

Reflexiones de la Banca Privada en España 2021



Junio de 2021



ÍNDICE

Introducción

Jorge Coca, profesor del Programa Directivo en Gestión Patrimonial Familiar de IEB y Fundador de Wealth Solutions y Finletic

3

1. Impacto de la pandemia en el sector tras un año de Covid
Rafael Juan y Seva, socio director comercial Wealth Solutions y lecturer en IEB

4

2. La ISR y sus efectos en la gestión patrimonial
Ana Guzmán Quintana, directora de Inversiones y de Impacto de Portocolom AV y profesora de IEB

8

3. Aseguradoras y la consolidación del sector de gestión patrimonial
Borja Durán y Jorge Coca, profesores del Programa Directivo en Gestión Patrimonial Familiar de IEB y fundadores de Wealth Solutions y Finletic

12

Introducción

Jorge Coca, profesor del Programa Directivo en Gestión Patrimonial Familiar de IEB y Fundador de Wealth Solutions y Finletic

Los patrimonios familiares y de los inversores (empresas, inmuebles y activos financieros) no han sido ajenos a la pandemia que comenzó en 2020, y que todavía sufrimos. Al igual que los patrimonios, el sector de Banca Privada y asesoramiento patrimonial ha vivido una situación histórica, como todos los sectores del mundo pero, en este caso en concreto, sale reforzado.

En este monográfico, tratamos tres temas de actualidad en línea con el momento que vivimos, que son, en primer lugar, el impacto de la pandemia en la Banca Privada en España resumiendo los aprendizajes y efectos que está teniendo en el sector. En segundo lugar, la inversión socialmente responsable y sus efectos en la gestión patrimonial, que lleva varios años con nosotros, pero está evolucionando mucho y resumimos cómo está impactando en el sector. Por último, la consolidación del sector que llevamos años viviendo, no solo en España sino en todo el mundo. En este caso, haciendo hincapié en la reciente entrada de las aseguradoras en el sector en España.

Estos temas son objeto de estudio en los inversores, familias empresarias, emprendedores y profesionales del sector, y en concreto, en el Programa Ejecutivo de Gestión Patrimonial que impartimos en el IEB desde hace ya 12 años.

1.

Rafael Juan y Seva

/ *Impacto de la pandemia en el sector tras un año de Covid*

Impacto de la pandemia en el sector tras un año de Covid

Rafael Juan y Seva, socio director comercial en Wealth Solutions y lecturer en IEB

Resumen

¿La reducción de las oportunidades de mantener relaciones en persona obliga a los gestores patrimoniales a buscar nuevas formas de generar valor para los clientes? ¿La migración a la relación digital desencadenada por la situación supone un riesgo o una oportunidad? La inestabilidad al inicio de la pandemia, ¿ha cambiado el foco de las prioridades de los clientes? ¿Ha puesto de manifiesto la pandemia la necesidad de adecuar la estructura de las entidades y revisar su planificación estratégica?

Hace ahora algo más de un año, en la medida que la pandemia del Covid-19 se extendía, fue evidente que el mundo se enfrentaba a grandes desafíos económicos, sociales y políticos. La abrupta propagación del virus sacudió la economía mundial, provocando el cierre de industrias y negocios e introduciendo factores desconocidos como los derivados de las medidas de distanciamiento social.

La industria de la gestión de patrimonios que podría considerarse un referente para el entorno económico general, dada la estrecha relación que tienen sus ingresos con los mercados de capitales y la relación e interacción de la mayoría de sus clientes, muchos de ellos empresarios, con la economía real, no ha sido ajena a las consecuencias derivadas del impacto del Covid-19.

Por ello, reflexionar sobre los efectos en esta industria resulta interesante. Las duras circunstancias descritas en el primer párrafo han afectado tanto a los inversores como a las empresas del sector. Los primeros, vieron afectadas sus carteras, con las caídas iniciales del mercado y niveles históricos de volatilidad. Por su parte, las empresas tuvieron que replantear de forma muy rápida, nuevas estrategias de relación con los clientes y funcionamiento de sus equipos, mientras que se hacía previsible que los ingresos, vinculados a los activos asesorados (AUM), disminuirían por las caídas de las carteras.

¿Cuáles son las lecciones aprendidas tras doce meses de aquel shock inicial? Algunas son claras y evidentes, pero para determinar si otras son permanentes o respuestas circunstanciales, tendremos que esperar más tiempo.

First things first, las personas son, como en todas las industrias, el mayor activo de las empresas de gestión patrimonial. Los equipos atienden las necesidades y dan servicio a los clientes, asesoran o gestionan sus carteras, controlan operaciones y realizan otras muchas actividades críticas para el negocio. Por eso, ha quedado demostrado en un entorno como el vivido, que la comunicación interna, también la externa por supuesto, ha sido fundamental. El estrés, derivado del mayor contacto con unos clientes preocupados no solo por sus carteras si no, en muchos casos, por una situación que afectaba de forma dramática a otras partes de sus patrimonios, la volatilidad del mercado y la posible exposición a un contagio, se ha combatido mucho mejor en aquellos casos en los que, desde el *management* de la entidad, se ha implementado una política de comunicación que mantuviera informados a los empleados y redujera preocupaciones sobre su situación laboral. Si hay algo que las empresas de gestión patrimonial, por su experiencia en

los mercados, deberían saber mejor que las empresas no financieras es cómo manejar la volatilidad y evaluar los riesgos. Transmitir esa tranquilidad y experiencia tanto interna como externamente, ha resultado clave en estos meses.

En segundo lugar, la importancia de la tecnología y de procesos robustos ha quedado fuera de toda duda. Ha constituido un pilar fundamental para un adecuado control de riesgos que ha resultado crítico tanto desde el punto de vista de las inversiones como de los procesos internos, evitando situaciones en las que un incremento de las operaciones y del flujo de información, podrían haber derivado en descontrol.

Por otro lado, **aquellas entidades que no estaban preparadas para una relación remota han sufrido de forma irremediable las consecuencias.** En muchos casos, la infraestructura tecnológica no ha sido suficiente o ha mostrado puntos débiles en la medida que todos los empleados trabajaban a distancia durante períodos prolongados y la relación con los clientes no tenía otro camino que la relación virtual. Por otra parte, aquellas entidades que comprendieron hace tiempo que la inversión en IT era un factor crítico, han podido dar una mejor respuesta a sus clientes y podrán, en el futuro inmediato, aprovechar la oportunidad que una relación con mayor componente digital ofrece para que los gestores conozcan mejor a sus clientes. Más actividad online desemboca en un mayor número de datos que constituyen una fuente de información inestimable sobre el cliente. Las empresas con medios para recopilar e interpretar los mismos tendrán una posición ventajosa respecto a otras que no los tengan.

Y con esto enlazamos a la pregunta de si la pandemia ha supuesto cambios importantes en

las preferencias y demandas de los clientes e inversores.

Un punto de debate es si la volatilidad y bruscos movimientos de los mercados a lo largo del 2020 han reavivado el apetito de los clientes e inversores por la gestión activa.

La inversión pasiva ha crecido y ha sido la tendencia dominante durante un mercado alcista de varios años de duración. La pregunta es si la gestión activa presenta ventajas durante tiempos volátiles y turbulentos. Nuestra experiencia es que no es así. Los inversores con mejores resultados han sido aquellos que han entendido que lo importante, en situaciones como la vivida, es tener una hoja de ruta clara (política de inversión), mantener la disciplina frente a las emociones y una implementación de cartera bien diversificada, que reduzca los riesgos no controlables y que sea eficiente desde el punto de los costes. Aquellos que se han dejado llevar por las emociones o han escuchado “cantos de sirena”, no han obtenido los mismos resultados y, seguramente, han gozado de menor tranquilidad.

En otro orden de cosas, podemos decir que la inmensa mayoría de los clientes han entendido y aceptado la relación virtual, incluso en el caso de clientes tecnológicamente menos avezados en el mundo online. Pero también es un hecho que, ante un menor número de oportunidades de mantener relaciones en persona, **los asesores tienen que buscar nuevas formas de generar valor para los clientes.** Parece evidente que, el uso adecuado de la tecnología puede mejorar la relación personal, pero no suplantarla. Según Boston Consulting Group *“los asesores permanecerán en el núcleo de la relación con el cliente, sin embargo, las tecnologías digitales les permitirán servir a sus clientes mejor, de una manera más eficaz y per-*

*sonalizada”*¹. Es decir, el servicio va a constituir la base de la relación con los clientes. Se hace muy necesario un enfoque más holístico en la relación con el cliente. El impacto de esta pandemia en la gestión patrimonial debería acelerar la tendencia hacia una planificación y asesoramiento que va más allá de lo puramente financiero y debería estar complementado por otros muchos aspectos.

Lo cierto es que ofrecer este servicio es costoso y sólo se sustenta a partir de un tamaño crítico que no todos los actores del sector alcanzan. Sin embargo, las relaciones profundas con los clientes son rentables, y las empresas y los asesores deben continuar esforzándose por profundizar ese tipo de relación.

En definitiva, en la medida que parece ser que salimos de la crisis y la normalidad retorna, **que las empresas de la industria de gestión patrimonial tengan éxito va a depender en gran medida de su capacidad para acelerar su transformación digital y adoptar un modelo operativo de gestión de patrimonio más robusto.** Las relaciones con los clientes han cambiado y, aunque haya sido por necesidad, esta transformación puede haberse acelerado en solo unos meses. Pero las empresas que quieran ser exitosas deberán ir un paso más allá del mero uso eficiente de la tecnología, implementando un modelo de asesoramiento más holístico y dando solución a necesidades más allá del ámbito puramente financiero.

¹ BCG “For wealth managers, COVID-19 is a wake-up call”

2.

Ana Guzmán Quintana

| *La ISR y sus efectos en la gestión patrimonial*

La ISR y sus efectos en la gestión patrimonial

Ana Guzmán Quintana, directora de Inversiones y de Impacto de Portocolom AV y profesora de IEB

Durante los últimos años hemos visto cómo la inversión ligada a la sostenibilidad ha despertado un interés entre los inversores sin precedentes, aspecto que se ha acentuado a raíz de la pandemia que todavía estamos viviendo. El año 2020, además de por las consecuencias de la crisis sanitaria vivida, pasará a la historia de los mercados financieros como uno de los que registraron mayores pérdidas en el conjunto de índices bursátiles desde que se tienen datos.

Sin embargo, fue un año récord para los fondos relacionados con la inversión responsable tanto por el volumen en flujos, como de rentabilidad y lanzamiento de fondos. Y **el año 2021**, pese a que ha comenzado con datos algo menos atractivos en cuanto a rentabilidad, **sigue caracterizado por las entradas masivas en fondos de inversión que tienen en cuenta criterios medio ambientales, sociales, o de**

gobierno, con 120.000 mn de euros de nuevo dinero y el lanzamiento de 111 nuevos fondos, superando con creces los números de la inversión tradicional.

La demanda de los clientes y la mayor concienciación por parte de los inversores está siendo respaldada por una legislación que establecerá un marco de entendimiento común y que hará que las empresas tengan una hoja de ruta para llevar a cabo un proceso de transformación de sus modelos de negocio hacia otros más sostenibles. Pero como movimiento de tal magnitud y rapidez de implementación no está exento de riesgos: **hemos pasado de no prestar apenas atención a factores extra financieros como el consumo de plástico, la emisión de gases de efecto invernadero o la calidad de los productos; a someter a las empresas a un escrutinio sin precedentes.**

Para que esta mayor concienciación cumpla con la esencia de la sostenibilidad (garantizar las necesidades actuales, pero sin poner en peligro las capacidades futuras) necesitaríamos ser conscientes de que llevar a cabo una transformación del modelo de negocio implica un cambio cultural, de procesos, maquinaria, empleados, etc., lo que a su vez requiere tiempo e inversión.

En este sentido, no podemos pensar que este cambio no va a llevar aparejado un coste para las empresas, una posible revisión de los precios, disminución de dividendos, o un comportamiento bursátil algo peor que los comparables en el corto plazo. El hecho de que el consejero delegado de Danone haya sido destituido por el peor comportamiento bursátil relativo frente a sus comparables durante el COVID es un ejemplo: una empresa del sector de alimentación que está reportando beneficios por acción ajustados por huella de carbono porque es consciente de la resiliencia del sector agrícola a largo plazo, parece que es una empresa que está llevando a cabo cambios muy alineados con la sostenibilidad. Pero necesita tiempo y habrá momentos en que el precio de la acción sufrirá.

El sector de la gestión patrimonial está dando pasos muy importantes para posicionarse en la carrera de la sostenibilidad: en diciembre del año pasado se constituyó la iniciativa **“Net Zero Asset Managers”**, paraguas bajo el cual las gestoras de inversión se adhieren al compromiso de reducción de emisiones en 2030 y ser neutras en emisiones en 2050. En tan sólo cinco meses **87 gestoras, con un volumen gestionado de 37 Tn USD (40% del volumen mundial) se han adherido a la iniciativa.**

Es muy positivo porque sólo bajo presión podremos lograr la descarbonización del

11,7% anual que se requiere para alcanzar tan loable objetivo. Pero necesitamos pararnos a pensar y ver si el universo de inversión, es decir, las compañías en las que estamos invirtiendo, van a ser capaces de hacer ese camino con la misma rapidez, a riesgo de caer en el fenómeno conocido como *Greenwashing* porque nuevamente, se necesita tiempo (e inversión).

De las diez mayores compañías americanas por capitalización bursátil, tan sólo cinco han anunciado su compromiso de cero emisiones en carbono. Las otras cinco, han manifestado intenciones (no compromisos) en reducción de Scope 1 y 2, pero no en el 3 (este último engloba las emisiones de toda la cadena de valor, desde los insumos que utiliza para sus actividades hasta el consumo generado como consecuencia de la utilización de los productos). De las compañías aglutinadas en la iniciativa Climate 100+, que abarca las empresas con mayores emisiones de gases invernadero del mundo, el 43% tiene un compromiso de emisiones cero, pero sólo el 10% considera el Scope 3.

A nivel países, el equivalente a la mitad del PIB mundial ha puesto de manifiesto objetivos concretos para lograr la descarbonización en forma de multas, subvenciones, reformas fiscales, transparencia en el reporte, etc. Pero no es suficiente: se estima que se necesitan entre 1 y 2Tn USD anuales de inversión en nueva tecnología para poder lograr la descarbonización. Si los gestores de activos no ayudan a las empresas a innovar, difícilmente lograrán la teórica descarbonización.

Otro de los aspectos que juegan un papel clave es el análisis de los datos proporcionados por las compañías: gracias a la analítica de datos ya no sólo podemos procesar grandes cantidades de datos, sino que podemos cotejar

la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace, y, además, podemos medir el alcance y la profundidad de las acciones, tanto positivas como negativas, de las empresas y el grado de evolución. Este es un aspecto muy positivo, pero donde todavía queda gran camino por recorrer: a falta de una obligatoriedad en el reporte de información no financiera, no todas las empresas reportan ni el mismo número, ni con la misma periodicidad ni en el mismo formato los datos que permiten medir su evolución y su posicionamiento en aspectos no financieros. Esto hace que el trabajo de limpieza de los datos y homogeneización sea costoso.

Además, a falta de un terreno de juego común donde todos entendamos de la misma manera los conceptos asociados con la sostenibilidad, la correlación entre las puntuaciones otorgadas por las empresas de rating es muy baja, apenas del 46%, lo que genera incertidumbre. Y al igual que tenemos un deber fiduciario con nuestros clientes a la hora de buscarles las inversiones que mejor se adaptan a su trinomio rentabilidad, riesgo e impacto, también tenemos un deber fiduciario con las empresas a las que miramos bajo el prisma de la sostenibilidad.

Las empresas dependen del favor que se ganan por parte de los inversores para obtener financiación y capital para poder financiar sus actividades y poder así crecer: basar nuestras decisiones en un rating subjetivo y no unificado puede hacer que estemos juzgando a las empresas bajo un prisma que sea de todo menos sostenible.

En definitiva, estamos ante uno de los momentos de mayor cambio de la industria financiera y, al igual que desde que Marckovitz introdujo el concepto de rentabilidad asociado al riesgo asociado a la inversión, no pensamos

en un concepto sin asociar el otro, **en unos años no hablaremos de rentabilidad – riesgo sin considerar el impacto positivo o negativo generado.**

Y esto no puede ser un juego de suma cero: los inversores hemos alzado la voz demandando una mejor manera de hacer las cosas sin cortoplacismos, tan presente hoy. A cambio de esta demanda, nosotros hemos de ofrecer una inversión más paciente, para que no se entre en el círculo vicioso de tomar medidas dudosamente positivas para la sociedad y el medio ambiente a corto plazo a cambio de otorgarnos unas rentabilidades que sea pan para hoy y hambre para mañana. Sólo así esta demanda de inversión sostenible vendrá acompañada de resultados económicos, pero también sociales, ambientales y políticos positivos para la sociedad en su conjunto.

3.

Borja Durán y Jorge Coca

| *Aseguradoras y la consolidación del sector de gestión patrimonial*

Aseguradoras y la consolidación del sector de gestión patrimonial

Borja Durán y Jorge Coca, profesores del Programa Directivo en Gestión Patrimonial Familiar de IEB y fundadores de Wealth Solutions y Finletic

Resumen

A los efectos producidos por Mifid II y la pandemia, se ha unido la entrada en el sector en España de las compañías aseguradoras, que ha acelerado el proceso de concentración ya iniciado. ¿Qué atractivos tiene esta industria para el sector asegurador?, ¿Qué factores han influido en las principales operaciones realizadas?, ¿Qué elementos dificultan la realización de más operaciones?, ¿Continuará esta tendencia en el futuro?

A los efectos de la implantación de Mifid II, ya ampliamente comentados, las empresas participantes en la industria de gestión patrimonial han tenido que añadir los derivados de la pandemia, que han afectado desde los modelos de comunicación y relación con sus clientes, hasta el desarrollo de capacidades tecnológicas adicionales para poder mantener la resiliencia operativa y el servicio, en un modelo obligatoriamente apoyado en una relación remota tanto con clientes como con empleados.

El negocio de asesoramiento tiene unos costes de funcionamiento mínimos muy altos, lo que limita la entrada de competidores y, por tanto, una competencia sana que se esfuerce en la prestación de servicios innovadores y más eficientes para las necesidades de los clientes. Si a eso unimos que lo descrito en el párrafo anterior ha resultado en un incremento de costes y exigencias de inversión, se ha puesto más en evidencia si cabe, que la crisis tendría efectos en la viabilidad de determinadas entidades y la necesidad de tamaño crítico, lo

que ha acelerado los procesos para detectar otros jugadores con los que plantear posibles operaciones que permitieran la continuidad y el desarrollo de los diferentes modelos de negocio y equipos profesionales y, a su vez, reforzaran la eficiencia consiguiendo mejoras en la estructura de costes. Es decir, operaciones que posibilitaran sinergias en aspectos operativos, financieros y comerciales.

No hay que olvidar otros dos elementos que, en nuestra opinión, han favorecido la aceleración de estos procesos. El primero es que varias de estas entidades, que nacieron hace años, están lideradas desde el punto de vista gerencial y accionarial, por personas que han alcanzado edades en las que el proceso de desvinculación con el mundo profesional se ve más cercano. Ello, obliga a pensar fórmulas de salida en las que, en ocasiones, como consecuencia del éxito del proyecto, se alcanzan valoraciones importantes que dificultan que los profesionales que integran el mismo sean quienes pasen a ostentar la condición de accionistas mayoritarios. Es decir, en muchas ocasiones hay que buscar un tercero con músculo financiero suficiente para afrontar una posible compra de sus participaciones a los principales accionistas, lo que limita el número de candidatos. **El segundo aspecto, es que las entidades aseguradoras han comenzado de forma clara un proceso de posicionamiento en este sector, realizando múltiples operaciones de adquisición o toma de participaciones.**

¿Cuales son las razones para estos movimientos por parte del sector asegurador? Son varias y trataremos de analizar las principales, sin que el orden de exposición tenga nada que ver con su importancia, que dependerá de cada caso particular.

En primer lugar, el escenario de bajos tipos de interés en el que vivimos y, de forma

previsible, vamos a vivir durante un tiempo, ha condicionado la rentabilidad obtenida por las carteras financieras de las aseguradoras. También ha limitado claramente el atractivo de determinados productos de ahorro estructurados a través de pólizas de seguro. Ello ha supuesto que las compañías busquen invertir en otros negocios que puedan añadir rentabilidad y que les permitan desarrollar la distribución de otro tipo de productos con mayor atractivo financiero potencial para los clientes como, por ejemplo, los fondos de inversión.

En este aspecto, la incursión en el mundo de la gestión patrimonial tiene todo el sentido. Este es un negocio recurrente de poco consumo de capital y que diversifica muy bien su negocio asegurador. Las entidades objeto de las operaciones viven en un entorno regulado que, aunque tenga sus contras, las aseguradoras conocen perfectamente y les aporta garantías. Respecto al tema de los productos, muchas de ellas ya cuentan con “fábricas” potentes en el ámbito de la gestión de activos (varias de las grandes gestoras de activos internacionales tienen su origen en el sector asegurador). Sin embargo, muchas no aprovechan el potencial de su red y su base de clientes por la necesidad de una especialización diferenciada para la comercialización de estos productos.

Esto enlaza con el segundo motivo: el comercial. En la mayoría de los casos, el enfoque en el producto ha ido cambiando hacia un enfoque en el cliente. Un giro incentivado por los cambios que se han producido en las preferencias y necesidades de los clientes que, como consecuencia de tipos de interés en mínimos cuando no negativos, se han visto forzados en su mayoría a salir de su zona de confort y a asumir mayores riesgos en busca de algo de rentabilidad.

Este cambio lleva implícito que el cliente pase de una actitud de comprador a alguien que busca servicio (asesoramiento en este caso), lo que obliga a buscar experiencia y conocimiento en esa faceta y a la segmentación de las redes de oficinas de las aseguradoras y sus profesionales, ya que probablemente no sea eficiente formar a toda la red en asesoramiento y gestión patrimonial, pero es necesario tener equipos preparados para ofrecerlo.

En nuestro país, sigue existiendo una gran cantidad de dinero en depósitos o productos sin ningún tipo de rentabilidad que, tarde o temprano, buscarán mejorar su situación.

Además, existen dudas sobre la capacidad del sistema público para garantizar pensiones suficientes en el futuro, lo que implica que los ciudadanos son cada vez más conscientes de la necesidad de ahorro a largo plazo y la cultura financiera, aunque de forma muy lenta, crece. Todo lo anterior, hace que la capacidad de crecimiento de este sector sea mucho mayor que la del propio sector asegurador donde, cada vez más, el aumento en clientes y primas se consigue a base de sacrificar margen.

Por otro lado, el negocio de la gestión patrimonial es bastante predecible desde el punto de vista de ingresos. Si a eso se une la mencionada capacidad de crecimiento, parece muy lógico que las aseguradoras busquen una vía para sustituir, al menos en parte, el descenso de ingresos que la reducción del número de entidades bancarias puede suponer en muchos casos, al suponer el fin de alianzas estratégicas ente aseguradoras y bancos por la desaparición de algunos de estos.

Adicionalmente, este tipo de operaciones ayudan a aumentar la cuota de cartera de los clientes ya que, para la gestión patrimonial, es importante la solvencia y las aseguradoras son entidades que transmiten seguridad y cuentan

con altos ratios de capital. También permiten el acompañamiento del cliente a lo largo de su ciclo vital al combinar comercialmente su negocio de seguros a los clientes que provienen de las inversiones.

¿Qué dificultades existen para que haya más operaciones? La primera es que el número de candidatos en el sector de la gestión patrimonial, con tamaño suficiente para que la operación tenga una mínima lógica, se va reduciendo. Por otro lado, en algunos casos, los egos y las personalidades de los socios fundadores dificultan la consecución de acuerdos.

Sin embargo y a pesar de estos obstáculos, la impresión es que **la tendencia de consolidación de empresas en el ámbito de la gestión patrimonial va a continuar**, al igual que ha ocurrido en otros mercados internacionales. **Las de dimensiones más pequeñas tendrán que buscar acuerdos entre ellas para ganar una escala y eficiencia que les permita ser viables** y, a futuro, candidatas a una operación de mayor envergadura. Las aseguradoras van a seguir intentando incorporar conocimiento en esta materia, por que es una vía clara para reforzar su abanico de servicios y tener la posibilidad de acompañar al cliente cubriendo sus necesidades tanto en su ciclo vital como financiero.

IEB

IEB es un Centro de Estudios Superiores adscrito a la Universidad Complutense de Madrid y a la Universidad Rey Juan Carlos, está patrocinado por la Bolsa de Madrid.

Desde su fundación en 1989, ha conseguido ocupar una posición de liderazgo como el principal Centro de Formación Financiera y jurídica en España y en el mundo hispano hablante. En la actualidad IEB cuenta con aliados estratégicos como The London School of Economics (LSE), The City University of London, The Wharton School, The Chinese University of Hong Kong (CUHK) y Fordham University, una de las 3 primeras universidades especializadas en Derecho de Estados Unidos.

IEB está clasificada entre las cien instituciones docentes más innovadoras que imparten másteres legales, según el Financial Times.

Este informe ha sido elaborado desde el Departamento de Investigación de IEB bajo la coordinación de Quum Marketing y Comunicación.

Artículos elaborados en el mes de junio de 2021 por miembros del claustro del programa directivo en Gestión Patrimonial Familiar.

Dirección y Edición:

Cristina Murgas Aguilar

Diseño editorial y Maquetación:

Paula Peregrín Reja

Dirección de Comunicación y PR:

Cristina Murgas, Directora de Comunicación Área Financiera e Institucional QUUM
cmurgas@quum.com / Tel. 638 57 29 61
Bárbara Vieites, Ejecutiva de cuentas QUUM
bvieites@quum.com / Telf. 679 53 37 46



C/Alfonso XI, nº 6, 28014, Madrid

91 524 06 15

www.ieb.es