



INCIPY

DIGITAL DISRUPTION
PARTNER

6º ESTUDIO EN ESPAÑA

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN RRHH

2021



ÍNDICE

Este es un ebook interactivo. Puedes pulsar en los bloques para desplazarte o bien pasar página.



OBJETIVO



EL ESTUDIO



RESULTADOS





Objetivo

Conocer el nivel y evolución de la **madurez digital en RRHH** de las grandes empresas españolas. (*)

(*) Comparativo resultados 5º estudio 2020 y 6º estudio 2021





02

El Estudio



+100

DIR. RRHH HAN
RESPONDIDO



+100

COMPAÑÍAS
ENCUESTADAS

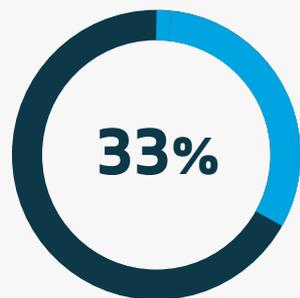


BIG

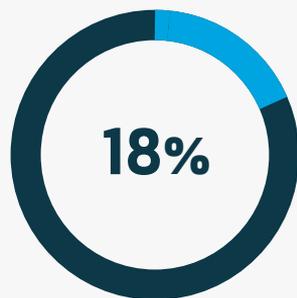
+80% DE LAS
COMPAÑÍAS TIENEN
+100 EMPLEADOS



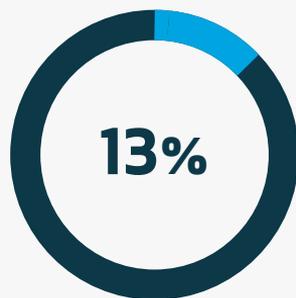
GO | Sector



Servicios



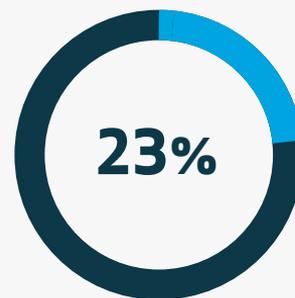
Industria y Energía



Gran Consumo



Tecnología y
Telecomunicaciones



Otros





03

Resultados

ÍNDICE DE RESULTADOS

Este es un ebook interactivo. Puedes pulsar en los bloques para desplazarte o bien pasar página.

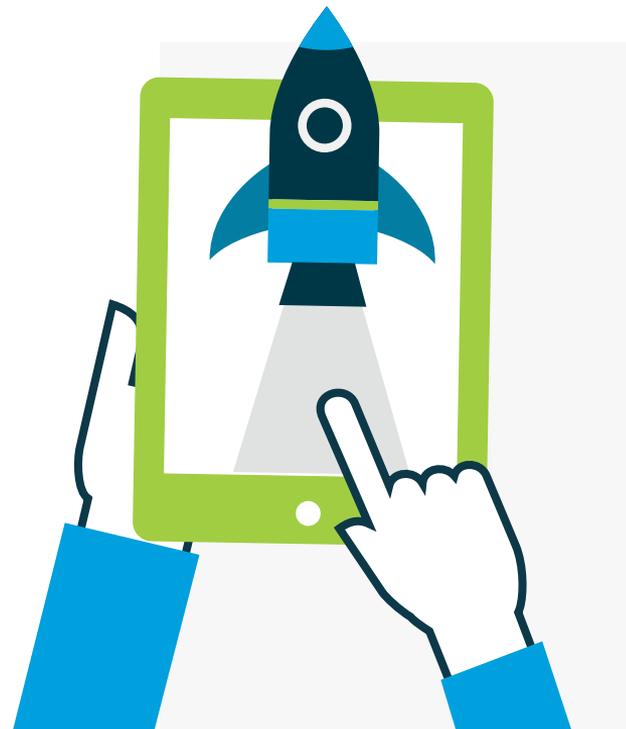
Resultados

Momento de la transformación

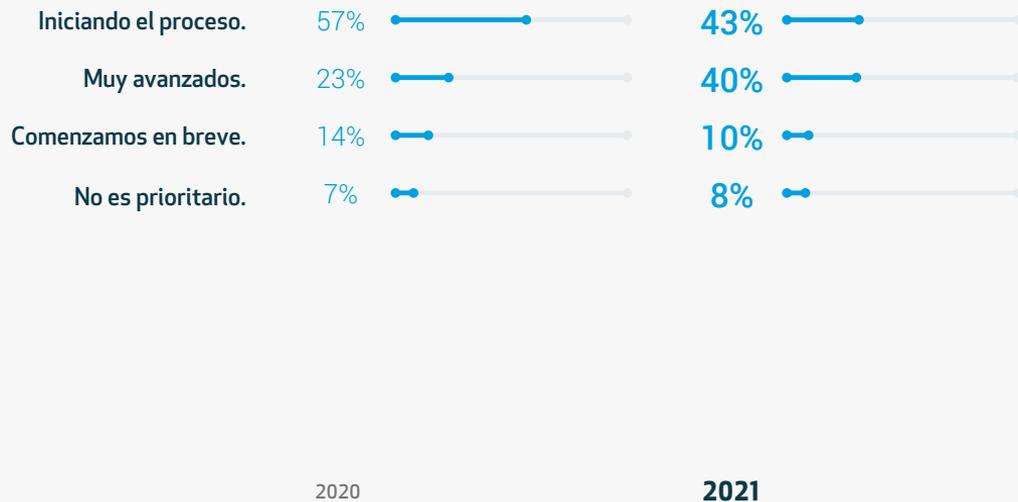
Por primera vez, y acelerado por el impacto Covid, el número empresas en España que está abordando la transformación digital desde RRHH, alcanza la cifra de 83%, con un 40% en una fase avanzada.

Se suman a estas cifras el 43% que está iniciando el proceso y un 10% que tiene previsto abordarlo en breve y sólo un 8% considera que no es un reto prioritario.

Datos muy prometedores que confirman que las compañías son cada vez más sensibles a llevar a cabo un proceso de transformación digital desde el ámbito organización y personas.



G1 | ¿En qué momento de la transformación digital en RRHH os encontráis?



Iniciativas

La implantación de nuevas herramientas digitales de comunicación y colaboración, con un 82%, pasa a ocupar la 1ª posición, mostrando la importancia de abordar este reto con el aumento del teletrabajo.

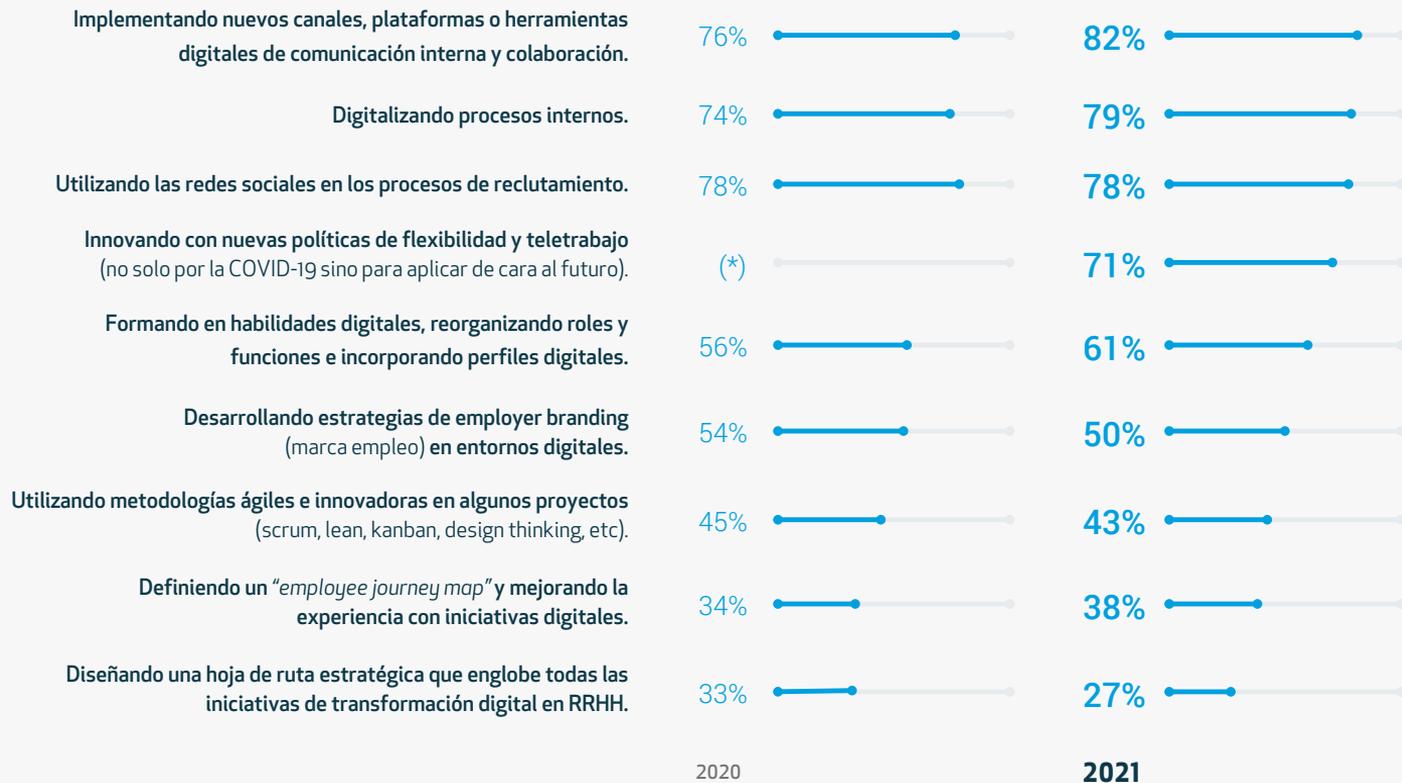
La digitalización de procesos internos avanza a la 2ª posición y el uso de las redes sociales en el reclutamiento, que ocupó en los últimos años siempre el primer puesto, se mantiene, pero en 3ª posición.

La innovación en nuevas políticas de flexibilidad y teletrabajo se sitúa en un importante 4º puesto. Y la formación, nuevos roles y perfiles digitales también tiene un claro aumento.

En un año marcado por la pandemia, otros ámbitos también claves, pero menos urgentes, se han mantenido con menos fuerza como el Employer Branding, Employee Journey Map, definir una hoja de ruta digital de RRHH y las metodologías ágiles.



G2 | ¿Tenéis en marcha alguna de las siguientes iniciativas de transformación digital en RRHH?

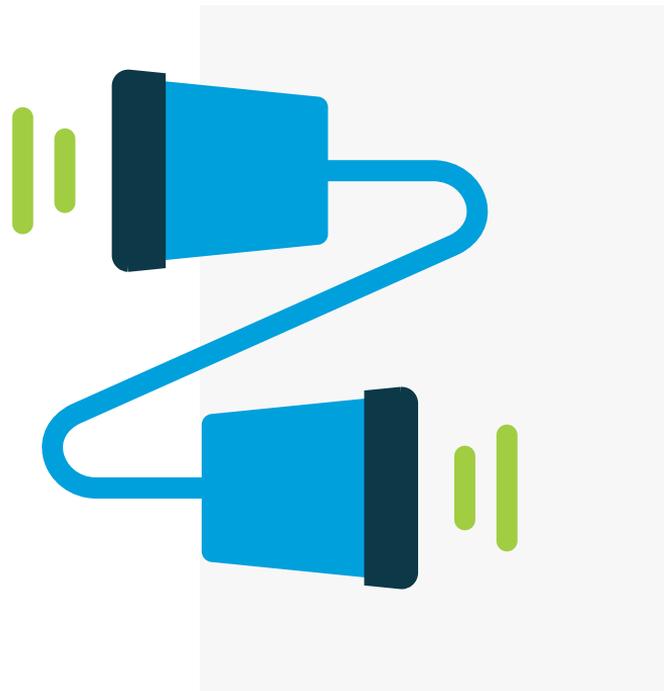


Comunicación Interna

Un importante 41% ya está apostando por evolucionar hacia una Digital Workplace o intranet (avanzada, social e interactiva) para dar respuesta a las necesidades actuales.

Aún un 54% sigue supeditado a una intranet tradicional. La opción de utilizar una red social corporativa sube a un sorprendente 44% que muestra la necesidad de una comunicación digital más cercana, colaborativa y abierta.

La comunicación vía Newsletter se mantiene, pero otros canales que en su momento fueron una opción de cambio (blogs, apps específicas...) descienden. Claramente son opciones que en el futuro quedarán integradas dentro de las avanzadas intranets como punto de acceso único para la comunicación, la colaboración social, y el acceso al conocimiento y a las herramientas corporativas.



G3 | Para la comunicación interna en tu empresa: ¿qué canales digitales utilizáis?

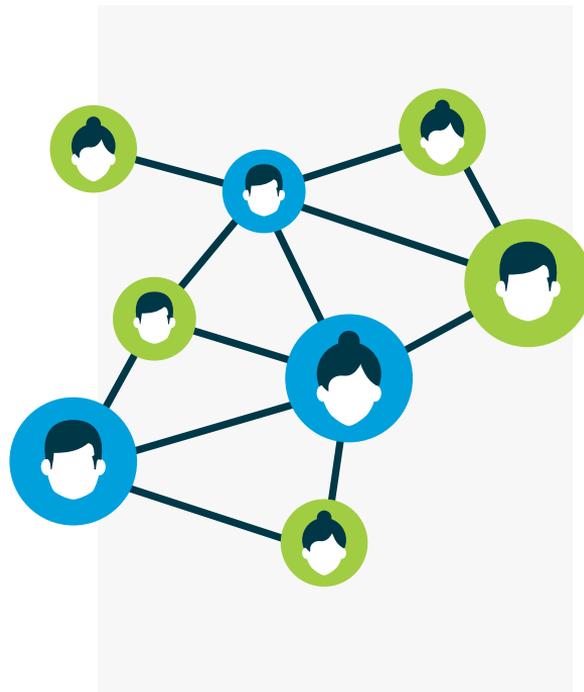


Redes Sociales Corporativas

Aumento significativo de empresas, más del 75%, que cuentan con una red social corporativa y/o solución digital de trabajo en red, pero solo el 25% confirman su uso activo por parte de la organización.

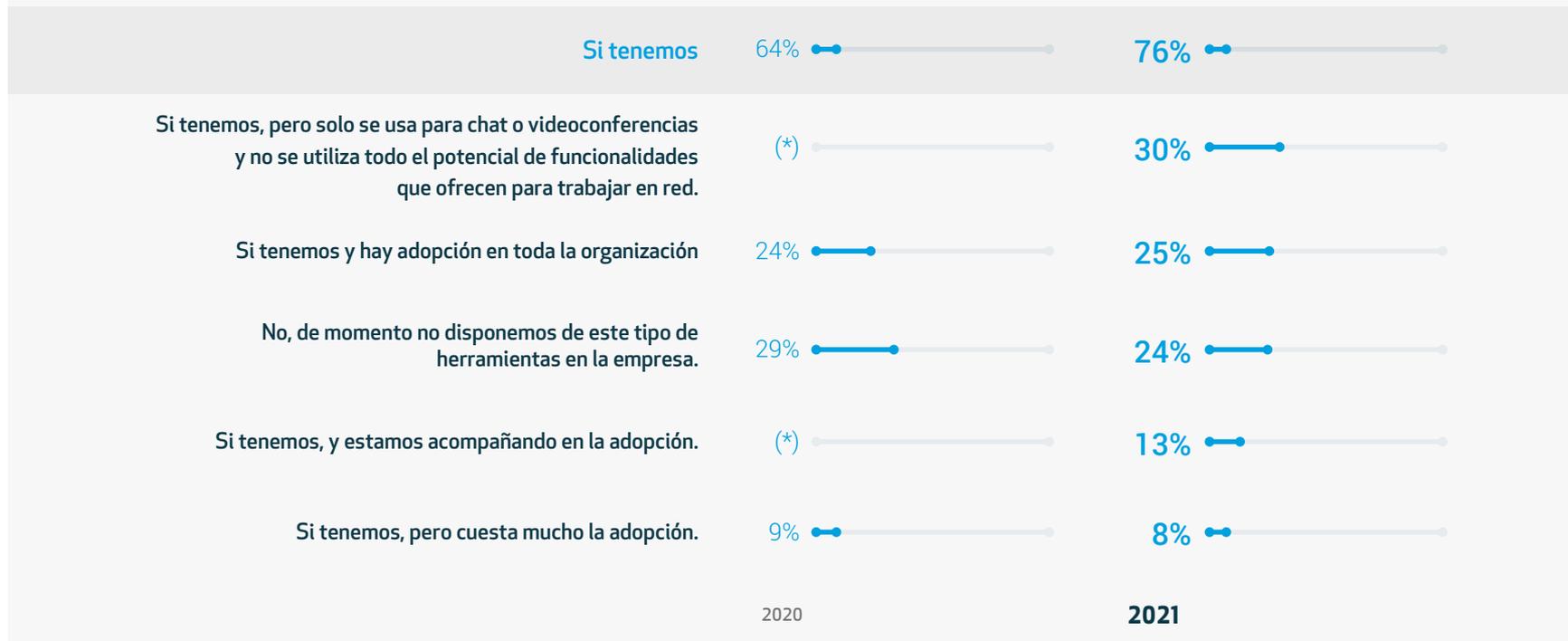
Pese a la gran implantación en las compañías, el 30% reconoce que no se usa todo el potencial que estas plataformas ofrecen y el 8% admite que cuesta que los empleados las usen.

Estos datos demuestran que para lograr una cultura digital, en la que compartamos, colaboremos y trabajemos en red, es necesaria una estrategia y plan de acompañamiento de estas herramientas, para aprovechar el uso de sus potentes funcionalidades y conseguir la plena adopción por parte de los empleados.



G4 | Para el trabajo colaborativo en red,

¿Tenéis Red Social Corporativa (red social interna y privada para empleados tipo Yammer, Beezy, Google for Work, Workplace de Facebook, etc.)
o Soluciones de Trabajo en red (Microsoft 365/ Teams, Google Suite, etc?)



Resultados

Remote Company & Flex Work

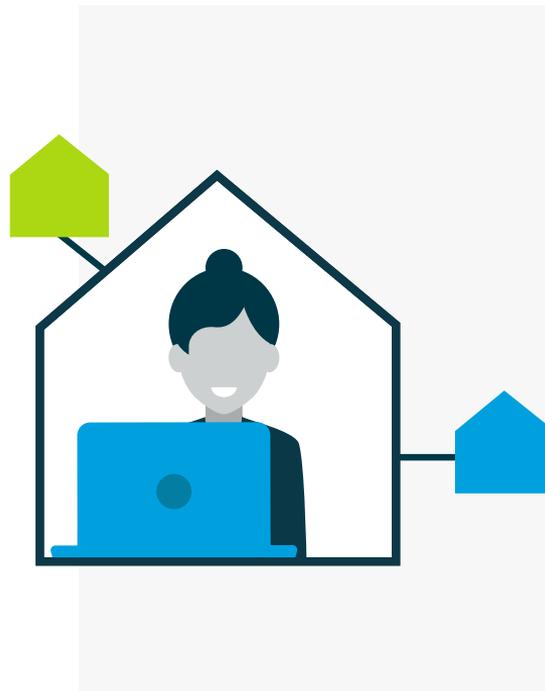
En un escenario sin COVID19, el 75% de las empresas confirman que aplicarán el teletrabajo o trabajo en remoto con diversas opciones.

Entre 1 y 3 días en semana aparecen como las políticas de flexibilidad más destacadas junto con la modalidad de teletrabajo sin días establecidos.

La mayoría de las compañías ha digitalizado los nuevos escenarios, y cuentan con aplicaciones digitales para gestionarlos con datos, asegurar aforos y mejorar la experiencia al empleado.

Aún hay, sin embargo, un importante 49% que no dispone de una solución digital para la reserva automática de mesas, salas, parking, cafetería, asistencia eventos internos, etc.

Solo el 10% descarta el teletrabajo cuando recuperemos la normalidad. Datos hasta ahora impensables que demuestran que el teletrabajo y el trabajo en remoto ha venido para quedarse.



¿Habéis digitalizado las nuevas políticas de flexibilidad y seguridad de aforos (reserva de mesas, espacios comunes, salas, cafetería, parking, turnos de entrada y salida...) facilitando alguna aplicación digital a los empleados?



En un escenario de normalidad (sin Covid)
¿Cuántos días de teletrabajo o trabajo en remoto os estáis planteando implementar?



Software RRHH

La mayoría de las empresas dispone de una solución digital HCM (Human Capital Management) o software de RRHH, pero con escaso uso del potencial de los datos.

Solo un 22% de las compañías están trabajando la analítica en RRHH para recoger, analizar datos y usar modelos descriptivos, predictivos y prescriptivos.

Sólo el 16% de las compañías cuenta con un responsable de HR Analytics en su equipo, un 3% más que el año anterior. Posición que, muy lentamente, parece que año a año se va afianzando.

Todos estos datos muestran claramente que falta aún visión de Data Driven dese las áreas de Recursos Humanos.



G6 | ¿Cuál es el nivel de digitalización en los procesos de RRHH? ¿Y cuál es el grado de medición o de análisis?

Utilizamos una plataforma integrada HCM (Human Capital Management)

Tipo: Successfactors, Oracle, Meta4, Workday, Cornerstone, Ceridian, etc.

50%

48%

**Utilizamos plataformas digitales diferentes según el foco de actuación:
formación, planes de carrera, desempeño, etc.**

35%

33%

No utilizamos plataformas digitales o softwares para temas de RRHH.

20%

22%

Estamos trabajando en la analítica de RRHH (recogida y análisis de datos, diseño de modelos descriptivos, predictivos y prescriptivos)

26%

22%

Tenemos responsable / perfil con las funciones de HR Analytics.

13%

16%

2020

2021



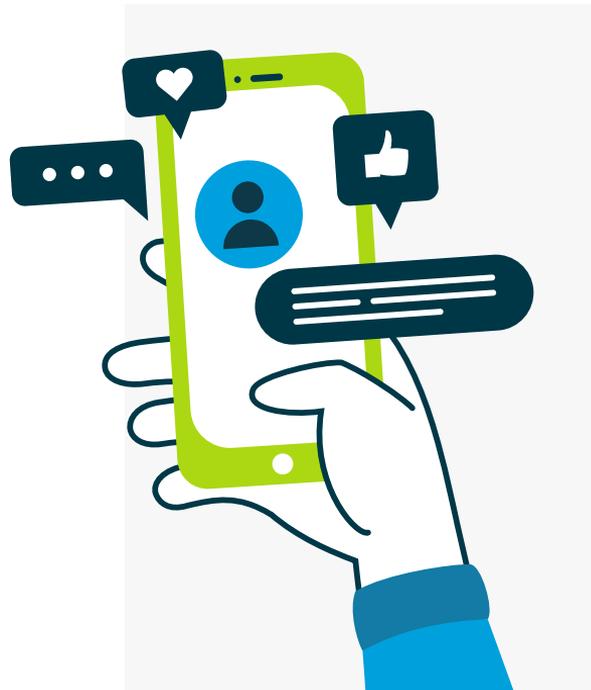
Social Media en RRHH

Continúa siendo muy bajo el número de compañías que tienen definida una estrategia en Social Media de RRHH (20%).

A pesar de ello, hay una clara mejoría y mayor sensibilidad en aprovechar los perfiles corporativos de empresa para publicar contenidos relacionados con RRHH.

En LinkedIn lo hace un significativo 73%, y en otras redes sociales un 40% (Twitter, Facebook, Instagram, etc).

Alentador este avance que permitirá a RRHH conocer el potencial de estos canales, y facilitará en un futuro reflexiones más estratégicas para identificar el potencial de tener perfiles específicos de RRHH en redes sociales, que en estos momentos se limita a un 13% de las compañías.



G7 | Hablemos de Social Media, ¿cómo utilizáis las redes sociales en RRHH?



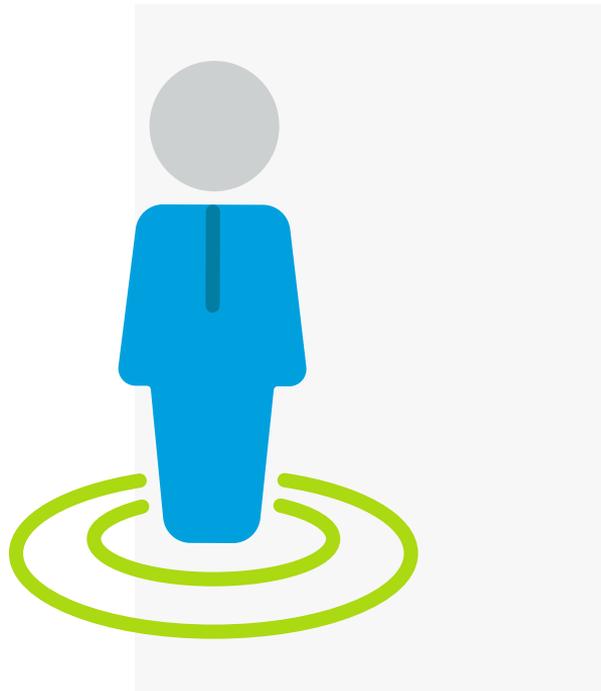
Employer Branding

Se mantiene también bajo el número de compañías españolas con una estrategia digital de Employer Branding (sólo un 32%), pero aumenta hasta el 39% las empresas que han definido o redefinido su marca empleo.

En cuanto a su web de empleo hay un 22% que la están adaptando a las tendencias digitales, pero aún hay un 26% que afirma que lo tiene pendiente, y un 10% que no tienen web de empleo en sus compañías.

También se empieza a considerar algo más el rol de los empleados como embajadores digitales, aunque un 22% dista mucho todavía de las tendencias en otros países.

Estas cifras siguen evidenciando que todavía queda mucho por trabajo por hacer, y que el Digital Employer Branding sigue siendo una asignatura pendiente en España.



G8 | Employer Branding en los nuevos entornos digitales



eRecruitment

El uso de las videoconferencias para las entrevistas de selección se aplica en estos momentos en el 71% de las compañías, y un 36% ha incorporado pruebas y tests digitales en sus procesos de selección.

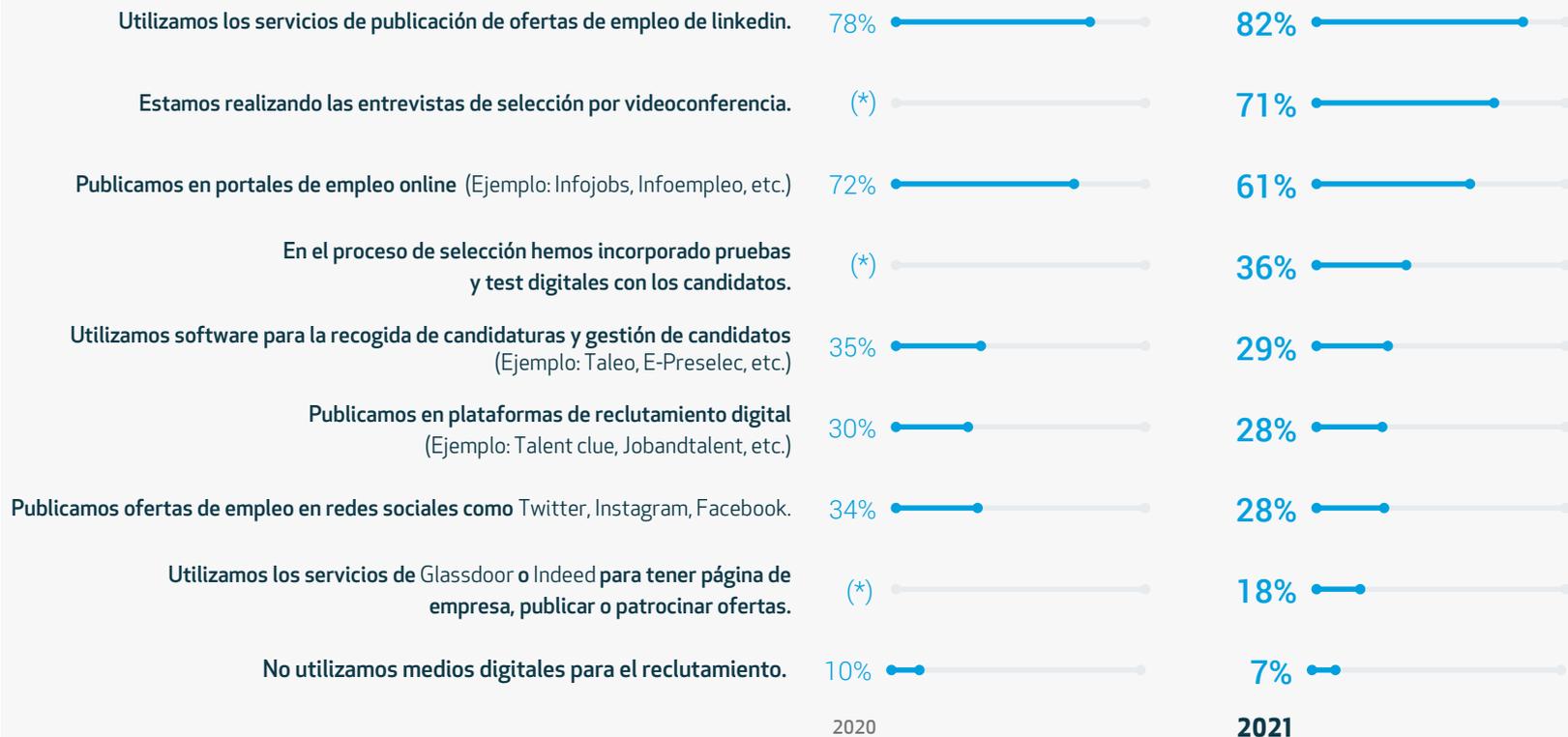
El uso de LinkedIn para la publicación de ofertas de empleo en LinkedIn, se consolida como el canal principal, alcanzando un 82%, cuatro puntos más que el año anterior.

Desciende en 11 puntos el número de compañías (61%) que publican ofertas en webs de empleo (InfoJobs, Infoempleo, etc) y desciende en 6 puntos (28%), el número de compañías que utilizan redes sociales como Twitter, Instagram o Facebook para publicar ofertas de empleo.

Van apareciendo con fuerza Glassdoor o Indeed, innovadores canales y motores potentísimos que recopilan las ofertas de empleo publicadas en miles de sitios web y permiten conocer opiniones y comentarios de empleados o ex-empleados.



G9 | Digital recruitment: ¿utilizáis medios digitales para llegar al mejor talento?



Formación

Ha crecido considerablemente la formación a empleados en habilidades digitales hasta alcanzar el 52% (8% más que el año anterior) y disminuye 7 puntos el porcentaje de las empresas (21%) que no tienen un programa de formación digital.

También hay que prestar atención a los programas de upskilling (para optimizar el desempeño) y de reskilling (para reciclar a algunos empleados en nuevos puestos) que llevan a cabo el 37% de las compañías, mientras que la formación digital específica según el área o departamento se sitúa en el 35%.

A medida que se incrementa la formación, disminuye ligeramente la incorporación de nuevos perfiles digitales especializados en ámbitos digitales, aunque un significativo 38% de las compañías sigue apostando por su contratación.



G10 | En cuanto a formación:



2020

2021

(*) Pregunta nueva, sin datos 2020





INCIPY

DIGITAL DISRUPTION
PARTNER

Descubre más sobre la
Transformación Digital en
www.incipy.com

Mireia Ranera | Employee Digitalization Director en INCIPY | mranera@incipy.com

Partners:

RRHHDigital



Icons: Freepik, Picjumbo

Imágenes: Unsplash

LICENSE CREATIVE COMMONS:

CC BY NC ND

*Está permitida la descarga y
distribución libre bajo atribución.*

*No está permitido el uso
comercial ni la modificación de
la obra.*

