

TRANSFORMACIÓN DIGITAL **EN RRHH**

2º ESTUDIO EN ESPAÑA



íncipy

your digital
strategy partner

Con la colaboración de:



inesdi
Digital Business School



indigital
Advantage

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN RRHH
2º ESTUDIO EN ESPAÑA

ENERO 2017

Imágenes: Picjumbo
Iconos: Freepik

ÍNDICE

OBJETIVO

05

EL ESTUDIO

06

RESULTADOS

09



OBJETIVO

Conocer el grado de **madurez digital** de grandes empresas españolas y analizar su evolución. (*)

(*) Comparativo resultados 1r Estudio 2015 y 2º Estudio 2016

EL ESTUDIO



+100

COMPAÑÍAS
ENCUESTADAS



+100

DIR. RRHH HAN
RESPONDIDO



BIG

+85% DE LAS
EMPRESAS TIENEN
+ 100 EMPLEADOS

26%
OTRO

13%
TECNOLOGÍA Y
TELECOMUNICACIONES

SECTOR

15%
INDUSTRIA
Y ENERGÍA

22%
GRAN CONSUMO

30%
SERVICIOS

06
07

RESULTADOS

01



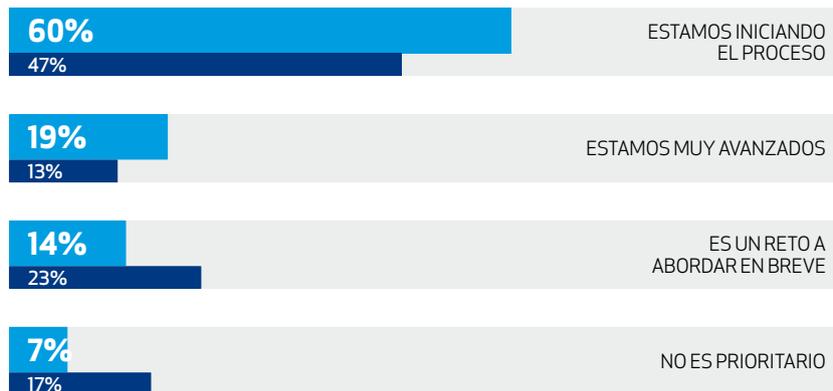
MOMENTO DE LA TRANSFORMACIÓN

Las empresas están afrontando el reto de forma mayoritaria.

En un año la evolución es muy significativa, ya que un 79% afirma haber iniciado el proceso o estar en una fase avanzada de su transformación digital en RRHH.

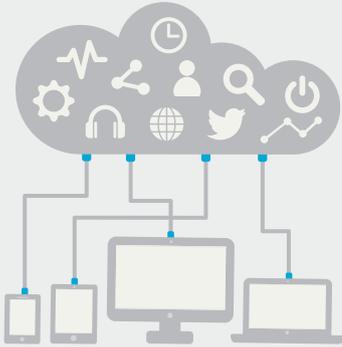
Son ya muy pocas las compañías que no están sensibles a este cambio.

¿En qué momento de la transformación digital os encontráis?



2016 ■ 2015

02

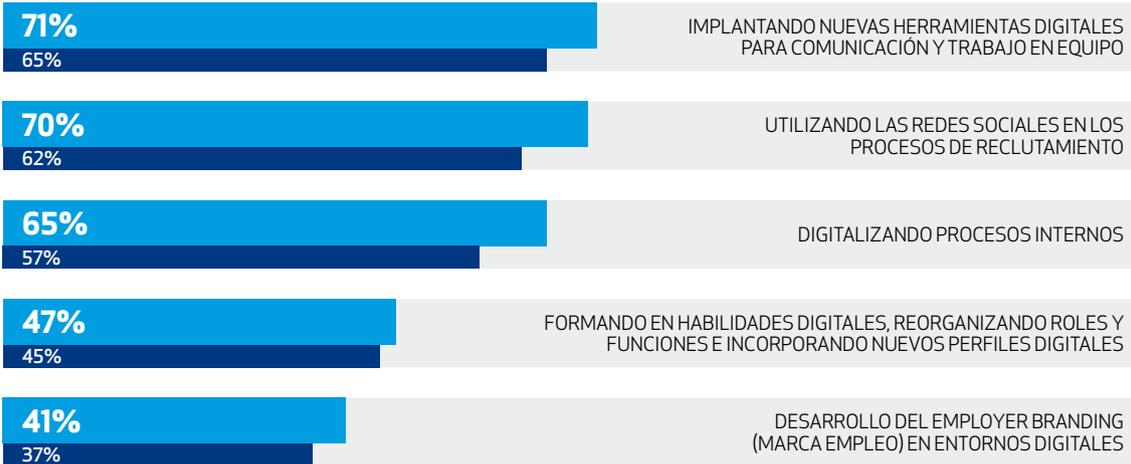


INICIATIVAS

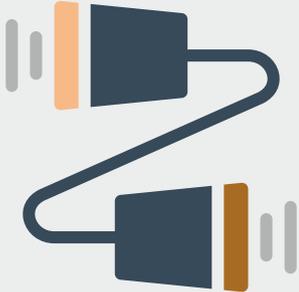
Las iniciativas se centran en el uso de herramientas digitales de comunicación interna/trabajo en red y el uso de redes sociales para la captación del talento.

Persiste además una clara tendencia de crecimiento en todos los ámbitos, que muestra que las empresas están apostando y abordando iniciativas digitales con foco organización y personas.

¿Tenéis en marcha alguna de las siguientes **iniciativas de Transformación Digital en RRHH?**



2016 ■ 2015



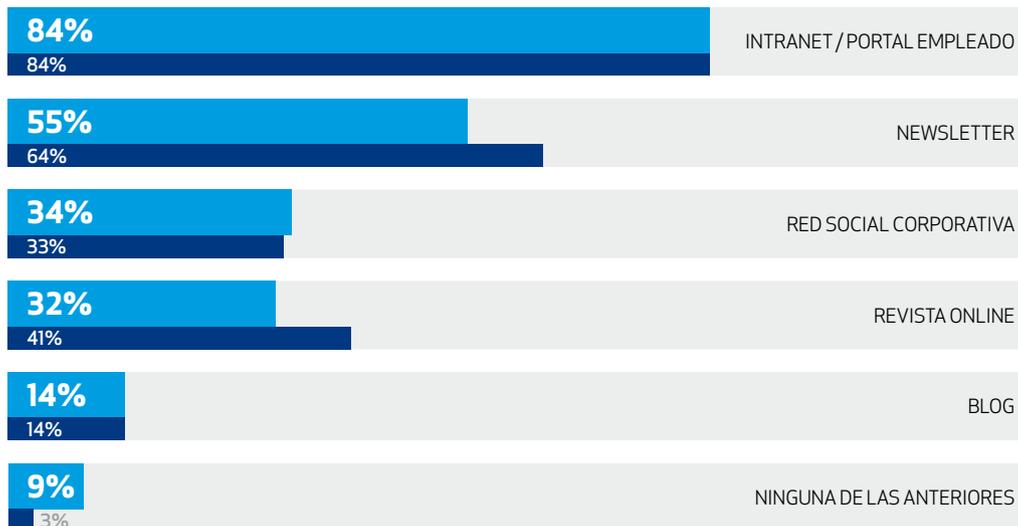
COMUNICACIÓN INTERNA

Los canales digitales de comunicación unidireccional siguen imponiéndose a otras vías más abiertas al feedback y a la colaboración.

Intranets, portales de empleados y newsletter son las más utilizadas.

No obstante, a continuación se posicionan ya las Redes Sociales Corporativas, por lo que se consolida la tendencia de innovación de las empresas hacia herramientas más horizontales y colaborativas.

¿Para la **comunicación interna** de tu empresa, ¿qué canales utilizáis?



2016   2015

04

REDES SOCIALES CORPORATIVAS

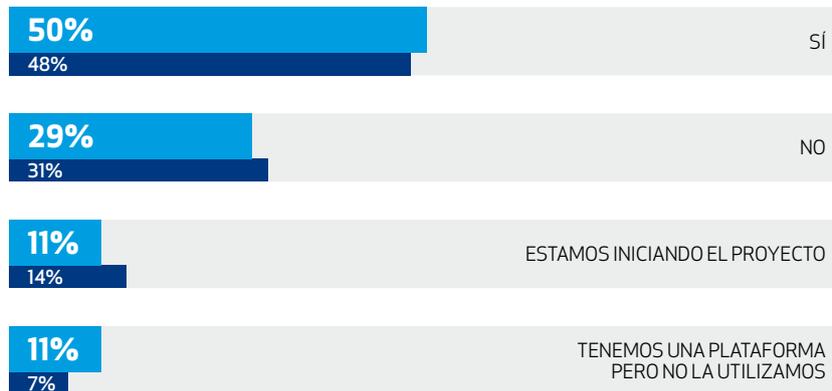
El uso de las Redes Sociales Corporativas (redes internas y privadas para los empleados) sigue creciendo.

No obstante, también aumenta el porcentaje de empresas que afirman contar con una plataforma y no utilizarla.

Este dato refuerza una premisa muy clara: sin gestión del cambio y una buena estrategia de acompañamiento e impulsión, no hay adopción. El reto no radica en tener la herramienta y la tecnología, sino en las personas y el cambio en su forma de trabajar.



¿Para el **trabajo en red**, ¿utilizáis una Red Social Corporativa (red interna y privada para empleados)?



2016   2015

05



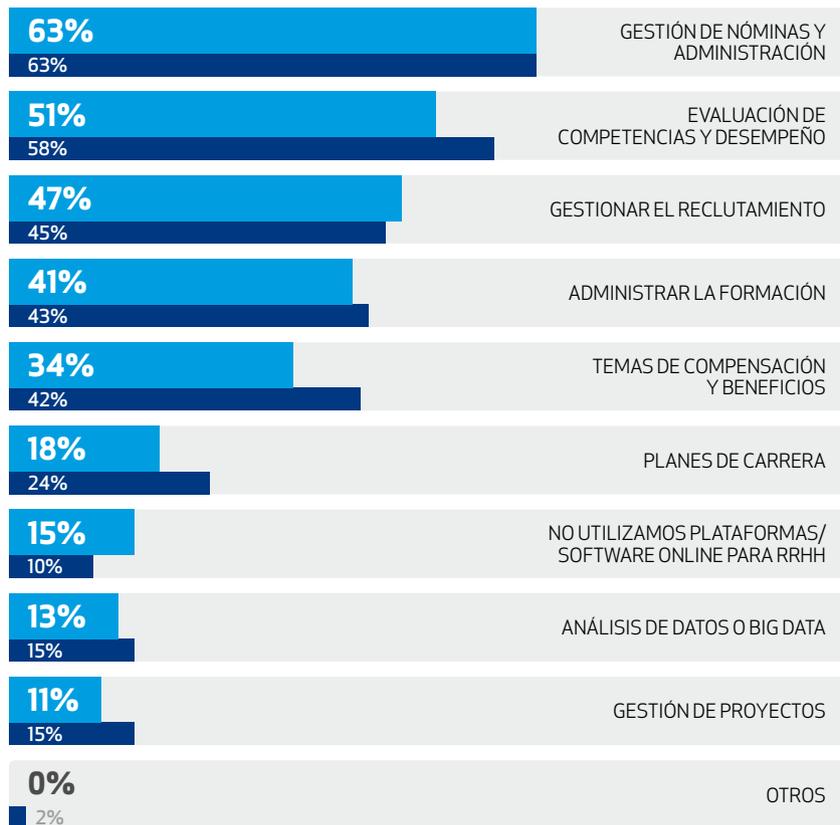
SOFTWARE RRHH

Todas las compañías utilizan algún software de RRHH.

La utilización de estos sistemas sigue centrándose en automatizar los procesos clásicos.

Sólo una pequeña parte aprovecha las posibilidades para la gestión de proyectos y Análisis de datos / Big data, y no parece que sea todavía una tendencia en alza.

¿Utilizáis plataformas / softwares online para RRHH? ¿Para qué las utilizáis?



2016   2015

06



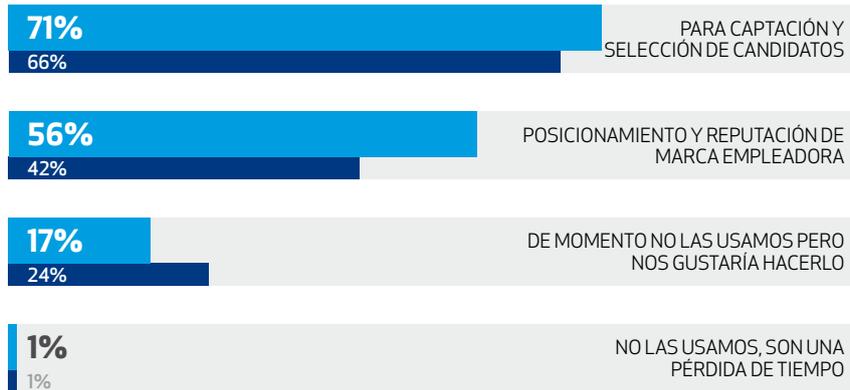
SOCIAL MEDIA

El 82% de las empresas utilizan las redes sociales en su estrategia de RRHH.

Su uso sigue creciendo en la captación y selección de talento.

En este estado de buena salud del Social Media en RRHH destaca de forma significativa el uso como palanca de Employer Branding, ayudando a posicionar la marca empleadora de las compañías y a mejorar su reputación.

Hablemos de **social media**, ¿cómo utilizáis las redes sociales en RRHH?



2016   2015

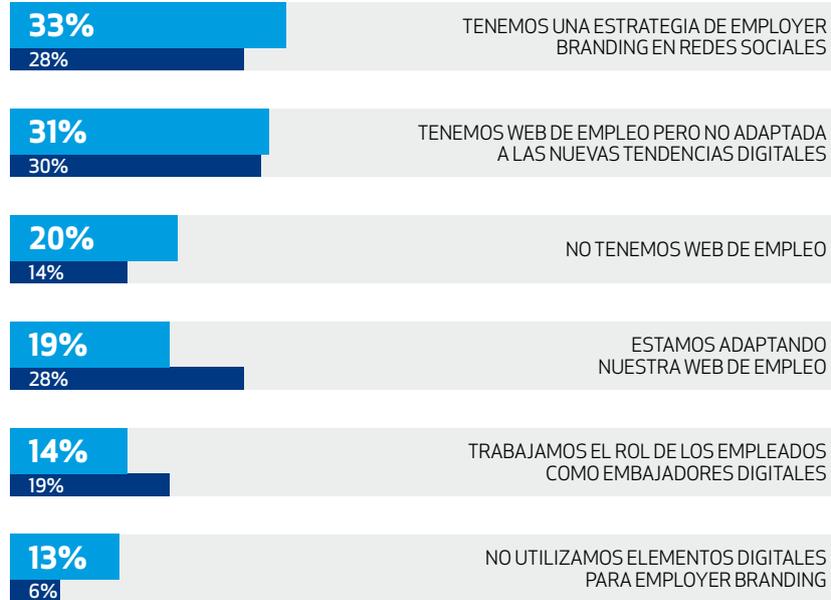


EMPLOYER BRANDING

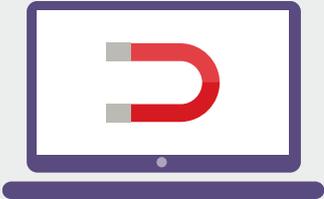
Aumenta discretamente el número de compañías que cuentan con estrategias de employer branding en redes sociales, y también aquellas que tienen web de empleo adaptada a las nuevas tendencias digitales.

Este ámbito continua siendo la asignatura pendiente en España. Muchas empresas no están aprovechando el potencial de los ámbitos digitales para atraer el talento, ni el rol de sus empleados como embajadores de marca.

Employer Branding en los nuevos entornos digitales



2016   2015

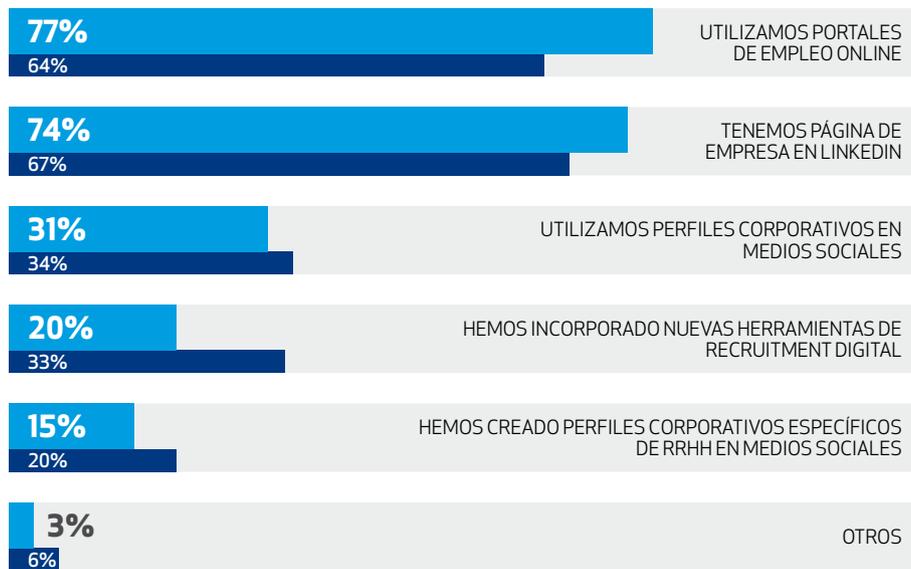


E-RECRUITMENT

Las empresas siguen utilizando como canales principales los portales tradicionales de empleo on line y su página corporativa en LinkedIn.

Se mantiene poco avance en las nuevas tendencias que marcarán el futuro, como son: el uso de perfiles específicos de RRHH en redes sociales, y la utilización de nuevas plataformas de recruitment digital, que están apareciendo en el mercado.

Recruitment digital: ¿utilizáis medios digitales para llegar al mejor talento?



2016 ■ 2015



FORMACIÓN

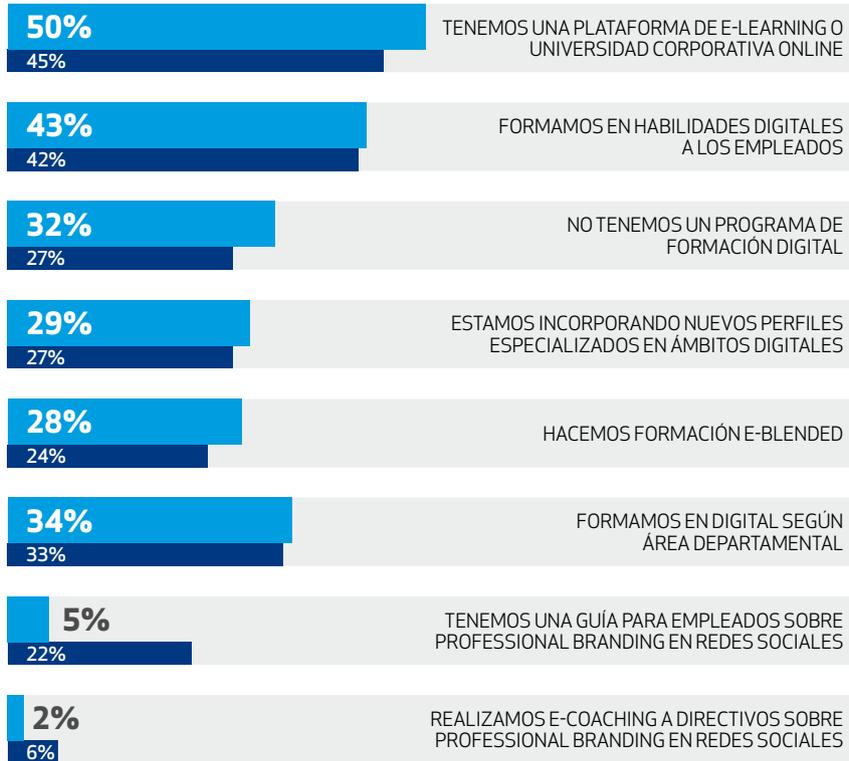
Se observa un crecimiento y tendencia al alza en el desarrollo de herramientas digitales que facilitan la formación de los empleados. Casi la mitad de las compañías cuentan con plataformas de e-learning, universidades corporativas o formación e-blended.

Crece la incorporación de perfiles especializados en ámbitos digitales.

Aún estamos lejos de una clara apuesta de las empresas por formar a los equipos internos en habilidades digitales especializadas según áreas departamentales.

Tema clave en el futuro para aquellas empresas que quieran abordar con éxito su proceso de transformación y adaptación digital.

En cuanto a **formación**



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



incipy

your digital
strategy partner

Con la colaboración de:



inesdi
Digital Business School



indigital
Advantage

Partner:

Capital Humano360

Mireia Ranera | Directora Employee Digitalization en Incipy | ✉ mranera@incipy.com | 🐦 [@mranera](https://twitter.com/mranera)