



Boletín de Noticias

Fecha Jueves 18 de abril del 2013

Contacto **Wilson Rodríguez**
Socio de PwC
Tel: (57-1) 6340555 Ext. 284
e-mail: wilson.rodriguez@co.pwc.com

Claudia Nieto Camargo
Tel: (57-1) 6340555 Ext. 408
Gerente de Comunicaciones
e-mail: claudia.isabel.nieto@co.pwc.com

Páginas 3

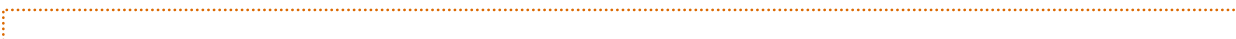
PwC: los modelos de talento en servicios financieros son insostenibles en el nuevo ambiente de negocios

La limitada disponibilidad de habilidades es la mayor amenaza para el crecimiento

Estudios realizados por PwC han encontrado que los CEOs de Servicios Financieros perciben la escasez de talento como la mayor amenaza para el crecimiento. El informe, *Retomando la agenda de la gente*, también sugiere que los modelos actuales para la gestión de personas no son sostenibles a la luz de las nuevas realidades del mercado y que es necesario reconstruir la confianza y renovar el compromiso con empleados, clientes y sociedad como un solo conjunto.

Los hallazgos incluyen:

- La combinación de tecnología, las nuevas demandas de capital y la situación económica están transformando las expectativas de los clientes y tornando inviables algunas áreas de negocios antes rentables.
- Más del 80% de los líderes de servicios financieros perciben la excesiva regulación como una amenaza para el crecimiento, mientras que más de la mitad se preocupan por el cambio en el patrón de gastos y conductas de los consumidores.
- La mitad de los CEO de servicios financieros considera que la falta de confianza en la industria está limitando el crecimiento.
- Reconstruir la confianza con los clientes que están desencantados será vital para poder fortalecer la lealtad, retención y crecimiento de los consumidores– la primera prioridad estratégica de los líderes de la industria.
- Renovar el compromiso con los clientes será extremadamente difícil sin antes renovar el compromiso con los empleados y el reto se agudiza en la medida en que la confianza entre empleadores y empleados en la industria se haya visto sacudida por recortes de personal y agitación en la organización.
- Se requieren cambios significativos en la cultura organizacional, incluyendo demostrar y reforzar las conductas adecuadas en todas las funciones principales y de soporte y en todas las regiones.





Wilson Rodríguez, socio de PwC Colombia, afirmó:

“En lugar de formar activamente las estrategias para la gestión de personal que requieren las instituciones financieras para avanzar con el negocio, varias están solo reaccionando a las presiones inmediatas. Pero la convulsión del mercado y el desafío de renovar el compromiso con los clientes y funcionarios están haciendo que la necesidad de volver a tomar control sobre la agenda de la gente sea cada vez más apremiante. Para poder poner su estrategia de gestión de personal entre las prioridades, los ejecutivos deben saber cuáles son los nuevos objetivos para el negocio y qué componentes de su estrategia de gestión de personal son necesarios para sustentarlos y cumplirlos.”

“Resolver esas preguntas asegurará que los negocios puedan contar con el personal adecuado, con las habilidades y motivaciones adecuadas para competir con las nuevas realidades del mercado y hacer avanzar el negocio. Sustentando lo anterior habrá una declaración clara de por qué la gente querría trabajar para el negocio, que puede atraer y retener el talento sin depender solamente del pago.”

Reconstruir la reputación

El desencanto con la industria de servicios financieros se ha agravado por las actitudes a menudo hostiles de los medios, los políticos y la sociedad en general. Para muchas personas en la industria, este antagonismo ha creado una mentalidad de ‘ellos y nosotros’ que sospecha de los cambios y es reacia a renovar el compromiso con los que están afuera.

La reputación de la industria también crea una dificultad para atraer talento. Una encuesta global de PwC sobre los profesionales recién graduados que se unen a la fuerza laboral encontró que más del 20% ya ni siquiera consideraría una carrera en servicios financieros debido a su imagen. Los trabajos con significado e interés son un atractivo clave para esta generación de nuevos profesionales.

Una nueva propuesta de valor para empleados

Una gran parte de la propuesta de valor para empleados en la rama de los servicios financieros ha sido creada en torno al reconocimiento financiero. Pero la fuerte reducción de utilidades desde la crisis financiera implica que simplemente no existen los fondos para sostener los anteriores niveles de compensación. Sin embargo, más del 70% de los CEOs de servicios financieros afirma que deben igualar el pago de sus pares para retener el mejor talento. Esta presión por el pago debe ser equilibrada con la utilidad para satisfacer a los accionistas y financiar las inversiones para el crecimiento.

Otras dificultades adicionales surgen de los grupos de interés que ejercen presión sobre la forma en que las organizaciones definen sus reconocimientos – casi el 40% de los CEOs de servicios financieros están cambiando la forma en que establecen sus reconocimientos a ejecutivos para responder a sus grupos de interés y a la reacción pública. Estas exigencias están llevando a un enorme y complejo reacondicionamiento de las políticas de recompensas, con implicaciones significativas para equilibrar el salario fijo, variable y diferido y los correspondientes procedimientos de gobierno corporativo, comunicación y compromiso de los empleados. Sustentar la reputación organizacional exigiendo que los empleados cumplan las expectativas de conducta y responsabilidad debe constituir un aspecto fundamental del paquete de recompensas.



Wilson Rodríguez, socio de PwC Colombia afirmó:

“Una cultura de integridad, el enfoque en el cliente y la conciencia de los riesgos son críticos para renovar el compromiso con los clientes y reconstruir la confianza en la industria. Existen claras ventajas competitivas para hacer un buen trabajo en este tema, incluyendo un mejor direccionamiento de productos, una reputación fortalecida y una retención más efectiva de personal clave.”

“El salario sigue siendo importante, pero no a costa de todo lo demás. Debe existir un equilibrio más viable entre el riesgo y las exigencias de capital, el reconocimiento a los empleados y las utilidades requeridas para atraer la inversión y financiar el crecimiento futuro.”

Nota para el Editor:

Acerca de PwC

Las firmas de PwC ayudan a las organizaciones e individuos a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas en 158 países con más de 169,000 profesionales comprometidos a entregar calidad en los servicios de aseguramiento, impuestos y consultoría. Cuéntenos qué es lo importante para usted y obtenga mayor información visitándonos en www.pwc.com

2013 PricewaterhouseCoopers. Todos los derechos reservados.