

TALENTO Y MARCA, PILARES DEL ÉXITO INTERNACIONAL

Murcia, 29 de junio de 2018

Con la colaboración de:



PRESENTACIÓN DEL INFORME:

**GESTIÓN DE TALENTO Y MARCA
PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN
DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS**

Tamara Pirojkova

Foro de Marcas Renombradas Españolas

Índice

- **Introducción: ¿por qué estamos aquí?**
- **Descripción del estudio**
- **Resultados**
- **Conclusiones y Recomendaciones**

Introducción

.....●
Acelerado **proceso de internacionalización** de
empresas españolas



Necesidad de **atracción y retención del talento**



Papel clave de la **marca**



ESTUDIO sobre la gestión del **TALENTO** y de la **MARCA**
para la **INTERNACIONALIZACIÓN**

Objetivo del estudio



“Identificar buenas prácticas, necesidades y retos en el proceso de internacionalización, así como estrategias que potencien el papel de la marca para atraer y retener talento”

Descripción del estudio

➤ **Tamaño y ámbito de muestra:**

95 empresas españolas de todos los sectores

➤ **Universo:**

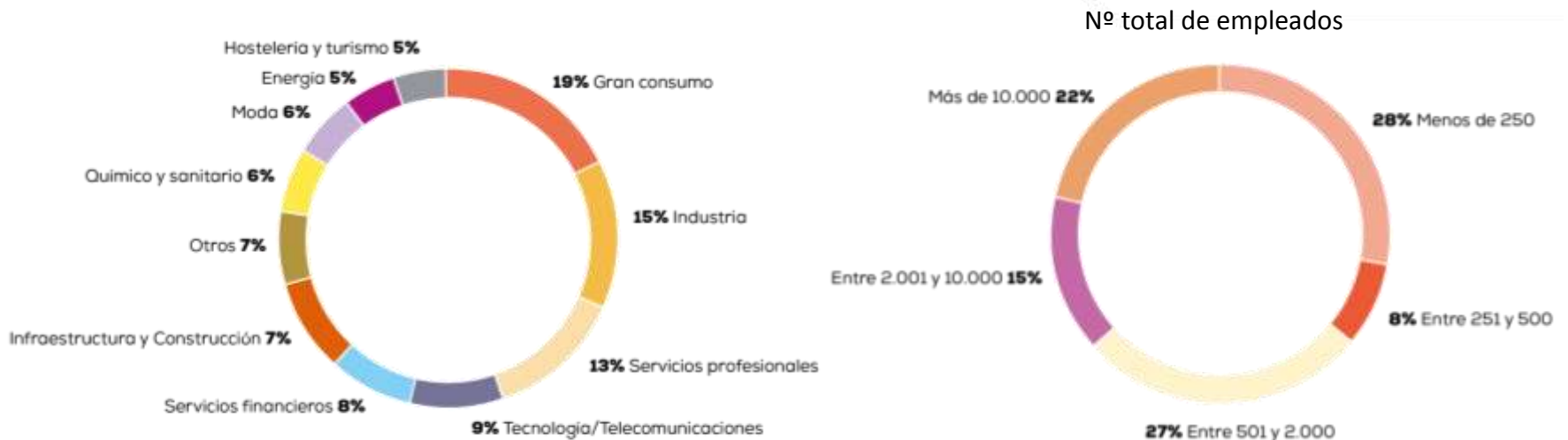
CEOs, Directivos de Expansión Internacional, Desarrollo de Negocio, RRHH, Marketing y Comercial

➤ **Metodología:**

- Cuestionario online, 21 preguntas. Trabajo de campo: 2T-3T 2016
- 11 entrevistas en profundidad
- Conclusiones contrastadas con grupo de expertos de ICEX, Leaders Trust, Catenon y Fundación MásHumano

Perfil de empresas participantes

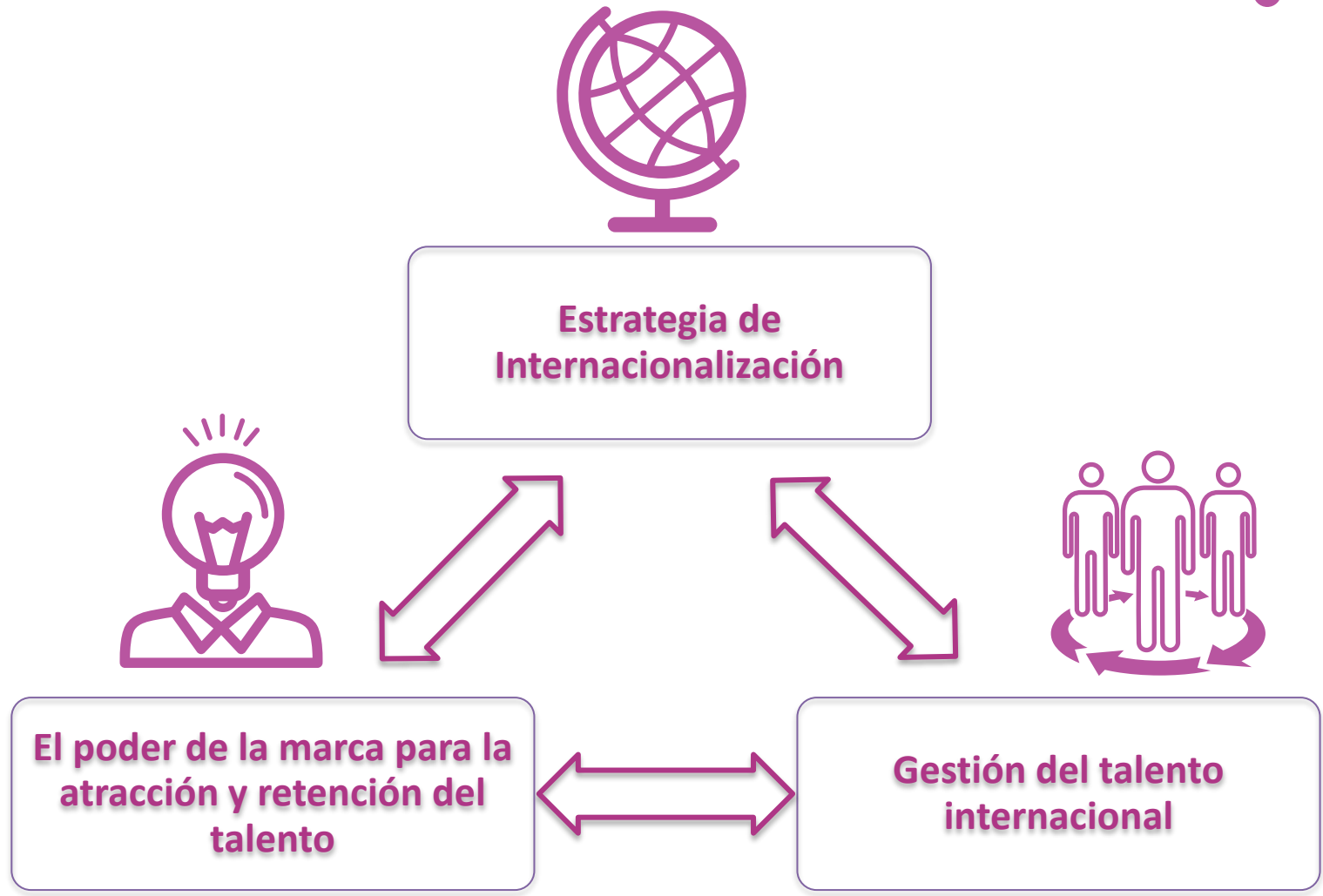
➤ Características de empresas participantes (72% grandes, 28% PYMEs)



➤ Experiencia internacional

- 44% de empresas con > 50% de la facturación fuera de España
- 79% cuenta con una presencia internacional consolidada

3 áreas de análisis



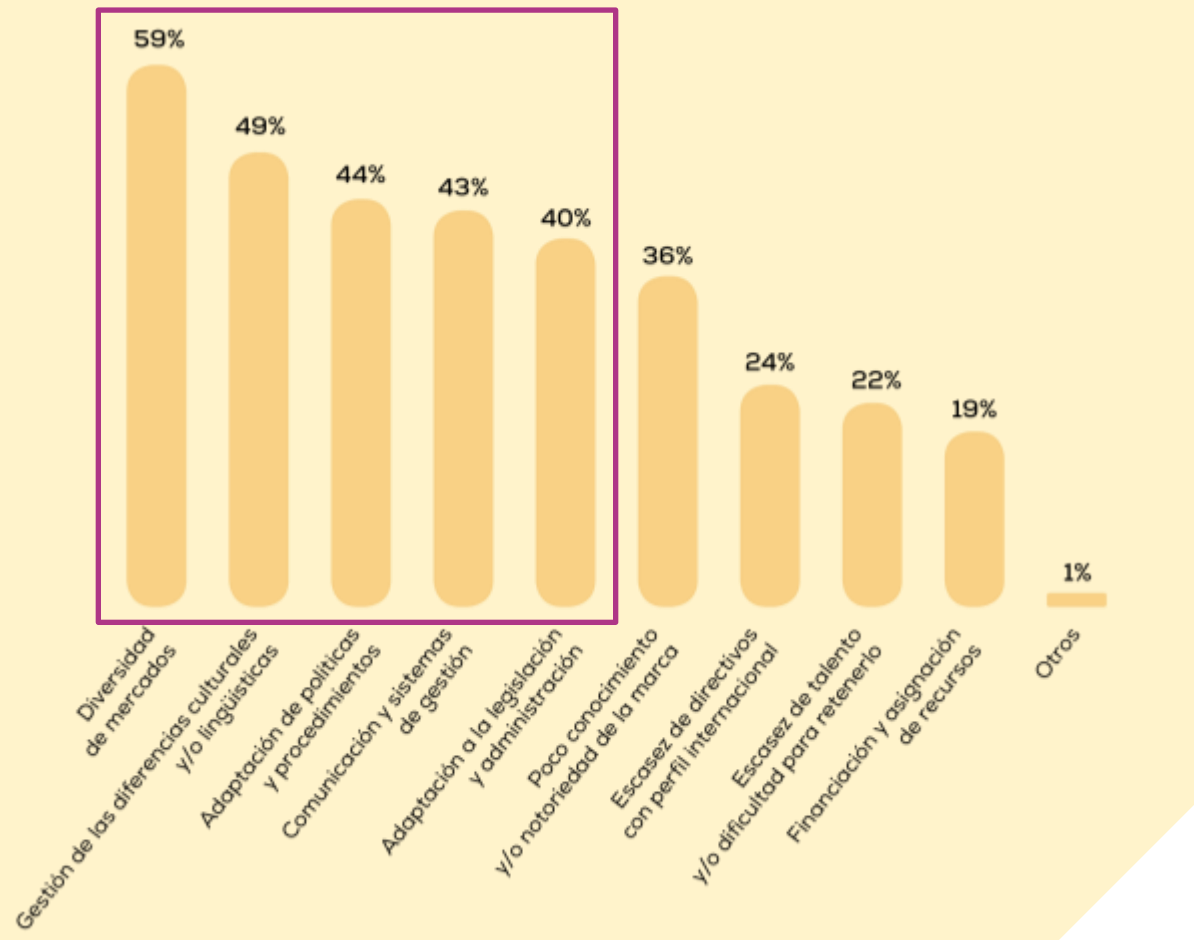
Factores críticos para el éxito en la internacionalización

Personas, Marca y Cultura figuran entre los “Top 5” factores de éxito



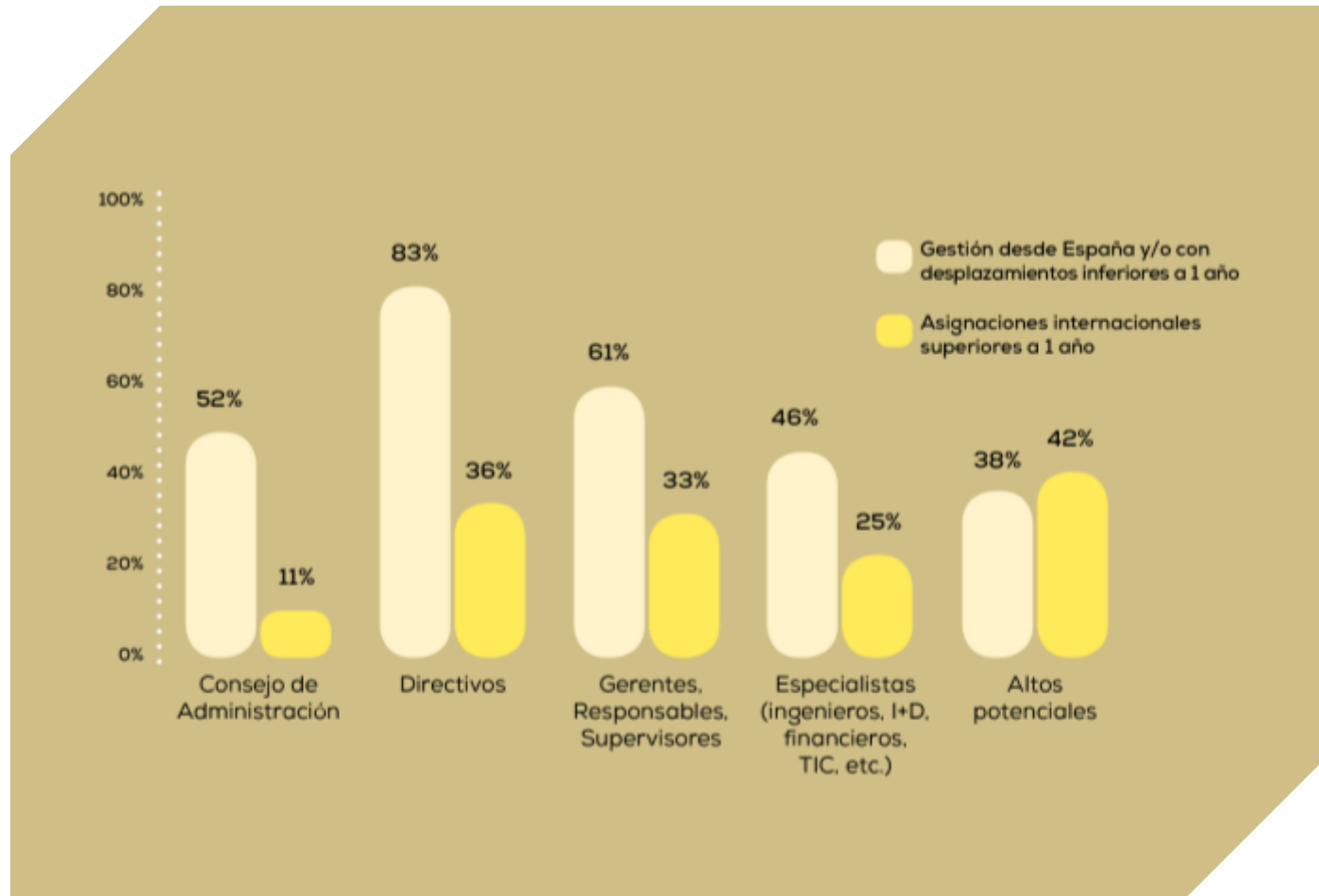
Principales retos para la organización en el proceso de internacionalización

➤ La diversidad de mercados y la gestión de las diferencias culturales y/o lingüísticas



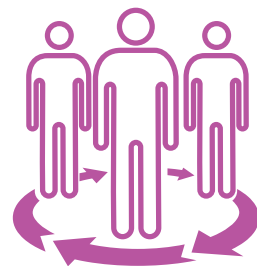
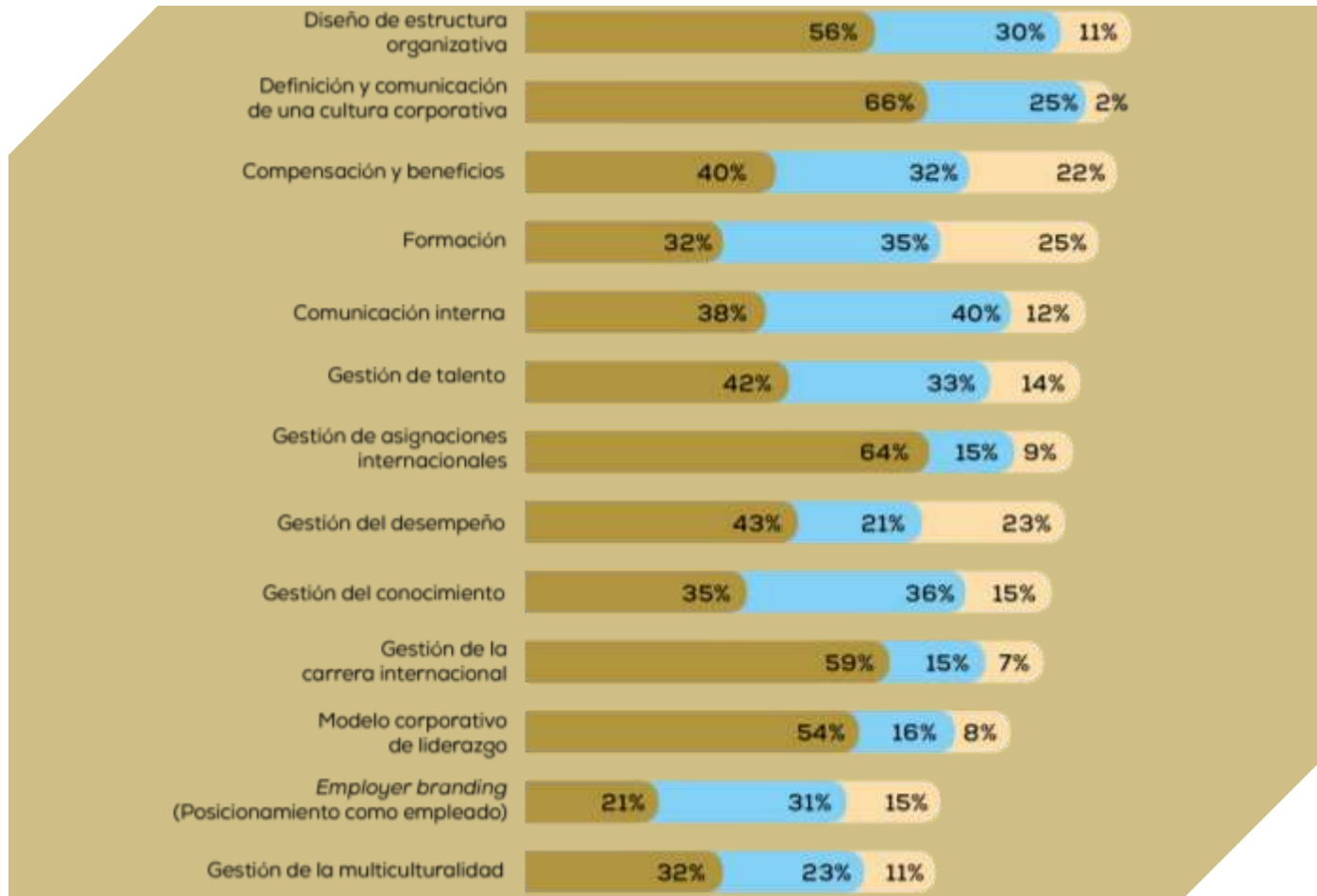
Colectivos que participan activamente en la internacionalización

Directivos, Especialistas y Altos Potenciales destacan por encima del resto



Procesos de gestión de personas para apoyar la internacionalización

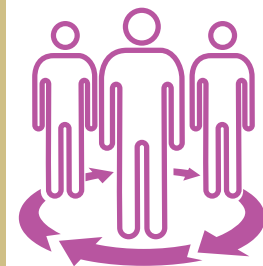
➤ 1 de cada 3 empresas aún no invierte en el *Employer Branding* y la gestión de la multiculturalidad



■ Corporativo ■ Adaptación ■ Local

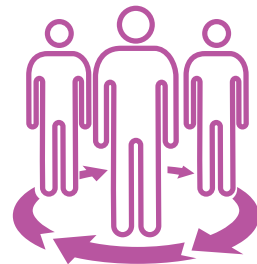
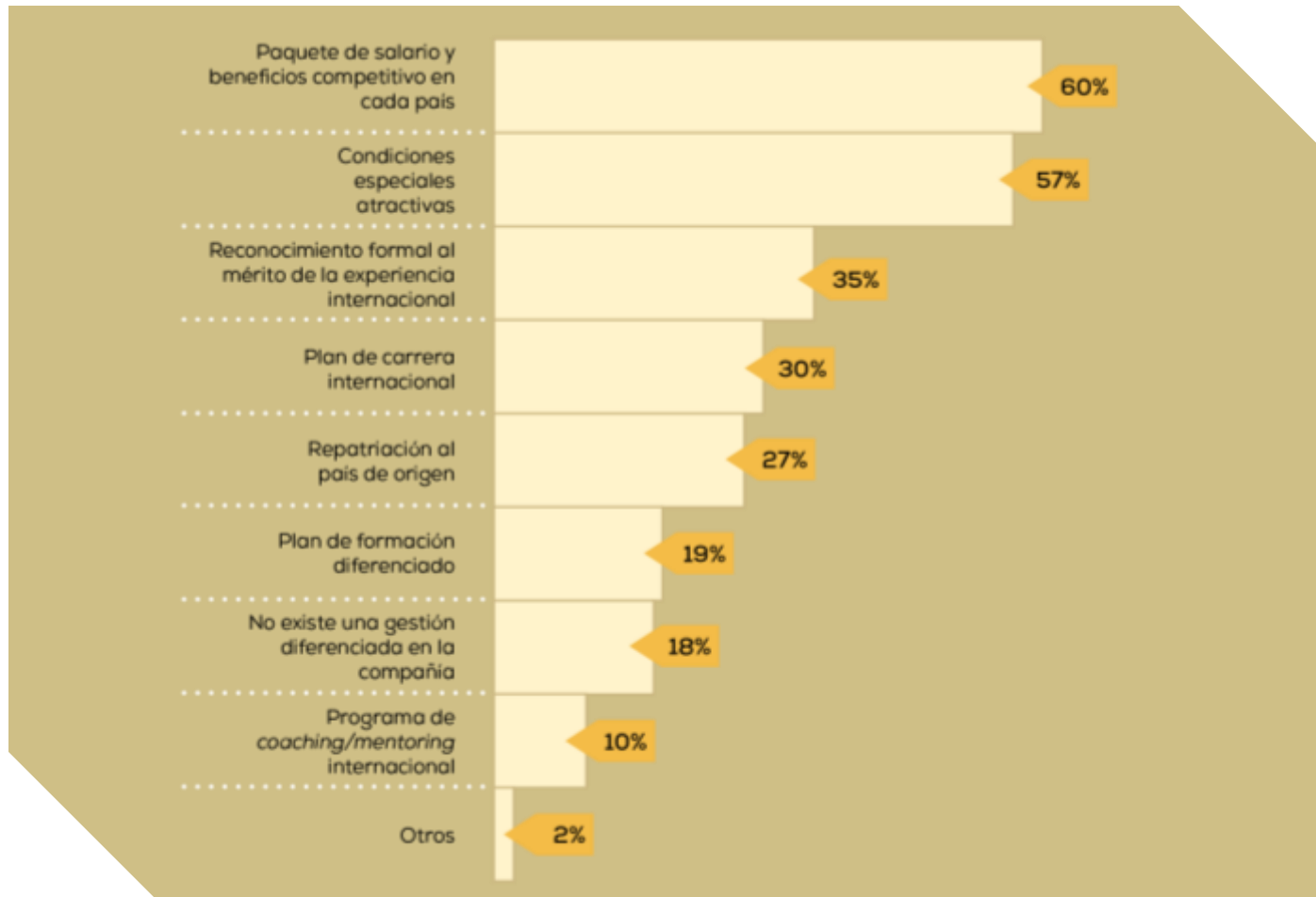
Elementos más valorados del perfil profesional internacional

➤ Mayor importancia de factores relacionados con la compañía y el negocio



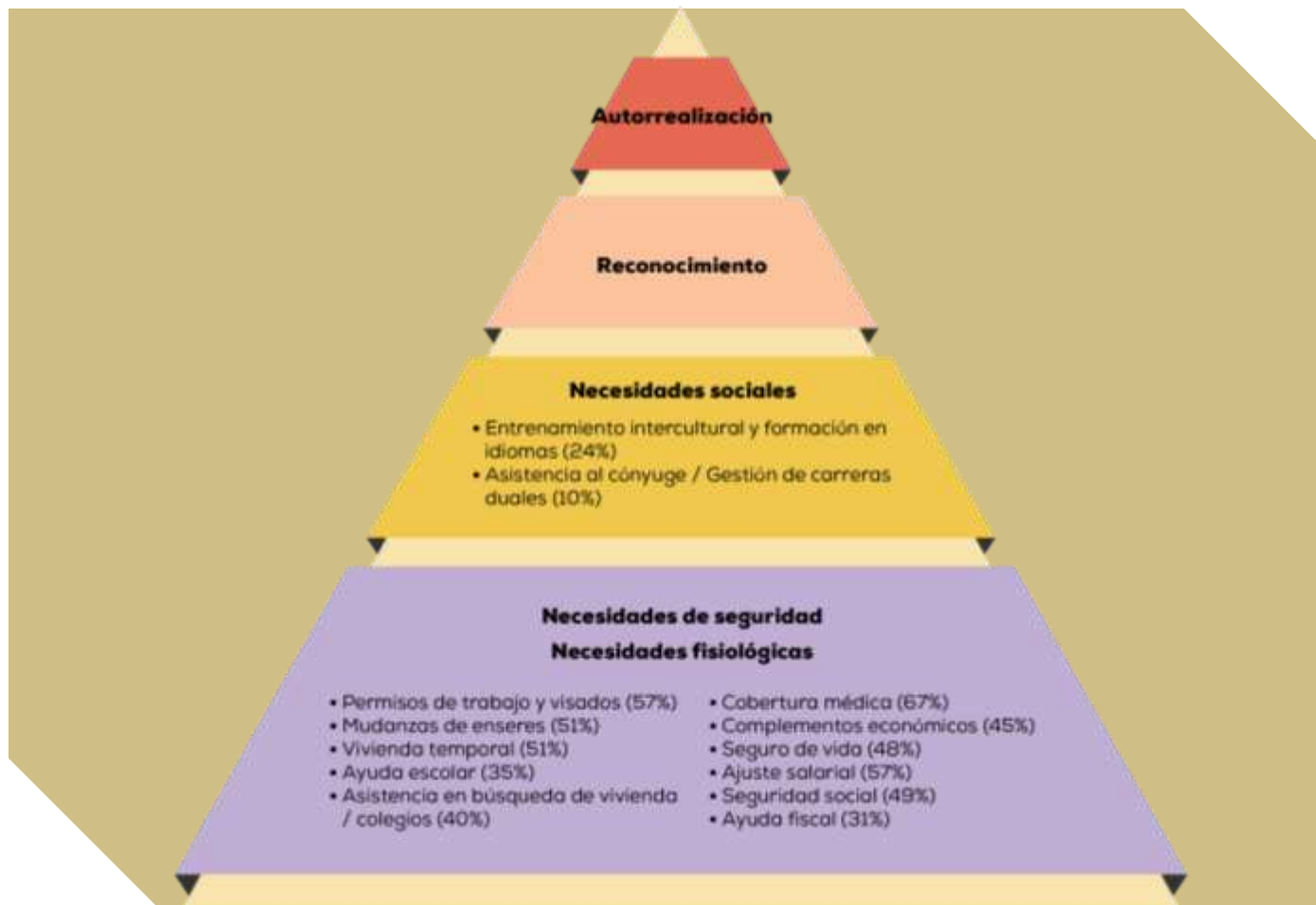
Acciones para hacer atractiva la carrera internacional

➤ Mayor énfasis en el corto plazo que en el medio plazo



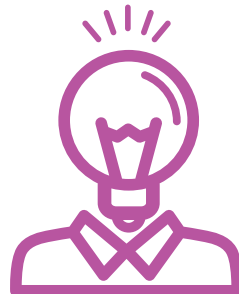
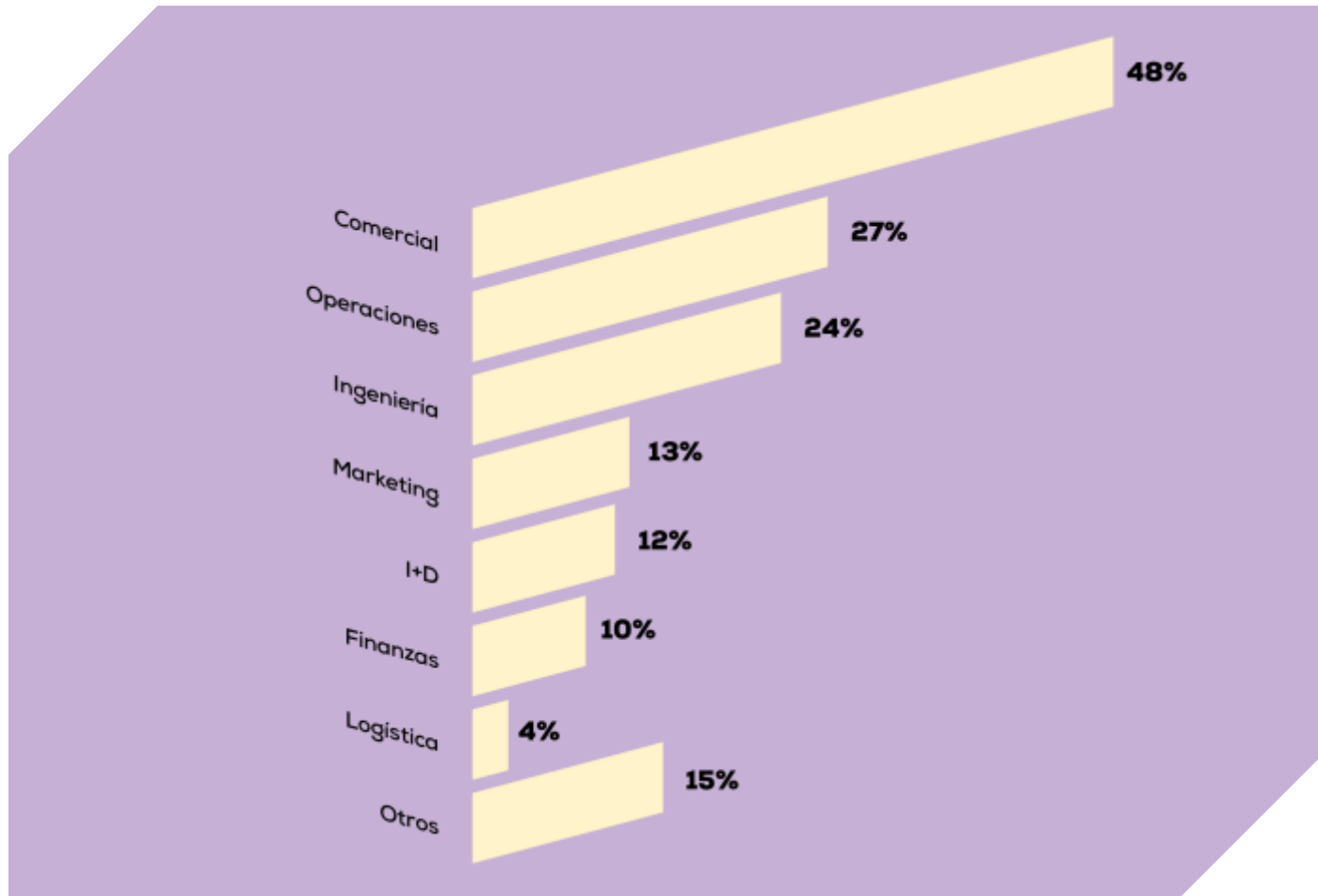
Elementos incluidos en la política de expatriación

➤ Se priman necesidades básicas o de seguridad, sin inversión en carrera a largo plazo



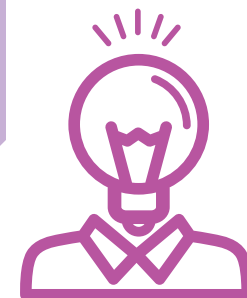
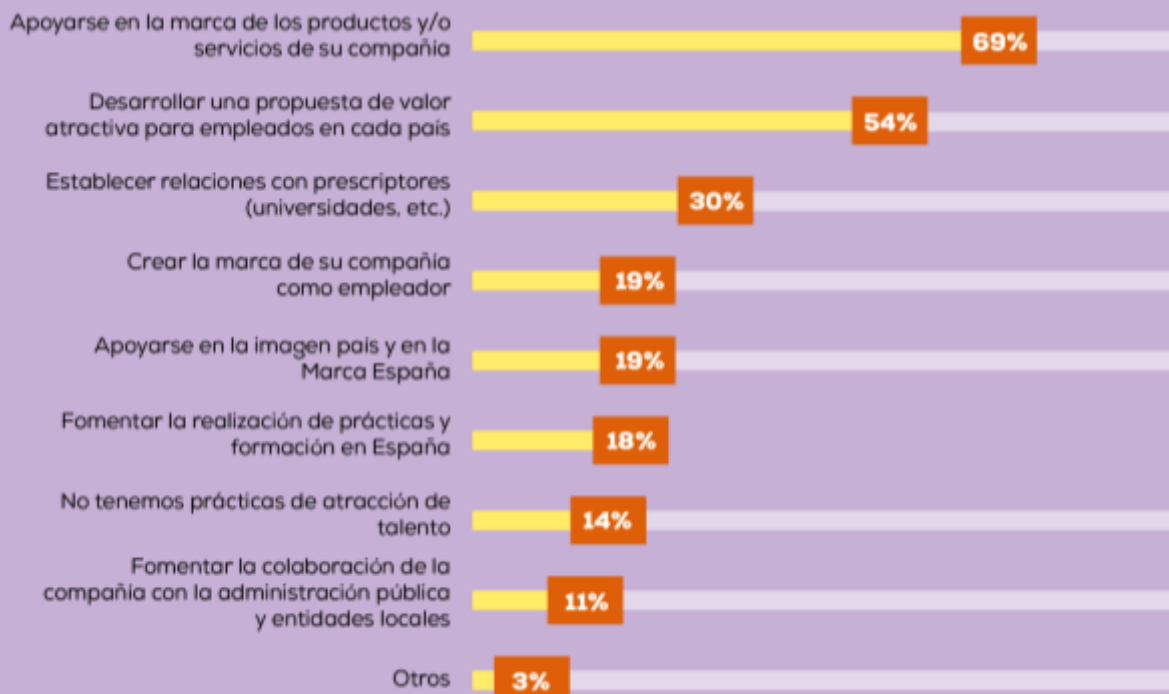
Áreas de dificultad para atraer y retener el talento

El colectivo más difícil para atraer y retener: los comerciales



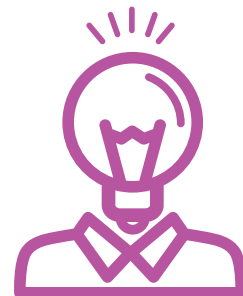
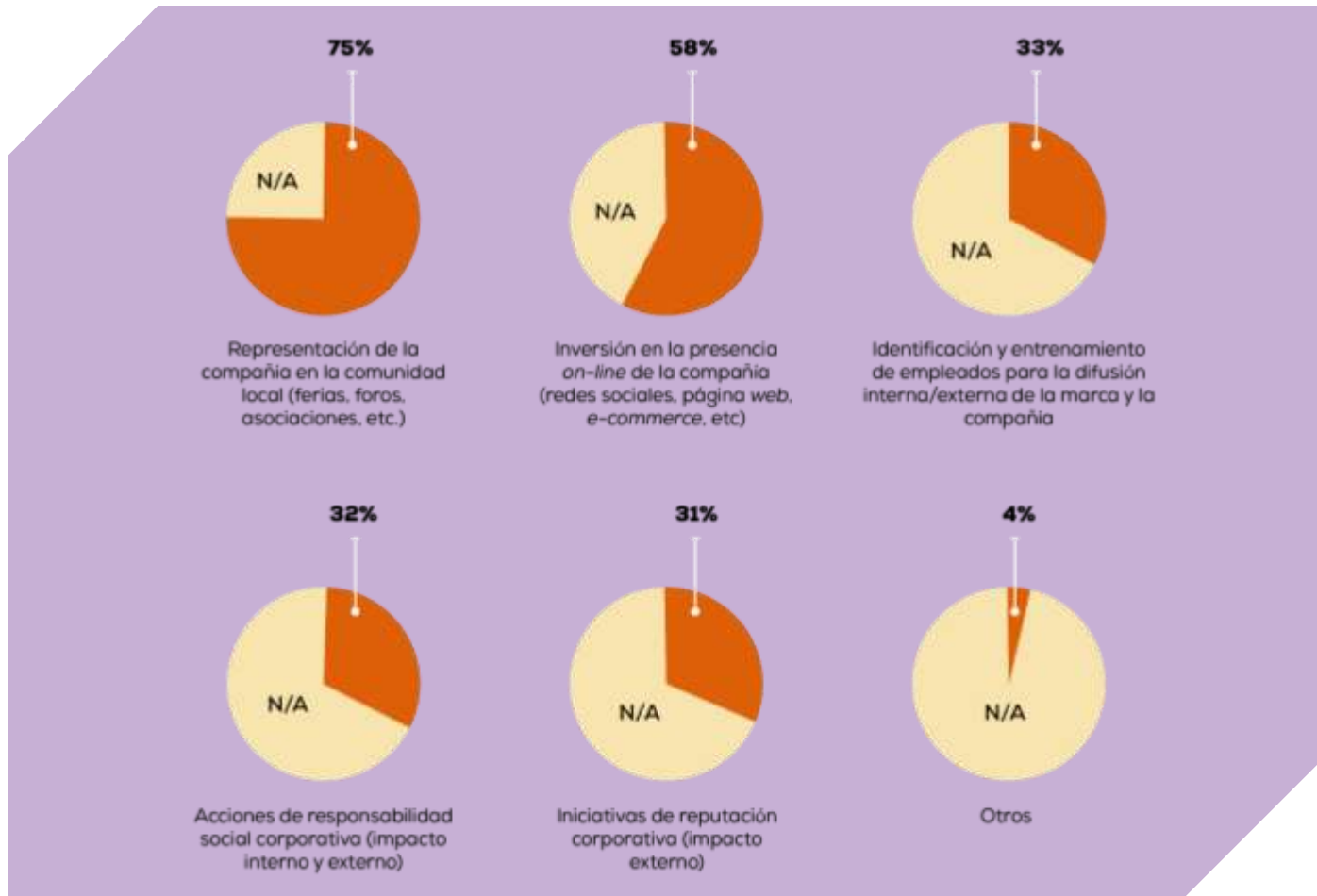
Estrategias de atracción del talento en otros países

➤ Gran foco sobre la marca comercial, poco uso de la marca como empleador y de la marca país



Como convierten las empresas a sus empleados en embajadores de marca

Solo 1 de cada 3 empresas involucra a sus empleados en la difusión de la marca



Conclusiones y recomendaciones

Las empresas españolas identifican 3 grandes áreas de mejora



Conclusiones y recomendaciones

La gestión del talento internacional es un factor de éxito para la internacionalización. *No obstante se aprecia ...*

- Alta dependencia del “hombre de la casa”
- Poco aprovechamiento del talento local
- Poca inversión para aprovechar la diversidad
- Poco *employer branding* para atraer el talento
- Necesidad de mejorar la gestión de talento y carrera internacional



Conclusiones y recomendaciones

La Marca tiene un rol fundamental en la gestión del talento internacional, particularmente en su atracción y retención. *Sin embargo:*

- Poco énfasis en el valor y activos positivos de la Marca España:
 - Trato humano diferencial
 - Flexibilidad
 - Valores familiares
- Poco reconocimiento de la marca empleador de empresas españolas a nivel internacional
- Necesidad de potenciar el *engagement* de los propios empleados con su marca



Conclusiones y recomendaciones

Recomendaciones para las empresas españolas:

- ✓ Ser más proactivas a la hora de buscar y atraer talento en y de otros países
- ✓ Hacer más atractiva la carrera internacional para los profesionales españoles (y extranjeros)
- ✓ Poner en valor los atributos de la Marca España y de la Marca como Empleador
- ✓ Reforzar la figura de los Embajadores de la Marca



MESA REDONDA:

**TALENTO Y MARCA,
PILARES DEL ÉXITO INTERNACIONAL**

Inés Valldejuli, Executive Director, CATENON

Félix López, Gerente, FAMA SOFÁS

Carlos Javier Martínez, Dir. Internacional, SHIRO HELMETS

Ignacio Níguez, CEO, CAPICCIO

José Martínez, Presidente, MARNYS

**Moderador: Miguel Otero, Director General,
Foro de Marcas Renombradas Españolas**

TALENTO Y MARCA, PILARES DEL ÉXITO INTERNACIONAL

Murcia, 29 de junio de 2018

Con la colaboración de: