



Esta tribuna pertenece al nº3 de la newsletter: "Proyección exterior de la economía española". Haz clic [aquí](#) para leer la newsletter completa.

La tecnología como estrategia de gestión eficaz del talento internacional

Javier Flores Pérez

Global Mobility Director (IPM) Aon

Por todos es sabido que estamos inmersos desde hace años en una "guerra" por el talento internacional, provocada sobre todo por la escasez de éste. Hay estudios que arrojan un dato preocupante: más del 40% de las vacantes ofertadas para posiciones técnicas se quedan sin cubrir en España.

Ante este contexto, no muy diferente en determinados mercados internacionales, las compañías buscan la diferenciación para poder mejorar la propuesta de valor al candidato, tratando de alinear su propósito, valores y visión, con los de los potenciales.

Observamos cómo muchas empresas ponen foco en el paquete de compensación global y en una gestión homogénea y equitativa de beneficios, ya sean de expatriación o locales. Son empresas que venían ya desde hace años viviendo una transformación digital de su modelo de negocio.

En este sentido, la función de recursos humanos, más tradicional, o de personas, más actual, ha tenido que ir adaptándose también a dicha transformación para poder dar soporte eficaz al negocio en el tiempo y modo requerido por su propia organización.

La función de movilidad internacional dentro de esta área de personas ha tenido de la misma manera que "reinventarse" para poder dar respuesta a un negocio cada vez más exigente, internacionalizado y globalizado.

Antes de la pandemia veníamos percibiendo una clara gestión del talento internacional, donde la deslocalización de los equipos era una evidente tendencia. Ahora, inmersos en la crisis del covid-19, vemos cómo la irrupción de la tecnología ha acelerado muchos procesos y transformado otros, desde las nuevas formas de trabajar y viajar al extranjero, hasta los procesos de captación y retención del talento.

Por otro lado, la fuerte crisis económica derivada de la sanitaria y social, se ha traducido desde esta perspectiva de la movilidad internacional, en procesos de asignación mucho más "selectivos", estratégicos y de mayor aportación de valor para las organizaciones.

Ante este contexto, los responsables de movilidad internacional, Business Partners u otro rol interno que aborde esta responsabilidad, -ya sea directa o más transversal-, se enfrentan a un reto sin precedentes: desplazar internacionalmente personas de la manera más eficaz posible, con el mínimo coste, y en el menor tiempo posible.

Y es aquí donde la tecnología aplicada a la gestión de la movilidad internacional juega un papel esencial, crítico y estratégico.



Para poder dar respuesta a necesidades internas cada vez más exigentes, es fundamental apoyarse en soluciones tecnológicas innovadoras que nos permitan optimizar procesos, simplificar la comunicación, eficientar procedimientos y, por ende, ahorrar costes a la organización.

En este sentido, contar con información centralizada y global en tiempo real, nos facilitará la toma de decisiones y nos ayudará a conseguir importantes sinergias que se traducirán en ahorro de costes para nuestra compañía.

Seguimos observando cómo muchas empresas, a pesar de haber cambiado su política de captación del talento, con una clara tendencia al talento joven, millennials y demás generaciones actuales, siguen inmersas en procesos poco flexibles, muy manuales, poco eficientes, y con un componente digital muy escaso.

La perspectiva por tanto sería doble: por un lado, la tecnología e innovación, desde el punto de vista de imagen de empresa y de branding para la atracción y retención del talento. Por otro, desde un punto de vista más operativo y estratégico, como motor de generación de valor interno y optimización de procesos.

Hay que tener en consideración que dichas generaciones llevan en su "ADN profesional" dos cosas: la primera, que asumen que van a trabajar en un entorno digital e interconectado, y la segunda, que aceptan un proceso de asignación internacional dentro de su desarrollo profesional en sus empresas candidatas.

Por tanto, y como conclusión, la clave pasa por adecuar y readaptar la propuesta de valor al candidato, alineando el propósito de la organización con el suyo personal, para dar al mismo tiempo también una solución inmediata al negocio interno, un reto que, en el contexto actual, sin apoyo de la tecnología, se arroja excesivamente complicado.