



INCIPY

DIGITAL DISRUPTION
PARTNER

7º ESTUDIO EN ESPAÑA

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN RRHH

2022



ÍNDICE

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



01

OBJETIVO



02

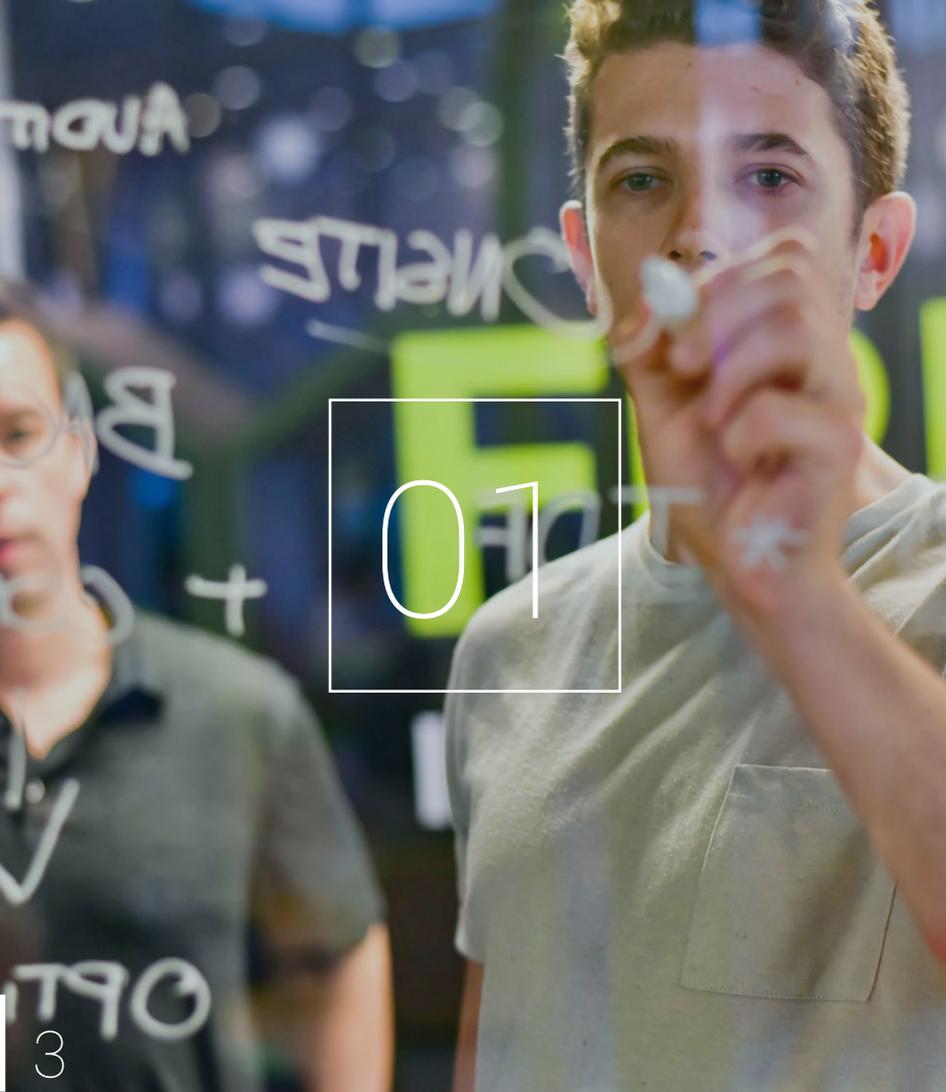
EL ESTUDIO



03

RESULTADOS





Objetivo

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

(*) Comparativo resultados 6º estudio **2021** y 7º estudio **2022**





El Estudio



+100

DIR. RRHH HAN
RESPONDIDO



+100

COMPAÑÍAS
ENCUESTADAS

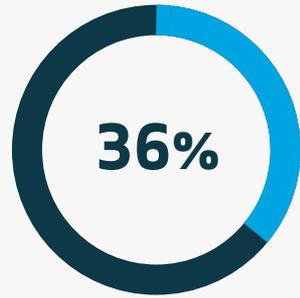


BIG

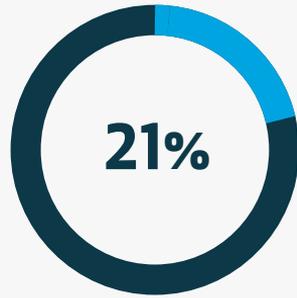
+75% DE LAS
COMPAÑÍAS TIENEN
+100 EMPLEADOS



GO | Sector



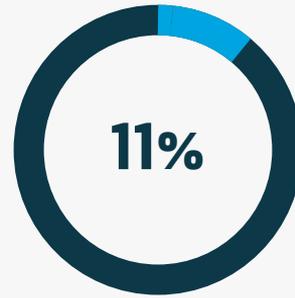
Servicios



Industria / Energía



Tecnología y
Telecomunicaciones



Gran Consumo



Otros



03

Resultados



ÍNDICE DE RESULTADOS

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

Resultados

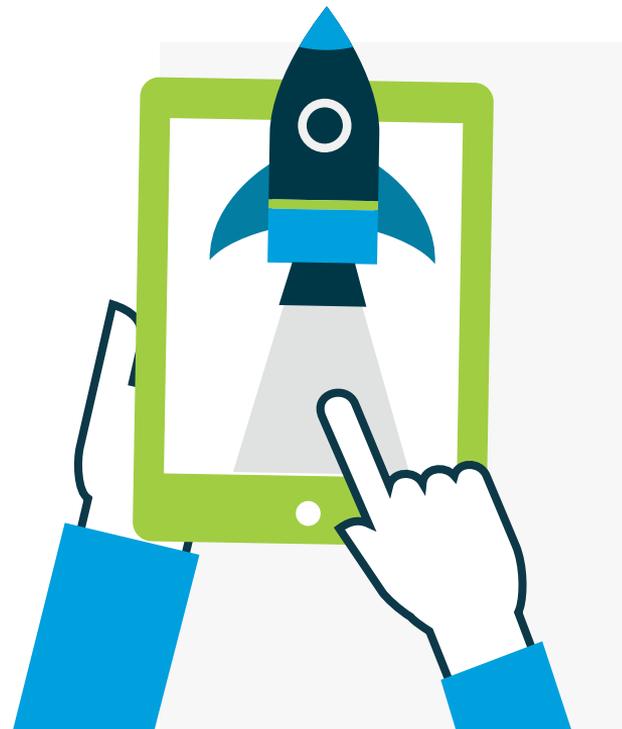
Momento de la transformación

Cifra récord en España con un 90% de empresas que están abordando el reto de la transformación digital en RRHH.

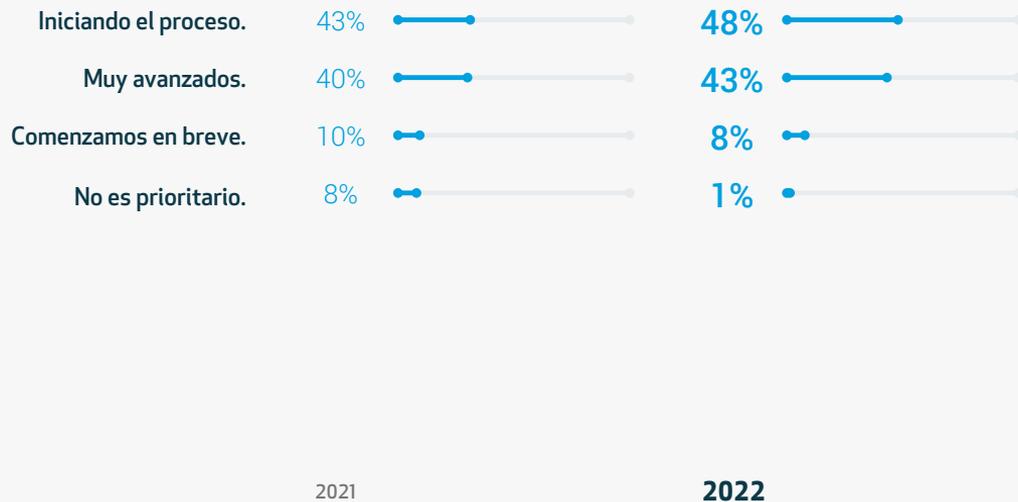
Entre ellas, un 48% en fase inicial (menos de 2 años en el proceso) y un 43% en una fase más avanzada (con un mínimo de 3 años trabajando en ello).

Ya solo un 8% están pendientes de abordarlo en breve, y la cifra del 7% que el año pasado afirmaba que no era prioritario, se ha reducido al 1%.

Datos espectaculares nunca alcanzados en los últimos 7 años en España, que confirman que las compañías son cada vez más conscientes de la necesidad de 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

Un 40% afirma estar definiendo una hoja de ruta, estratégica y global, que permita avanzar y alinear las diferentes iniciativas digitales de Transformación en RRHH.

Un dato que ha mejorado mucho en los dos últimos años y que muestra una mayor madurez del sector.

Las iniciativas más prioritarias han sido la “digitalización de procesos” y la utilización de “redes sociales en el reclutamiento”, seguidas de la “innovación en nuevas políticas de flexibilidad” y la implantación de “herramientas digitales de comunicación y colaboración”.

Crece la “formación en habilidades digitales”, la “reorganización de roles e incorporación de perfiles digitales” y las “metodologías ágiles”. Se mantienen como importantes iniciativas en la hoja de ruta: “el Employer Branding en entornos digitales”, y la mejora del “Employee Journey Map”.



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



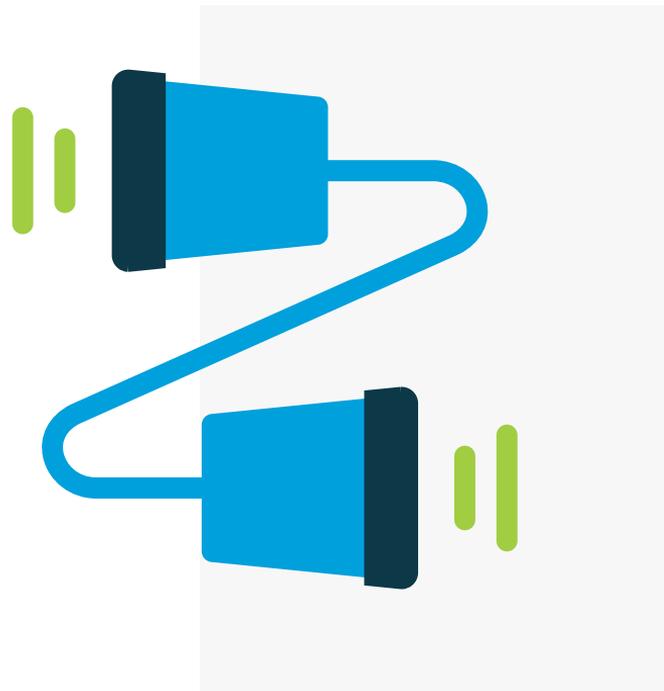
Comunicación Interna

Un 67% de empresas indican que los grupo/s en Teams han sido uno de los canales digitales más utilizados para la comunicación interna.

Sigue siendo un reto clave, en la mayoría de compañías, la modernización de las tradicionales intranets, usadas aún en un 59% y que necesitan evolucionar hacia Digital Workplace (o intranets sociales más avanzadas). Actualmente solo un 32% afirma tener estos nuevos espacios digitales que son claves para integrar la comunicación, el conocimiento, la colaboración y las aplicaciones corporativas.

Adaptar lo contenidos a un estilo más digital, visual, interactivo y colaborativo se mantiene en el ranking.

La newsletter (52%) sigue siendo un elemento importante y van descendiendo las revistas digitales, los blogs, y lógicamente la cartelería y señalética digital como consecuencia del teletrabajo.



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

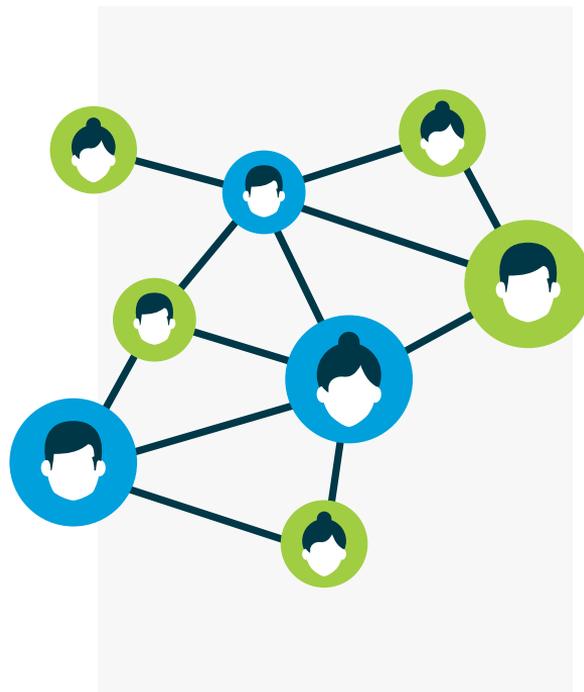


Redes Sociales Corporativas

El 80% de las empresas cuenta con redes sociales corporativas y/o soluciones de trabajo en red, pero con muy poco conocimiento y adopción de todo su potencial por parte de los equipos.

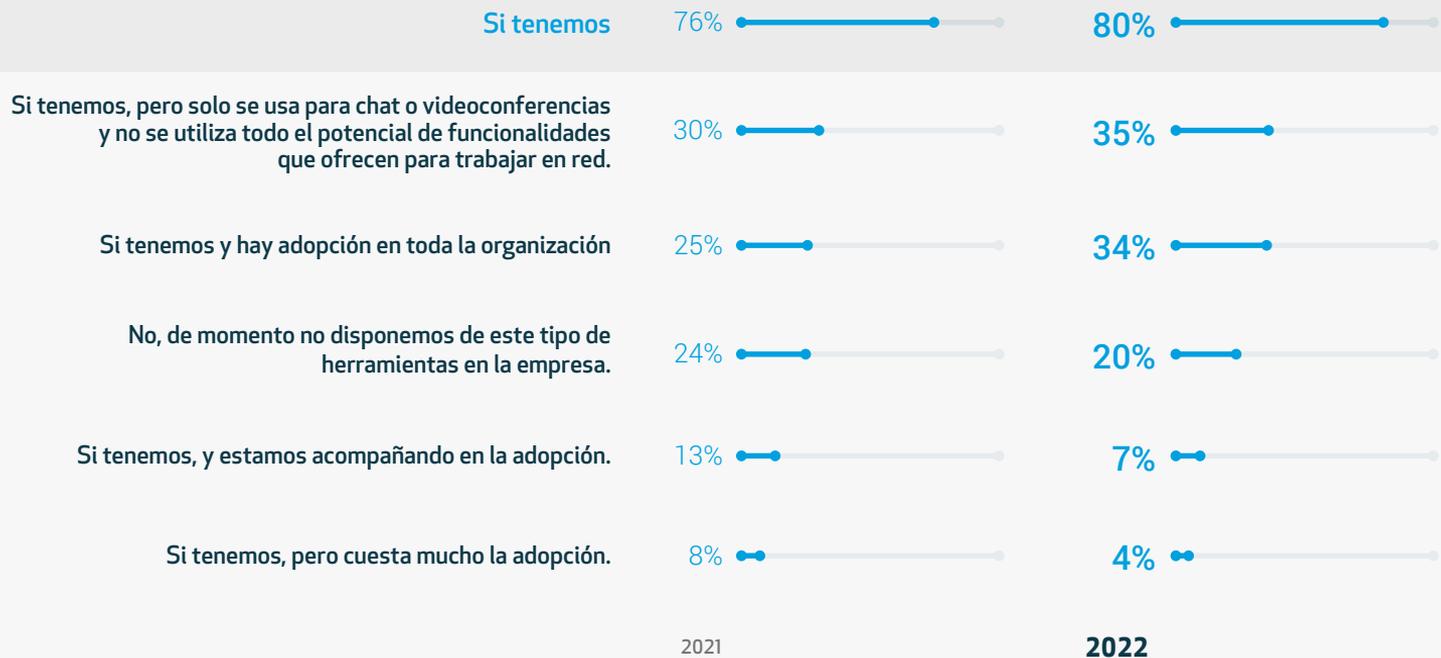
Sólo un 34% confirma que están siendo adoptadas por parte de toda la organización, y un 35% reconoce que se limita al uso de chat y videoconferencia y no se usa todo el potencial y funcionalidades que ofrecen estas plataformas para trabajar en red.

Datos que demuestran de nuevo que -para lograr una cultura digital con líderes que gestionen en remoto y con equipos que trabajen de forma productiva en red-, es necesario contar con una estrategia y plan de acompañamiento para asegurar la plena adopción y uso eficiente 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

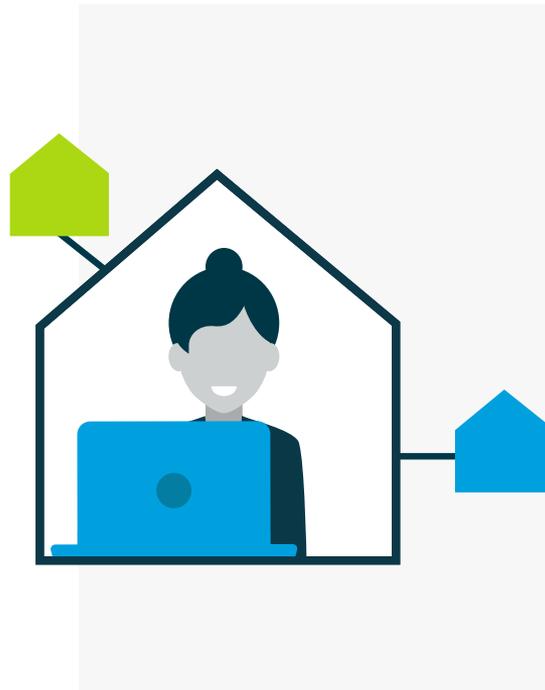
Remote Company & Flex Work

El 80% de las empresas implantará el teletrabajo en un escenario sin Covid y un 56% ya han digitalizado su política de flexibilidad con una aplicación digital para los empleados.

En el ranking de propuestas de flexibilidad que ofrecen las empresas: 2 días es la más habitual (28%), seguida de 3 días (16%) y del teletrabajo sin días establecidos (16%), con la de 1 solo día en 4ª posición (15%).

Más de un 75% confirma estar redefiniendo los espacios de oficina o espera hacerlo con actividades o iniciativas que fomenten el atractivo de trabajar desde la empresa y/o el encuentro de los equipos, así como, estar acompañando a líderes y empleados a trabajar en formatos híbridos de teletrabajo, o su deseo de hacerlo en breve.

En la misma línea sube la implantación de aplicaciones digitales para hacer fácil y atractiva la oficina, y que permite a los empleados gestionar digitalmente la reserva de mesas, espacios comunes, salas, cafetería, parking, turnos, conocer quién está en la oficina y dónde, fomentar encuentros...



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



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



¿Estáis redefiniendo los espacios de oficina con actividades o iniciativas que fomenten el atractivo de trabajar desde la empresa y/o el encuentro de los equipos?



¿Estáis acompañando a líderes y equipos a trabajar en formatos híbridos de teletrabajo?



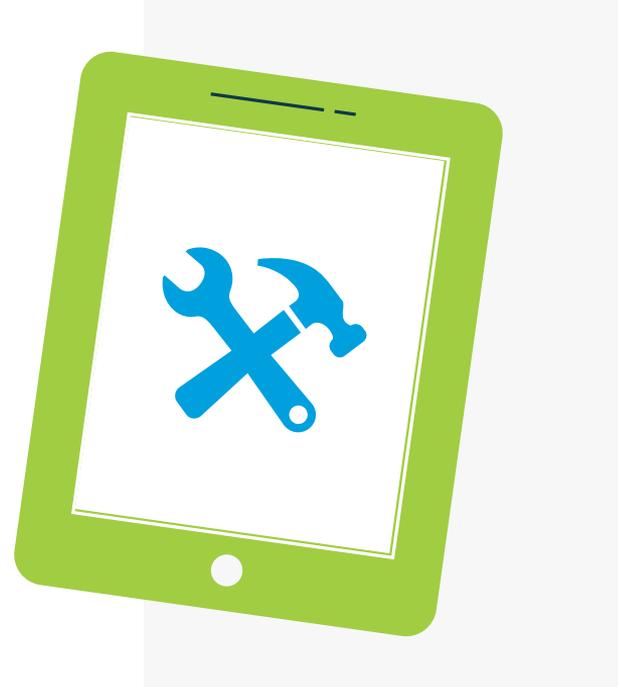
Software RRHH

Más del 85% de las empresas dispone de una solución digital HCM (Human Capital Management) que integra todos los procesos, o de softwares específicos de RRHH, pero con escaso uso del potencial de los datos.

Sube de forma muy leve el número de compañías que están trabajando la analítica en RRHH para recoger, analizar datos y usar modelos descriptivos, predictivos y prescriptivos (un 28%).

Aumenta también poco a poco, el número de empresas que cuentan con un responsable de HR Analytics en su equipo (un 19%). Posición, por tanto, que año a año se va afianzando.

Datos que van mejorando, pero que muestran claramente que falta aún visión de Data Driven desde las áreas de Recursos Humanos.



G7 | ¿Cuál es el nivel de digitalización de los procesos de RRHH? ¿Y el grado de medición y análisis?

Utilizamos plataformas digitales diferentes según el foco de actuación:

Formación, planes de carrera, desempeño, ...

33%

48%

Utilizamos una plataforma integrada HCM (Human Capital Management)

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

48%

40%

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

22%

28%

Tenemos responsable / perfil con las funciones de HR Analytics.

16%

19%

No utilizamos plataformas digitales o softwares para temas de RRHH.

22%

16%

2021

2022



Social Media en RRHH

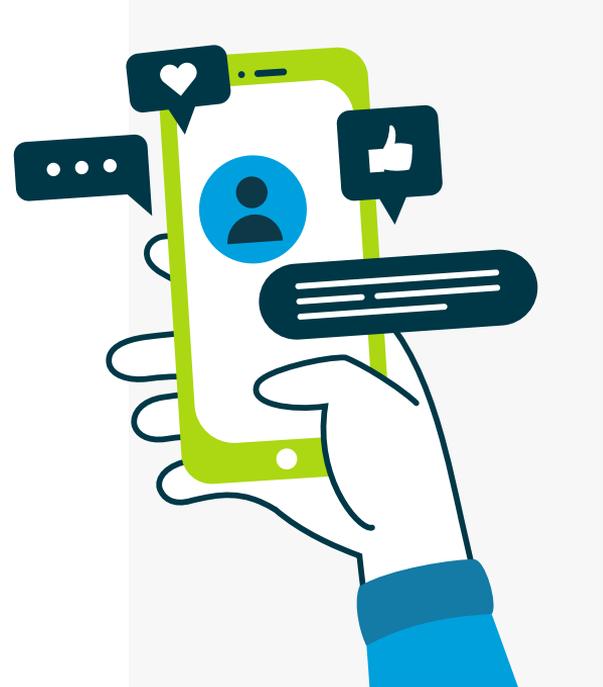
Sólo el 23% de las compañías confirma tener definida una estrategia en Social Media de RRHH, siendo LinkedIn la más utilizada para publicar contenidos de RRHH.

Un 67% publica en el perfil corporativo de LinkedIn los contenidos con foco personas y organización, y un 37% también aprovecha los perfiles de la compañía en otras redes sociales (Twitter, Facebook o Instagram).

Aún un 21% de las empresas no utiliza las redes sociales como canal para compartir contenidos de RRHH.

Alentador aumento de empresas que están creando perfiles corporativos específicos de RRHH en redes sociales (16%).

Leves avances que permitirán a RRHH conocer, experimentar y testar el potencial de estos canales sociales y digitales desde las áreas de personas para llegar a todos los stakeholders.



G8 | Hablemos de Social Media, ¿cómo utilizáis las redes sociales en RRHH?



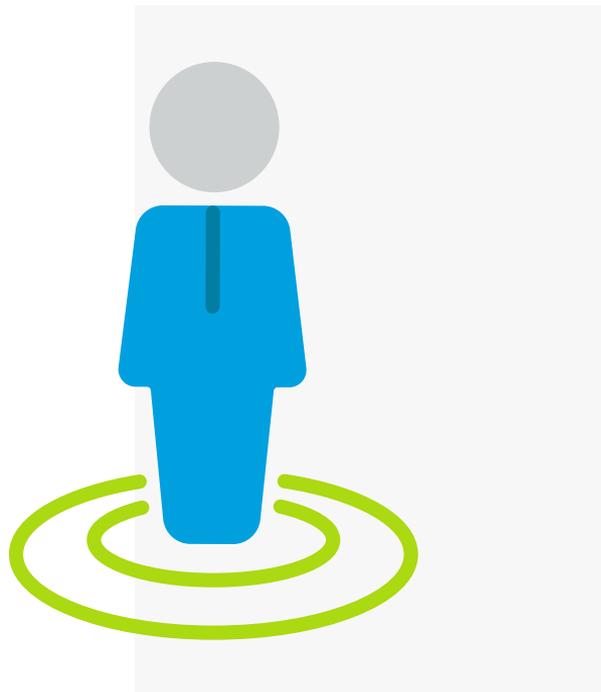
Employer Branding

Un número considerable de empresas (39%) afirma no tener adaptada aún su web / sección de empleo a las tendencias digitales, y un 25% continúa sin tener definida su estrategia digital de Employer Branding.

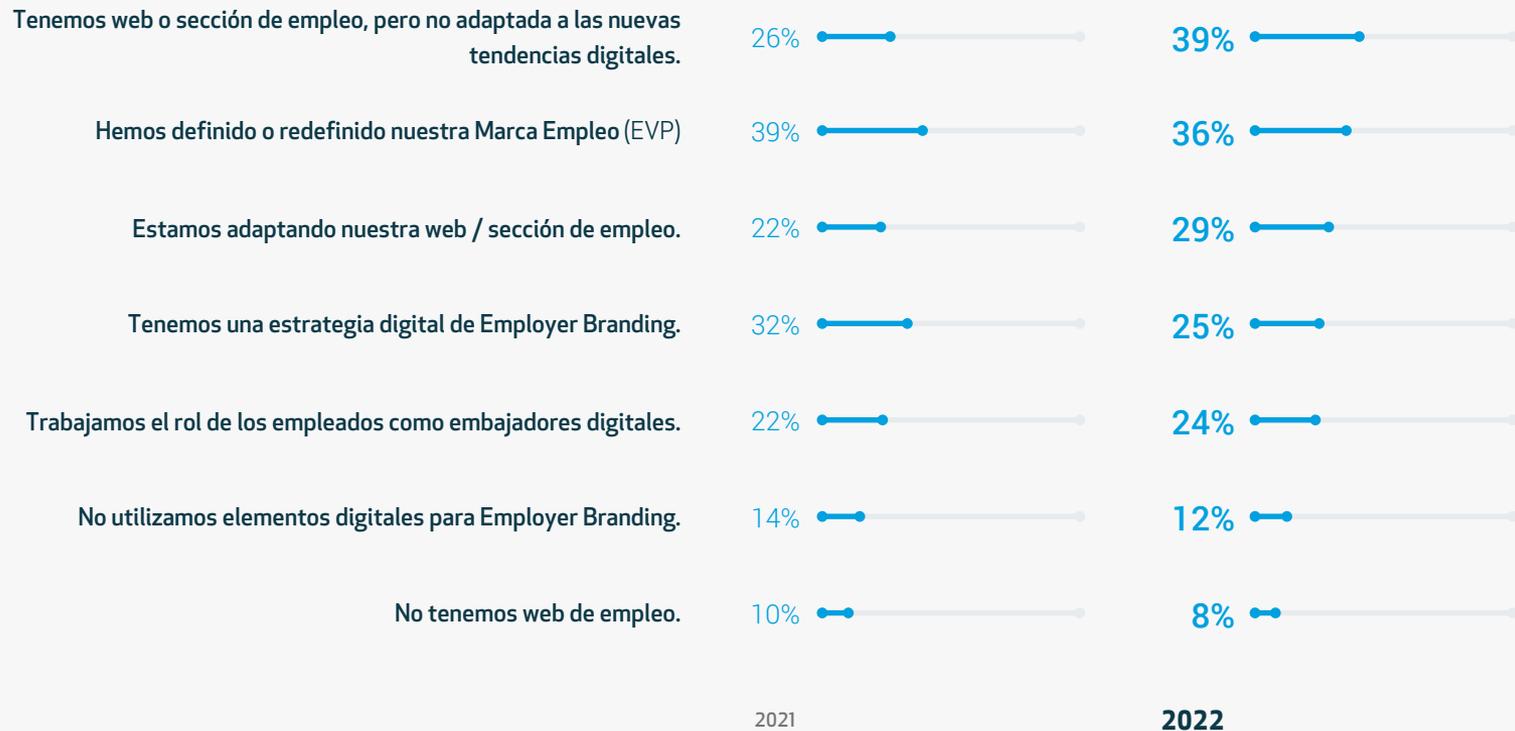
Estas cifras siguen evidenciando que todavía queda mucho trabajo por hacer, y que el digital employer branding sigue siendo una asignatura pendiente en España.

A pesar de ello, un 36% de compañías se encuentre definiendo o redefiniendo su EVP (Employee Value Proposition) y su marca empleadora, y un 29% está en el proceso de adaptar su web de empleo. También se empieza a considerar algo más el rol de los empleados como embajadores digitales (24%).

Claros ejemplos de que las empresas se están concienciando de la importancia de comunicar y expandir el atractivo de la marca empleadora, para el talento actual, potencial y todos los stakeholders..



G9 | Employer Branding en los nuevos entornos digitales



eRecruitment

El 60% de las empresas sigue manteniendo las videoconferencias para las entrevistas de selección, y un 32% utiliza pruebas y tests digitales en sus procesos.

El uso de LinkedIn para la publicación de ofertas de empleo sigue siendo el canal principal (79%), seguido de los portales de empleo (67%), y sigue consolidándose como una opción interesante (25%) la publicación en otras redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook...).

Van apareciendo con fuerza Glassdoor o Indeed (19%), como 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.

La utilización de un ATS (Applicant Tracking Systems) para la gestión del proceso de selección de candidatos es actualmente utilizada por un representativo 40% de empresas.



G10 | Digital recruitment: ¿utilizáis medios digitales para llegar al mejor talento?



Formación

Un 55% forma a los empleados en habilidades digitales, pero sigue habiendo un 21% de empresas que afirman no tener un programa de formación digital.

Aumenta el número de compañías que está incorporando nuevos perfiles especializados en ámbitos digitales (43%)

Así mismo, un representativo 40% está abordando programas de upskilling (para optimizar el desempeño) y de reskilling (para reciclar a algunos empleados en nuevos puestos). Y un 11% está evaluando y midiendo el GAP Digital de directivos y empleados.

Clara tendencia en un momento clave de redefinición y transformación digital de los líderes y empleados, para afrontar con éxito los nuevos retos de trabajo y los futuros escenarios de negocio.



G11 | A nivel de formación...





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

indeed

 **indigital
Advantage**

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.*

