



CONVERSACIONES PEOPLEMATTERS Y WORKDAY

LA TECNOLOGÍA CONTRIBUYE A CONSTRUIR LA ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE TALENTO

¿Qué busca un candidato hoy en una organización? Nos referimos a esos perfiles por lo que todas las organizaciones compiten en el mercado antes, durante y después de la crisis del coronavirus. Principalmente buscan contrastar expectativas que luego corroborarán, una vez se incorporen a la organización. El proceso de reclutamiento habla por sí solo de lo innovadora que es una compañía y eso, hoy en día, es quizá el mayor atractivo que puede transmitir, porque de la innovación declinan los retos profesionales que se puede ofrecer y el entorno en el que se desarrollarán.

En un desayuno de trabajo celebrado días antes de que se decretara el confinamiento, PeopleMatters y Workday reunieron a un nutrido grupo de profesionales para debatir sobre cómo movilizar el reclutamiento del siglo XXI y el acceso al talento. La disminución de la población activa y la escasez de perfiles jóvenes con competencias adecuadas a las demandas del mercado de trabajo van a hacer necesario reconvertir el talento senior y extender el radio de acción del reclutamiento, *“ampliando el número de candidatos e incorporando el factor diversidad para hacer posible otro factor, el de la innovación”*, tal y como explicó en el arranque de la sesión, Marcos Sanz, Director de PeopleMatters. La tecnología es un facilitador no sólo de la agilidad de los procesos RH sino también de esa experiencia que queremos transmitir a los candidatos en cuanto a la capacidad de la organización de ser innovadora, retadora, comprometida con las prioridades de sus personas y facilitadoras de su día a día, y por todo ello, *“la tecnología contribuye a construir la estrategia de captación de talento”*, como afirmó Adolfo Pellicer, country manager de Workday.

¿Se está abriendo el abanico de competencias en los procesos de selección?

• **Mindset digital:** Las empresas tratan de mantener un equilibrio entre la promoción interna

y el reclutamiento externo, analizando primero qué talento tienen y cómo se le puede apoyar para que adquieran nuevas competencias y, por lo tanto, empleabilidad. Para ello, es cada vez más habitual el uso de herramientas de evaluación de competencias digitales.

• **Capacidad de autoformarse:** La inteligencia multicultural y la *learning agility* son las competencias soft más útiles a la hora de gestionar la diversidad y adquirir nuevos conocimientos en el entorno VUCA. Se buscan profesionales con capacidad de auto aprendizaje y consciencia del valor de su capacitación en el mercado de trabajo.

• **Diversidad:** El perfil competencial de las personas que se reclutan ha cambiado tanto como lo ha hecho el cliente y el hecho de que no sepamos cómo ni qué van a estudiar los jóvenes de aquí a diez años va a obligar a los departamentos RH a tomar decisiones en tiempo real, en un entorno muy heterogéneo y de gran transparencia y agilidad.

• **Curiosidad y conocimiento real del negocio:** Se valora la curiosidad porque ayuda a trabajar en equipos multidisciplinares y a ir más allá de la especialización de cada perfil y de cada puesto, porque esa visión periférica es germen de innovación. La experiencia cliente es crítica y los candidatos deben tener la inquietud por empaparse del negocio, estén en el departamento

AUTOR:
REDACCIÓN ORH

que estén. La selección ha de ser disruptiva para ser garantía de innovación.

¿Cómo se está introduciendo la tecnología en los procesos de selección y qué nivel de confianza proporciona?

- **Facilitadora y atractiva:** La tecnología es un facilitador de la relación con el candidato que es, en muchos casos, un auténtico *pure digital*. Los departamentos RH son conscientes que deben ser ágiles adoptando soluciones más atractivas y ágiles.
- **En modo piloto:** Aún hay mucha experimentación sobre todo en la parte más de *analytics* y las empresas se mueven en programas piloto para minimizar el riesgo de sesgos en los procesos.
- **Redes sociales y nuevos ecosistemas de talento:** LinkedIn sigue siendo la red social más utilizada, aunque cobra fuerza Instagram para los perfiles más jóvenes y creativos. También se exploran otros ecosistemas que surgen de manera natural en las universidades y en las redes sociales menos conocidas.

¿Cómo hacer una gestión de la diversidad eficiente para que las personas, independientemente de su generación, se sientan cómodas en la organización?

- **Propósito y valores:** La tecnología para el reclutamiento está incorporando la experiencia del candidato desde la perspectiva de los valores corporativos y del propósito de la organización, y la cultura inclusiva es un elemento que se potencia en cada parte del proceso. No sólo se busca transmitir el atractivo como marca empleadora comprometida con la diversidad y otros elementos distintivos del *employer branding*, sino también identificar cómo encajan los perfiles con dicha cultura y en qué posiciones aportarían más valor.
- **Responsabilidad social:** La RSE es una constante para aportar atractivo a la marca y para correlacionar el propósito con el orgullo de pertenencia.
- **Lenguaje y posicionamiento:** Las empresas trabajan mucho su posicionamiento en redes sociales para monitorizar las conversaciones sobre su marca, desarrollando a partir de ahí su estrategia de reputación con modelos de *employee advocacy*. Y con esta misma filosofía los portales de empleo de las empresas se están adaptando a los nuevos tiempos con un lenguaje más inclusivo y una comunicación más experiencial.

El debate del sistema educativo

La unanimidad de los participantes fue total sobre la necesidad de incluir en el debate social un nuevo modelo educativo que asegure la conexión con las competencias que la economía digital necesita. *"En el sistema educativo tenemos conocimientos y competencias y actualmente fallan las dos cosas porque ninguna conecta con el mercado de trabajo"*, afirmó Alfonso Jiménez. Y ello, a juicio de los presentes, deriva en una excesiva presión sobre el candidato y el empleado para que se autoformen. La *learning agility* no se puede trabajar sólo desde las empresas; la base está en la educación.]



● PARTICIPANTES

- Juan Antonio Fernández, Director de RRHH y Gestión de Talento en Sacyr.
- Lourdes Fernández de la Riva, Directora de Organización y Desarrollo Directivo del Grupo Prisa.
- Vidal Palomo, Director de Personas de Sanitas Dental.
- Luis García, Director de RRHH de BME.
- Juan Luis Regaliza, Adjunto Director de RRHH Corporativo de El Corte Inglés.
- Rafael Fernández, del área de Talento, Cultura y Aprendizaje de Cepsa.
- Icía Rodríguez, Secretaria General de Uría Menéndez Abogados.
- Santiago Huertas, Director de Captación de Talento y Servicios Profesionales Externos de Indra.
- Nazaret Izquierdo, Directora de Talento de Llorente y Cuenca.
- Yolanda Hueriga, Directora Corporativa Corporativa de RRHH de Altamira Asset Management.
- Álvaro de Ansorena Cao, Director Corporativo de RRHH de Codere.
- María José Sánchez Fernández, Directora de Personas (Generación Eléctrica) de Naturgy.
- Adolfo Pellicer, Director General de Workday en España y Portugal.
- Alfonso Jiménez, Socio de Honor de PeopleMatters.
- Marcos Sanz, Director de PeopleMatters.
- Alberto Oviedo, Responsable Comercial de Workday.
- Soledad Gamerman, Directora de Marketing y Comunicación de PeopleMatters.
- Maité Sáenz, Directora de ORH.