

BORRADOR DE LA INTERVENCIÓN DE PILAR GONZÁLEZ DE FRUTOS, PRESIDENTA DE UNESPA, PRONUNCIADA EL 8 DE NOVIEMBRE DE 2019, EN EL CONGRESO 'EMPRESAS EN LA ERA SILVER' ORGANIZADO POR CEOE-CEPYME CANTABRIA. EL ACTO SE DESARROLLÓ EN EL ESPACIO ESCENARIO SANTANDER. SE RUEGA COTEJAR CON EL DISCURSO FINALMENTE PRONUNCIADO.

MUY BUENOS DÍAS A TODOS, Y MUCHAS GRACIAS A LA CEOE Y A CEPYME DE CANTABRIA POR HABERME INVITADO PARA ESTAR HOY AQUÍ EN LA INAUGURACIÓN DE ESTA JORNADA. YO SÉ QUE ES UN TÓPICO COMENZAR UNA INTERVENCIÓN INAUGURAL PONDERANDO LA EXTREMA IMPORTANCIA DEL TEMA QUE NOS HA TRAÍDO HOY AQUÍ; PERO ESTA VEZ, LA VERDAD, DIFÍCILMENTE TENDRÍAMOS MEJORES RAZONES PARA HACERLO.

A DÍA DE HOY, APROXIMADAMENTE, LOS HOGARES EN LOS QUE LA INMENSA MAYORÍA O LA TOTALIDAD DE LOS OCUPANTES SON PERSONAS MAYORES DE 65 AÑOS VIENEN A SUPONER ENTRE EL 9 Y EL 10% DEL CONSUMO AGREGADO DE LOS PARTICULARES. EL CONSUMO DE ESTOS HOGARES, ADEMÁS, ESTÁ MUY CENTRADO EN LOS ELEMENTOS DE PRIMERA NECESIDAD: POR ENCIMA DE LOS 65 AÑOS, POR LO TANTO, EL PATRÓN DE CONSUMO ESTÁ MUY CENTRADO EN LA ALIMENTACIÓN Y EL VESTIDO.

ESTA SITUACIÓN, SIN EMBARGO, ES SUSCEPTIBLE DE CAMBIAR RADICALMENTE EN LAS PRÓXIMAS DÉCADAS. EXISTEN MODELOS, DE HECHO,

SEGÚN LOS CUALES EL PESO DEL CONSUMO DE LOS MAYORES SOBRE EL TOTAL LLEGA A SER DE MÁS DEL TRIPLE DE LA SITUACIÓN ACTUAL. USTEDES, EN EL FONDO, YA SABEN ESTO. TODOS, O CASI TODOS USTEDES, CADA UNO EN SUS MERCADOS, PERO SOBRE TODO AQUÉLLOS DE USTEDES QUE SE DEDICAN A LOS SECTORES DE GRAN CONSUMO, SON CONSCIENTES DE EN QUÉ MEDIDA EL MODELO DE NEGOCIO HA CAMBIADO YA EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS. TODOS, LOS ASEGURADORES TAMBIÉN POR CIERTO, HEMOS PASADO DE MODELOS DE NEGOCIO QUE ESTABAN FUNDAMENTALMENTE CENTRADOS EN LA ENTRADA EN EL MERCADO, EN LA CAPTACIÓN DE NUEVOS CONSUMIDORES; A MODELOS EN LOS QUE EL CONCEPTO DE FIDELIZACIÓN HA GANADO UN ENORME PESO.

SI MUCHOS DE NOSOTROS LO QUE TRATAMOS HOY EN DÍA ES DE CONSOLIDAR Y OPTIMIZAR LA RELACIÓN CON NUESTRO CLIENTE ES YA, EN PARTE, PORQUE EL PERFIL DE ESE CLIENTE HA CAMBIADO; HA GANADO EN AÑOS Y, POR LO TANTO, EN CANAS, Y HA HECHO VALER SUS PREFERENCIAS Y DEMANDAS, MODIFICANDO EN MUCHOS CASOS LA FORMA QUE TENEMOS DE VER NUESTRO MERCADO Y SUS POSIBILIDADES.

ESTA EVOLUCIÓN, SIN EMBARGO, ES SÓLO EL PRINCIPIO. SE AVECINAN MUCHOS CAMBIOS, MUCHOS HORIZONTES QUE YO NO SÉ SI SERÁN MEJORES O PEORES QUE LOS PRESENTES, PERO SÍ QUE SERÁN DISTINTOS. ESE CAMBIO TIENE MUCHAS PALANCAS. EN EL BREVE ESPACIO DE TIEMPO QUE QUIERO HABLARLES, ME QUIERO REFERIR SOLO A DOS.

LA PRIMERA DE ELLAS ES LA PROLONGACIÓN DE LA VIDA ACTIVA. ESTE ES UN FENÓMENO EN PARTE, PERO SÓLO EN PARTE, LABORAL. COMO USTEDES RECORDARÁN, LA REFORMA DE LAS PENSIONES DE 2011, QUE SE DESPLEGARÁ EN SUS EFECTOS HASTA MEDIADOS DE LA PRÓXIMA DÉCADA, PREVÉ UN DESPLAZAMIENTO DE LA EDAD LEGAL DE RETIRO LABORAL DE LOS 65 A LOS 67 AÑOS. AUNQUE ES CIERTO QUE EN NUESTRO ESPECTRO POLÍTICO HAY FUERZAS QUE PROPUGNAN LA REVERSIÓN DE ESTA MEDIDA, YO ME VOY A APOSTAR CON USTEDES, SI ME LO PERMITEN, QUE, SOBRE TODO EN EL LARGO PLAZO, LA TENDENCIA NO SÓLO NO VA A SER MANTENERLA, SINO INCLUSO PROFUNDIZARLA. LOS SISTEMAS LABORALES INVITARÁN CRECIENTEMENTE A LOS CIUDADANOS A TRABAJAR MÁS AÑOS COMO UNA MEDIDA LÓGICA PARA MEJORAR LA SOSTENIBILIDAD DE LAS PENSIONES Y POR PURA JUSTICIA INTERGENERACIONAL, PUES RESULTARÍA INDEFENDIBLE DECIR QUE NUESTROS 65 AÑOS SON LOS MISMOS 65 AÑOS QUE CUMPLIERON NUESTROS PADRES, NO DIGAMOS NUESTROS ABUELOS.

AL IMPULSO LEGAL Y ADMINISTRATIVO EN FAVOR DE VIDAS LABORALES MÁS LARGAS, DE UNA MAYOR COMPATIBILIDAD ENTRE PENSIÓN Y TRABAJO, Y OTRAS MEDIDAS SIMILARES, SE SEGUIRÁ LA VOLUNTAD DE MUCHOS TRABAJADORES DE OBRAR EN CONSECUENCIA. PERO TRABAJADORES ACTIVOS DURANTE MÁS AÑOS SUPONE PROLONGAR DETERMINADOS PATRONES DE CONSUMO Y DEMANDA MÁS ALLÁ DEL MOMENTO EN QUE SE DESPLIEGAN HASTA AHORA. COMO

CONSECUENCIA DE TODO ELLO, SI PENSAMOS QUE EL CONSUMIDOR PLATEADO HA GANADO IMPORTANCIA EN NUESTRAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIO HASTA EL DÍA DE HOY, EN REALIDAD TODAVÍA NO HEMOS VISTO NI LA MITAD DE LO QUE VEREMOS. EL CONSUMIDOR DE LAS CANAS VA A SER CADA VEZ MÁS CONSCIENTE DE SU FUERZA COMO CONSUMIDOR, DE SUS NECESIDADES ESPECÍFICAS, Y DE SU CAPACIDAD DE COLMARLAS. SI LA PRUEBA DE FUEGO DEL INNOVADOR HACE 40 AÑOS ESTABA EN SER CAPAZ DE SEDUCIR A LOS CONSUMIDORES JÓVENES, EN LOS AÑOS POR VENIR, TAL VEZ, LA PRUEBA DE FUEGO DEL EMPRESARIO EXITOSO SERÁ SER CAPAZ DE SEDUCIR DE NUEVO A ESOS MISMOS JÓVENES; SÓLO QUE, CUATRO DÉCADAS DESPUÉS, ESOS JÓVENES SON LOS QUE ALIMENTAN ESO QUE LLAMAMOS ECONOMÍA DE LAS CANAS.

EL SEGUNDO DE LOS FACTORES ES LA DIGITALIZACIÓN. EL PROGRAMA DE ESTA JORNADA TIENE MUCHOS Y MUY INTERESANTES CONTENIDOS EN ESTE TERRENO, ASÍ PUES NO VOY YO A EXTENDERME EN EXCESO SOBRE LA MATERIA, PUES VAN USTEDES A ESCUCHAR A PERSONAS MUCHO MÁS EXPERTAS QUE YO EN LA MATERIA. PERO LO QUE SÍ QUE TENGO CLARO ES QUE ES UN ERROR IDENTIFICAR INNOVACIÓN O DIGITALIZACIÓN CON NUEVOS CONSUMIDORES. YO CREO QUE ES EXACTAMENTE AL REVÉS. CENTRAR EL ESFUERZO DE LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA EN TRANSMITÍRSELA A LOS CONSUMIDORES MÁS JÓVENES SERÍA UN ERROR ESTRATÉGICO DE PRIMER NIVEL, PORQUE NO ES EN ESTAS CAPAS DE USUARIOS DONDE SE ENCUENTRA LA MASA CRÍTICA QUE

BORRADOR DE DISCURSO

PERMITE ENCONTRAR SINERGIAS CREADORAS DE VALOR. LO PRIMERO QUE TENEMOS QUE ENTENDER ES QUE EL PERFIL DEMOGRÁFICO DE NUESTRA OFERTA ESTÁ CAMBIANDO, Y QUE ESE CAMBIO HACE QUE SOLO PUEDAN SER EXITOSOS AQUELLOS PRODUCTOS QUE TENGAN UN NIVEL ADECUADO DE EXTENSIÓN INTERGENERACIONAL. LA LLAMADA “NUEVA ECONOMÍA” O FENÓMENO DE LAS PUNTOCOM QUE SURGIÓ A PRINCIPIOS DE ESTE SIGLO TODAVÍA PUDO SOÑAR CON CRECER LO SUFICIENTE CENTRÁNDOSE PRÁCTICAMENTE EN AQUELLOS CONSUMIDORES NATIVOS DE SUS TECNOLOGÍAS Y OFERTAS. PERO PIENSEN QUE TAL VEZ FUE POR ESO QUE SE CONVIRTIÓ EN UNA BURBUJA Y ESTALLÓ. ESE ERROR ESTRATÉGICO ES HOY INCONCEBIBLE. EL CONSUMIDOR DE LAS CANAS TIENE, LO HE DICHO ANTES, NECESIDADES ESPECÍFICAS, DEMANDAS ESPECÍFICAS QUE TIENEN QUE VER CON SU MODO DE VIDA, CON LAS NECESIDADES QUE LA PLANTEA SU ESTADO DE SALUD O EL DESEO DE CUIDARSE, CON EL NIVEL DE ACTIVIDAD ÓPTIMO QUE SABE QUE DEBE RESPETAR, CON HÁBITOS DE CONSUMO CUYA NECESIDAD TAMBIÉN PERCIBE; Y SABE, AL TIEMPO, QUE HERRAMIENTAS COMO EL INTERNET DE LAS COSAS, EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO O LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL SON SUSCEPTIBLES DE APORTAR PRECISAMENTE LAS SOLUCIONES QUE ESTÁ DEMANDANDO. NO POR CASUALIDAD LA SALUD, QUE ES UN CAMPO QUE A LOS DIGITALES NATIVOS LES ES DE INTERÉS RELATIVO CUANDO NO NULO, ES UNO DE LOS CAMPOS DONDE LA DIGITALIZACIÓN ESTÁ DANDO ALGUNOS DE SUS PASOS MÁS APASIONANTES EN EL MOMENTO PRESENTE.

YO NO PRETENDO DECIRLES UNAS PALABRAS AQUÍ CON LA INTENCIÓN DE DARLES LECCIONES. LOS ASEGURADORES, CIERTAMENTE, GESTIONAMOS MUCHOS PROCESOS Y PRODUCTOS RELACIONADOS CON LA LONGEVIDAD; PERO CRÉANME QUE, RESPECTO DEL APASIONANTE PROCESO DE CAMBIO Y EVOLUCIÓN QUE SE ESTÁ VIVIENDO ACTUALMENTE, SOMOS TAN APRENDICES COMO USTEDES MISMOS. ÉSTA ES UNA REALIDAD SIN EXPERTOS; CADA JORNADA COMO ÉSTA NO ES SINO UNA REUNIÓN DE EXPLORADORES QUE RELATAN LO QUE HAN VISTO EN SUS EXPLORACIONES, PORQUE EL FUTURO ES IMPOSIBLE DE CONOCER. ESTO, QUE PUEDE DAR ALGO DE MIEDO, ES, SIN EMBARGO, CUANDO MENOS PARA MÍ, LO QUE HACE QUE EL MOMENTO PRESENTE SEA TAN APASIONANTE. EL FUTURO MÁS CERCANO NOS VA A DEMANDAR MUCHOS ESFUERZOS COMO EMPRENEDORES, PORQUE MUCHAS DE LAS COSAS QUE HOY SABEMOS SOBRE LAS DEMANDAS DE NUESTROS CLIENTES NO NOS VAN A SERVIR ENTONCES. SIN EMBARGO, SI SOMOS CAPACES DE HACER EL CAMINO DE ENTENDER ESOS PROCESOS NUEVOS, ESAS MUTACIONES QUE VAN A GENERAR NUEVOS RETOS DE COMPETITIVIDAD, EL RESULTADO VA A SER QUE SEREMOS CAPACES DE ENCONTRAR NUEVAS FORMAS DE CREACIÓN DE VALOR.

NUEVAS FORMAS DE CREACIÓN DE VALOR, ESO SÍ, QUE FORZOSAMENTE VAN A TENER QUE PASAR POR EL PERFIL DE DEMANDA QUE VAN A CONFORMAR LAS COHORTES DE CONSUMIDORES QUE PEINEN, QUE PEINEMOS CANAS. HOY POR HOY, EN EL MERCADO HAY DOS TIPOS DE OPERADORES: LOS QUE ENTIENDEN

BORRADOR DE DISCURSO

ESTE CAMBIO, Y LOS QUE NO. EN EL FUTURO YA SÓLO QUEDARÁ UNO, Y NO CREO QUE NECESITE EXPLICARLES CUÁL.

MUCHAS GRACIAS.

BORRADOR