

La bola de cristal financiera

Los cambios que debe afrontar el sector tras la crisis

Alicia González

Con la que está cayendo, sólo un futurólogo, Adjiedj Bakas, podía aventurarse a analizar lo que le espera al sector financiero después de esta crisis. En realidad, Bakas es más bien un cazatendencias de la economía y en esta ocasión se ha unido a un especialista en marketing, Roger Peverelli, para describir los principales retos que, a su juicio, afronta el sector financiero, una vez que se hayan controlado los daños de más corto plazo.

Esos retos no son sólo consecuencia de la actual crisis, sino que están condicionados por los cambios demográficos, globalizadores, tecnológicos y éticos que tienen lugar de forma imparable en la economía a nivel mundial. Entre esas consecuencias, las derivadas del envejecimiento de la población o de la desaparición del contacto físico entre las entidades y sus clientes, por ejemplo.

"Nunca antes los consumidores se han sentido tan inseguros respecto a sus ahorros y pensiones", aseguran sus autores. "Si antes los ahorradores tomaban sus decisiones movidos por la codicia de obtener una mayor rentabilidad, ahora lo hacen movidos por el miedo". Tampoco se engañan, conocen la naturaleza humana y saben que una vez que pase la tormenta, esa ahora criticada codicia volverá a ser el motor de la situación.

El futuro de las finanzas. De la crisis crediticia a nuevas perspectivas reza el título del libro, que se divide en tres partes bien diferenciadas: el pasado, el presente y el futuro de los servicios financieros; las cuatro grandes tendencias que van a cambiar -en su opinión- el sector en los próximos años, y una última parte en la que los autores diseñan una agenda de los profundos cambios que el sector deberá afrontar en un periodo breve, entre 2010 y 2015 (dan por hecho que la crisis seguirá en 2009).

Peverelli sostiene que "el verdadero impacto de la crisis del crédito es que las actitudes de los consumidores hacia los bancos y las aseguradoras han cambiado de forma irrevocable". Tan convencido está Peverelli de este cambio

que asegura que la crisis obligará a las entidades a abrazar -ahora, por necesidad y no por cuestiones de marketing- la ética empresarial y volver la mirada a las raíces del negocio: gestión del talento, la innovación responsable y la simplicidad en los productos.

El libro analiza el creciente peso que países emergentes como China, India, Rusia y Brasil tienen en la escena financiera internacional y el papel que pueden desempeñar en el futuro del sector los fondos soberanos procedentes de países de Oriente Próximo y Asia.

También, como no podía ser de otra forma, dada la trayectoria de uno de sus autores, el libro tiene una parte en la que se dedica a mirar a través de la bola de cristal. El libro aventura que "grandes corporaciones, como Google, solicitarán licencia bancaria; que otras empresas, como EasyJet, seguirán el liderazgo de Virgin y lanzarán productos financieros, mientras que Sony y Aegon comercializarán productos de seguros en Japón". Veremos.

El libro ha huido, en la medida de lo posible, de la jerga financiera y cuenta con unas columnas de análisis de distintos expertos. Entre ellos, de José Manuel Campa, profesor de la escuela de negocios IESE que analiza la integración europea a través de las fusiones y adquisiciones.

Además, de forma indirecta, más de 40 ejecutivos y expertos del sector en todo el mundo han contribuido con sus opiniones y experiencias a este libro. Entre otros, los autores citan a ING, UniCredit, Merrill Lynch, Zurich Financial Services o el Royal Bank of Scotland. Todos ellos protagonistas, sin duda, de algunos de los capítulos más destacados de la crisis en 2008.

Por ahora, el libro sólo se puede encontrar en inglés. Los autores aún están gestionando la traducción del libro al castellano, por lo que no cabe esperar muy pronto esa edición. Antes se comprometen a publicar en castellano y de forma gratuita una actualización sobre el impacto que la crisis crediticia tiene sobre los consumidores y la industria financiera a través de la página web del libro y la de la empresa de la que Roger Peverelli es socio (www.vodw.com).