



La digitalización de la función de RR.HH. en España (II)

La Organización Internacional de Directivos de Capital Humano (DCH) ha presentado los resultados del Observatorio DCH sobre la Digitalización de la Función de RR.HH. en España, con la finalidad de analizar el grado de digitalización de la función de RR.HH. en las empresas españolas y buscar las claves para que los Departamentos de capital humano aborden la digitalización en sus áreas. En esta entrega se exponen las conclusiones generales y las recomendaciones extraídas de la investigación.

Equipo de investigadores: Luisa Fernanda Rodríguez, Mar Perona, Fernando Martínez, Susana Reichardt, Javier del Río y Luis Martínez.

CONCLUSIONES GENERALES

El Observatorio DCH sobre la Digitalización de la Función de Recursos Humanos en España permite conocer el grado de digitalización de las diferentes funciones de los recursos humanos y comprender cómo las caracterizan sus cinco dimensiones: *big data y analytics*, *cloud computing*, *redes sociales*,

movilidad y gamificación (VV.AA., 2014 y Del Brío y López de Echazarreta, 2014).

La función de los recursos humanos de la empresa se ha incorporado más tarde a la digitalización que otras funciones como marketing o finanzas (SuriyaKala, y Aditya, 2017). A este respecto, un 42,53 por ciento de los directivos contestaron estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con el hecho de que los procesos de la



FICHA TÉCNICA

Autores: RODRÍGUEZ, Luisa Fernanda, PERONA, Mar, MARTÍNEZ, Fernando Martínez, REICHARDT, Susana, DEL RÍO, Javier y MARTÍNEZ, Luis.

Título: La digitalización de la función de RR.HH. en España (III).

Fuente: Capital Humano nº 329. Marzo, 2018.

Resumen: DCH ha presentado los resultados del Observatorio DCH sobre la Digitalización de la Función de RR.HH. en España, con la finalidad de analizar el grado de digitalización de la función de recursos humanos, en cinco dimensiones: Big Data, Cloud Computing, Redes Sociales, Movilidad y Gamificación. En esta entrega se exponen las conclusiones generales y las recomendaciones extraídas de la investigación que, en líneas generales y teniendo en cuenta el desigual desarrollo de cada una de estas dimensiones, arroja un amplio margen de mejora en todas ellas.

Descriptores: Digitalización / Gamificación / Big Data / Redes Sociales / Movilidad / Cloud Computing

empresa a nivel general estén digitalizados, mientras que un 49,77 por ciento señalaron estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con el hecho de que el área de recursos humanos de su empresa a nivel general esté digitalizada. Se observa que se llega a una diferencia de siete puntos porcentuales.

■ Respecto a la dimensión big data y analytics se puede afirmar lo siguiente:

Un 47 por ciento de los encuestados considera que el Departamento de Recursos Humanos no la utiliza en ninguna política, considerando las siguientes razones como las causas: un 39 por ciento señala la limitación de la estructura de datos con la que se cuenta, un 23 por ciento considera que el motivo es la falta de experiencia, mientras que el 17 por ciento opina que la inversión es elevada para el retorno que proporciona.

Entre los que apuntaron que sí se utiliza esta dimensión en la función de recursos humanos, un 33,48 por ciento aludieron a que se utiliza en administración de personal, un 28,96 por ciento en compensación y beneficios y un 28,05 por ciento en selección de talento. Además, éstos utilizan para realizar las analíticas en un 38 por ciento programas de gestión tipo Excel, en un 34 por ciento un soporte integral tipo Meta4 y en un 28 por ciento

software específico para alguna o algunas funciones concretas.

Se puede concluir que esta dimensión tiene un claro recorrido de crecimiento ya que hasta un 47 por ciento han indicado que no la utilizan, por lo que significa un importante margen de mejora.

■ En cuanto a la dimensión cloud computing caben señalar los siguientes aspectos:

Un 40 por ciento de los encuestados considera que el Departamento de Recursos Humanos no la utiliza en ninguna política. A diferencia de *big data* destacan la selección de talento con un 43,44 por ciento y la formación y desarrollo con un 42,08 por ciento.

El *cloud computing* está más extendido que el *big data* en los procesos de atracción y retención del talento del Departamento de Recursos Humanos.

■ Respecto a la dimensión redes sociales se puede afirmar lo siguiente:

Esta dimensión es la más utilizada dentro del departamento, teniendo el porcentaje más bajo entre aquellos que señalaron que no la usaban (16,74 por ciento). El principal >

- > uso de las redes sociales se centra en dos áreas: la selección del talento con un 79,64 por ciento y la formación y desarrollo con un 31,22 por ciento.

En el caso concreto de la selección del talento, los portales de empleo son la principal fuente de reclutamiento con un 47 por ciento, seguidos de lejos por las redes sociales enfocadas a este objetivo con un 20 por ciento. En estas últimas destaca por su utilización LinkedIn con un 89,14 por ciento de los encuestados.

En relación con las redes sociales, el 70 por ciento los directivos de recursos humanos encuestados no consultan la huella digital de sus candidatos, sin embargo, cabe destacar que el otro 30 por ciento o ya lo hace o se plantea realizarlo en un futuro próximo.

Respecto a la utilización de las redes sociales en las estrategias de *employer branding* la opinión se decanta hacia la necesidad de su uso, ya que un 32,57 por ciento se manifestó estar de acuerdo, mientras que el 13 por ciento opinaba en contra y el resto aún no están posicionados a este respecto.

Esta dimensión demuestra estar en uso intensivo dentro del departamento de recursos humanos principalmente

en las áreas de selección y formación, mientras que en el resto funciones se van incorporando poco a poco, como se muestran en los resultados en relación con la huella digital y las estrategias de *employer branding*.

■ En cuanto a la dimensión de movilidad señalar los siguientes aspectos:

Al igual que las redes sociales destaca su uso en selección de talento con un 48,7 por ciento y en la formación con un 43,44 por ciento. Por otra parte, cabe destacar que con un 28,51 por ciento también se usa en la administración de personal. El 28,51 por ciento considera que el departamento no aprovecha la movilidad en ninguna política.

En relación con el funcionamiento de la movilidad en la función de los recursos humanos, el 48 por ciento de los encuestados han indicado que no pueden acceder a sus herramientas de gestión a través de ninguna app, mientras que otro 48 por ciento ya lo hace o lo va a realizar en un futuro muy próximo.

Respecto al aprendizaje móvil, un 49 por ciento lo consideran relevante, donde actualmente el 29 por ciento ya lo están utilizando y un 20 por ciento está en proceso de implantación.



La mitad de los encuestados no pueden acceder a herramientas gestión vía APP

Las dificultades de la implementación del aprendizaje móvil son los siguientes: la no existencia de política BYOD (23 por ciento), seguida de los problemas de seguridad de datos corporativos (19 por ciento), baja tasa de adopción por parte del usuario (17 por ciento) y la falta de integración (17 por ciento).

Para concluir, el tipo de formación que señalan más importante para su organización, es la formación mixta con un 50 por ciento, seguida de la presencial con un 33 por ciento y de la on line con un 14 por ciento.

■ Respecto a la dimensión gamificación se puede afirmar lo siguiente:

La gamificación presenta el porcentaje más alto entre aquellos que no la usan, un 60,63 por ciento.

En la actualidad, según los directivos consultados la gamificación se emplea principalmente en la formación y desarrollo (36,35 por ciento) seguida de la selección de talento (13,12 por ciento) y del LMS (10,41 por ciento). Para ello, técnicamente utilizan, un 42 por ciento soluciones multimedia interactivas, un 39 por ciento *serious games*, y un 13 por ciento realidad virtual.

Sin duda, es un área en una etapa experimental en el que se debe profundizar para conocer sus principales beneficios y su capacidad de aplicación en otras funciones del departamento de recursos humanos.

RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

A nivel general, se recomienda realizar un plan estratégico digital aprovechando las relaciones creadas en esta investigación para plantear un análisis previo para conocer la situación en el departamento de las cinco dimensiones y las diferentes funciones de los recursos humanos. Posteriormente, incorporar en la estrategia del departamento la digitalización como un elemento más del mismo.

A nivel operativo, en relación con las cinco dimensiones se recomiendan las siguientes acciones:

■ **Big Data**, consolidar la principal función donde está implantada, la administración de personal, estudiando si la gestión actual está realmente optimizada. Ampliar, el radio de acción de esta dimensión a otras funciones, por ejemplo, articular una relación entre los datos de las redes sociales, la huella digital y las bases de datos de selección de talento.

FICHA TÉCNICA

Denominación de la Investigación: Observatorio DCH - UAX sobre la digitalización de la función de Recursos Humanos en España

Solicitada por: DCH - Organización Internacional de Directivos de Capital Humano.

Realizada por: Equipo de Investigación de la UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO y DCH - Organización Internacional de Directivos de Capital Humano.

Universo: Directivos en Recursos Humanos.

Área de Cobertura: Nacional.

Tamaño de la muestra: 221 Directores de Recursos Humanos.

Técnica de recolección de datos: Cuestionario electrónico.

Fecha de aplicación del cuestionario: Mayo - Junio 2017

Objetivo: Conocer el grado de digitalización en la función de Recursos Humanos de las empresas con el objetivo de facilitar la toma de decisiones por los responsables del área.

- **Cloud computing**, estudiar las ventajas de aplicar herramientas de análisis y gestión que en lugar de tener un soporte físico tenga un motor en la nube. Este hecho podría facilitar el resto de las dimensiones y por tanto el acceso a los diferentes datos utilizados en las funciones del departamento.
- **Redes sociales**, sin duda mantener su impacto en las funciones de selección y formación, consolidando una estrategia claramente definida. Articular con el departamento de marketing y de comunicación, acciones concretas de mayor impacto para el employer branding.
- **Movilidad**, esta dimensión debe integrarse en la toma de decisiones del departamento y no dejar al uso individual de cada miembro del mismo las diferentes herramientas que el mercado ofrece.
- **Gamificación**, antes de diseñar acciones concretas dentro del mismo departamento, al ser la dimensión con menos recorrido, se recomienda la subcontratación de los diferentes productos que hay en el mercado para descubrir las ventajas que supone su uso, por ejemplo, en los campos de la selección de talento y la promoción interna. ■