

Feelcapital

ASESORAMOS EN FONDOS

II INFORME DE INVERSIÓN DIGITAL **RESUMEN EJECUTIVO**

Índice

Introducción

Contexto actual

Análisis de los actores de la inversión en España

Posicionamiento de la oferta de inversión en el mundo digital

Conclusiones generales

Entidades objeto de estudio

Introducción

La EAFI Feelcapital, el primer robo advisor español (primera plataforma de asesoramiento automático en fondos de inversión) ha realizado este II Informe de Inversión Digital entre los meses de abril y mayo de 2016 con el objetivo de analizar la evolución digital que han desarrollado las entidades financieras que operan en nuestro país en el periodo de un año.

Como empresa fintech, Feelcapital ha promovido desde su fundación en el año 2014 la digitalización de todos los procesos del mundo financiero, para facilitar el acceso a la información de los inversores, y la desintermediación, tan necesaria como imprescindible en el futuro de nuestra economía.

En estos últimos 12 meses también ha realizado campañas publicitarias y de comunicación en prensa, radio, televisión y redes sociales destinadas a promover la cultura financiera de los ahorradores y de los futuros ahorradores.

Ante los abusos cometidos por el sector bancario -en forma de cláusulas suelo, preferentes, hipotecas multidivisa, bonos y valores convertibles, fondos garantizados...- entendió que la mejor manera de ayudar a los partícipes en fondos era recordarles que tenían unos derechos y que debían reclamarlos.

Así, su primera acción fue recopilarlos, redactarlos de una forma clara y sencilla; y difundirlos, antes de dar paso a otras iniciativas formativas. Por su importancia, se repiten en este documento.

Derechos del inversor en fondos

1. Tu dinero es tuyo, no es de tu banco.

La decisión final de dónde metes tu dinero es tuya, no de tu entidad financiera. Pueden asesorarte e indicarte dónde debes invertir tu dinero, pero la toma de decisiones depende de muchos factores personales que nadie más que tú conoce. Escucha, valora y decide libremente, sin presiones, sin prisas. Que nadie te coaccione ni te engañe. De tu decisión dependerá la rentabilidad del producto financiero que elijas.

2. Debes recibir información veraz

El precio de los fondos no depende de tu banco. En el momento de la adquisición tienen un valor liquidativo oficial que no puede alterarse. Solicita la información a tu banco y compruébalo. Así evitarás que tu entidad financiera te coloque un producto que les convenga a ellos más que a ti mismo.

3. Puedes traspasar todos tus fondos

En España hay más de 25.500 fondos traspasables. Puedes traspasar los que quieras en tu entidad financiera, está obligada por ley a facilitártelos aunque te digan que por motivos comerciales no pueden hacerlo. Si te despistas te colocarán solo los que ellos comercializan. No les hagas caso y exige el que más se adecúe a tus características de inversión.

4. Exige conocer el importe de las comisiones

Transparencia es lo que va a traer MIFID II en 2018. Mientras tanto, nadie te va a decir de motu proprio el importe de las comisiones que te cargan por tus fondos. Pregunta en tu sucursal cuánto te cuestan realmente, calcula cómo afecta a tu rentabilidad anual y elige el que más te convenga. Si preguntas, evitarás las sorpresas. Un consejo: que te den la información por escrito para que no te cambien las comisiones a posteriori.

5. Tu perfil de riesgo es único

Cada inversor tiene unas características y un perfil de riesgo determinado. Como no todos los inversores sois iguales, no pueden darte lo que le está funcionando bien a tu vecino porque solo tenéis en común vivir en el mismo edificio. Cada producto que compres debe adecuarse a tu perfil. Si no, que te busquen y ofrezcan otro producto pensado para ti.

6. El banco está a tu servicio, no al revés

Si eres cliente de un banco, debe mantenerte asesorado e informarte de los cambios que se produzcan y que puedan afectar a tu inversión. Si dudas, llama a tu sucursal y que se ponga tu asesor financiero. Está obligado a informarte.

7. Puedes reclamar, no es una molestia

Si hay algo que no te cuadra, reclama. El Defensor del Cliente de tu entidad financiera está obligado a contestarte en plazo y forma. Si no es así, acude a la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

8. Tú decides dónde inviertes.

Nadie puede colocarte un producto financiero sin tu conocimiento. Tú eres la única persona autorizada a dar validez a los cambios que se produzcan en tus inversiones. Si alguien lo ha hecho por ti sin autorización, no estás obligado a mantener esa inversión.

9. Mantente informado y actúa

La formación financiera es crucial para poder obtener rentabilidad. Lee, escucha y aumenta tu conocimiento. Así podrás tomar decisiones de forma correcta, sabiendo cuándo asumes riesgos y cuándo no.

10. Si no lo entiendes, que te lo expliquen

Las entidades están obligadas a dar toda la información necesaria para la completa comprensión de los productos financieros que ofrecen. Si no entiendes, no compres. Al final te lo acabarán explicando.

Otra de las iniciativas debía ser, sin duda alguna, mostrar a estos partícipes en fondos (más de 7,5 millones de personas) que la desintermediación del sistema bancario ya era posible. Para hacerlo, Antonio Banda (CEO de Feelcapital) escribió el libro digital “Robo Advisor: La revolución en los fondos de inversión” y permitió su descarga gratuita a todos los interesados. En este libro, Banda hace una declaración de intenciones en su primera página: “Queremos que el mundo de los fondos de inversión sea un lugar mejor para invertir” y reflexiona sobre la realidad de esta industria, el modelo de asesoramiento automático, la plataforma Feelcapital, la llegada de MIFID II, así como de la necesidad de promover la cultura financiera.

¿Y los millennials? Muchos de los inversores futuros aún están en la Universidad, pero también los encargados de promover esta formación financiera: los estudiantes de periodismo. Y a ellos se dirigieron las I Jornadas de Información Financiera Post Crisis, un seminario celebrado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid entre febrero y abril de 2016, que profundizaba en la naturaleza de la información económica y financiera en un escenario posterior a la crisis. El motivo es que la desconfianza de la opinión pública, unida a la revolución digital, induce un proceso de desintermediación que afecta tanto a los mercados como a la comunicación y hace imprescindible reforzar la misión de los informadores como difusores de educación financiera a sus audiencias.

En estas jornadas participaron como ponentes catedráticos, periodistas, influencers digitales, gestoras de fondos de inversión, agencias de comunicación, banca y asociaciones, que coincidieron en la importancia de fomentar el conocimiento financiero como paso imprescindible para alcanzar la desintermediación.

Feelcapital, en su lucha por cambiar el mundo de los fondos en España, ha exportado también su modelo robo advisor a Grecia, un país que ha visto derrumbarse su economía pero que tiene la oportunidad histórica de liderar la transformación digital del nuevo sistema financiero en el viejo continente. Así, ha alcanzado un acuerdo con la gestora de fondos Attica Wealth Management, compañía de gestión de Attica Bank, por el cual los inversores del país heleno podrán invertir en fondos a través de internet.

La digitalización en el mercado de los fondos de inversión en España es una realidad plena, aunque aún queda mucho camino por recorrer. Feelcapital, tras cerrar acuerdos con Ahorro.com y Esfera Capital, ya permite a los partícipes comprar, vender o traspasar sus recomendaciones en fondos de inversión sin necesidad de desplazarse a las sucursales de las entidades.

Volviendo al estudio, y comparándolo con el del año anterior, veremos que las grandes diferencias estratégicas de las entidades financieras en cuanto a su digitalización se mantienen, aunque algunas, especialmente las grandes, están convergiendo y otras, las más pequeñas, acelerándolas.

Por servicios utilizados en internet en el último mes, el 92,7% usaron la mensajería instantánea; el 71,9% el correo electrónico; el 62,4% las redes sociales; el 54,3% leyeron información de actualidad; el 45,8% usaron aplicaciones; el 28,5% escucharon música; el 26,2% realizaron operaciones en el banco; el 20,4% visionaron películas y series de TV; el 13,3% jugaron en red; el 13% compraron productos y servicios; el 11,5% realizaron llamadas telefónicas por el ordenador; el 8,3% compartieron archivos y el 5% participaron en blogs o en foros.

Internet se mantiene en segunda posición por volumen de inversión dentro de los medios convencionales en 2015, con un crecimiento del 16,1% respecto al año anterior. El volumen de inversión real estimada alcanzó los 1.249 millones de euros, frente a los 1.076 millones de 2014, según datos del Estudio de InfoAdex de la Inversión Publicitaria en España 2016.

Atendiendo a los datos, la evolución digital es imparable e Internet más pronto que tarde ocupará los primeros puestos tanto en penetración como en inversión publicitaria en España. Entonces ¿están preparados los actores financieros en España para este liderazgo futuro de internet? Por lo que veremos a continuación, muchos de ellos sí, pero aún hay muchos otros a los que les queda un largo camino por recorrer.

Análisis de los actores de la inversión en España

Este estudio ha analizado el nivel de actividad digital de los actores de la inversión en España (un total 251 bancos, gestoras y EAFIS), comparándolo con todas las magnitudes recogidas en el I informe de inversión digital del año 2015.

Con el fin de evaluar el grado de identificación con el paradigma digital de estas organizaciones, se han analizado las cuentas sociales y los contenidos producidos por éstas en los distintos canales de comunicación digital (blogs y redes sociales), el grado de implicación de sus máximos responsables en el mundo online y la estrategia corporativa y volumen de contenidos.

Para conseguirlo, se ha trabajado con tres datos fundamentales comunes a todos los actores:

- Redes Sociales de las organizaciones (Facebook, LinkedIn y Twitter): presencia (cuentas activas), número de seguidores en cada red y nivel de influencia según el estándar internacional Klout.
- Redes Sociales del máximo responsable (CEO) de cada organización: presencia (cuentas activas en LinkedIn y Twitter), número de seguidores en cada red y Klout.
- Contenidos del blog corporativo caso de contar con él, aplicaciones digitales vinculadas a las redes sociales, grupos de LinkedIn en los que participa la organización y volumen de publicaciones mensuales en las redes sociales donde tiene presencia.

Esta aproximación permite conocer la siguiente distribución del mercado de inversión digital:

- El centenar de organizaciones que cuentan con alguna identidad digital dotada de contenidos, de las que apenas 40 la despliegan de forma robusta.
- Clasificación de actores del mercado según su identidad digital, calculada en función de sus perfiles corporativos.
- Clasificación de los actores del mercado según la presencia digital de su primer ejecutivo.
- Clasificación de los actores del mercado según su estrategia de contenidos.

Posicionamiento de la oferta de inversión en el mundo digital

El informe incluye fichas individuales del Top 25 de organizaciones vinculadas a la inversión en función de su apuesta por la digitalización. Se incluyen asimismo las 120 organizaciones restantes analizadas cuya presencia digital no es relevante en función de los 18 criterios analizados y ponderados.

Dichos criterios se han ponderado atendiendo a la siguiente fórmula:

(IDENTIDAD DIGITAL CORPORATIVA + IDENTIDAD DIGITAL CEO)

*** ESTRATEGIA CONTENIDOS**

- Calculando la Identidad digital Corporativa como el alcance combinado de los perfiles digitales en Facebook, Twitter y LinkedIn por su Influencia (Klout)
- Calculando la Identidad Digital del CEO como el alcance combinado de sus perfiles digitales en LinkedIn y Twitter por su Influencia (Klout)
- Y multiplicando su identidad por el valor que aporten en forma de contenidos compartidos tanto en las redes a que pertenezcan (incluyendo tanto lo que aportan corporativamente como desde el CEO en los grupos de debate de LinkedIn), como por las aplicaciones digitales que hayan puesto en el mercado, como por el número de aportaciones mensuales en su blog corporativo (caso de que lo tengan).

Aunque el informe incluye el Top 50 y las clasificaciones adicionales para cada una de los tres grandes factores independientes analizados (identidad digital corporativa, identidad digital del CEO y contenidos), así como las fichas individuales con todos los indicadores que se han tenido en cuenta, en este resumen ejecutivo incluimos nombre y posición del Top 20 en las cuatro clasificaciones:

Top 20 Inversión Digital

1. MAPFRE
2. DEUTSCHE BANK
3. UBS
4. BBVA
5. CREDIT SUISSE
6. BANKINTER
7. SANTANDER
8. LA CAIXA
9. CRÉDIT AGRICOLE
10. BANCSABADELL
11. BARCLAYS
12. BANKIA
13. BNP PARIBAS
14. FEELCAPITAL
15. KUTXA BANK GESTIÓN
16. ANDBANK
17. CATALANA OCCIDENTE
18. MUTUA MADRILEÑA
19. CAJA LABORAL
20. ASPAIN 11 ASESORES FINANCIEROS EAFI, SL

Top 20 Identidad Digital

1. MAPFRE
2. BARCLAYS
3. CREDIT SUISSE
4. UBS
5. DEUTSCHE BANK
6. SANTANDER
7. BBVA
8. CRÉDIT AGRICOLE
9. BNP PARIBAS
10. LA CAIXA
11. BANKINTER
12. BANCSABADELL
13. BANKIA
14. CATALANA OCCIDENTE
15. MUTUA MADRILEÑA
16. KUTXABANK GESTIÓN
17. AMUNDI
18. ANDBANK
19. CAJA LABORAL
20. CAJA DE INGENIEROS

Top 20 Identidad Digital del CEO:

1. Antonio Banda (FEELCAPITAL)
2. Javier Ruiz (METAGESTIÓN)
3. Sergio Ermotti (UBS)
4. José María Luna (Dpto. Análisis - PROFIM)
5. Miguel Irisarri y José María Loinaz (SASSOLA PARTNERS)
6. Carlos Heras Rincón (ASPAIN 11)
7. Carlos García Ciriza (ASESORES PATRIMONIALES NAVARRA C-2)
8. Rafael Juan y Seva y Jesús López Zaballos
(Socios fundadores AUREO WEALTH ADVICE)
9. Carles Planas De Farnés y Jordi Justicia Ruz
(ceos de GINVEST PATRIMONIS EAFI)
10. Santiago Satrustegui Pérez de Villaamil
(ABANTE y ABANTE CONSEJEROS FINANCIEROS)
11. Philippe Brassac (CRÉDIT AGRICOLE)
12. Araceli de Frutos Casado (ARACELI DE FRUTOS CASADO)
13. Juan Gómez Bada (AVANTAGE CAPITAL)
14. Diego González (BULL4ALL ADVISORS)
15. Santiago Soliveres García Granero (CLUSTER INVESTMENT ADVISORS)
16. Joan Cavallé (CAJA DE INGENIEROS)
17. José Miguel Maté (TRESSIS)
18. Arcadi Orrit Clotet (INVERCONSULTING EAFI)
19. Guillermo Aranda (ATL 12 CAPITAL GESTIÓN)
20. Juan Jesús Gómez Cubillo, Santiago Mingo Martínez e Ignacio Martín Ocaña (CONSEJO ASESORES PATRIMONIALES INDEPENDIENTES).

Top 20 Estrategia de Contenidos:

1. ASPAIN 11 ASESORES FINANCIEROS EAFI, SL
2. FEELCAPITAL
3. BANKINTER
4. BBVA
5. ANDBANK
6. BULL4ALL ADVISORS, EAFI, S.L.
7. LA CAIXA
8. BANCSABADELL
9. BANKIA
10. DEUTSCHE BANK
11. KUTXA BANK GESTIÓN
12. MEDIOLANUM
13. GVC GAESCO
14. ASESORES PATRIMONIALES NAVARRA C-2, EAFI, SL
15. TRESSIS
16. IBERCAJA
17. MAPFRE
18. UBS
19. ABANTE CONSEJEROS FINANCIEROS INDEPENDIENTES
20. CATALANA OCCIDENTE

Conclusiones generales del estudio

1. Mapfre, BBVA y Bankinter lideran el ranking de organizaciones financieras con mejor posicionamiento en inversión digital en España.
2. Feelcapital ocupa el primer puesto en inversión digital entre las EAFIS y las gestoras de fondos que operan en nuestro país, y el 14º en el ranking global.
3. El 52,19% de las entidades no tienen presencia digital (131), dos puntos menos que en el estudio anterior.
4. La banca extranjera coloca a cuatro entidades en el top 10, una más que en el primer estudio.
5. El papel de los CEOS es definitivo para el posicionamiento digital de las empresas. Los presidentes de Feelcapital, Metagestión y UBS son los que más apuestan por el desarrollo de su perfil digital.
6. Los contenidos son imprescindibles para el posicionamiento digital y vertebran las estrategias de las entidades. Aspain11, Feelcapital y Bankinter son los que aportan más contenido vía blogs y redes sociales.
7. Una cuarta parte de las entidades cuentan con presencia en todos los canales (integral).

8. La mayor parte de los primeros 50 del ranking están vinculando buena parte de sus contenidos a la promoción de la cultura financiera.
9. Se refleja un avance en toda la industria en cuanto a la apuesta por la digitalización, pese a que aún la mitad de la industria aún no ha focalizado sus estrategias en este ámbito
10. El crecimiento sostenido del uso de los canales digitales para invertir entre los clientes hace más obligada aún la migración digital de estos actores en un futuro inmediato.

Entidades objeto de estudio

BBVA, BANKINTER, CRÉDIT AGRICOLE, BANCSABADELL, CREDIT SUISSE, BNP PARIBAS, BANKIA, FEELCAPITAL, BARCLAYS, CATALANA OCCIDENTE, CATALUNYACAIXA, CAJA LABORAL, ANDBANK, AMUNDI, CAJA DE INGENIEROS, ABANTE, GESIURIS, GESCONSULT, BESTINVER, BANCA MARCH, CARTESIO INVERSIONES, A&G, EDM, BANCO MADRID, BELGRAVIA, AHORRO CORPORACIÓN, ATL 12 CAPITAL GESTIÓN, ABACO CAPITAL, ACACIA, ALLIANZ POPULAR, ALPHA PLUS, AMISTRA, AVIVA, BANCO ALCALÁ, BANCO CAMINOS, CAJA DE, ARQUITECTOS, CAJA ESPAÑA (BANCO CEEIIS), CAJA RURAL, CYGNUS, DEUTSCHE ASSET & WEALTH MANAGEMENT, DUX, EGERIA, EUROAGENTES GESTIÓN, FINECO, FONDITEL, GESBUSA, GESINTER, GESNORTE, GESPROFIT, GESTEFIN GVC GAESCO, IBERCAJA, INTERMONEY, INVERSEGUROS, INVERDIS, JULIUS BAER, KUTXABANK GESTIÓN, LA CAIXA, MAGALLANES, MAPFRE, MEDIOLANUM, MERCADOS, MERCABAN, METAGESTIÓN, MIRABAUD, MUTUA MADRILEÑA, NOVO BANCO GROUP, OMEGA GESTIÓN DE INVERSIONES, POPULAR GESTIÓN PRIVADA, PRIVAT BANK, RENTA 4, SANTANDER, SOLVENTIS, TRESES, UBS, UNICAJA, URQUIJO, WELZIA, 2013 FIDES, EAFI, S.L., 360 CORA EAFI, SL, ABANTE CONSEJEROS FINANCIEROS INDEPENDIENTES, EAFI, SA, ACTIVE COMPASS EAFI, SL, AD-HOC, ASESORES FINANCIEROS EAFI, SA, AFI INVERSIONES FINANCIERAS GLOBALES EAFI, SA, AFS FINANCE ADVISORS, EAFI, SL, AGORA ASESORES FINANCIEROS EAFI, SL, ALCHEMIA ADVISORS, EAFI, S.L., ALEXANDRE GARCIA PINARD, ALITAN INVERSIONES, EAFI, S.L., ALTAIR FINANCE, EAFI, S.L., ALTERAREA EAFI, SL, AMOROS ARBAIZA INVERSIONES EAFI, SL, ANCHOR CAPITAL ADVISORS, EAFI, S.L., ANCORA SOLUCIONES PATRIMONIALES, EAFI, SL, ANGEL OCHOA CRESPO, ANGELS ROQUETA RODRIGUEZ (COMPAS PE), ANTONIO BERNABEU BERNABEU, ANTONIO YESTE GONZALEZ, ARACELI DE FRUTOS CASADO, ARCANO WEALTH ADVISORS, EMPRESA DE ASESORAMIENTO FINANCIERO, SL, ARGENTA PATRIMONIOS, EAFI, S.L., ASESORES PATRIMONIALES NAVARRA C-2, EAFI, SL, ASPAIN 11 ASESORES FINANCIEROS EAFI, SL, ASSET GROWTH EAFI, S.L., ATHENEA CAPITAL ADVISORS EAFI, S.L., AUREO WEALTH ADVICE EAFI, SL, AVALON ASESORES DE PATRIMONIO EAFI, SL, AVANTAGE CAPITAL EAFI, SOCIEDAD LIMITADA, BARON CAPITAL, EAFI, S.L., BISSAN, VALUE INVESTING, EAFI, S.L., BLACK ONYX ADVISORS EAFI, SOCIEDAD LIMITADA, BULL4ALL ADVISORS, EAFI, S.L., BUY & HOLD ASESORES EAFI, SL, C&R INVESTMENT FINANCIER ADVISOR, EAFI, SL, CAPITAL CARE CONSULTING, EAFI, S.L., CAPITAL VALUE INVERSIONES,, GLOBALES, EAFI, SL, CAPITALIA FAMILIAR, EAFI, SL, CARLOS DE FUENMAYOR BARROSO, CAUTE ASESORES EAFI, S.L., CLUSTER INVESTMENT ADVISORS EAFI, S.L., CONSILIO ASESORES PATRIMONIALES INDEPENDIENTES, EAFI, S.L., COPERNICUS ADVISORS EAFI, S.L., COREFINANCE FINANCIER SERVICES EAFI, S.L., CRISTINA BADIOLA GUERRA, CROSS CAPITAL EAFI, S.L., DIDENDUM EAFI, SL, DIVERINVEST ASESORAMIENTO EAFI, SL, DPM FINANZAS EAFI, S.L., DSTM, SL, EAFI, ECOMT EAFI, SL, ENOIVA CAPITAL EAFI, S.L., EQUAM CAPITAL,, EAFI, SOCIEDAD LIMITADA, ESFERALIA CAPITAL, EAFI, SL, ESSENTIA CONSULTORES EAFI, S.L., ESSENZO, EAFI, SL, ETHICAL FINANCE, EAFI, S.L., ETICA PATRIMONIOS EAFI, SL, EUROCAPITAL WEALTH MANAGEMENT, EAFI, SLU, EXPERT TIMING SYSTEMS INTERNATIONAL, EAFI, SL, EXTRAVALOR, EAFI, S.L., FAMILIA Y NEGOCIO CONSULTORES EAFI, SL, FICONSULT PARTNERS EAFI, SL, FINANZE FENIX PLANIFICADORES FINANCIEROS, EAFI, SA, FINETICO EAFI, S.L., FRANCISCO JAVIER CONCEPCION PERERA, FREDERICK E. ARTESANI, GABRIEL, CARRILLO CAPEL EAFI, S.L., GAR INVESTMENT ADVISORS, EAFI, S.L., GCAPITAL WEALTH MANAGEMENT, EAFI, SL, GESEM ASESORAMIENTO FINANCIERO, EAFI, SL, GESTION DE FINANZAS EAFI, SL, GETINO FINANZAS EAFI, SL, GINVEST PATRIMONIS, EAFI, S.L., GLOVERIA CAPITAL, EAFI, S.L., GP INVEST, EAFI, S.L., GREENSIDE INVESTMENTS, EAFI, SL, GRUPO VALIA ASESORES FINANCIEROS, EAFI, SL, GUILLERMO RAMON GREGORI, HALTIA CAPITAL EAFI, SOCIEDAD LIMITADA, HOUSE OF PRIVATE FINANCE EAFI, S.L., HUGO BELTRAN MARTIN, I, CAPITAL AF, EAFI, SA, IADVISE PARTNERS, EAFI, SL, ICETA PRIVATE WEALTH SOLUTIONS EAFI, S.L., INES COTS MARFIL, INVERCONSULTING INVESTMENT ADVICE, EAFI, S.L., INVERDIF ASESORES EAFI, S.L., INVESTOR WEALTH MANAGEMENT EAFI, S.L., INVEXCEL, PATRIMONIO EAFI, SL, ISIDRE BLANCH ALONSO, JACOBO HIGUERA GOTOR, JAVIER ACCION RODRIGUEZ, JAVIER KESSLER SAIZ, JAVIER MATEO PALOMERO, JAVIER SEDANO NOCITO, JM INVESTMENT KAPITAL PARTNERS EAFI, SL, JOHN SISKI GOYTRE, FINANCIAL LIFE, PLANNING EAFI, JUAN CARLOS COSTA TEJEDOR, HERRERO BRIGANTINA, JUAN MANUEL VICENTE CASADEVALL, JUAN MARIA SOLER RUIZ, JUAN VICENTE SANTOS BONET, JVC VICANDI EAFI, SLU, LEX CENTRO DE ASESORES TECNICO FINANCIEROS EAFI, SA, LORENZO DAVILA CANO, LOURIDO PARTNERS EAFI SL, M&M CAPITAL MARKETS, EAFI, SL, MCLAREN WEALTH MANAGEMENT EAFI, S.L., MD WEALTH ADVISORS EAFI, SL, MERIDEN CAPITAL PARTNERS EAFI, S.L., METACAPITAL INVESTMENT EAFI, SL, MIURA ASESORES EAFI, SL,, MUTUAVALORS DELS ENGINYERS, EAFI, S.L., NEO INVERSIONES FINANCIERAS EAFI, SL, PEDRO ALONSO SOSA, PHARUM CAPITAL ASESORES FINANCIEROS EAFI, S.L., PI ASESORES FINANCIEROS EAFI, S.L., PORTOCOLOM ASESORES, EAFI, SL, PROFIM, ASESORES, PATRIMONIALES, EAFI, S.L., QUANTICA EMPRESA DE ASESORAMIENTO FINANCIERO INDEPENDIENTE EAFI, SL, RAMON DIAZ ZARATE, RAUL AZNAR GONZALEZ, RICARDO ANTONIO QUERALT SANCHEZ DE LAS MATAS, RIO REAL ASESORES FINANCIEROS, EAFI, SL, SALVADOR, CERVILLA GARCIA, SANCHEZ CASAS ASESORES EAFI, S.L.U., SANDMAN CAPITAL ADVISORS, EAFI, S.L., SANTIAGO ARRIBAS GONZALEZ, SASSOLA PARTNERS EAFI, S.L., SERFIEX INVESTMENTS, EAFI, SL, SKIPPER CAPITAL ADVISORS EAFI, SL, SMART GESTION GLOBAL,, EAFI, S.L., SPORT GLOBAL CONSULTING INVESTMENTS, EAFI, SL, SUMMA PATRIMONIA EAFI, SL, TACTICAL GLOBAL, EAFI, S.L., TROY CONSULTORES ASOCIADOS, EAFI, S.L., VALOR OPTIMO EAFI, SL, VETUSTA INVERSION PATRIMONIAL, EAFI, S.L., YOUFIRST SMART FINANCE EAFI, S.R.L.

IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 52.872 seguidores (+18.472)
FACEBOOK :134.451 fans (+14.358)
LINKEDIN 140,156 contactos (+48.441)
KLOUT: 68 (+3)

CEO

CARLOS TORRES VILA
TWITTER: no tiene
LINKEDIN: +500 contactos
KLOUT: 1



CONTENIDOS

BLOG BBVA
PUBLICACIONES MENSUALES TW: 345 (+231)
PUBLICACIONES MENSUALES FB: 23 (-31)
PUBLICACIONES MENSUALES IN: 73 (+)

7 POSTS/MES (=)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER 215.895 seguidores (+95.895)

FACEBOOK 83.136 fans (+9.496)

LINKEDIN 380.543 contactos (+81.032)

KLOUT: 87 (+38)

CEO

TIDJAME THIAM

TWITTER: No tiene

LINKEDIN: No tiene

KLOUT: - (=)



CONTENIDOS

BLOG CREDIT-SUISSE

PUBLICACIONES MENSUALES TW:53 (+23)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 7 (-23)

PUBLICACIONES MENSUALES IN: 17 (-4)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 18.100 seguidores (+10.544)

FACEBOOK: 140.115 seguidores (+33.116)

LINKEDIN: 327.611 seguidores (+66.906)

KLOUT: 62 (+9)

CEO

**JOSE ANTONIO ALVAREZ
ALVAREZ**

TWITTER: no tiene

LINKEDIN: no tiene

KLOUT:0



CONTENIDOS

BLOG: Sin actividad

PUBLICACIONES MENSUALES BLOG: Sin actividad

PUBLICACIONES MENSUALES TW: +100 (+10)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 17 (-43)

PUBLICACIONES MENSUALES IN: 24 (+19)

POSTS/MES



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 43.465 seguidores (+7.665)

FACEBOOK: 159.245 fans (+23.079)

LINKEDIN: 69.512 contactos (+27.625)

KLOUT: 66 (+3)

CEO

PHILIPPE BRASSAC

TWITTER: 413 seguidores

LINKEDIN: + 500 contactos

KLOUT: 43



CONTENIDOS

BLOG CREDIT-AGRICOLE

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 119 (-1)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 14 (+3)

PUBLICACIONES MENSUALES IN: 3 (-3)

5 POSTS/MES (-2)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 171.575 seguidores (+91.771)

FACEBOOK: 571.138 fans (+565.797)

LINKEDIN: 387.433 contactos (+95.419)

KLOUT: 66 (+1)

CEO

JES STANLEY

TWITTER: No tiene

LINKEDIN: No tiene

KLOUT: 1



CONTENIDOS

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 17 (-3)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 3 (+3)

PUBLICACIONES MENSUALES IN: 9 (+6)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER 15.597 seguidores (+4.097)

FACEBOOK 20.704 fans (+15.149)

LINKEDIN 13.877 contactos (+3.906)

KLOUT: 59 (-3)

CEO

JOSE SEVILLA ALVAREZ

TWITTER: No tiene

LINKEDIN: No tiene

KLOUT: -



CONTENIDOS

BLOG BANKIA

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 332 (+10)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 20 (-19)

PUBLICACIONES MENSUALES IN:

Sin actividad (=)

18 POSTS/MES (+1)





IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 23.026 seguidores (+ 5.826)

FACEBOOK: 330.211 fans (+7.559)

LINKEDIN: 35.598 contactos (+15.868)

KLOUT: 60 (-2)

CEO

JEAN-LAURENT BONAFFE

TWITTER: No tiene

LINKEDIN: No tiene

KLOUT: - (=)



CONTENIDOS

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 12 (-7)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 12 (=)

PUBLICACIONES MENSUALES IN: 15 (-10)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 9.160 seguidores (+413)
FACEBOOK: 579 fans (+49)
LINKEDIN: 347 contactos (+116)
KLOUT: 61 (+2)

CEO

ANTONIO BANDA
TWITTER: 4.833
seguidores(+370)
LINKEDIN: +500 contactos (=)
KLOUT: 45 (-4)



CONTENIDOS

BLOG FEELCAPITAL
PUBLICACIONES MENSUALES BLOG: 12 (-18)
PUBLICACIONES MENSUALES TW: 217 (-483)
PUBLICACIONES MENSUALES FB: 25 (-25)
PUBLICACIONES MENSUALES IN: 16 (-9)
12 POSTS/MES



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 1.726 seguidores (+1343)
FACEBOOK : 19.465 (+9.825)
LINKEDIN : 2. 675 contactos (+1490)
KLOUT: 51 (+2)

CEO

JESUS PINILLA
TWITTER: no tiene (=)
LINKEDIN: no tiene (=)
KLOUT: 1 (=)



CONTENIDOS

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 67 (+83)
PUBLICACIONES MENSUALES FB: 11 (+12)
PUBLICACIONES MENSUALES IN:
Sin actividad (+11)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 10.957 seguidores (+357)

FACEBOOK: 5.379 fans (+795)

LINKEDIN: 7.860 contactos (+2.257)

KLOUT: 53 (=)

CEO

CARLOS ASO

TWITTER: 88

LINKEDIN: 500

KLOUT: 23



CONTENIDOS

BLOG ANDBANK

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 298 (+258)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 20 (-4)

PUBLICACIONES MENSUALES IN: 27 (-1)

16 POSTS/MES (+10)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER : 4.366 seguidores (+970)
FACEBOOK : 427 fans (=)
LINKEDIN : 3.593 contactos (+1610)
KLOUT: 54 (+4)

CEO

VICTOR IGLESIAS GIL
TWITTER: no tiene (=)
LINKEDIN: no tiene (=)
KLOUT: 1 (=)



CONTENIDOS

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 210 (-20)
PUBLICACIONES MENSUALES FB:
sin actividad (=)
PUBLICACIONES MENSUALES IN:
sin actividad (+4)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER : 2.845 seguidores (+751)

FACEBOOK : 7.679 fans (+186)

LINKEDIN : 4.134 contactos (+736)

KLOUT: 52 (-3)

CEO

XAVIER QUERALT BLANCH

TWITTER: no tiene

LINKEDIN: no tiene

KLOUT: 1



CONTENIDOS

BLOG CATALUNYA CAIXA

PUBLICACIONES MENSUALES TW: 106 (-194)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 29 (+29)

PUBLICACIONES MENSUALES IN: 2 (+2)

5 POSTS/MES (+3)



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: no tiene (+2.864)
FACEBOOK: 874 fans (+194)
LINKEDIN: 1.614 contactos (+1183)
KLOUT: 1 (+48)

CEO

María Angeles Vallvé
TWITTER: no tiene (=)
LINKEDIN: no tiene (=)
KLOUT: 1 (=)



CONTENIDOS

BLOG GVC Gaesco
PUBLICACIONES MENSUALES BLOG: 17 (-17)
PUBLICACIONES MENSUALES TW: (+183)
PUBLICACIONES MENSUALES FB: 38 (-38)
PUBLICACIONES MENSUALES IN: 26 (+14)

0 POSTS/MES



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 2860 seguidores (+665)
FACEBOOK: 1065 seguidores (+172)
LINKEDIN: 3026 seguidores (+1388)
KLOUT: 50 (+4)

CEO

JOSÉ MIGUEL MATÉ
TWITTER: 1927 seguidores (+113)
LINKEDIN: 500 contactos
KLOUT: 46 (+15)



CONTENIDOS

BLOG: <http://www.tressis.com/blog/>
PUBLICACIONES MENSUALES BLOG: 25
PUBLICACIONES MENSUALES TW: +100 (+25)
PUBLICACIONES MENSUALES FB: 38 (+13)
PUBLICACIONES MENSUALES IN: 59 (+54)

POSTS/MES



IDENTIDAD DIGITAL

TWITTER: 3.263 seguidores (+741)
FACEBOOK: No tiene fans (=)
LINKEDIN: 3.246 contactos (+1.191)
KLOUT: 50 (+2)

CEO

**SANTIAGO SATRÚSTEGUI
PÉREZ DE VILLAAMIL**

TWITTER: 867 seguidores
(+67)

LINKEDIN: 310 contactos (+17)
KLOUT: 36 (-1)



CONTENIDOS

BLOG: [https://www.abanteasesores.com/
blog/](https://www.abanteasesores.com/blog/)

PUBLICACIONES MENSUALES TWITTER: 120
(+60)

PUBLICACIONES MENSUALES FB: 0 (=)

PUBLICACIONES MENSUALES LN: 43 (+22)

22 POSTS/MES (+8)

