

Carmen Coto, directora de People & Culture de TotalEnergies

Nuestro compromiso con la transición energética nos hace más atractivos para el talento

TotalEnergies quiere ser un referente en la comercialización de gas y electricidad en el mercado español ofreciendo las mejores soluciones a sus clientes proporcionándoles energía fiable y asequible, con un conocimiento de las necesidades locales para ofrecer un servicio cercano. Con una plantilla de más de 300 profesionales en nuestro país, fomentan el trabajo en equipo, la colaboración y la transparencia para ofrecer a su talento el mejor lugar para trabajar, con hincapié en la conciliación y la diversidad, tal y como nos cuenta Carmen Coto.

¿Cómo es la cultura corporativa de TotalEnergies en estos momentos? ¿Qué características tiene?

Creemos en una cultura que fomente el trabajo en equipo, la participación y colaboración de todos en la co-construcción de nuestro propósito común basado en unos valores básicos y fundamentales como el respeto al otro, la transparencia, la seguridad, el espíritu pionero –capaz de cuestionar y buscar nuevas formas de hacer las cosas–, y orientación a resultados. Ponemos a las personas en el centro y esto implica impulsar el desarrollo de cada uno de los empleados y de los equipos en su conjunto con un estilo de liderazgo cercano y responsable.

¿Y cuál es ese propósito de la compañía? ¿Cómo influye en su capacidad para atraer talento?

TotalEnergies quiere ser un agente activo en la transición energética, ofreciendo energía limpia, asequible al mayor número de personas posibles, alcanzando las cero emisiones netas en 2050. Nuestra ambición es una firme apuesta por la transición energética hacia una sociedad descarbonizada y más electrificada. Creo que formar parte de esta

transición puede atraer talento comprometido en generar este impacto positivo tan relevante en la sociedad y el mundo que nos rodea.

¿Cuál es la imagen de TotalEnergies en el mercado laboral? ¿Considera que es un empleador atractivo?

Nuestro posicionamiento refleja nuestros valores y compromiso de generar un entorno y una cultura de cercanía, transparencia, respecto al otro y seguridad. Contamos con una propuesta de valor atractiva que no solo tiene un componente de compensación global, sino que este componente se complementa con otros tres ejes principales: nuestra ambición y propósito, nuestra cultura organizativa y nuestra forma de trabajar, que incluye tanto los espacios físicos como los medios puestos a disposición y las diferentes políticas aplicables.

Sabemos, además, que materializar nuestra ambición con acciones concretas en España es una estu-penda carta de presentación y nos hace más atractivos: hemos experimentado un aumento de las solicitudes para trabajar en nuestros proyectos renovables desde que anunciamos que ya tenemos

permisos ambientales para 3 GW de energía solar fotovoltaica en nuestro país. Seguimos por la senda de explorar el sector del biogás y la eólica marina y las nuevas energías que, sin duda, resultan interesantes para el mejor talento.

¿Qué acciones realizan para posicionarse como el mejor lugar para trabajar?

Lo primero escuchar y hacer partícipes de nuestra propuesta a nuestros empleados, que siempre serán nuestros mejores embajadores. En segundo lugar, mantenernos atentos a lo que está pasando en el mercado, qué mejores prácticas hay y si es posi-

Nuestro posicionamiento refleja nuestros valores y compromiso de generar un entorno y una cultura de cercanía y transparencia

ble integrarlas en nuestra empresa. Todo esto lo hacemos de la mano de nuestros *partners*, como PeopleMatters, que nos ayudan a entender el contexto en el que nos movemos y nos facilitan la participación en foros, formaciones y estudios donde adquirir ese conocimiento. Y, por último, pero no menos importante, contamos con una excelente coordinación con nuestra Dirección de Comunicación Externa para que todos nuestros mensajes, a través de los distintos canales de comunicación, sean coherentes con lo que somos.

Por otro lado, contamos con certificaciones externas que muestran nuestro compromiso con la calidad, la seguridad y salud, el medio ambiente y las medidas de conciliación y flexibilidad.

¿Qué tipo de perfiles buscan cuando acuden al mercado en busca de talento? ¿Qué requisitos debe te-



ner un candidato para poder sumarse al proyecto de TotalEnergies?

Buscamos perfiles que se identifiquen con nuestro propósito, y que puedan sentirse orgullosos de poder ser parte de ello. Personas comprometidas que se impliquen en la consecución de los objetivos de negocio siendo proactivas, con clara orientación al cliente, que tengan ganas de aprender y desarrollarse en una compañía multienergías. También es fundamental que los candidatos o candidatas sean flexibles y que estén abiertos al cambio, que desarrollen el pensamiento crítico y que en todo momento sepan trabajar en equipo. En el caso de incorporarse a una posición de *mánager*, debe tener las competencias necesarias para aplicar un liderazgo responsable fomentando el desarrollo de su equipo como un todo, pero también apoyar el desarrollo de los miembros de su equipo de manera individual.

En cuanto requisitos técnicos, en el contexto en el que trabajamos y con las oportunidades de movilidad geográfica y funcional, deben de poder trabajar en inglés. Las capacidades analíticas y digitales también son muy valoradas y, por supuesto, las capacidades técnicas necesarias para desempeñar las responsabilidades de cada puesto específico.

Gran parte de sus perfiles son ingenieros/as. ¿Cuál es la clave para ser atractivos para este talento?

Queremos que estos perfiles se comprometan con el proyecto, que estén alineados con nuestros valores, que sepan trabajar en equipo, que sepan escuchar y confiar en el valor de la "inteligencia colectiva", que mantengan la curiosidad de preguntar, investigar y seguir aprendiendo y mejorando día a día. Y para ser atractivos nuestra propuesta de valor tiene, además de una compensación alineada con el mercado, medidas de conciliación y flexibilidad, como teletrabajo hasta diez días al mes, y una apuesta por el desarrollo profesional y personal de todos los miembros del equipo. Por ejemplo, todos tenemos al menos tres días de formación de libre elección. Los *managers* son pieza clave también en ese desarrollo de las personas y parte de su variable está condicionado a ese objetivo. Y fomentamos la movilidad interna impulsando cambios cada tres años de posición.

¿Notan la brecha de género en este ámbito? ¿Cómo trabajan para contribuir a reducirla?

Contamos con un equipo completamente equilibrado en presencia de hombres y mujeres 50 % 50 % y esto es fruto de trabajar en todos los procesos de RRHH. Comenzamos con la promoción de las vocaciones STEM con colaboraciones con la Asociación Española de Mujeres de la Energía, con acuerdos con distintas universidades y centros de FP. Continuamos con los procesos de selección donde se tiene en cuenta que en las candidaturas haya una representación diversa, con un procedimiento claro

de selección sin discriminación e igualdad de oportunidades. A lo largo de la relación laboral, contamos con medidas de flexibilidad y conciliación, estamos reconocidos como Empresa Familiarmente Responsable, y con garantías para maternidades y paternidades.

Tenemos un compromiso claro con KPI a nivel mundial de presencia internacional y de género en posiciones directivas, somos firmantes del compromiso con WEF "Closing the Gender Gap in Oil & Gas" y contamos con un Acuerdo Global para la RSC que incluye aspectos como la diversidad, igualdad de oportunidades e inclusión, calidad de vida en el trabajo o formación y desarrollo de capacidades, entre otros. En este sentido, desplegamos todas las oportunidades de formación y desarrollo con soluciones flexibles y autogestionadas para facilitar al máximo su aprovechamiento.

Además, apoyamos en liderazgo femenino, por ejemplo, con el programa de mentoring *Twice*, la función de *Talent Developer*, un sistema de publicación de todas las posiciones vacantes asegurando la transparencia e igualdad para acceder a dichas oportunidades.

Peoplematters en un *partner* con el que han trabajado en diversos proyectos. ¿Qué destacaría de la relación que mantienen?

Para nosotros es fundamental contar con *partners* de referencia como Peoplematters ya que nos ayudan con su experiencia y conocimiento a entender qué es lo que está pasando fuera del ámbito de nuestra compañía. Nos asesoran y nos ofrecen otros puntos de vista tan importantes para poder evolucionar.

¿En qué están trabajando en este momento? ¿Qué proyecto de su departamento destacaría?

Partimos de los objetivos definidos en el plan de negocio y nuestro propósito es ayudar para que estos se consigan siendo un facilitador. Desde el área de Personas debemos atraer y fidelizar el talento, desarrollarlo, definir la organización más adaptada a las necesidades y generar un entorno confortable y saludable donde tengan espacio todas las opiniones y puntos de vista. Muchos de nuestros proyectos contribuyen a asegurar la continuidad del negocio, como los planes de sucesión, la identificación de perfiles críticos y puestos clave o los estudios de *benchmarking* de mercado para estar bien posicionados y mantener una propuesta de valor atractiva. Otros están orientados al análisis y mejora continua de la experiencia del empleado, como el plan de bienestar, incluida la concienciación para la prevención de riesgos psicosociales apoyándonos en datos a través del desarrollo de *dashboards* y análisis de los principales *insights*. Dentro de este último bloque encuadramos también los proyectos los vinculados al desarrollo y liderazgo responsable ■

peoplematters

Atraer y comprometer el talento que necesitas en estos momentos es uno de los principales retos de muchas organizaciones. Una de las palancas clave que facilitan este objetivo es trabajar una marca empleadora fuerte, sin embargo, este proceso no es tarea de un día. Ni siquiera si se es una empresa con bagaje suficiente, recursos o éxito empresarial. Ayuda sí, pero como desde Peoplematters entendemos la construcción de una adecuada marca empleadora, hay que conseguir que los equipos comprendan el propósito y la cultura de la empresa, se debe ser coherente y genuino con los mensajes, los comportamientos, promover la comunicación, la escucha, ofrecer autenticidad y experiencias, alinear los intereses de los colaboradores con las necesidades de la organización. Para ello hay que ocuparse de los diferentes perfiles tanto los que están por llegar como los que ya forman parte del equipo y trabajar sobre ¿qué quieren?, ¿qué esperan?, ¿qué marca la diferencia frente a otras empresas en el mercado laboral en el que se compite?, ¿cómo hacer para que se entienda? La respuesta a estas preguntas sienta las bases de la construcción de una propuesta de valor al empleado que muestra el punto de encuentro entre lo que los colaboradores esperan hallar en un trabajo y lo que la organización puede ofrecer.

Así es como el equipo de Personas&Cultura de TotalEnergies trabaja. Ocupado en entender las necesidades de talento de la organización, los requerimientos, las responsabilidades y el desempeño exigible a los equipos que contribuyen al éxito organizativo. Y, al tiempo, desarrollando una estrategia de capital humano que se centra en las personas en cuanto tales, en toda su amplitud (no solo como "trabajadores"), diseñando sus políticas y procesos de capital humano para que acompañen el viaje vital –profesional y personal– de los colaboradores, incluso desde antes de incorporarse a la compañía, orientada al éxito de las personas y de la compañía.



Victoria Gismera, socia en Peoplematters

peoplematters

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

www.peoplematters.com