

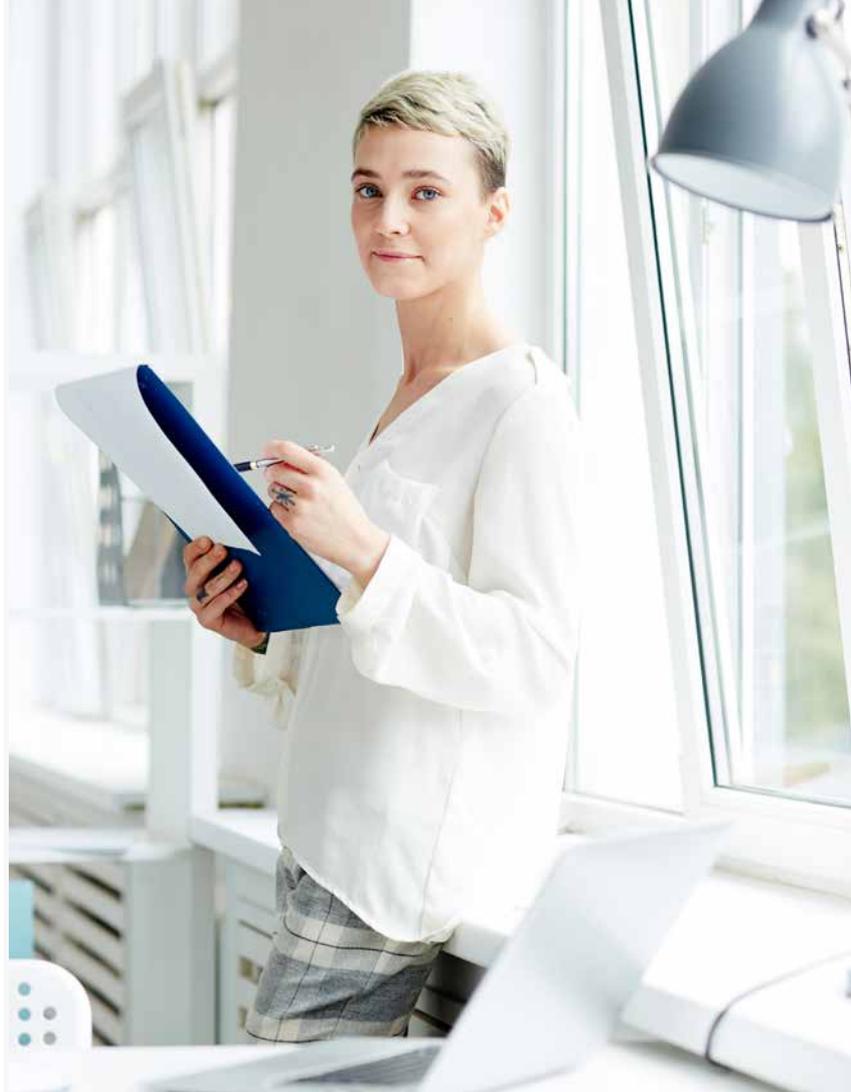


INCIPY

DIGITAL DISRUPTION  
PARTNER

# EL ROL DE RRHH EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS EMPRESAS

1  Años creando valor



# ÍNDICE

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



TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL



EMPLOYEE  
EXPERIENCE



CULTURA  
DIGITAL



HOJA DE RUTA  
DIGITAL EN RRHH



DISRUPCIÓN  
TECNOLÓGICA  
EN RRHH





# Mireia Ranera

VP & Directora Digital HR  
INCIPY

## AUTORA

**Fundadora y Vicepresidente** en **INCIPY**, consultoría especializada en Transformación Digital, referentes y pioneros con 10 años de reputada experiencia y credenciales.

**Con más de 25 de trayectoria profesional**, ayudando a reconocidas empresas nacionales y multinacionales a liderar, impulsar y acelerar la **Transformación digital en RRHH**.

**Fundó y lideró** dos comunidades profesionales virtuales que fueron referentes en España **Secretariaplus.com** y **Directivosplus.com** y fue Directora de Marketing de **Adigital**, Asociación Española de la Economía Digital.

**Co-fundadora de empresas digitales** como **Inesdi**, **Digital Business School**, **Womensalia**, 1ª red social de mujeres profesionales, e **Indigital**, Headhunting perfiles digitales.

**Conferenciante y ponente** en foros y eventos sobre economía digital.

**Escribe en los Blogs:** **mujeresconsejeras.com** y "Líderes Digitales" en **Expansion.com**.





01

# Transformación Digital



## ¿Qué es la Transformación Digital?

En Incipy entendemos la transformación digital como la reorientación, global y holística de toda la Organización, hacia un modelo eficaz de relación digital en cada uno de los puntos de contacto de la **Experiencia del Cliente** (interno y externo).

Poniendo al **empleado** en el centro para involucrarlo y empoderarlo en la transformación, impulsando una nueva cultura digital, con formatos y canales de comunicación interna más sociales e interactivos, trabajando en red con herramientas colaborativas, innovando con metodologías ágiles y con estrategias de employer branding y engagement alineadas a los nuevos entornos digitales.

Abordando en definitiva, una **hoja de ruta digital** para transformarnos en organizaciones innovadoras, conectadas, transparentes, atractivas, flexibles y ágiles.



## RRHH, ¿nuevo rol transformador?

La **transformación digital** es una **transformación de negocio** para adaptarnos a los nuevos escenarios impactados por los cambios digitales. Una transformación que requiere incorporar lo digital para mejorar la experiencia tanto del cliente, con una visión "**customer centricity**", como la del empleado, con una visión "**employee centricity**".

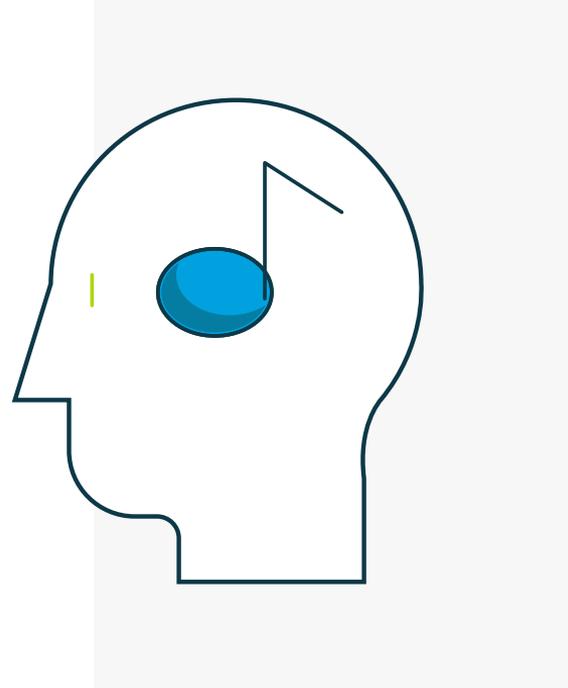
Las empresas que quieren sobrevivir y ser competitivas, necesitarán la visión y apuesta firme de la alta dirección para empoderar los cambios, que no se conseguirán sino involucramos y hacemos protagonistas activos en el proceso a nuestro **cliente interno, las "PERSONAS"**.



**RRHH**, expertos en gestión del cambio, transversalidad y personas, tiene un rol clave para liderar e impulsar el proceso de adaptación y transformación digital de la organización. Un rol impulsor con un nuevo foco más estratégico para acompañar a la organización hacia los nuevos retos de negocio.

Un papel clave en una reorientación que impacta a toda la organización y que requiere revisar la **visión**, la **cultura** y **reinventarnos**, con una actitud reactiva ante los cambios, aprovechando la revolución digital como una ventaja competitiva para:

- Adaptarnos como empresa a las exigencias y retos de los nuevos entornos.
- Ser atractivos como lugar para trabajar, para que nuestro actual talento quiera seguir con nosotros,
- Convertirnos en una opción interesante para el nuevo talento que necesitemos atraer.



02

# Employee Experience

# ¿Por qué es clave la experiencia del empleado?

## 1. Employee Centricity

Situar al **empleado en el centro** es la base para abordar los retos actuales en **RRHH**, con una nueva perspectiva basada en cómo **la innovación y las nuevas tecnologías** pueden mejorar la experiencia de los empleados.

Esta visión nos permitirá involucrarlo y empoderarlo en la **transformación digital** como parte activa, con nuevas herramientas de trabajo en red, formación, innovación, digitalización de procesos clave, nuevas estrategias de “employer branding” y “engagement” ...



## 2. Employee Experience (EX)

La clave está en mejorar y optimizar todas las **experiencias del empleado** en cada uno de los **puntos de contacto** con la empresa, en todas las **etapas y ciclo de vida con la organización**:

- Cuáles son los momentos clave con nuestros empleados.
- Cómo es la experiencia que están viviendo con nosotros.
- Cómo mejorarla.
- Cómo las nuevas tecnologías pueden ayudar a mejorar esta experiencia.

En la medida que mejoremos, midamos y monitoricemos dicha experiencia **incorporando lo digital**, estaremos preparados para abordar los retos de los nuevos escenarios, fuertemente impactados por **nuevas formas de trabajar, comunicarnos, relacionarnos, actuar...**



### 3. Employee Journey Map

La definición previa de un **mapa que analice todos los momentos clave** de nuestros empleados mientras interactúan con la empresa, desde el reclutamiento hasta la salida de la empresa (**Employee Journey Map**), nos permitirá diseñar la **Hoja de Ruta Digital** en **Recursos Humanos**.

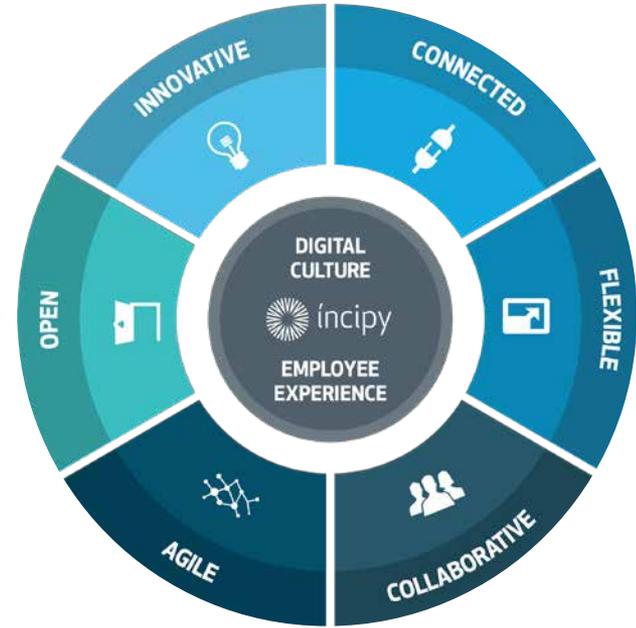
Se trata de identificar necesidades, expectativas, deseos, frenos, oportunidades de mejora... y definir, en base a ello y estratégicamente, un plan de acción y los correspondientes KPI's para optimizar y medir cada una de las etapas.

Solo si conocemos y entendemos la relevancia de las diferentes experiencias de un empleado en los diferentes momentos del ciclo de vida en nuestra compañía, podremos definir una **estrategia alineada a nuestra cultura y objetivos**, e identificar en qué **áreas debemos mejorar y actuar** para transformarnos, reorganizarnos y ser competitivos en la nueva era digital.





# Cultura Digital



# ¿Qué es la Cultura Digital?

Abordar la **TRANSFORMACIÓN DIGITAL** para ser competitivos en los nuevos escenarios digitales, requiere impulsar un proceso de cambio hacia una **CULTURA DIGITAL** y convertirnos en organizaciones:

1

## INNOVADORAS

En donde se potencia y facilita una cultura de innovación y de mejora permanente, incorporando la tecnología en nuestro mindsed y de manera continua. Una cultura interna de colaboración y de inteligencia colectiva para mejorar e innovar.

2

## TRANSPARENTES

Con apertura, horizontalidad y nuevas formas de comunicación interna y externa más interactivas y sociales.

3

## CONECTADAS

Más cerca de los clientes y consumidores en los nuevos canales digitales, y conectados a nivel interno para trabajar de forma co-creativa, colaborativa y productiva.

4

## FLEXIBLES

Con facilidad para adaptarse a un entorno cambiante y diferente.

5

## ÁGILES

Con rapidez y velocidad en la adopción de los cambios.



04

# Hoja de Ruta Digital en RRHH

# ¿Cómo abordar una Hoja de Ruta Digital en RRHH?

La **Transformación Digital** en RRHH, no es un reto tecnológico, sino un reto de **"PERSONAS"**, que requiere definir, impulsar y acompañar el proceso con una hoja de ruta digital.

Una **hoja de ruta estratégica** con aquellos **proyectos y palancas** que impulsen y aceleren el proceso de adaptación a los nuevos retos digitales, y nos ayuden a tener una **cultura más digital** y a convertirnos en organizaciones **innovadoras, transparentes, conectadas, flexibles y ágiles**.

Un proceso acompañado con **metodologías de adopción**, centradas en la experiencia del empleado, para que puedan interiorizar la cultura y el **"mindset"** digital en la implementación de todos los proyectos. Solo así los equipos se sentirán involucrados, empoderados y parte activa del proceso.

Será importante primero diagnosticar el gap real de nuestra organización y empleados en relación a los retos digitales, así como, identificar entre los proyectos e iniciativas en marcha, qué áreas clave de mejora o nuevos proyectos deberían incorporarse y cómo alinearlos.

Y en base a ello, crear una **Hoja de ruta de Transformación Digital**, completa e integrada, que defina estratégicamente los **proyectos, fases y metodologías** necesarias para acelerar y acompañar el proceso de cambio.

# ¿Qué palancas potencian la Cultura Digital?

Las **palancas** que permiten acelerar el **proceso de transformación y adopción** a una cultura adaptada a los entornos digitales son:



## LIDERAZGO DIGITAL

Para empoderar a los equipos, dar ejemplo y compartir los nuevos retos digitales de la compañía de una forma más horizontal y participativa.



## HERRAMIENTAS COLABORATIVAS

Para aprender a trabajar en red, de forma colaborativa y eficiente, gestionando proyectos y equipos en remoto, a través de herramientas digitales y colaborativas de trabajo, para ser más productivos, más flexibles y ágiles.



## COMUNICACIÓN INTERNA DIGITAL

Con formatos, canales, aplicaciones digitales y estilos de la comunicación más sociales e interactivos, y evolucionando las tradicionales intranets a Digital Workplaces, espacios digitales inteligentes que mejoran la comunicación, el acceso al conocimiento y los procesos de trabajo.



## DIGITAL EMPLOYER BRANDING

Para definir de forma co-creativa el “cómo queremos ser y cómo queremos que nos vean”, potenciando el orgullo y rol de embajadores para atraer nuevo talento.

# ¿Qué palancas potencian la Cultura Digital?



## **METODOLOGÍAS “AGILE”,**

Reorganizando roles, funciones y estructuras organizativas e incorporando y adaptando metodologías ágiles e innovadoras, para trabajar con mayor eficiencia y productividad.



## **FORMACIÓN DIGITAL**

Para aprender “on going” nuevas habilidades y disciplinas para afrontar con ilusión los nuevos retos.



## **FLEX WORK & REMOTE COMPANY**

Para impulsar y adaptarnos a nuevas políticas de flexibilidad y a nuevos modelos de teletrabajo y trabajo en remoto, mejorando la productividad y la experiencia del empleado.



## **VISIÓN “DATA DRIVEN”,**

Para escuchar, medir, analizar... y ser más estratégicos en el proceso de cambio y en la toma de decisiones.



# Liderazgo Digital

Las organizaciones necesitan un **nuevo tipo de liderazgo** basado en los nuevos valores emergentes, para empoderar y **apoyar la transformación digital** y conseguir:



## Líderes con visión

que apuesten por los nuevos medios digitales, más cercanos, reales, transparentes, potenciadores e impulsores de la relación, la conversación y la colaboración, para fomentar que todos en la organización contribuyan y aporten.



## Empresas con más diálogo

transparentes, más creíbles, más abiertas, más innovadoras y ágiles para adaptarse a los nuevos cambios.



## Empleados con más autonomía

más partícipes y colaboradores de las decisiones estratégicas de la compañía, porque será en la diversidad y la participación de todos donde las empresas encontrarán el potencial para innovar y ser más competitivas.

El líder empresarial, social o político del s. XXI, tiene la responsabilidad de ser parte activa de un momento clave para la humanidad y de actuar de manera íntegra y honesta. Para ello debe adquirir el **conocimiento digital y tecnológico y las competencias clave** para desplegar una visión estratégica que le permita identificar cómo el futuro puede impactar en los resultados de su organización.

### **IMPULSOR DE PERSONAS**

Liderar, atraer, motivar y desarrollar talento y equipos multidisciplinares y con alta diversidad.

### **INNOVADOR Y AGILE**

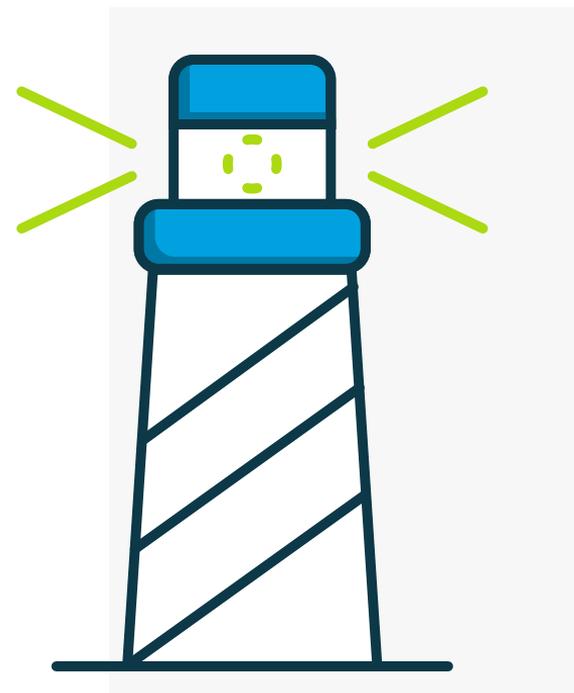
Impulsar permanentemente la innovación, gestionar en la incertidumbre y responder el cambio de manera permanente colaborando con empleados, usuarios o clientes o ciudadanos y stakeholders.

### **LIDERAZGO EN RED**

En un entorno conectado y transparente, los nuevos líderes deben tener altas competencias para saber comunicar y relacionarse especialmente en entornos digitales.

### **LIDERAZGO BASADO EN DATOS**

En una economía digital y conectada los líderes deben aprovechar el valor de la toma de decisiones basadas en datos.



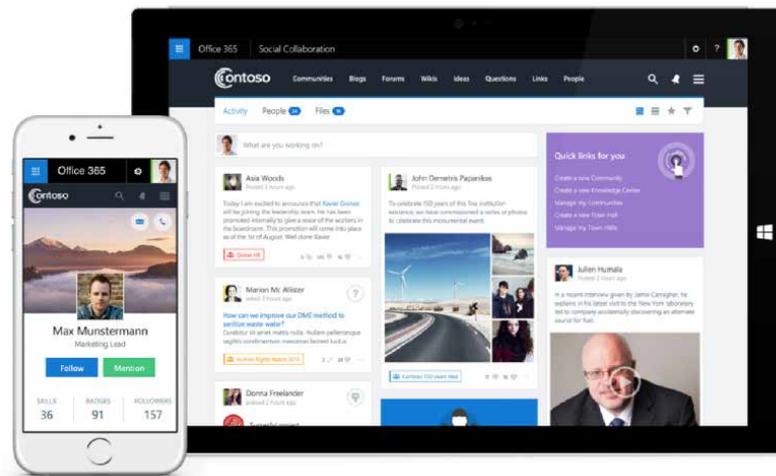
# Comunicación Interna Digital

Los actuales escenarios impactados por lo digital, están **transformando la manera de comunicarnos y relacionarnos** con todos los **stakeholders** y de forma muy especial con nuestros **empleados**.

Las empresas tienen que abordar un proceso de cambio hacia una **Comunicación Interna** adaptada a **nuevos estilos, formatos y canales digitales**.

Hemos de virar de estrategias de **comunicación interna "push"**: yo empresa te comunico, te informo, te cuento, te envío a **estrategias "pull"**: yo empresa pongo a tu alcance la información que necesitas y te facilito encontrarla.

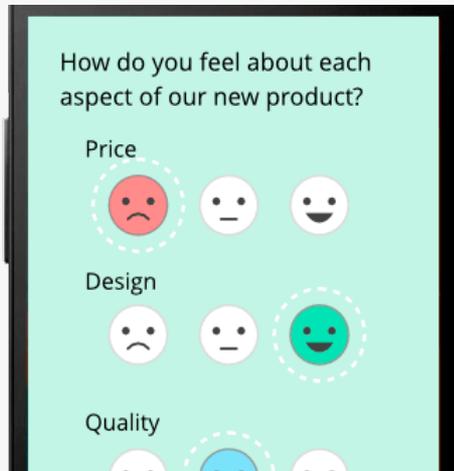
La clave es evolucionar de las Intranets tradicionales a intranets más avanzadas, sociales e interactivas, como un **Digital Workplace**, escritorio único desde donde acceder a todas las herramientas, plataformas, herramientas internas: intranet, aplicaciones, programas, red social corporativa y cualquier tipo de herramienta corporativa al servicio del empleado.



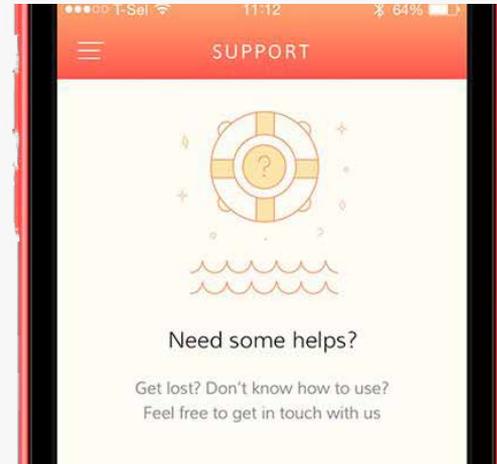
Una **comunicación bidireccional e interactiva** que también deberemos evolucionar con el uso de **apps** para encuestas a empleados con **“feed-back”** en tiempo real y con resultados transparentes para todos; para gestiones de gastos o **procesos internos**; para programas de **onboarding**, etc.

Pero no sólo es necesario cambiar y mejorar canales, sino transformar los formatos de los contenidos internos. Para captar la atención es clave transformar el **“cómo comunicamos”** y adaptarnos a una comunicación interna con un **estilo más digital, visual y colaborativo**.

## Feedback



## Support





## De la Intranet al Digital Workplace

Un **Digital Workplace** es un espacio digital inteligente que mejora la **Comunicación**, la **Colaboración**, el acceso al **Conocimiento** y la productividad en los **Procesos** en la empresa.



### COMUNICACIÓN

Vista unificada de lo que pasa en la compañía: noticias, eventos, conversaciones, comunicados... visuales, modernos y atractivos.

Comunicación bidireccional con comentarios y likes.

Con segmentación de contenidos por audiencias, multidioma, móvil... y con editores de contenidos fáciles y ágiles.



### CONOCIMIENTO

Acceso fácil e intuitivo al conocimiento interno y contenidos corporativos.

Acceso ágil a expertos internos.

Inteligencia artificial que se adecua a los intereses y necesidades de los empleados, (machine learning).



### COLABORACIÓN

Plataformas que incluyen las funcionalidades de una Red Social Corporativa para potenciar la colaboración y el trabajo transversal, a través de comunidades y grupos en red, para compartir y colaborar en base a temáticas, proyectos, iniciativas globales, locales...



### PROCESOS

Con acceso centralizado a todas las aplicaciones, herramientas, y servicios corporativos.

Workflows inteligentes que se customizan según el empleado.

Chatbots que dan respuesta a dudas internas.

Implantar un Digital Workplace **no es un desafío tecnológico**, aunque la tecnología importa y es el gran facilitador.

Es un **reto de transformación cultural**. Un proyecto transversal, que **rompe barreras, silos y jerarquías**.

Un proyecto que ayuda a responder a los desafíos de negocio y a las necesidades de los empleados.



# Herramientas Colaborativas

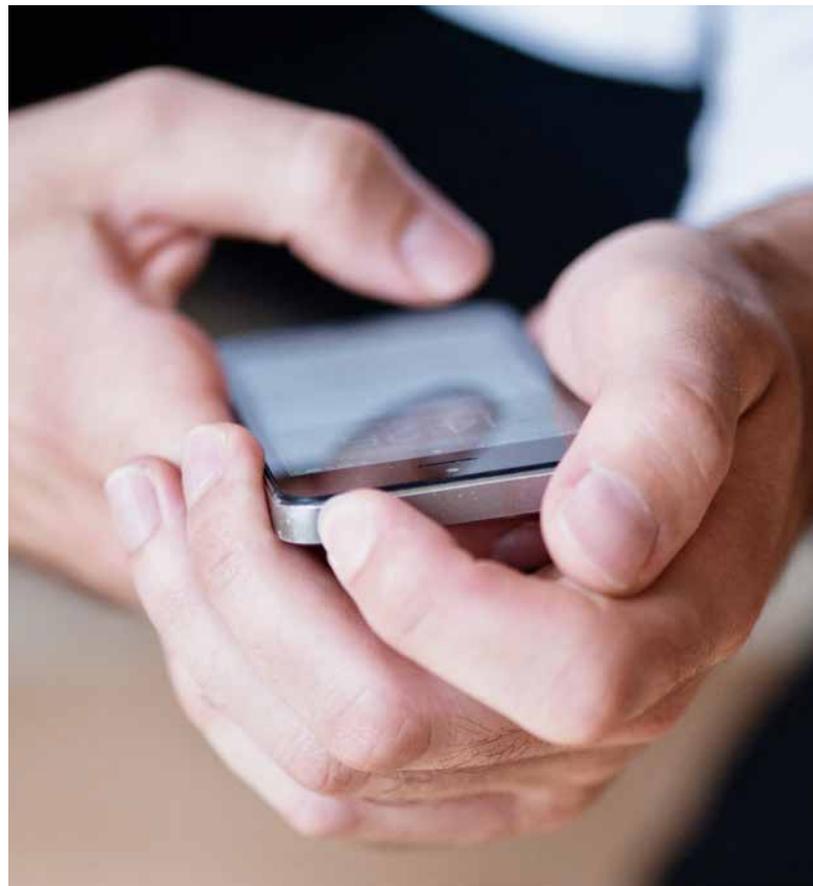
Las **Redes Sociales Corporativas** (yammer, beezy, unily, google for work, workplace...) o **Aplicaciones colaborativas de trabajo** (Office 365/Teams, Google G Suite...) son plataformas internas y privadas para empleados, que actúan como palancas claves de innovación, adaptación al trabajo en red y transformación digital en las compañías:

- Fomentan la inteligencia colectiva, la colaboración, el conocimiento compartido e incrementan la productividad (en un 25% según Gartner).
- Se convertirán en las principales herramientas de trabajo y comunicación en las organizaciones (Forrester, McKinsey y Gartner).



## ¿Qué aporta una Red Social Corporativa o Aplicación Digital Colaborativa?

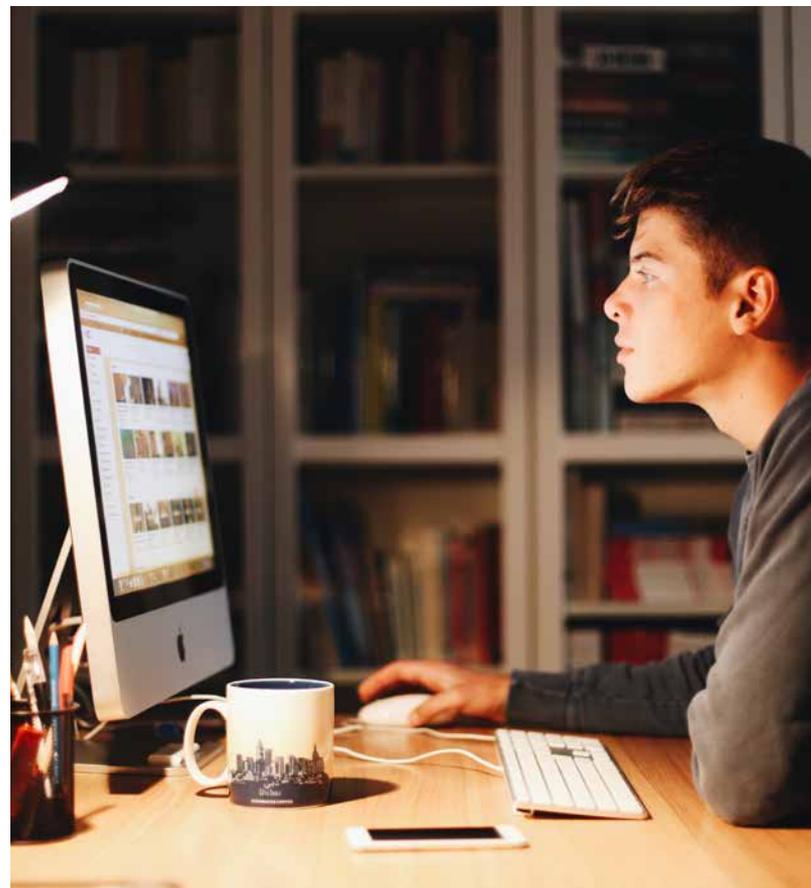
- Consigue que fluya el conocimiento entre departamentos, negocios y países.
- Fomenta la cultura de participación, compromiso y colaboración.
- Agiliza la comunicación interna, coordina y unifica esfuerzos.
- Mejora la productividad y efectividad en los procesos.
- Potencia la relación entre empleados y el orgullo de pertenencia.
- Identifica y potencia el talento interno.
- Preserva y cultiva los valores y objetivos de la compañía.



**Las redes sociales corporativas actúan como palancas de cambio, innovación y trabajo en red.** Su implantación facilita el entendimiento del entorno digital y la integración de una cultura más flexible y horizontal.

Implementarlas **no supone un reto tecnológico.** La tecnología es un elemento facilitador. Es un **reto de adopción, de gestión del cambio** hacia una cultura colaborativa, horizontal y de trabajo en red.

Un reto que requieren un plan de adopción, impulsión y dinamización que traslade internamente la mentalidad digital, y consiga las ventajas asociadas a estas herramientas.



## Claves para implantarlas con éxito:

1

**Elegir una plataforma tecnológica.** El mercado ofrece una gran oferta de plataformas listas para usar y fáciles de integrar con los sistemas internos. Es importante involucrar en el proyecto el **Departamento de IT** y seleccionar conjuntamente aquella que **mejor se adapte a nuestros objetivos y necesidades.**

2

**Lanzar el proyecto a grupos piloto representativos** y estratégicos, definiendo objetivos concretos e identificando beneficios específicos y tangibles para el usuario y la organización.

3

**Definir una estrategia y metodología** de adopción que permita identificar frenos y oportunidades, validar el plan e ir extendiendo paulatinamente la iniciativa a toda la organización.

4

**Impulsar, dinamizar y acompañar** la adopción.

5

**Contar con el apoyo de la Dirección** para empoderar el proyecto.

# Digital Employer Branding

Internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías están transformando el cómo comprometer al **talento interno** y el cómo atraer al **nuevo talento**. Ya no somos lo que dicen nuestras campañas publicitarias, sino lo que se percibe de nosotros en los entornos digitales. Ahora nuestra **“marca como empleadores”** (Employer Brand) requiere de nuevas fórmulas y estrategias de **employer branding** adaptadas a un nuevo empleado y candidato que ahora se mueve e interactúa en los entornos digitales.



## ¿Qué quiere este nuevo perfil de candidato?

Conocer más la empresa, que ésta sea real y transparente, que pueda conversar e interactuar con ella y sus personas en el proceso de acercamiento y selección. El candidato digital quiere empresas que se adapten a sus necesidades y que se lo pongan fácil: chats, blogs, formularios sencillos e intuitivos, contacto directo con el equipo reclutador...

Analizar la experiencia del candidato en los momentos clave, **Candidate Journey Map**, y definir cómo mejorarla, con una estrategia de Employer Branding que incorpore nuevas fórmulas y estrategias digitales, es lo que va a marcar la diferencia en la atracción de talento.



## ¿Por qué una estrategia Digital de Employer Branding?

- Para definir una propuesta de valor diferencial como marca empleadora (**EVP - Employee Value Proposition**) y el cómo comunicarla en los nuevos entornos digitales.
- Para sensibilizar e involucrar a los empleados en un proceso de transformación e innovación que potencia su orgullo y su rol de embajadores en los entornos digitales.
- Para atraer el interés del mejor talento gracias a la viralidad y notoriedad que nos ofrecen los nuevos canales digitales.

REPSOL GLOBAL

Español | Seleccionar Website | Contáctanos | Área Cliente

CONOCÉRNOS | REPSOL EN EL MUNDO | SOSTENIBILIDAD | ENERGÍA E INNOVACIÓN | PRODUCTOS Y SERVICIOS | ACCIONES E INVERSIÓN | SALA DE PREGUNTAS | EMPLEO

Básico • Empleo

### Trabaja en Repsol

Buscamos personas con talento que nos ayuden a crear valor de manera sostenible para afrontar juntos el reto de la energía del futuro.

Ver ofertas de empleo.

Si no encuentras ninguna oferta que encaje con tu perfil, puedes dejarnos tu currículum [Envía tu CV](#)

**Estamos orgullosos de que el 81% de nuestros empleados nos recomiende**

Somos una compañía global en la que trabajamos más de 25.000 personas, de 84 nacionalidades en 37 países. [Conoce dónde estamos.](#)

Qué ofrecemos

Qué buscamos



# ¿Qué ámbitos abordar en estrategia Digital de Employer Branding?

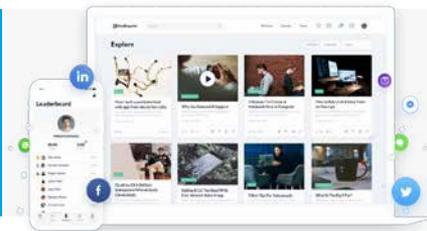
La estrategia y plan de acción debe abordar 3 ámbitos clave:

	<b>ESTRATEGIA EMPLEADOS</b>	<i>¿Cómo conseguir el orgullo de los equipos y que se conviertan en los mejores embajadores de la marca en la red?</i>	Digital Employee Ambassadors & Advocay Programs
	<b>ESTRATEGIA WEB</b>	<i>¿Cómo adaptar nuestras webs a lo que espera el candidato de nuestra marca?</i>	Webs corporativas de empleo – Web Careers
	<b>ESTRATEGIA DE RRSS</b>	<i>¿Cómo atraer talento en los nuevos entornos digitales?</i>	HR Social Media Plan: LinkedIn, Instagram, etc. e-Recruiting Plan: planes de social recruitment con el equipo de selección, digitalización de los procesos de reclutamiento, TRM, Inbound Recruitment...

# ¿Qué ámbitos abordar en estrategia Digital de Employer Branding?

La estrategia y plan de acción debe abordar 3 ámbitos clave:

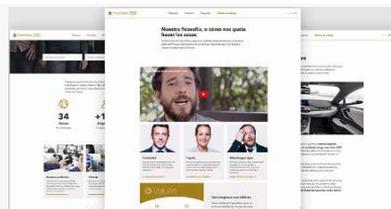
Digital Employee Ambassadors & Advocacy Programs



**Somos lo que transmiten nuestros empleados**

El contenido compartido por los empleados consigue **8 veces más fidelidad y credibilidad** que el contenido compartido por la propia marca.

Webs corporativas de empleo – Web Careers



**Somos lo que contamos en nuestra web corporativa empleo**

Son la puerta de entrada, nuestra carta de presentación, el espacio donde contar cómo es trabajar con nosotros, y lo primero que consulta cualquier candidato.

HR Social Media Plan: LinkedIn, Instagram, etc.  
e-Recruiting Plan: planes de social recruitment con el equipo de selección, digitalización de los procesos de reclutamiento, TRM, Inbound Recruitment...



**Somos lo que se comenta en las Redes sociales y nuevas Webs de empleo**

Porque en ellas podemos encontrar información, opiniones, contenidos, valoraciones... de cómo es y cómo se trabaja en una compañía.



## Nuevas tendencias en las búsquedas de empleo: ejemplo INDEED

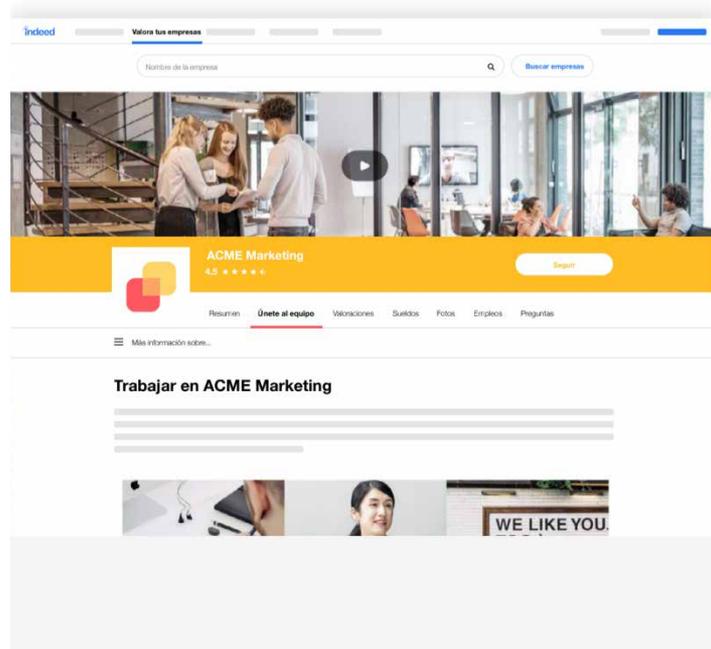
**INDEED**, es la página **web de búsqueda de empleo número 1 en el mundo**<sup>1</sup>, con un motor potentísimo que recopila las ofertas de empleo publicadas en miles de sitios web (webs corporativas, portales y bolsas de empleo, empresas de contratación... e incluso en el propio Indeed).

### Los CANDIDATOS, consiguen gracias a Indeed:

- **Encontrar resultados de todas las ofertas de empleo publicadas en internet**, vía google o desde la página indeed.
- **Conocer opiniones y comentarios de empleados o ex-empleados**, que de forma anónima, aportan su opinión sobre las empresas, valoran rango salarial, beneficios... (tal y como se hace en Glassdoor, partner de Indeed).

### Las EMPRESAS, consiguen gracias a Indeed:

- **Publicar empleos de forma gratuita** en Indeed o a través de su web corporativa y ATS, y de esta forma aparecer en las búsquedas de los candidatos.
- **Patrocinar las ofertas de empleos\*** para aparecer en las óptimas posiciones de búsquedas. Una forma clave para ser más visibles, ya que los empleos patrocinados llegan a recibir hasta 5 veces más clics de candidatos más relevantes.
- **Tener una página de empresa** para trabajar el **employer branding** (con contenidos, vídeos, imágenes), y disponer de métricas, filtros para buscar y comparar con la competencia, responder valoraciones, tener alertas...



<sup>1</sup> Comscore, Total Visits, March 2020>

\*Terms, conditions, quality standards and usage limits apply



# Metodologías «Agile»

Reorganizar nuestras estructuras jerárquicas, silos departamentales... y convertirnos en **organizaciones ágiles**, requerirá reorganizar nuestras organizaciones de forma más transversal, por proyectos, definiendo estratégicamente nuevos roles y funciones, así como, incorporar y adoptar nuevas **metodologías más ágiles** e innovadoras, que faciliten trabajar con mayor eficiencia y productividad (scrum, lean, Kanban, design thinking...).

No va de nuevo de herramientas, sino de cambio y transformación. Tendremos que reorganizarnos internamente y elegir las metodologías y herramientas que nos ayuden a ser más rápidos, a trabajar más colaborativamente y a estar más cerca del cliente. Un proceso que también deberemos **impulsar y acompañar**.

*“Being agile is a mindsed, doing agile is a methology”*

**TRADITIONAL MANAGEMENT**  
Focus on Control & Alignment



**AGILE MANAGEMENT**  
Focus on Speed & Customers



# Flex Work & Remote Company

Transformarnos en empresas digitales requiere **espacios físicos innovadores de trabajo**, con zonas automatizadas y equipadas para facilitar reuniones con equipos deslocalizados, zonas de descanso para fomentar la relación y ambientes para potenciar la inspiración. Pero todo ello sumado a nuevas políticas de **flexibilidad (flex work)** y a nuevos modelos de **trabajo en remoto (remote work)** que van a ser claves para mejorar la productividad y la experiencia del empleado.

Una experiencia en la que tendremos que tener en cuenta la diversidad: generaciones distintas, culturas, perfiles con intereses diferentes, momentos de vida con prioridades diversas, con **formas de trabajar diferentes** y variedad de escenarios: oficina, **teletrabajo** desde casa o desde co-workings y/o hubs compartidos con otras compañías.

Será fundamental la capacidad de trabajar en red, de forma colaborativa y eficiente, de **liderar y gestionar equipos en remoto**, y de utilizar herramientas digitales de trabajo para ser más productivos, más flexibles y ágiles.

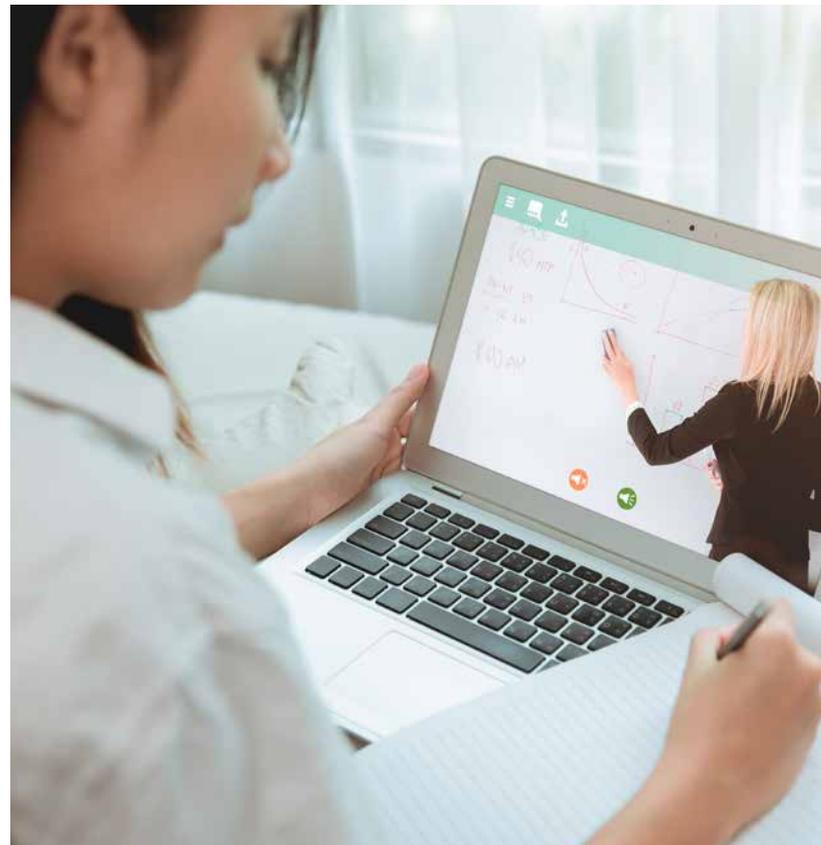


# Formación Digital

“Las nuevas funciones y competencias que necesitarán las empresas para afrontar y adaptarse a la nueva economía digital, requerirá por parte de RRHH atraer y seleccionar talento en base a nuevas **profesiones digitales**, así como, una fuerte apuesta por la formación de los colaboradores internos.

Analizar la brecha digital de los directivos y empleados y diseñar planes de capacitación en **habilidades, conocimientos y competencias digitales**, será una de las palancas clave en la hoja de ruta digital.

Así como, crear **centros de aprendizaje**, observatorios, comunidades, **hubs** en las empresas para impulsar la **innovación** permanente en la organización.



# Visión «Data Driven»

Si queremos ejercer un rol transversal desde RRHH y estar cerca del negocio, hemos de tomar **decisiones en base a datos**.

La tecnología nos permite **digitalizar procesos e iniciativas** y en consecuencia disponer de datos para **analizar, medir, predecir**... y decidir en base a realidades y de forma más estratégica.

El reto estará en saber convertir la gran cantidad de datos en conocimiento: disponer de manera fácil, asequible y rápida información procesable, y saber utilizar este conocimiento para tomar decisiones y readaptar los planes.

La incorporación de un perfil especializado en analítica, **HR Analytics**, o la externalización del servicio, para recopilar, procesar y analizar los "grandes datos" (big data) va a ser fundamental en RRHH. El conocimiento basado en hechos y los análisis predictivos (**predictive analytics**) para identificar

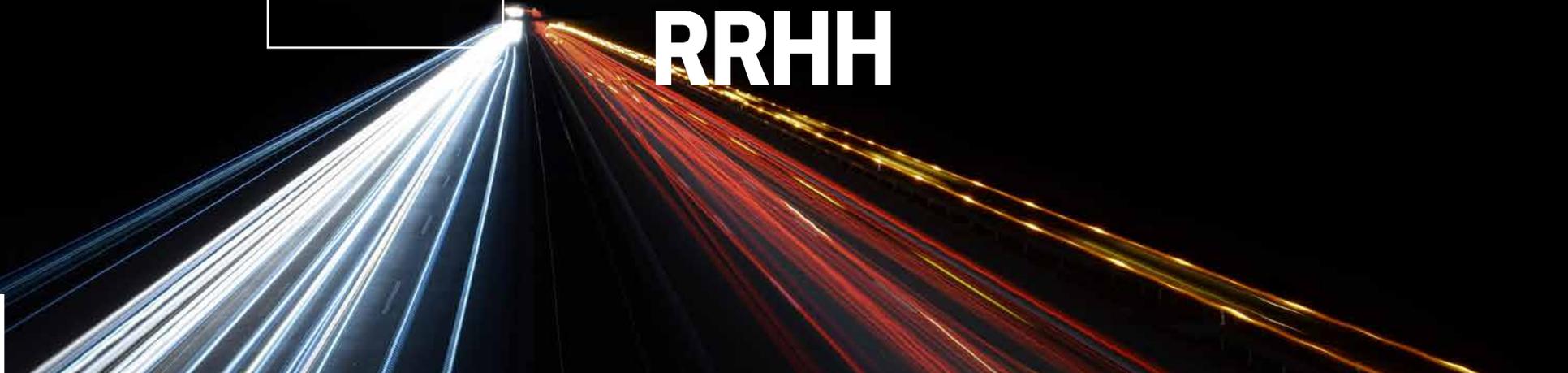
tendencias, valorar resultados/desviaciones/errores, perfeccionar programas/políticas/estrategias... relacionadas con las personas y el negocio. Todo ello para tomar mejores decisiones, con mayor agilidad y menor riesgo: a quién contratar, a quién promover, cómo desarrollar, con qué nivel salarial, a quién y en qué formar, qué cambiar...





05

# Disrupción Tecnológica en RRHH



# La tecnología ya está aquí: menos “bits” y más “mindset”

La Tecnología ya está aquí: **IOT, Realidad virtual y aumentada, IA (chatbots, robótica...)** con grandísimas posibilidades, evolucionando a gran velocidad y permitiéndonos hacer cosas inimaginables que hasta ahora eran imposibles.

En RRHH hemos de incorporar la tecnología en nuestro mindset y de manera continua. Preguntarnos permanentemente:

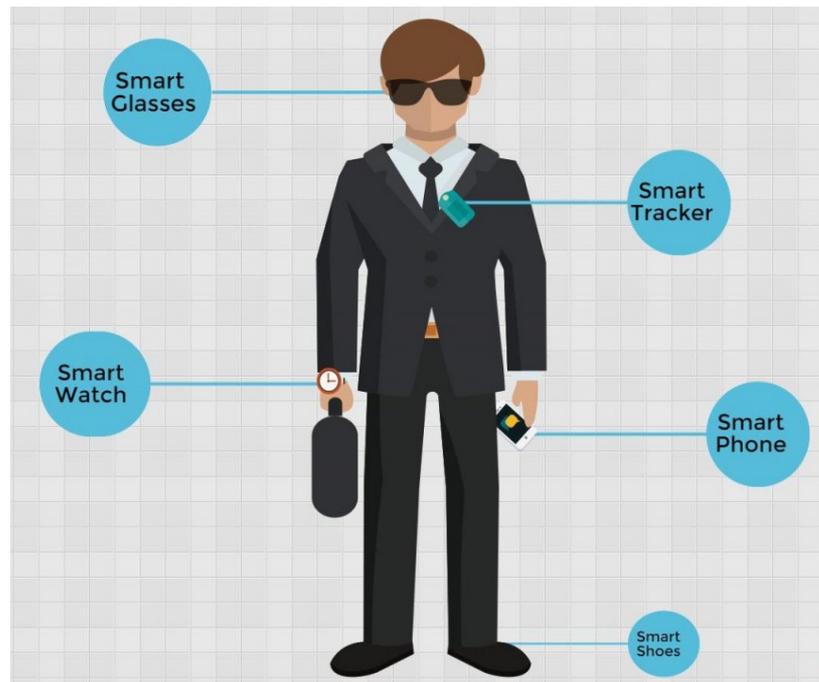
¿en qué puede ayudar esta nueva tecnología a mi organización?,  
¿podría resolver este problema concreto?, ¿mejoraría la experiencia actual de mi empleado?...



# Wearebles in the workplace & IoT

El **Internet de las cosas (IoT -Internet of Things)**, permite que objetos físicos (cosas) tengan componentes electrónicos, sensores, softwares... con conectividad en red. Esta conectividad facilita que dichos objetos recopilen e intercambien datos. Así mismo, los **Wearables** son dispositivos inteligentes que llevamos o vestimos, (**relojes inteligentes, zapatos con GPS, pulseras digitales, prendas inteligentes...**). Son sensores que incorporamos con nosotros e interactúan de forma continua con otros dispositivos.

En el entorno laboral pueden ser de gran utilidad para: seguimiento y mejora de la salud; control del estrés, del sueño y de la productividad; monitorizar remotamente a empleados en entornos de mayor riesgo garantizando su seguridad y la ayuda inmediata...



# Realidad virtual (VR) y Realidad aumentada (AR)

Las posibilidades de la realidad virtual, a través de **gafas/ dispositivos visuales** asociada a softwares específicos, ya se está utilizando en compañías para el reclutamiento con candidatos para simular escenarios reales de trabajo.

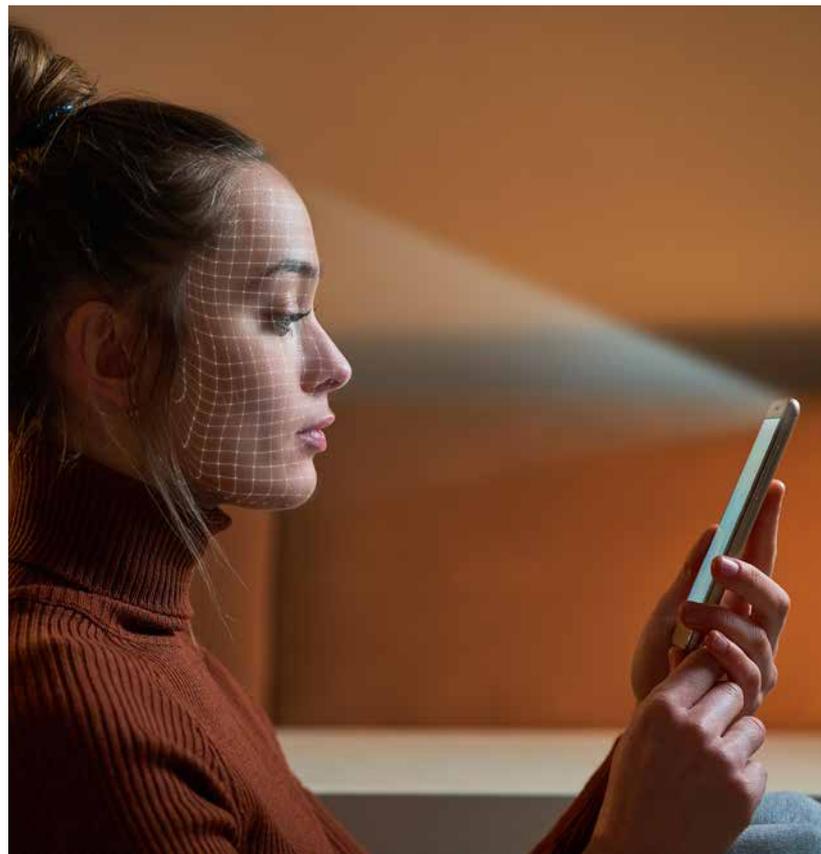
Pero no solo tendrá grandes usos en el **reclutamiento**, sino también en la **formación**, para el entrenamiento y aprendizaje en situaciones reales, o para participar en aulas, sesiones... a miles de Kilómetros y sentirte como si realmente estuvieras con el resto de compañeros y alumnos. E incluso para mejorar la experiencia en la participación en **reuniones, encuentros, eventos**... de trabajo a distancia.



## Bio-Security

El reconocimiento de **huellas dactilares**, los softwares de **reconocimiento facial** asociados al uso de ordenadores/portátiles con cámara y teléfonos inteligentes, serán clave no solo para temas de seguridad y control, sino para mejorar la experiencia del empleado.

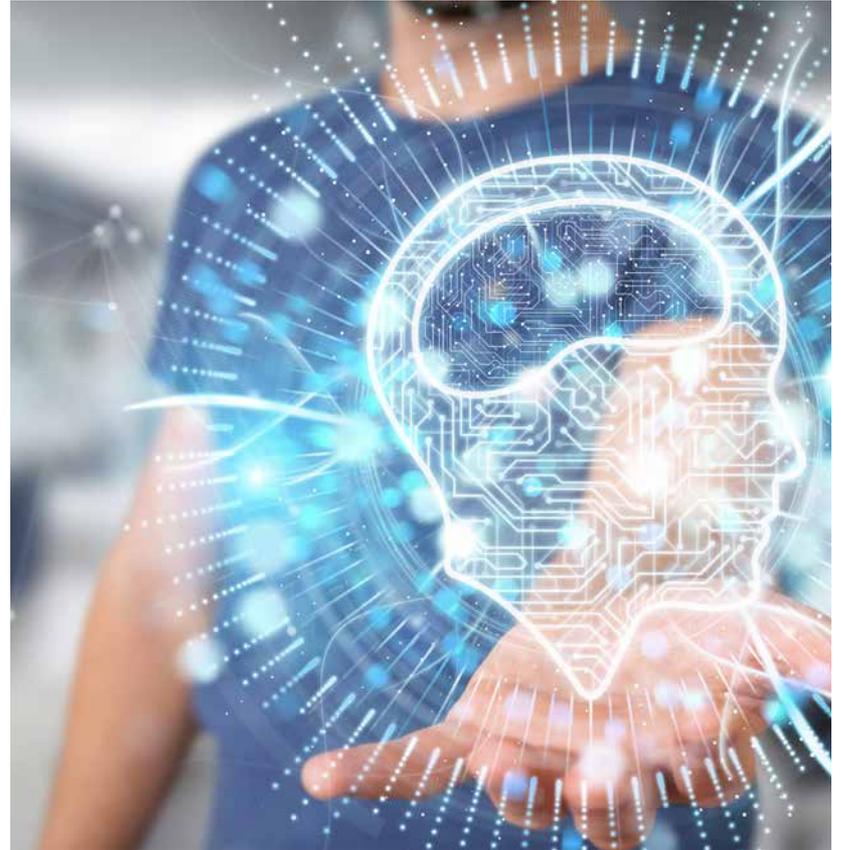
Desde la agilidad de acceso sin necesidad de contraseñas hasta la identificación de estados de ánimo, o el rastreo trucking para segmentar comunicaciones, o personalizar accesos directos a herramientas y plataformas internas según perfiles, intereses, países, momentos, etc.



# Inteligencia Artificial (AI)

La **Inteligencia artificial** combina la lógica, la computación y la filosofía en busca de comportamientos considerados inteligentes. Es capaz de analizar datos en grandes cantidades (**big data**), identificar patrones y tendencias utilizando algoritmos y paradigmas de comportamiento humano, para resolver problemas, formular predicciones o realizar tareas de forma automática, con rapidez y precisión.

Su potencial es exponencial al conectarse con IoT y Wearables, o para aplicaciones de robótica, así como en aprendizaje automatizado o «**machine learning**», en Chatbots o Bots, reconocimiento facial o de huellas dactilares y entrevistas digitales con neurociencia cognitiva.



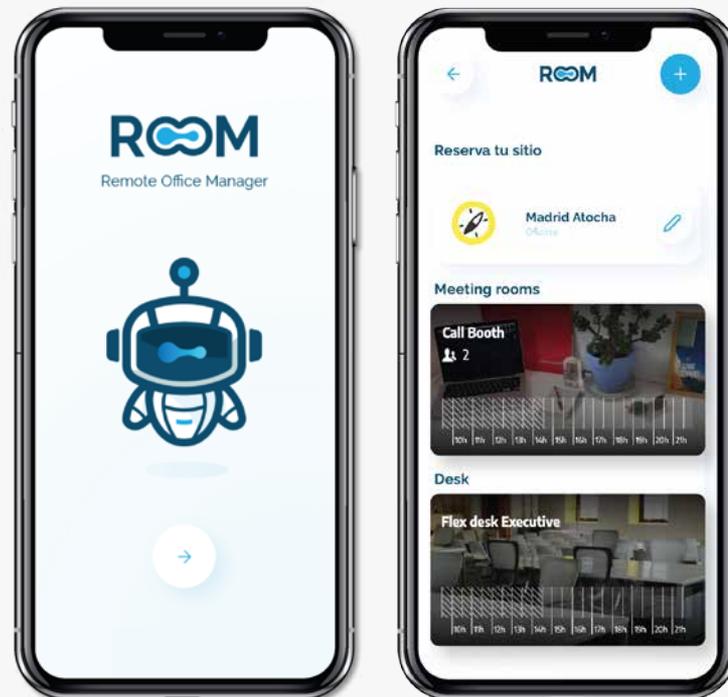
## Robots o Asistentes Digitales

Los robots o asistentes digitales permitirán facilitar y agilizar algunas de las tareas diarias más monótonas y hacer el trabajo más eficiente y focalizado en aportar valor.

Un buen ejemplo es **ROOM - Remote Office Manager**, una solución digital que permite gestionar, de forma inteligente, fácil y eficiente, los nuevos modelos de trabajo flexible y la vuelta segura a la oficina.

A los **empleados**, les facilita: reservar un puesto de trabajo y espacios comunes (PK, cafetería), gestionar sus turnos de entrada y salida de la oficina, reservar salas...

A la **empresa**, le permite: conocer la ocupación de las instalaciones y gestionar las nuevas políticas de Flexibilidad.



# Blockchain

**Blockchain** es como un registro digital, compartido de manera descentralizada, a prueba de manipulaciones gracias a sofisticados sistemas de criptografía, que permite automatizar muchas transacciones y que no requiere de vínculos de confianza entre quienes lo usan, ni de que alguien que actúe como 'registro central'. Una tecnología que permitirá simplificar muchos de los actuales procesos de RRHH:

- Facilitar los procesos de selección validando rápidamente el historial de un candidato utilizando el BlockCerts.
- Identificar y recompensar (con moneda virtual) por una red de contactos que nos lleva hasta un candidato.
- Contactar con autónomos y pagarles con una moneda propia, simplificando facturas y la gestión con los proveedores.
- Contratos laborales inteligentes, validando los datos automáticamente o activar y desactivar el contrato de un empleado.
- Aplicar blockchain en las nóminas internacionales acelerando las transacciones.



## Algunos de nuestros clientes



1  Años creando valor

## Te podría interesar...

*Haz clic y descárgate los siguientes ebooks*



### ÍNDICE DE MADUREZ DIGITAL DE LAS EMPRESAS

3º ESTUDIO EN ESPAÑA

con la colaboración de  inesdi





## **Mireia Ranera**

VP & Directora Digital HR

[mranera@incipy.com](mailto:mranera@incipy.com)

**Mi reto:** liderar, impulsar y acelerar la hoja de ruta digital para que las organizaciones se adapten y sean competitivas en los nuevos entornos digitales, mejorando sus resultados y modelos de negocio.

**Mi pasión:** acelerar los cambios y la adopción hacia una cultura digital con nuevos modelos de trabajo (digital workplace) e innovadoras estrategias de engagement y atracción de talento (digital employer branding).

## ¿Hablamos?



**INCIPY**

DIGITAL DISRUPTION  
PARTNER

[www.incipy.com](http://www.incipy.com)