

Borja Foncillas, socio de AFI y director de las Jornadas de Innovación en Banca

«El sistema financiero español suele ser muy cauto al adoptar innovaciones»

Comprender el papel de la innovación en la estrategia a medio plazo de las entidades financieras es el objetivo de la 1ª Jornada de Innovación en Banca, organizada por la Escuela de Finanzas Aplicadas (que se celebrará el 28 de enero). «Tradicionalmente, el sector financiero se ha caracterizado por ser muy cauto a la hora de adoptar soluciones innovadoras», dice Borja Foncillas, socio de AFI y director de las Jornadas. «A corto plazo –añade– las entidades financieras se encuentran en un dilema: apostar por la innovación como catalizador comercial, o congelar el gasto discrecional y centrarse en reducir costes de explotación». Agrega que «ambas visiones son compatibles, en la medida en que el gasto se focalice en proyectos con claro retorno a corto plazo, y en desarrollar los cimientos de la innovación a medio plazo».

¿Cómo medir los resultados de los costosos procesos de innovación?

Como resultado de la estrategia de innovación, se dan los mismos beneficios que en el resto de actividades: tangibles



(comercialización de productos, aumento de volúmenes y márgenes,...) e intangibles (reputación, imagen, marca, confianza,...). Con respecto al coste de innovación, no es cierto que éste sea muy elevado, comparativamente a otros costes.

¿Qué innovaciones son necesarias en el mundo financiero?

A lo largo de los próximos años, las entidades de crédito habrán de contar

con equipo propio o ajeno que les ayude a comprender e integrar nuevas formas de relacionarse con el cliente. Esta necesidad redundará en la demanda de perfiles que aúnen conocimiento de los modelos de relación existentes, los nuevos (redes sociales, móvil, etc.) y, por supuesto, conocimiento del negocio. Además, parte de los cambios que llegarán obligarán a las entidades a formar a sus redes comerciales en nuevas competencias, de forma que se genere una diferenciación positiva en el servicio.

¿A quién se dirigen estas jornadas de innovación en las finanzas?

Estas jornadas pretenden aportar tres visiones complementarias: la del negocio, la de la tecnología y la del cliente. Por ello, están dirigidas a todo aquel responsable de entidades financieras dentro de los departamentos de innovación, tecnología, márketing y organización. Además, el formato está abierto a la participación de terceros e independientes, que también forman parte del ecosistema de la innovación.

financieras, aunque también en consultoría en el sector inmobiliario», recuerda Evelin Ortiz. «Los perfiles medios suelen estar en los 30 años, pero los directores de primer nivel (que también hay) suelen rondar los 50 años, pero estos terminan por negociar sus salidas», añade.

Que el mercado está cambiando es un hecho. Un alto directivo que ve una marcha negativa en su empresa, una reducción de actividad o que está en claro desacuerdo con su compañía, hace bien en dejar de lado sus reticencias y plantearse el acercamiento a un cazatalentos. El sector de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), por ejemplo, teme el ajuste presupuestario de sus clientes para 2009. Se espera una situación «muy pareja» a la vida en los años 2001-2002 si se toma como referencia el

Cinco buenos consejos para conectar con un cazatalentos

«El problema de fondo estriba en que mucha gente no sabe cómo establecer una estrategia para colocar bien su currículum», subraya Ramón Bartolomé, de Heidrick & Struggles. «Carecen de pautas de comportamiento definidas. Surge siempre la misma pregunta: ¿cómo me pongo en un circuito de cazatalentos?», añade. A estos efectos, Bartolomé recomienda:

1. **Romper el pudor. Deje de lado pensamientos como «¿y si no les intereso?».** Si ha decidido contactar con un «headhunter» es porque usted busca un cambio. Es un negocio para ambas partes.
2. **Investigue entre la gente que conoce o ha tenido relaciones con un cazatalentos.** «Un 80 por ciento de las personas que hemos tratado no habrían llegado hasta nosotros si no hubiese sido por esa vía», apunta Bartolomé. Que ellos le indiquen cómo proceder y si es posible, le presenten.
3. **Seleccionar dos o tres «headhunters» que sean importantes para los planes del ejecutivo. Que trabajen en las especialidades y puestos que demanda el aspirante y que actúen intensivamente en el sector.**
4. **Tenga gran cuidado cuando logre hacer el contacto. Sea breve, directo y muy claro. Los faroles se descubren de inmediato. Si el consultor le ha llamado es porque le interesa.**
5. **No se pase de la raya. Es decir, no llame poco tiempo después de la entrevista. Esto no es una siembra que al tiempo equis necesita agua. El «¿qué hay de lo mío?» está muy mal visto. Aunque esté preocupado, evítelo. El consultor no se ha olvidado de usted y si ha mantenido una entrevista con usted, es que le volverá a llamar.**

sector global de la tecnología de la información (incluyendo electrónica de consumo), con una caída del 10 por ciento en su facturación total.

Pero hay más: el 72 por ciento de los responsables de tecnologías de la información de las empresas (CIO, en el acrónimo anglosajón) está buscando trabajo o sería feliz si recibiese la llamada de un «headhunter», según un informe de la consultora de recursos humanos Harvey Nash, publicado por «Financial Times». El trabajo subraya que «un 21 por ciento de estos directivos está atento a lo que sucede en el mercado y sólo un 7 por ciento está satisfecho con su trabajo actual. Aunque el estudio está basado en una encuesta entre ejecutivos del Reino Unido, sus autores creen que el resultado sería perfectamente aplicable a las empresas de EE .UU. y de Europa Continental. ○