

MARÍA JESÚS SOTO -ANDBANK “HOY EN DÍA HAY MUCHO INTRUSISMO ENTRE LOS AGENTES FINANCIEROS”

FUNDSPEOPLE



Ha cumplido su 30 aniversario como agente financiero. Una trayectoria en la que ha podido ver la evolución del mercado y del perfil del ahorrador. María Jesús Soto, agente de Andbank, abrió la oficina de León en 1993, aunque tiene una larga trayectoria en el mercado de capitales habiendo trabajado anteriormente en AB Asesores, Inversis Banco o Morgan Stanley.

Una trayectoria que le ha valido para ver la evolución de la figura del agente. Durante este tiempo, ha evolucionado hasta el perfil actual, “con una vocación de servicio muy fuerte”, dice Soto. En su opinión, “hoy en día hay mucho intrusismo”, y se necesitan una serie de características para ser un buen agente: “Hay que estar técnicamente muy preparado, tener valores claros como la transparencia, honestidad y responsabilidad; y tener una vocación de servicio en el largo plazo de querer ayudar a los inversores, no del pelotazo en un momento puntual”, critica.

Andbank España contaba a cierre de 2021 119 agentes financieros distribuidos en 26 provincias españolas.

También ha cambiado el nivel de educación financiera de los inversores. Entonces, era más bajo que el actual. Con el objetivo de fomentarlo, desde su oficina iniciaron una serie de conferencias sobre finanzas que por aquel entonces eran novedad y que poco a poco se fueron sucediendo. “Los agentes financieros hemos humanizado la inversión”, asegura.

Una formación de mercados a la que el inversor se vio obligado a tener años después en la crisis del 2008. “Cuando yo empecé los bancos lo eran todo, pero la crisis de Lehman destapó todo lo que no estaban haciendo bien y perdieron la confianza de los inversores”, arguye. Por eso, nace el asesoramiento con el objetivo de “democratizar la inversión y ofrecer planificación patrimonial para cualquier tipo de inversor”, añade.

Al final, el papel del agente es “estar muy presente en el mercado y al lado de los clientes”. Al respecto, cree que cuanto mayor es el conocimiento del inversor, mayor es la vocación a invertir en renta variable. “Es hacerle un traje a medida en todo momento”, confiesa. Por este motivo, aunque valor la obligación de MiFID de perfilar al cliente, considera que esto “requiere la voluntad de las entidades de explicarles qué hay debajo de cada producto”.