

"El metal precioso ya no es para unos pocos"

SilverGold Patrimonio apuesta por fórmulas de compra flexibles y acompañamiento especializado para acercar los metales preciosos al pequeño y mediano ahorrador.

Comprar oro ya no significa necesariamente adquirir un lingote y guardarlo en casa. El crecimiento del interés por los metales preciosos ha venido acompañado de nuevas fórmulas de acceso, compra y custodia que permiten adaptarse a perfiles y capacidades de ahorro muy diferentes. SilverGold Patrimonio, comercializadora especializada en metales preciosos de inversión, ha construido su modelo alrededor de esa evolución y de una apuesta por la flexibilidad, el acompañamiento y el largo plazo.

Pregunta. ¿Por qué los metales preciosos han dejado de estar reservados a los grandes patrimonios?

Respuesta. Durante mucho tiempo existió la percepción de que comprar oro o plata requería disponer de un gran capital. Nosotros nacimos para romper esa barrera. Hay pequeños ahorradores que quieren empezar poco a poco y otros perfiles que buscan diversificar un patrimonio ya consolidado. La clave es ofrecer fórmulas suficientemente flexibles para que cada persona pueda encontrar la que tenga sentido para sus necesidades y objetivos. Este ha sido nuestro propósito desde 2018.

Por ello, nuestro modelo aporta, sobre todo, acompañamiento y planificación: comprar metal no debería ser una decisión impulsiva. Nosotros trabajamos con una mirada de largo plazo y ofrecemos diferentes servicios de compra para



Fco. Javier López Milán, CEO de SilverGold Patrimonio.

Del oro a los metales industriales

Oro y plata siguen siendo los metales preciosos más conocidos, pero las posibilidades de diversificación se han ampliado. SilverGold Patrimonio comercializa también platino, paladio, rodio y osmio, incorporados progresivamente a su oferta para responder a distintos objetivos y perfiles de ahorrador. Para la compañía, ampliar las alternativas permite construir estrategias más diversificadas y adaptar la elección de los metales a las necesidades, objetivos y presupuesto de cada cliente.



adaptarnos a distintos perfiles. El cliente cuenta con un consultor que le acompaña, puede diversificar entre diferentes metales y dispone también de un servicio de custodia. No queremos limitarnos a vender una pieza; queremos que entienda qué está haciendo y por qué. Por eso la figura del consultor es muy importante: estudia tu caso, escucha tus necesidades y te guía para dar con la mejor solución para ti.

"Nuestra obligación va mucho más allá de vender un producto o un servicio"

P. ¿Qué papel juega la educación financiera en esa democratización?

R. Es fundamental. Todavía existe mucho desconocimiento sobre cómo funcionan el oro, la plata o el resto de metales. Cuando trabajas con el ahorro de una persona tienes la responsabilidad de explicar bien las características de cada opción, los procesos y también sus riesgos. Los metales están sujetos al mercado y no podemos garantizar una rentabilidad. Por eso insistimos tanto en información, transparencia y visión a largo plazo.

P. ¿Cuál es ahora el siguiente paso para SilverGold Patrimonio?

R. Seguir creciendo, pero hacerlo de forma sólida y sostenible, porque queremos estar cada vez más cerca del cliente, ampliar nuestra presencia, mejorar nuestros servicios y continuar innovando en las fórmulas que facilitan el acceso a los metales preciosos.

Esto exige invertir en tecnología, seguridad, custodia y, sobre todo, talento humano. Más que crecer por crecer, buscamos tener una estructura capaz de ofrecer cada vez más confianza y calidad.

Más información
www.silvergoldpatrimonio.com