

Javier Cantoral, fundador, y Tina Gama, CEO, de Teralco Group

Ofrecemos flexibilidad para que nuestras personas puedan crecer

Teralco Group es una *boutique* tecnológica altamente especializada que pone su foco en las personas que la componen como fórmula para el éxito de sus proyectos y la satisfacción de sus clientes. Ofrecen a sus profesionales condiciones que les permiten desarrollarse, tanto en la propia compañía como en su vida personal, lo que les ha convertido en un empleador atractivo en un mercado altamente competitivo, una estrategia de employer branding en la que les ayuda Peoplematters.

Llevan 20 años aportando soluciones digitales a grandes compañías, pero ¿cómo es Teralco Group?

Javier Cantoral (J.C.): Nos gusta vernos como una *boutique* tecnológica altamente especializada, formada por un conjunto de grandes profesionales a los que les importa tanto la tecnología como las personas que formamos parte de este grupo empresarial. Como dice Sandra Sánchez, directora de Human Talent, "Teralco Group es una empresa con alma". Y, por ello, toda la organización transpira eso: pasión por la tecnología y por las personas.

Durante todos estos años, hemos ido creando y consolidando un modelo de empresa orientado 100 % al bienestar de nuestros profesionales. Hemos buscado la mejor flexibilidad y adaptación a las diferentes necesidades que ha ido teniendo nuestro equipo y nos hemos basado, principalmente, en un modelo transparente y fiel a nuestros valores.

¿Cómo definiría su cultura corporativa?

J.C.: Para nosotros, la innovación es una constante; la superación, un objetivo; y el equilibrio entre la vida personal y laboral, un esencial que nos proporciona la flexibilidad. Sentirse parte de una empresa como Teralco Group no es complicado, ya que compartiendo los valores de la compañía no tardarás en

sentirte parte del equipo. Al menos, intentamos poner los medios necesarios para que así sea: beneficios, coaching de adaptación al puesto, *teambuildings* para conocer a los equipos, programas de liderazgo, formaciones específicas...

En una tecnológica como la suya hay diferentes unidades, tecnologías y grupos de trabajo, pero en general... ¿cómo dirían que es su plantilla?

Tina Gama (T.G.): Se dice que las personas son la base de toda organización, pero en Teralco decimos que las personas son la base, los pilares y el tejado. Sin duda alguna, el equipo de Teralco es nuestro mayor logro como compañía, somos un equipo claramente enfocado a un objetivo común y esto hace que los resultados sean los mejores posibles. Además, somos muy conscientes del gran valor que tiene nuestra cultura corporativa, así que nos enfocamos en conservarla, protegiendo la cercanía y la honestidad a través de valores clave. Los retos que enfrentamos son grandes y hacerlo rodeada de este equipo me hace sentir realmente afortunada.

¿Considera que son un empleador atractivo?

T.G.: Lo somos, y lo que más orgullosa me hace sentir es que lo somos para quienes realmente nos co-

nocen, y esto demuestra que nuestro valor como empleador se sustenta en la realidad. En este sentido, nuestro equipo de Human Talent tiene un papel fundamental para apoyar el desarrollo del equipo tanto personal como profesionalmente. Dentro de nuestra propuesta de valor incluimos seguro médico totalmente financiado por la compañía y sin copagos, clases de inglés, apoyo en planes formativos y de certificación, generación de entornos para compartir el conocimiento, procesos de *upskilling* y *bootcamps*... Pero, sobre todo, dentro de dicha propuesta está algo difícil de medir si no estás en nuestro día a día y es la gestión centrada realmente en el equipo, una gestión humana enfocada en entender y apoyar el desarrollo profesional de cada uno.

¿Cómo es el talento que buscan?

T.G.: Buscamos a personas que quieran evolucionar tanto a nivel técnico como humano, es decir, personas que tengan inquietud por la tecnología y pasión por trabajar en lo que les gusta. Además, tenemos un buen ambiente de trabajo, con todas las opciones para que el equipo pueda desarrollarse tanto a nivel profesional como personal.

Consideramos talento no solo a nuestro equipo, sino también a todas las personas que forman parte de Teralco directa o indirectamente, como clientes o *partners*.

Ustedes compiten en el mercado por perfiles IT que están muy demandados. ¿Cómo llegan a ellos?

T.G.: En realidad, aunque intentemos ser innovadores y disruptivos, todos utilizamos los mismos canales de captación. Es cierto que la demanda actual es muy alta, de ahí que nuestro equipo de captación se esfuerce constantemente por garantizar una excelente experiencia del candidato, siempre manteniendo la cercanía y la información con cualquier persona, independientemente de que en ese momento encaje en alguna vacante o no.

¿Dónde ponen foco en la captación de talento?

J.C.: Nuestro principal foco de captación está, sobre todo, a nivel nacional, principalmente en el arco mediterráneo, y en particular en el levante, ya que nuestro actual *head office* está ubicado en Alicante. Este, a priori, podría considerarse un hándicap para atraer y retener talento, pero el tiempo nos ha dado la razón: esta zona está siendo cada vez más interesante para ubicar centros de alto rendimiento de grandes empresas tecnológicas. Y si a esto le sumas el incen-



tivo del teletrabajo y una economía más global e interconectada (cada vez más, tenemos clientes en centro Europa, LATAM y Asia), tenemos como resultado que empresas de alta especialización en zonas más deslocalizadas, pero muy bien comunicadas, como es nuestro caso, están siendo muy atractivas como opción de residencia para el talento técnico. Aun así, disponemos de personal trabajando desde cualquier rincón de España y Europa.

¿Qué es lo que demandan estos profesionales tan especializados?

J.C.: Buscan un proyecto tecnológico retador que les permita seguir evolucionando profesionalmente y que, a la vez, estén rodeados de otros profesionales que les permitan compartir inquietudes, retos, evolucionar de una forma menos individualizada, en tribus o áreas de especialización compartida. Si a todo esto, le añades valores, buen ambiente de trabajo, flexibilidad, desarrollo profesional... se encuentra en el mejor entorno de trabajo para equipos de alto rendimiento que pueda haber.

Aunque su plantilla tiene una media de edad bastante joven también están abiertos a ofrecer oportunidades a talento senior. ¿Cómo conjugar las necesidades de colectivos tan distintos?

T.G.: Entiendo que la diversidad generacional es una gran oportunidad de crecimiento para todos, tanto para los perfiles más jóvenes como para el talento senior. Estar en entornos diversos, sean del tipo que sean, favorece el crecimiento individual y colectivo. Por eso, hacemos que nuestra propuesta de valor sea adaptativa a las diferentes necesidades. Nuestro objetivo como empresa es ofrecer los mecanismos suficientes para que la evolución como persona pueda ser compaginada en todo momento con la responsabilidad profesional de cada uno.

Ofrecemos flexibilidad y adecuación a cada situación particular con una gran componente de responsabilidad, permitiendo así que cada uno disponga de las mejores opciones para dicha conciliación que tendrá que ir adecuando según las etapas por las que esté evolucionando de acuerdo con sus responsables y colaboradores. Es una máxima que marca nuestro principal *hashtag* #TeralcoLife, poder evolucionar y crecer como persona y profesional dentro de nuestra compañía.

¿Cómo influye el modelo de liderazgo de la compañía en su compromiso? ¿Cómo gestionar a perfiles tan complejos?

T.G.: Bueno, es algo que parece complejo y, a la vez, es sencillo. Creemos en el valor de las personas. Confiamos en ellas. Lo hacemos siendo flexibles y tomándonos en serio nuestros valores, poniéndonos retos que resolveremos con cada uno de forma exitosa y desarrollando su máximo potencial para

que crezcan con nosotros. En Teralco, nos importan las personas, todos sumamos y todos elegimos.

Por mi experiencia, diría que el respeto, la honestidad y la cercanía son las claves para la adecuada gestión del día a día. Si hablamos de personas, me atrevería a decir que su gestión es apasionante, ya que todas somos distintas y complejas, incluso que la complejidad individual varía a lo largo de la vida y esto, sin duda, es enriquecedor.

Dada la importancia que tiene para Teralco el equipo y el talento, ¿han trabajado alguna estrategia de employer branding concreta?

T.G.: A principios de año, comenzamos a trabajar con Peoplematters para ponerle palabras y estructuras a todas las iniciativas que estábamos llevando a cabo. Como ellos nos comentaron en innumerables ocasiones, estábamos trabajando en la línea correcta, pero no nos podemos olvidar de que hay que parar, escuchar, analizar y estructurar para seguir creciendo. La experiencia con el equipo de Peoplematters ha sido muy positiva, ya que lo más importante al crecer es tener tiempo para la reflexión y, sin duda, ellos han sido unos grandes facilitadores de dichos espacios de reflexión y concreción.

Nos ha permitido reafirmar nuestros valores, medirlos dentro y fuera de la empresa, aplicar metodología y estructurar nuestras palancas diferenciadoras para poder llegar al resto del mercado mostrando lo que somos y lo que queremos que se nos reconozca.

Para nosotros es muy importante que se nos perciba como lo que realmente somos tanto desde fuera como por nuestros equipos en el día a día.

En el establecimiento de esta estrategia han colaborado diferentes colectivos internos. ¿Qué *feedback* han tenido de sus profesionales a la hora de mejorar su marca empleadora?

T.G.: Para nosotros, era esencial involucrar a la compañía en la creación de esta estrategia. Por eso, participaron personas de todos los equipos y puestos. De hecho, hubo una parte en la que se hizo partícipe a toda la compañía. El *feedback* recibido ha sido muy positivo, ya que se han sentido parte de ese proyecto común de revisión y rediseño de nuestra estrategia de employer branding.

Y ahora... ¿cuáles son los siguientes pasos para Teralco?

T.G.: Gracias al trabajo que hemos hecho con Peoplematters se ha detectado todo lo bueno, pero también puntos de mejora, así que nuestros siguientes pasos son implementar estas mejoras que enriquezcan a nuestro equipo. Somos conscientes de que, como decía Ray Kroc: "Ninguno de nosotros es tan bueno como todos nosotros juntos" y nuestro objetivo es que todos lo sientan así ☑

peoplematters

Cuando la escasez de talento marca o limita el ritmo del negocio, su actividad y resultados, como es el caso de la industria tecnológica, la tentación de tomar atajos y hacer lo que sea necesario para atraer a ese talento que tanto necesitamos es muy grande. No es infrecuente encontrar empresas que elaboran sus mensajes de captación de talento desde lo que este quiere oír, lo que busca y le hace decantarse por una u otra empresa como lugar para trabajar. Ello hace que, con frecuencia, encontremos empresas que repiten los mismos mantras, haciendo muy difícil diferenciar a unas de otras. Les faltaría cierta "personalidad". Por supuesto, es fundamental conocer las motivaciones del talento a la hora de construir el mensaje y posicionar la empresa como lugar para trabajar. Pero la clave está en construirlo desde dentro, desde la realidad y el día a día de la empresa, sus profesionales, lo que allí encuentran y lo que les hace vibrar. Y nadie como ellos para contárnoslo.

A la hora de elaborar la propuesta de valor al empleado, en **Peoplematters** aplicamos una metodología que nos ayuda a identificar los atributos de marca que reflejan la actividad de la compañía ("a qué nos dedicamos"), los que son importantes para el tipo de talento al que se dirige ("relevantes"), los que sus propios profesionales destacan como especiales y positivos ("reales") y los que les distinguen de la competencia ("diferenciales"). **Teralco Group** hizo suyo este método y, durante unos meses, dedicó recursos, tiempo y la energía de su equipo para reflexionar juntos sobre el futuro, el negocio, el mercado de talento y, con la participación de personas y equipos, identificar aquello que les hace diferentes, lo que sus profesionales disfrutaban de su relación con la empresa, lo que tiene sentido transmitir a personas como ellos, de diversos perfiles, que pueden sumar al proyecto de futuro de la compañía. #TeralcoLife resume su espíritu y, desde hace unos meses, acompaña todas sus comunicaciones y actividades orientadas a captar y fidelizar el talento que el Grupo necesita.



Miriam Aguado, socia en Peoplematters

peoplematters

Serrano, 21 - 28001 MADRID - Tel.: 91 781 06 80

www.peoplematters.com