

Luciano Díez-Canedo y Marta Raga

PRESIDENTE Y DIRECTORA GENERAL, SINGULAR AM

“OFRECEMOS CERCANÍA Y FLEXIBILIDAD A LOS CLIENTES”

La gestora se apoya en un equipo con gran experiencia y la capacidad de adaptación a la hora de tomar decisiones que les permite el tamaño actual.

Singular AM es una estructura que alberga una oferta heterogénea. Por un lado están los vehículos procedentes de la fusión con UBS Gestión, tras autorizarse en junio de 2022 la compra de la unidad de banca privada doméstica de UBS en España y de UBS Gestión por parte de Singular Bank; por otro, cuentan con las estrategias de Belgravia Capital, adquirida en octubre de 2020. Estas soluciones se unen a la gama de multiactivos de la gestora, a un conjunto de fondos de enfoque específico y a otros productos domiciliados en Luxemburgo. Luciano Díez-Canedo y Marta Raga, presidente y directora general de la gestora, respectivamente, aseguran que la integración “ha sido muy sencilla porque todo era complementario, encajaba muy bien”.

Su objetivo es crecer en todas las gamas. Ahora bien, confiesan que durante la primera parte del año ha aumentado más la parte de private equity y, en los últimos meses, la de los fondos tradicionales. Aunque prefieren no dar cifras numéricas, sí afirman que su intención es seguir creciendo. Se apoyan en un equipo con una amplia experiencia que, de momento, no tienen pensado ampliar.

Una de las ventajas que, según explican, les permite el tamaño actual es tener más flexibilidad a la hora de tomar decisiones. “Cuando gestionas un gran volumen necesitas ser muy riguroso en la toma de decisiones y, a veces, estas son muy encorsetadas. Una gestora como Singular AM, que pertenece a un banco que quiere posicionarse como líder en banca privada, puede hacer las cosas midiendo bien los riesgos, pero siendo flexible. Nosotros tratamos de brindar algo distinto, nos apalancamos en un gran equipo, con unos recursos enormes, pero ofrecemos cercanía y flexibilidad”.

También hay retos por delante. Para ellos el mayor es “seguir muy cerca del cliente”. Con respecto a la llegada de



la Retail Investment Strategy (RIS), están a favor de “todo lo que signifique que la industria va a ser más transparente y que si lo haces bien va a mejorar tu rentabilidad o ingresos. Somos una gestora que tenemos bastantes mandatos con comisión de éxito fija. Si las cosas van bien a nuestros clientes, nos van bien a nosotros; y si no, no”, explican Díez-Canedo y Raga.

CAUTOS, PERO OPTIMISTAS

Su trabajo diario involucra a todas las áreas. “No tenemos compartimentos estancos en los que cada equipo gestiona por su cuenta”, señalan. La firma elabora una visión estratégica que luego cada gestor implementa en su vehículo, pero todos aplican las mismas convicciones estratégicas.

Se posicionan prudentes en el contexto global de mercado, dominado por la inestabilidad política y presupuestaria. Ahora bien, puntualizan: “Somos cautos, pero a la vez vemos muchas oportunidades en el mercado, no somos pesimistas”. Entre los últimos productos que han lanzado están varios de rentabilidad objetivo. ¿Seguirá esta tendencia en los próximos meses? “El mercado nos irá diciendo por dónde ir, somos reactivos y proactivos. Ahora ha surgido la oportunidad de volver a lanzar un fondo de renta fija objetivo y mientras el contexto siga siendo favorable seguiremos aprovechándolo para lanzar estas estrategias. Pero el mercado español es muy amplio y tiene mucho potencial de ampliar a otras clases de activos. Nos vamos adaptando a la demanda del cliente”, avanzan.

Muchas de esas oportunidades están en las megatendencias, de las que tienen una visión “transversal”. Se han marcado cinco temas: descarbonización, demografía, digitalización, desglobalización y desconfiguración del orden internacional. “Son temáticas que confluyen, pero no ponemos el foco en ninguna en concreto”, concluyen. ■