.

Mario Pérez Villarubia, director de Asesoramiento Patrimonial de Mutuactivos, subraya que “el cliente nos demanda cada vez un enfoque más global, que abarque la parte de planificación fiscal y sucesoria, todo ello con visión de largo plazo”, lo que demuestra una mayor sofisticación.

Paloma Zabalza, responsable comercial de AXA Exclusiv, añade que “los clientes cada vez demandan mayor personalización”, unida a “una comunicación clara, ágil e inmediata, muy diferente de las prácticas de hace años”, explica.

Por su parte, Daniel Sancho, director de Desarrollo de Negocio de Mapfre Inversiones, señala que la tecnología ha democratizado el acceso a estos servicios, lo que amplía el universo de posibles clientes. “Antes, la banca privada estaba reservada a personas con un nivel adquisitivo muy elevado, pero gracias a la tecnología estamos empezando a ver que puede llegar el acceso a otros clientes, con menor poder adquisitivo, aunque no por ello con menos potencial”.

Asier Uribechebarria, director de Caser Asesores Financieros, se centra en el papel del cliente, que “se ha vuelto más exigente y tiene mucho más conocimiento”, explica. Se congratula de que, por fin, “tengamos en España un mercado de inversión o de gestión de activos desde el punto de vista del cliente mucho más maduro”.

En este contexto, la figura del asesor es clave. Todos los intervinientes en el debate coincidieron en que, ante la sobreinformación y la proliferación de opiniones no cualificadas, es necesario una figura que simplifique, aporte una visión estratégica e histórica y sepa guiar al cliente, evitando decisiones impulsivas que puedan destruir valor.



DANIEL SANCHO
Director de Desarrollo de Negocio,
Mapfre Inversión

“ El gran desafío es cultural:
ser percibidos como un player
más en el mercado ”

LAS ASEGURADORAS GANAN TERRENO EN LA BANCA PRIVADA CON SOLVENCIA, CONFIANZA Y VISIÓN DE LARGO PLAZO

Las entidades aseguradoras emergen como una alternativa sólida y real en el panorama de la banca privada, impulsadas por la desbancarización y la creciente demanda de un trato más humano y cercano. Mario Pérez Villarubia, director de Asesoramiento Patrimonial de Mutuactivos, afirma con convicción que ya son “una alternativa real”. “Contamos con una gran experiencia a nivel de asesoramiento y gestión patrimonial. En Mutuactivos llevamos más de 40 años gestionando el patrimonio de Mutua Madrileña y de otros grandes clientes, generando confianza y prestando un asesoramiento personalizado, siempre acorde con sus necesidades”, explica.

Daniel Sancho, director de Desarrollo de Negocio de Mapfre Inversión, explica esa oportunidad estratégica: “Si bien partimos del producto asegurador y debemos dar el salto al ámbito financiero, un reto considerablemente más complejo, para quienes logren posicionarse correctamente, ese salto puede acabar resultando más asequible de lo que parece”. También destaca la penetración del sector asegurador en países como Inglaterra, donde estas entidades son “players absolutamente masivos en la gestión de activos”.

Asier Uribeebearría, director de Caser Asesores Financieros, refuerza esta idea: “Ya somos una alternativa real en gestión de activos. Tenemos visión de largo plazo, un conocimiento profundo de la gestión del balance y, además, independencia y ausencia de conflicto de intereses”, zanja.



Además, el cierre de oficinas bancarias y la pérdida del trato personal ha dejado a muchos clientes “huérfanos de marca tradicional”, lo que ha creado una “enorme oportunidad” para el sector.

Paloma Zabalza, responsable comercial de AXA Exclusiv, señala que la gran baza para las aseguradoras pasa porque los clientes conozcan “nuestra trayectoria, solvencia y la eficiencia de nuestros productos”. A eso añade una ventaja diferencial frente a la banca: “Aportamos una relación mucho más estable y de largo plazo”, en un sector que, a su juicio, se ha “deshumanizado”.



MARIO PÉREZ VILLARUBIA
Director de Asesoramiento Patrimonial,
Mutuactivos

“ Un cliente más informado impulsa un modelo de asesoramiento más sofisticado ”

LA BANCA PRIVADA ADOPTA LA IA CON CRITERIO Y SIN PERDER DE VISTA AL CLIENTE

En la banca privada, la tecnología y la inteligencia artificial optimizan los procesos y elevan la calidad del servicio, pero ningún avance digital reemplaza el juicio humano cuando se trata de ofrecer un asesoramiento verdaderamente personalizado. Esa fue una de las ideas centrales del debate celebrado en el marco de la XLVIII edición del Think Tank BNY Investments.

Paloma Zabalza, responsable comercial de AXA Exclusiv, subraya la eficiencia y optimización de recursos que brindan las nuevas tecnologías. Además, señala que “la tecnología ayuda a democratizar el servicio, permitiendo llegar a más clientes, ya que muchos procesos que antes exigían más tiempo y un mayor componente manual se han simplificado”. No obstante, advierte de la importancia de que como expertos se mantenga un criterio propio y no se confíe ciegamente en la inteligencia artificial.

Daniel Sancho, director de Desarrollo de Negocio de Mapfre Inversión, describe la IA como “un catalizador del negocio, siempre que sepamos utilizarla para incrementar la productividad”. “Resumir documentos extensos o adaptar los informes de cartera a diferentes perfiles de clientes ahorra muchísimo tiempo a los equipos”, explica. Sin embargo, advierte de que “el reto que tenemos las entidades es avanzar de manera sostenida y estratégica, sin pretender abarcarlo todo de forma simultánea.

En la misma línea, Asier Uribechebarría, director de Caser Asesores Financieros, incide en que la IA es excelente para

“la eficiencia operativa” y “la analítica de datos”, pero no cree que añada valor real a la hora “de escuchar al cliente, entender qué le preocupa y acompañarle en la gestión de su patrimonio de forma personalizada”, expone.

Por su parte, Mario Pérez Villarubia, director de Asesoramiento Patrimonial de Mutuactivos, circunscribe su uso a “la mejora a nivel interno y operativo de las entidades para ganar eficiencia”.





THINK TANK

DESDE
2012

INFORMACIÓN IMPORTANTE

Dirigido exclusivamente a clientes profesionales.

De no indicarse otra cosa, todos los pareceres y opiniones expresados corresponden a los participantes de esta mesa redonda y no constituyen consejo o asesoramiento de inversión.

Esta información no representa análisis de inversión ni es una recomendación basada en dicho análisis a efectos regulatorios.

BNY, BNY Mellon y Bank of New York Mellon son marcas corporativas de The Bank of New York Mellon Corporation y sus filiales.

Copyright Think Tank BNY.

Emitido en España por BNY Mellon Fund Management (Luxembourg) S.A. (BNY MFML), una sociedad anónima (“Société Anonyme”) constituida conforme a las leyes de Luxemburgo, con número de registro B28166 y domicilio social en 2-4 Rue Eugène Ruppert L-2453 Luxemburgo, regulada por la Commission de Surveillance du Secteur Financier (Comisión de Vigilancia del Sector Financiero, CSSF).

Doc ID: 2011253. Exp: 30 Junio 2026