

## **COMUNICADO DE PRENSA**

# **Según un estudio de Ray Human Capital, el 60% de las empresas no sabe dónde buscar los nuevos perfiles para afrontar la transformación digital**

**En el sector Financiero y de Seguros, un 56% asegura no tener identificadas las fuentes de reclutamiento de los perfiles digitales críticos**

**Las empresas de menos de mil empleados y las más jóvenes apuestan más por el *Social Recruitment*, y las grandes por la web corporativa**

**Madrid, 26 de junio de 2014.-** Ray Human Capital, empresa líder de Consultoría y Servicios en Capital Humano especializada en la transformación de las organizaciones a través de las personas, ha llevado a cabo un ambicioso estudio sobre la preparación de las empresas de España y Portugal ante la necesaria adaptación al nuevo entorno de negocios digital. El Informe, para el que se han recabado las opiniones de 165 altos directivos de más de cien empresas de todos los tamaños y sectores, se centra en la adecuación de las plantillas a los nuevos retos, y el acceso a las fuentes de perfiles necesarios para afrontar la transformación de las empresas al escenario digital.

Un 82% de los directivos consultados consideran que la transformación digital es relevante para sus empresas y condiciona cada vez más la marcha del negocio, y el 76% afirma estar actualmente o en un futuro próximo implicado en un proceso de transformación digital. Estas últimas son principalmente empresas con presencia internacional y plantillas entre 1.001 y 5.000, sobre todo en el sector **financiero**, de **seguros** y las relacionadas con la **tecnología, media y telecomunicaciones**. Por el contrario, las que aún no están de lleno en el proceso de transformación son principalmente Pymes.

José Luis Gugel, Director General de Ray Human Capital, presentó el informe *“La gestión del Talento Digital”* ante una amplia audiencia de

responsables y expertos en RRHH y Gestión del Talento de diferentes empresas, que llenaron el aula principal del CAD (Centro de Aceleración Digital) del ISDI, en Madrid.

El 78% de las empresas encuestadas consideran que están preparadas para acometer una transformación digital del negocio. Y sin embargo, a pesar de estos datos, aproximadamente un 60% de las empresas **saben qué perfiles necesitan, pero no dónde encontrarlo**. En las empresas del sector financiero y seguros, donde el proceso de transformación es crítico, más de la mitad afirma desconocer qué talento requieren para alcanzar con éxito este proceso. Y un 56% afirman **no tener identificadas las fuentes** de reclutamiento de los perfiles digitales críticos.

Las técnicas más innovadoras, como el **Mobile Recruitment**, **Mobile Marketing** y el **Employer Branding** solo se está utilizando en algunas multinacionales, aunque el porcentaje de uso es residual. Sin embargo, las empresas de menos de mil empleados y las más jóvenes apuestan más por el **Social Recruitment** –redes sociales o comunidades profesionales–, especialmente **LinkedIn**, a diferencia de las empresas más consolidadas cuya estrategia está más centrada en la web corporativa.

### **Evaluación de competencias**

Casi un 70% son conscientes de la necesidad de adaptar su modelo de gestión de RR.HH. para llevar a cabo una transformación digital con éxito, frente a una minoría que defiende los valores y conductas tradicionales. De las empresas que afirman que su negocio está condicionado por la transformación digital, casi la mitad **todavía no cuenta con herramientas de evaluación de este talento digital**. Y en ese porcentaje (40%) se observa una diferencia entre las que operan en el ámbito local e internacional, siendo las primeras las que menos las utilizan.

### **Formación**

De los encuestados, el 42% admite no contar con **un plan de formación de su compañía** sobre competencias digitales. Asimismo, un 45% afirma que los programas directivos no se encuentran alineados con las necesidades de desarrollo de un futuro directivo digital.

Por último, solo el 63% de las empresas encuestadas afirma que entre sus empleados existe una cultura de colaboración social desarrollada por la utilización de medios digitales y herramientas colaborativas.

Los sectores **Industria y Servicios** son los que, en menor medida, tienen una cultura basada en la colaboración, siendo el **Tecnológico** el más destacado en este aspecto.

Según José Luis Gugel, Director General de Ray Human Capital, *"los resultados del Estudio demuestran que las empresas son muy conscientes de la necesidad de afrontar en un plazo corto la transformación hacia un nuevo escenario digital, y de los perfiles que necesitan para conseguirlo. Sin embargo, se detecta una falta de orientación respecto a dónde buscar esos perfiles, y qué herramientas utilizar para acceder a ellos. La mayoría de las empresas necesitan desplegar una estrategia integral de gestión del Talento Digital, que garantice que hacen uso de los mejores recursos disponibles"*.

La jornada se inició con unas palabras de bienvenida de Sonia M<sup>a</sup> Pedreira de Pinho, CEO de Ray Human Capital. Rodrigo Miranda, Director General del ISDI, presentó el Barómetro Digital ISDI, que analiza la situación real de las empresas españolas en el ecosistema Digital, y detalla las fortalezas y debilidades que es necesario reforzar para alcanzar un nivel óptimo de competitividad. Según sus conclusiones, tan solo el 0,3 por ciento de las Pymes españolas tiene optimizada su presencia digital, lo que deja un amplio margen para la mejora.

Como elemento central de la sesión, en cuya organización ha colaborado el **Instituto Superior para el Desarrollo de Internet (ISDI)**, tuvo lugar la mesa redonda *"La gestión del Talento ante la transformación digital de las organizaciones"* donde participaron Marta de las Casas, Directora Global Talent Management de **Telefónica**, Miguel Gómez, Decano de la **Universidad Europea de Madrid**, Rodrigo Miranda, Director General del **ISDI**, Alfonso García-Villaraco, CEO de **GOWEX Mobile**, y Alberto González, Gerente de Conocimiento y Transformación Organizativa de **Prisa**, moderados por Eduardo Inal, de Ray Human Capital.

Los participantes en el debate dieron respuesta a preguntas como "¿Dónde buscar el Talento Digital? ¿Cómo desarrollar las nuevas formas de liderazgo? o ¿Cómo retener el nuevo Talento Digital?". Algunas de las ideas aportadas fueron:

Alfonso García-Villaraco, de Gowex Mobile: *"Para encontrar el nuevo talento, lo mejor es preguntar a los propios empleados, que forman 'tribus' de diseñadores, desarrolladores, etc. y son quienes mejor*

*saben dónde está el conocimiento"; "Vamos hacia organizaciones planas, con mayor transparencia (por ejemplo, compartiendo la información de las agendas), con más accesibilidad"; "los jóvenes talentos se aburren si no progresan, hay que darles oportunidades y sobre todo escucharles".*

Marta de las Casas, de Telefónica: *"Tratamos de ayudar a nuestros directivos, que son 1.200 en el Grupo, a liderar y acompañar la transformación. Se necesita gente que comprenda bien otros sectores y funciones, porque hoy en día no sabes de dónde te va a venir la competencia"; "Hay que preocuparse de retener esos perfiles que son escasos en el mercado. Los nuevos trabajadores son gente muy tecnológica que funciona por proyectos, y debemos preocuparnos de desarrollar proyectos con capacidad de atracción".*

Alberto González, de Prisa: *"Contamos con muy buenos profesionales, que solo necesitan trabajar junto a personas que generen el cambio y les ayuden en el proceso de recualificación"; "El mejor directivo ya no es el que más sabe, sino el que sabe rodearse de un equipo más competitivo. Nos planteamos incluso una rotación de la función directiva, lo cual pasa por estrechar las diferencias salariales"; "Los nuevos perfiles son impacientes, se ponen nerviosos si encuentran obstáculos a sus proyectos o falta de recursos. Se van incluso a proyectos más pequeños, pero que les suponen un reto. Una buena táctica de retención es ofrecerles formación, sobre todo de habilidades directivas y de gestión".*

Miguel Gómez, Universidad Europea: *"Debemos preguntarnos si es realmente necesario retener el talento, en un momento en el que vamos hacia un modelo de trabajo en red, en el que muchas competencias y funciones críticas para la empresa están ubicadas fuera de la organización".*

###

### **Acerca de Ray Human Capital**

Ray Human Capital es una empresa líder de Consultoría y Servicios en Capital Humano, especializada en la atracción, gestión y Desarrollo del Talento. Cuenta con más de 100 consultores de RRHH segmentados por Sector o Industria y por tipo de Servicio, que cubren el ciclo de vida completo de un profesional, desde la adquisición del Talento, su Formación y Desarrollo, a la Retribución y retención del Talento dentro de la Organización. En particular: Selección, Assessment Center, Consultoría, Herramientas propias de Evaluación y Desarrollo, Servicios y Herramientas Online para Selección (e-selection) y Evaluación (e-valuation). El Know-how acumulado desde su llegada al mercado en 1990 y un magnifico equipo

humano le ha permitido alcanzar una posición de liderazgo en el mercado Español y Portugués. A través de sus oficinas de Barcelona, Madrid, A Coruña, Lisboa, Lima y Sao Paolo, aporta soluciones integrales a las mayores empresas de cada sector para la implementación de sus proyectos y estrategias empresariales. Entre sus servicios se encuentran las soluciones **Talent Cloud Services** para una gestión interna y externa del Talento. Para más información, visite <http://www.rayhumancapital.com/>

**Para más información a los Medios:**

Jaime Velasco / Jessica Cañón / Kindelán Consultores  
197 636 / 665 027 100

913