



THE
QUALITY
PROVIDER OF
GLOBAL
EXECUTIVE
SOLUTIONS

GESTION DE LOS RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS DEL SECTOR DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION EN ESPAÑA 2011



Índice

- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



1 Presentación

SIGNIUM INTERNATIONAL presenta su Estudio sobre la *GESTION DE LOS RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS DEL SECTOR DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION EN ESPAÑA 2011** contemplado desde una triple perspectiva:

üMACROECONOMICA

üTECNOLOGICA

üORGANIZATIVA

Esto configura el escenario actual de desempeño de las empresas del hipersector. El estudio analiza la situación y el futuro de las organizaciones involucradas considerando tendencias de negocio, perspectivas de empleo, niveles de remuneración, ratios de permanencia y satisfacción, de empleados y clientes, condiciones de contratación, fuentes de candidatos, criterios de selección y principales retos tecnológicos presentes y futuros y como estos impactan/condicionan los perfiles de los actuales y potenciales colaboradores.

*El Estudio aborda la gestión de los Recursos Humanos en el hipersector TIC/TICE como iniciativa singular que complementa los análisis sobre salarios y política laboral que organizaciones del prestigio de AMETIC edita anualmente.



- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



2 Definición y Alcance

Signium International aborda el estudio de *LA GESTION DE LOS RECURSOS HUMANOS EN EMPRESAS DEL SECTOR DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION EN ESPAÑA 2011* como elemento vertebral de la propuesta de valor que aporta a sus clientes en su labor de Búsqueda de Directivos. En nuestra misión de ayudar a las compañías líderes a crear equipos ganadores aspiramos a ser reconocidos como la firma de Búsqueda de Directivos con mayor credibilidad. Para ello abordamos diferentes servicios (Consultoría en Prácticas de Buen Gobierno, Assessment de altos Directivos, Asesoramiento en Compensación, Coaching, Planes de Sucesión y Retención, Inteligencia de Mercado) que sólo se pueden ofrecer a los máximos niveles de calidad desde un completo entendimiento del negocio. El presente estudio se enmarca en el escenario de las empresas que lideran el cambio tecnológico que hoy redefine modelos de negocio, procesos y competencias. Para captar y analizar su trascendencia e impacto, se ha buscado dotar al presente estudio, insistimos, de la perspectiva de negocio necesaria y así analizar la función de Recursos Humanos siempre clave en el desempeño de las organizaciones. En un ejercicio fiscal duro, impactado directamente por la crisis global/local que nos afecta, se han tenido en cuenta aspectos de entorno, de tecnología, de tendencia, de desarrollo, de selección y de futuro, estructurando nuestro Estudio, como se detalla a continuación



2 Definición y Alcance

1.- ENTORNO DE NEGOCIO

Mercado Mundial
Mercado Doméstico
Tendencias Tecnológicas
Cambios Organizativos

2.- CRITERIOS DE SELECCIÓN

Desarrollo de negocio
Alta Dirección
Perfiles Técnicos

3.- DESARROLLO DE HHRR

Próximo año fiscal
Medio plazo
Búsqueda de candidatos
Impacto de la crisis

El universo contemplado incluye todas las empresas relevantes del sector en nuestro país y se ha buscado una doble respuesta por organización: **DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DIRECCION GENERAL Y DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LOS RECURSOS HUMANOS.**

El porcentaje de respuestas obtenido ha sido de un 24% garantizándose en todo momento la absoluta confidencialidad de las mismas



- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



3 Metodología

Definición de Universo

Empresas con Facturación superior a 5 millones €uros

Compañías con oferta singular

Socios de las Organizaciones Sectoriales relevantes

Organizaciones con un número de empleados superior a 50

Líderes Subsectoriales

Calendario

Elaboración del Estudio:
SEPTIEMBRE 2011

Recordatorio: OCTUBRE 2011
(3ª semana)

Envío: OCTUBRE 2011
(1ª semana)

Tratamiento respuestas, análisis
y redacción del informe:
NOVIEMBRE 2011

Informe final:
DICIEMBRE 2011

Publicación

Presentación

Sumario Ejecutivo

Definición y Alcance

Respuestas

Metodología

Gráficos

Apéndices
1. Cuestionario
2. Signium International

Divulgación

- Lanzamiento en mayo 2012
- Sin ánimo de lucro, remitido a todas las empresas del sector
- Presentación y publicación en COMPUTING



- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



4 Sumario Ejecutivo

ENTORNO DE NEGOCIO

La primera reflexión obtenida de las respuestas analizadas explicita una diferencia notable al comparar los mercados español y mundial con respecto a los ingresos de las diferentes empresas consultadas. El 24% de los encuestado reconoce disminución de revenue a nivel global, mientras que la cifra crece hasta el 35% cuando se responde desde una óptica puramente nacional.

Con respecto a los márgenes, la grieta se hace aún más profunda. El 18% de los encuestados manifiesta una disminución en su profit a nivel global, mientras que, a nivel de nuestro país, las empresas que expresan disminución en margen llega hasta el 47%

En lo relativo al número de empleados desde una perspectiva global, las empresas encuestadas manifiestan una reducción de sus plantillas; así lo expresan el 18% de las organizaciones participantes, mientras que en España el 24% de las empresas preguntadas expresan su intención/realidad de reducir sus plantillas.

Los lanzamientos de nuevos proyectos/productos/iniciativas decrecen en España el doble que a nivel mundial (12% frente al 6%) mientras que se obtiene un resultado de altísima discrepancia en ratios de satisfacción de empleados. En los mercados globales el Ratio de Satisfacción del Empleado crece en un 41% de las entidades consultadas y en nuestro país sólo en un 29% de las respuestas obtenidas. No sucede así en el apartado de Ratio de Satisfacción de clientes donde los niveles Global/España se mantienen igualados.



4 Sumario Ejecutivo

Desde la perspectiva de las tendencias en tecnología, los encuestados manifiestan:

- ü El impacto de las Redes Sociales será *ALTO/MAXIMO* para un 76% de las organizaciones consultadas
- ü El impacto del Open Source Code será *ALTO/MAXIMO* para un 47% de las organizaciones consultadas
- ü El impacto del Green Computing será *ALTO/MAXIMO* para un 41% de las organizaciones consultadas
- ü El impacto del Cloud Computing será *ALTO/MAXIMO* para un 88% de las organizaciones consultadas
- ü El impacto de la WEB 3.0 será *ALTO/MAXIMO* para un 83% de las organizaciones consultadas
- ü El impacto de las Mobile Tech será *ALTO/MAXIMO* para un 86% de las organizaciones consultadas
- ü El impacto de las tecnologías de Business Intelligence será *ALTO/MAXIMO* para un 77% de las organizaciones consultadas



4 Sumario Ejecutivo

En el análisis de prioridades para los CIO's:

- ü Aportar ventajas competitivas obtiene un 82% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Hacer más con menos obtiene un 70% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Capitalizar las oportunidades que el nuevo entorno tecnológico propone obtiene un 64% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Reducir costes obtiene un 88% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Aumentar la eficacia de la entidad obtiene un 76% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Ser Agente de cambio obtiene un 36% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Soportar con las nuevas herramientas la estrategia de negocio obtiene un 70% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Actualizar la plataforma tecnológica de la entidad obtiene un 30% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*
- ü Gestionar con éxito el outsourcing de las operaciones informáticas obtiene un 36% de respuestas en los apartados *ALTO/MAXIMO*



4 Sumario Ejecutivo

En las preguntas relativas a cambios organizativos, las respuestas son muy reveladoras. El 47% de los encuestados manifiesta haber aligerado las estructuras en cuanto a niveles jerárquicos; el 65% ha reducido/unificado divisiones/departamentos; han incrementado subcontrataciones en un 47%; han reducido presupuestos de formación un 29% de los encuestados; han reducido el 47% de las organizaciones consultadas su budget de marketing; sin embargo, un 51% de las respuestas obtenidas nos indican que se están contratando nuevos empleados (independientemente de que simultáneamente se puedan producir despidos de otro tipo de profesionales).



4 Sumario Ejecutivo

CRITERIOS DE SELECCIÓN

Para la selección de un nuevo Sales Manager los encuestados manifiestan dar más importancia al Conocimiento del Cliente que al historial de éxito contrastado y explicitan, sin lugar a dudas, la importancia que otorgan a impulsar un “nuevo método de hacer”. Los encuestados no desean “candidatos baratos” y conceden una importancia relativa a su dominio de las herramientas tecnológicas aplicadas a la generación de Revenue. Referencias y capacidad de trabajo siguen teniendo peso.

Para la búsqueda de un nuevo Marketing Manager destacan los factores “conocimiento del cliente” y “alineamiento con la cultura organizativa”. También se le da más peso a factores como “impulsar un nuevo modo de hacer” y “dominio de las herramientas tecnológicas en Marketing”. Una vez más se rechaza de manera mayoritaria a los “candidatos baratos”.

Para el resto de funciones en el primer nivel de dirección, se concede enorme peso al apartado “éxito demostrable en tarea parecida” y a los criterios “impulse un nuevo modo de hacer”, “alineamiento cultural con la organización” y “entendimiento del negocio”. Una vez más, de manera mayoritario de rechaza el criterio de “candidato barato”



4 Sumario Ejecutivo

En cuanto a los perfiles técnicos, el uso de tests no aparece como relevante, dando importancia en cambio a factores como “experiencia idéntica a la solicitada”, “salario accesible” “velocidad de incorporación”, “capacidad de trabajo”, “madurez” “trayectoria estable” y “formación”

De todo lo anterior se extraen dos consecuencias de gran trascendencia. La primera es el corto plazo. Se rechazan candidatos de alto potencial si hay que “esperar” a que maduren, se priman factores como “incorporación inmediata” buscando resultados en una ventana de oportunidad siempre urgente. La otra gran reflexión es la importancia clave que se otorga a los temas de innovación, buscando profesionales que aporten nuevas formas de hacer, añadiendo nuevas prácticas a los repertorios organizativos.

También merece destacarse el peso que el elemento “madurez” adquiere a la hora de contratar perfiles técnicos.



4 Sumario Ejecutivo

DEASROLLO HHRR

Para el año 2012 sólo el 35% de los encuestados manifiesta su intención de crecer en número de empleados y de entre estos, un escaso 12% lo hará por encima del 10%.

Si ampliamos el plazo a tres años, el 35% pasa a un 76% y el citado 12% a un más alentador 18%. La respuestas relativas a búsqueda de candidatos, nos señalan los siguientes factores clave:

- ü Importancia media de las fuentes propias
- ü Uso habitual de los entornos de empleados
- ü Uso escaso de "Head Hunters"
- ü Utilización creciente de las Redes Sociales
- ü Bajísima utilización de anuncios
- ü Uso masivo de Portales de Empleo

Además las respuestas nos indican que las Redes Sociales como fuente de candidatos no se emplean sólo para perfiles técnicos o posiciones junior.



4 Sumario Ejecutivo

Los factores de entorno económico se reflejan en las respuestas de manera inequívoca. Así el 59% de los encuestados admite el impacto de la crisis en los niveles salariales y también se ha dejado notar su efecto en los niveles de rotación (en disminución para un porcentaje enorme de los casos).

La crisis multiplica el número de candidatos potenciales válidos pero convierte a los profesionales del sector en personas más conservadoras a la hora de plantearse un nuevo reto.

El impacto de la crisis se reafirma en los Ratios de Satisfacción de Empleado (como se adelantó en el apartado Entorno de Negocio del presente Estudio) y finalmente reseñar la respuesta unánime obtenida sobre el posible impacto negativo que pudiera tener sobre un candidato el hecho de estar en el paro. En el 100% de los casos se considera que la mencionada circunstancia no resta opciones al candidato.

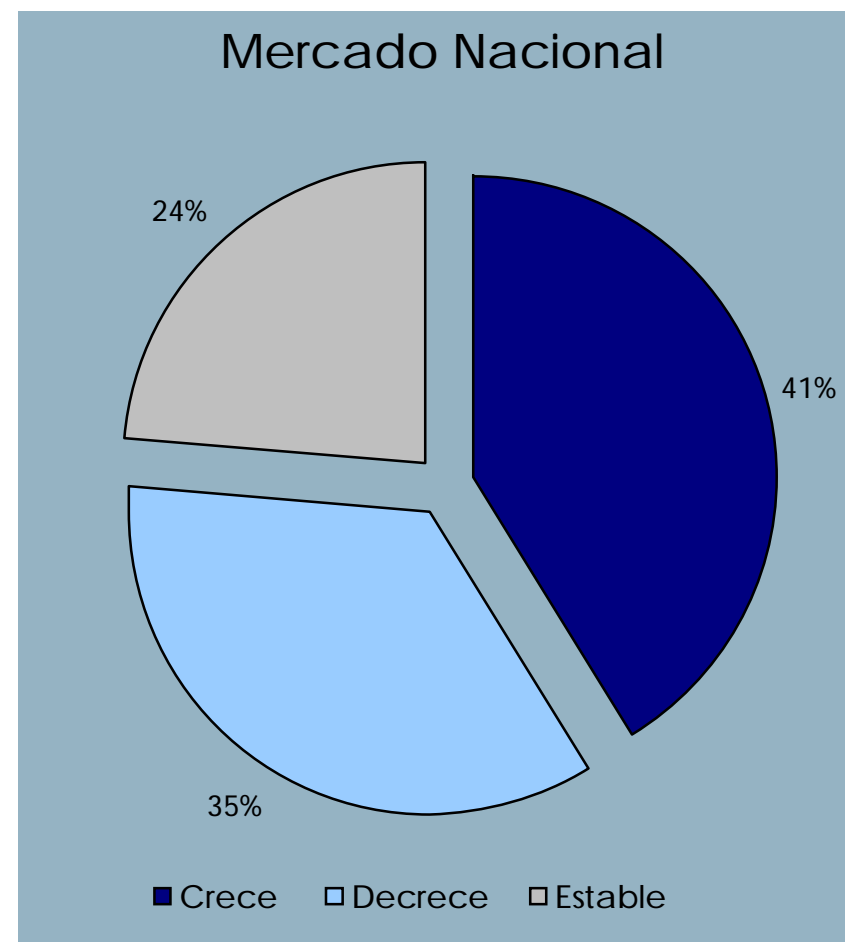
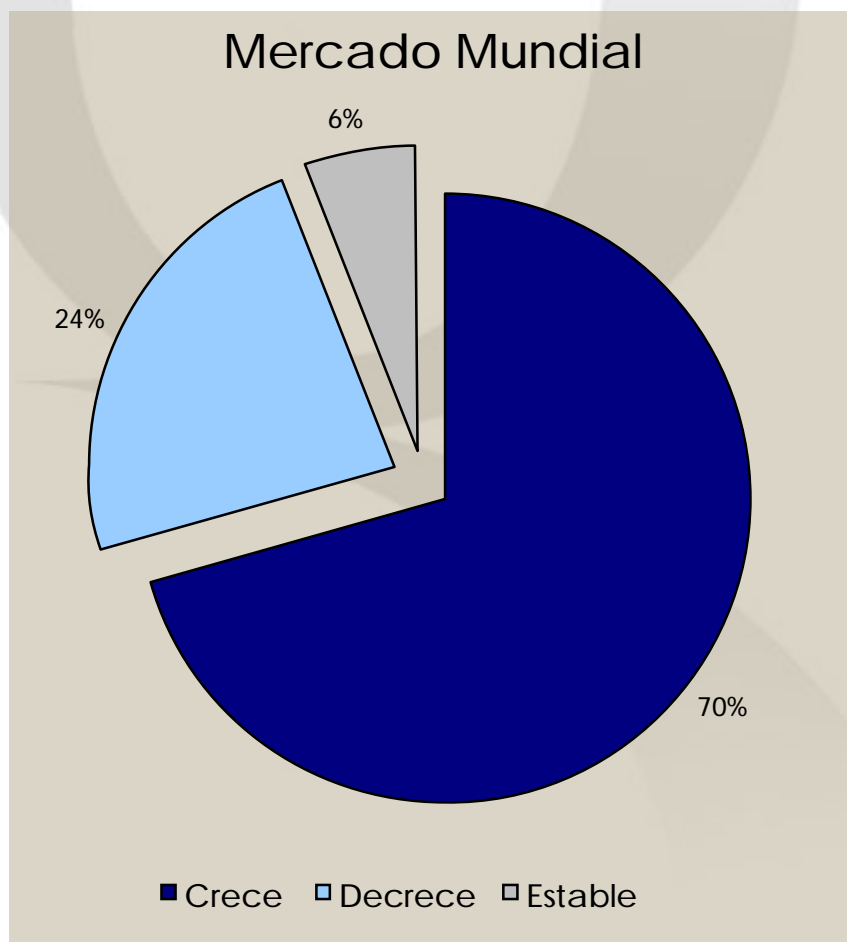


- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



5 Respuestas – Mercado Mundial vs Mercado Nacional

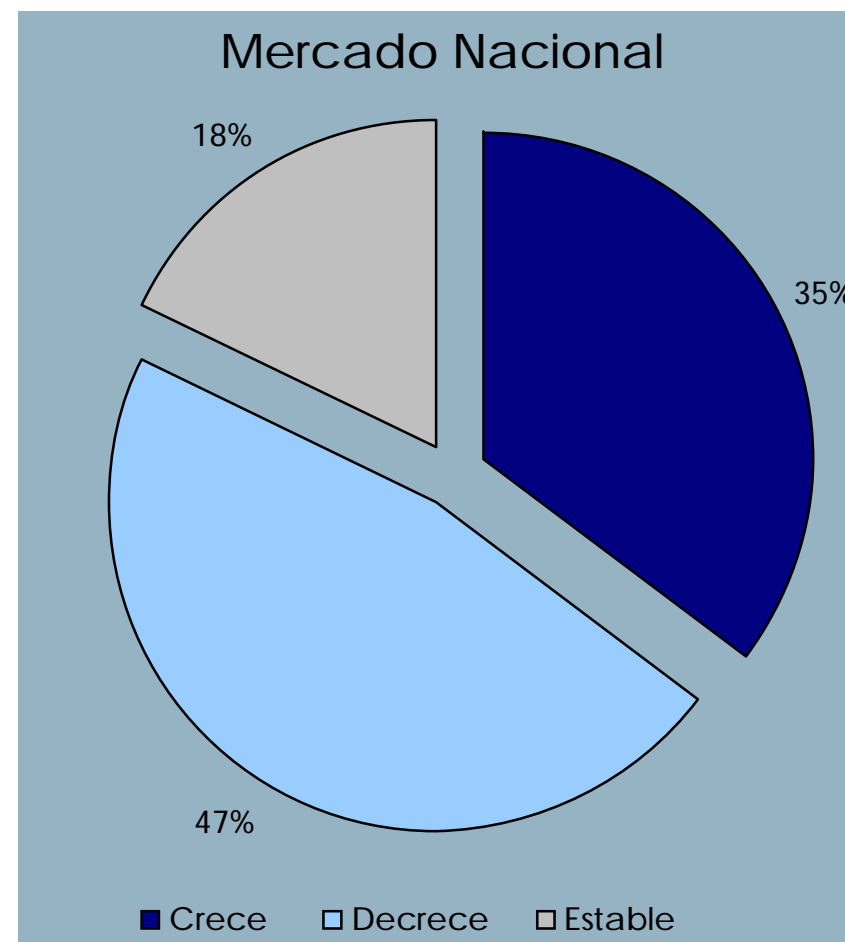
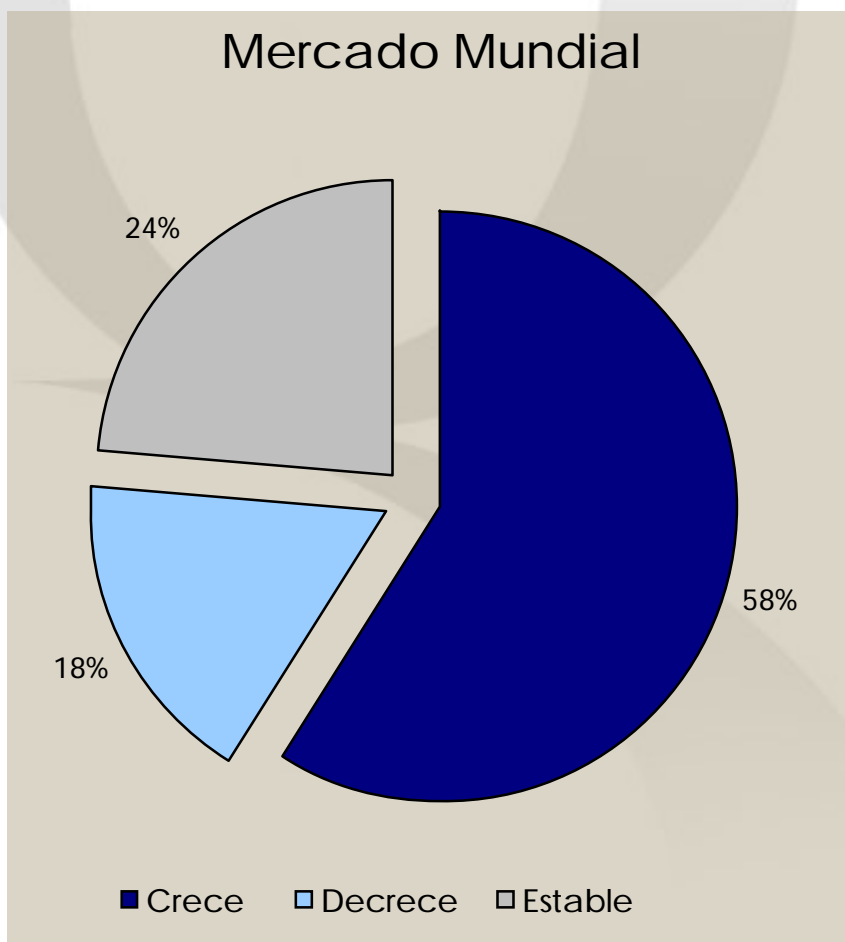
1.1.1 Revenue para el año fiscal en curso





5 Respuestas – Mercado Mundial vs Mercado Nacional

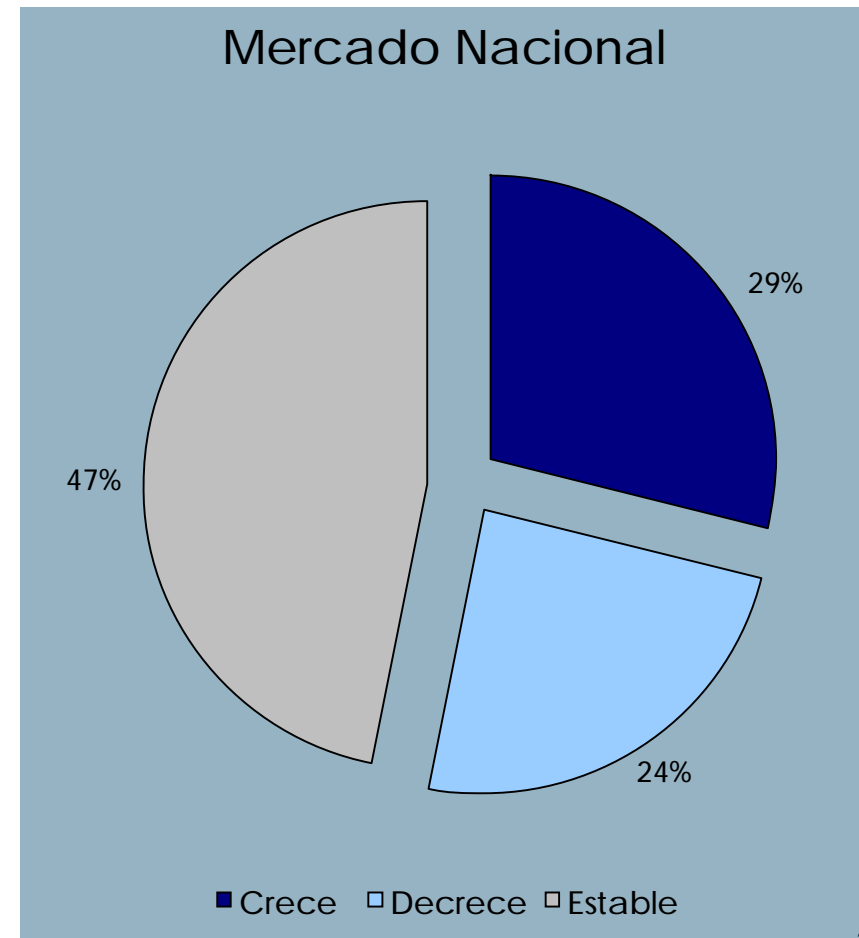
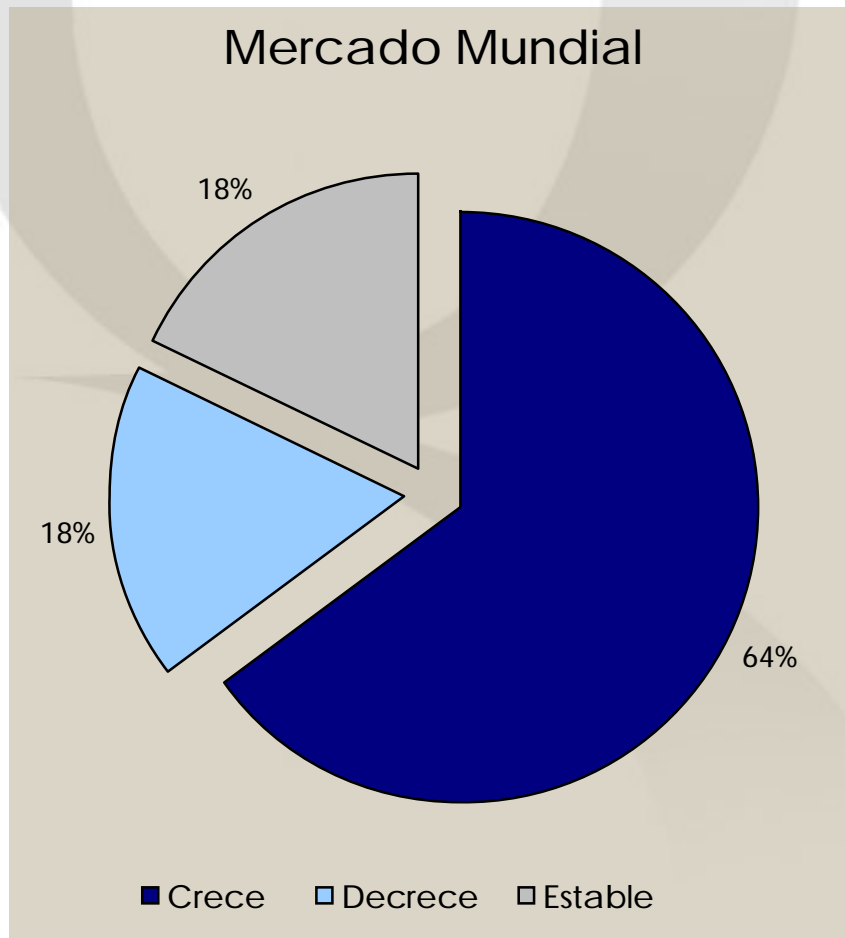
1.1.2 Profit para el año fiscal en curso





5 Respuestas – Mercado Mundial vs Mercado Nacional

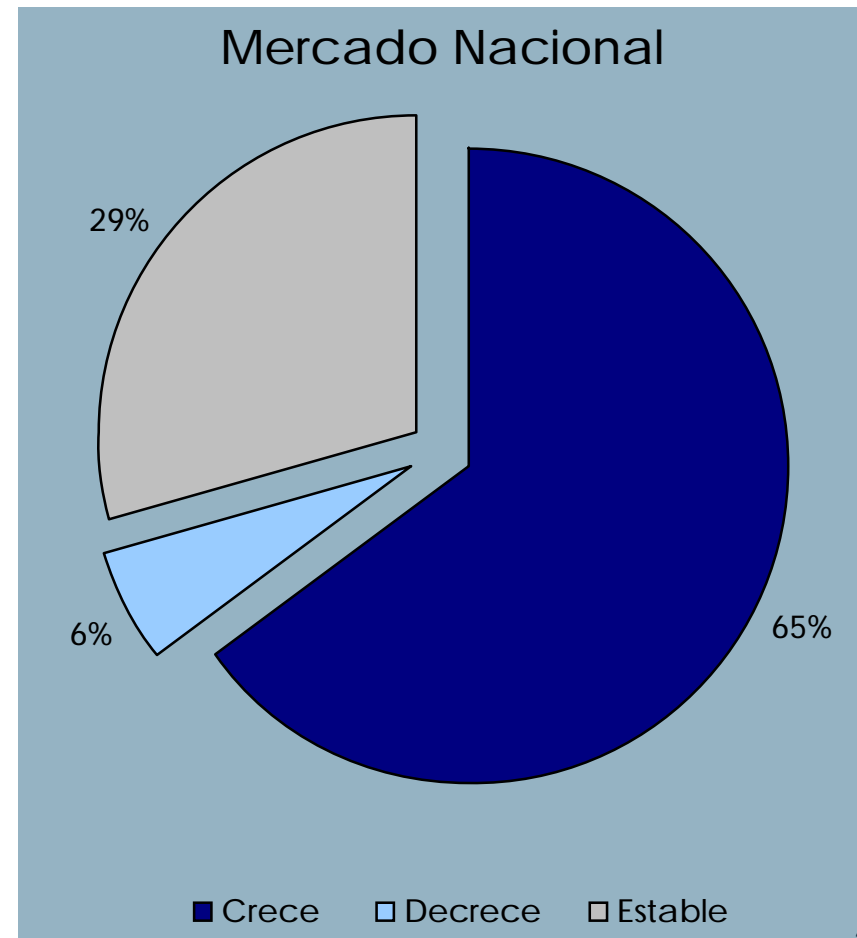
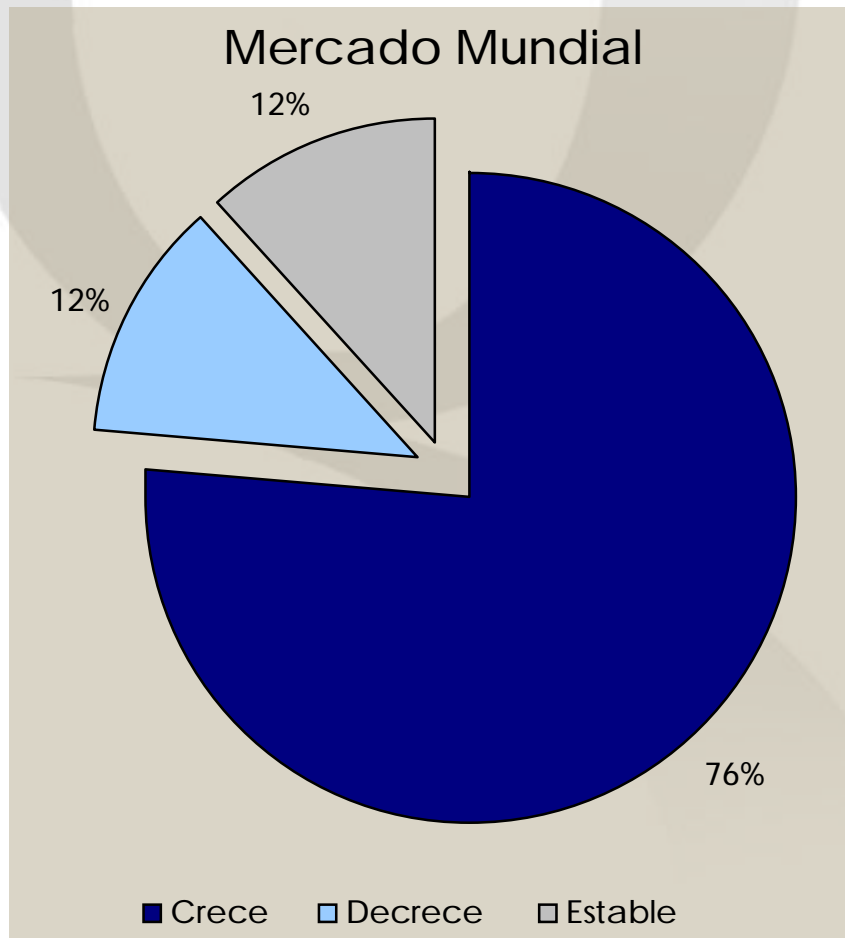
1.1.3 Número de empleados con respecto al ejercicio anterior





5 Respuestas – Mercado Mundial vs Mercado Nacional

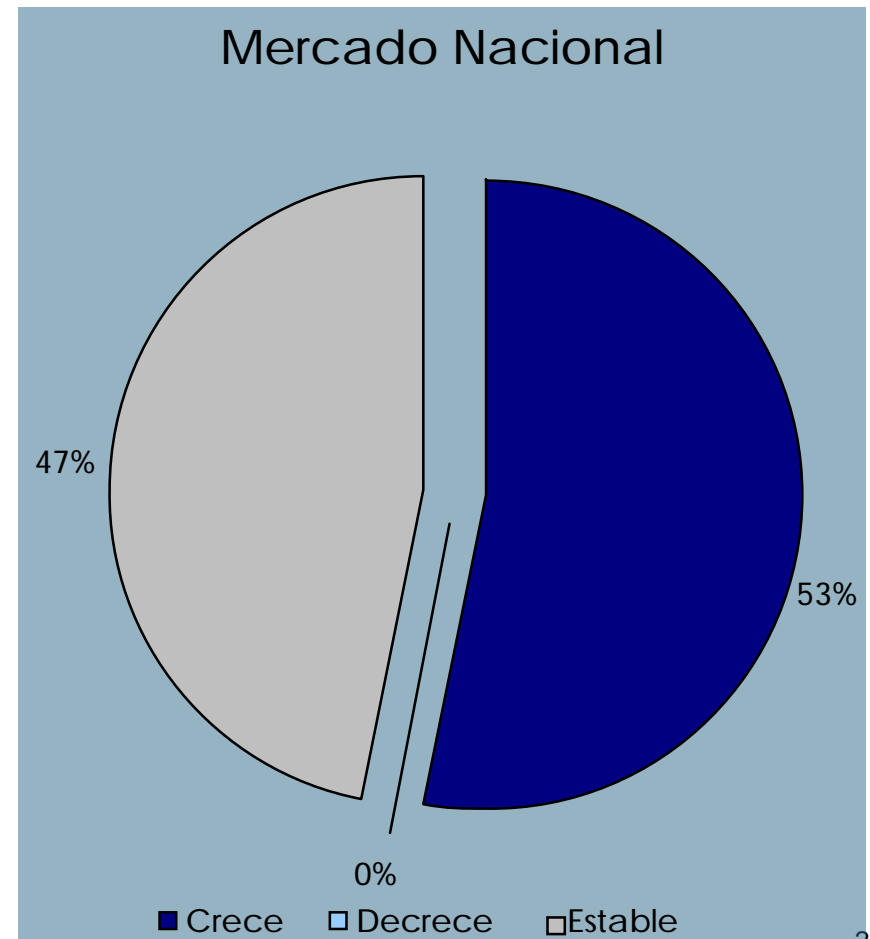
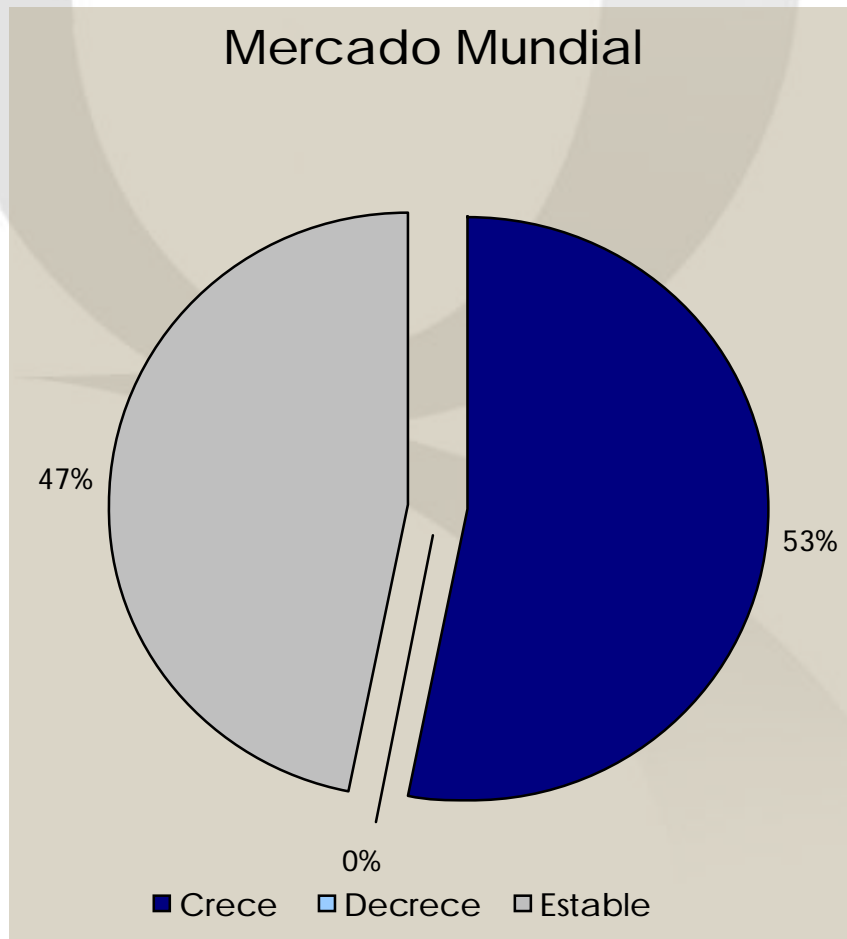
1.1.4 Lanzamiento de nuevos productos/iniciativas/proyectos





5 Respuestas – Mercado Mundial vs Mercado Nacional

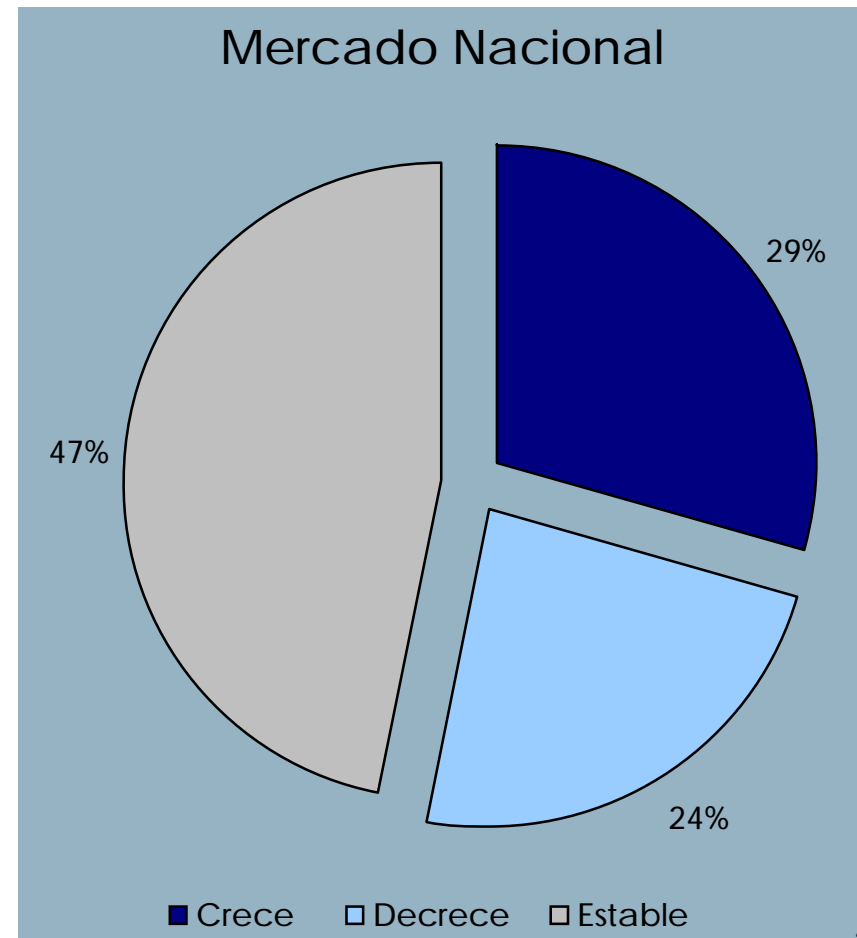
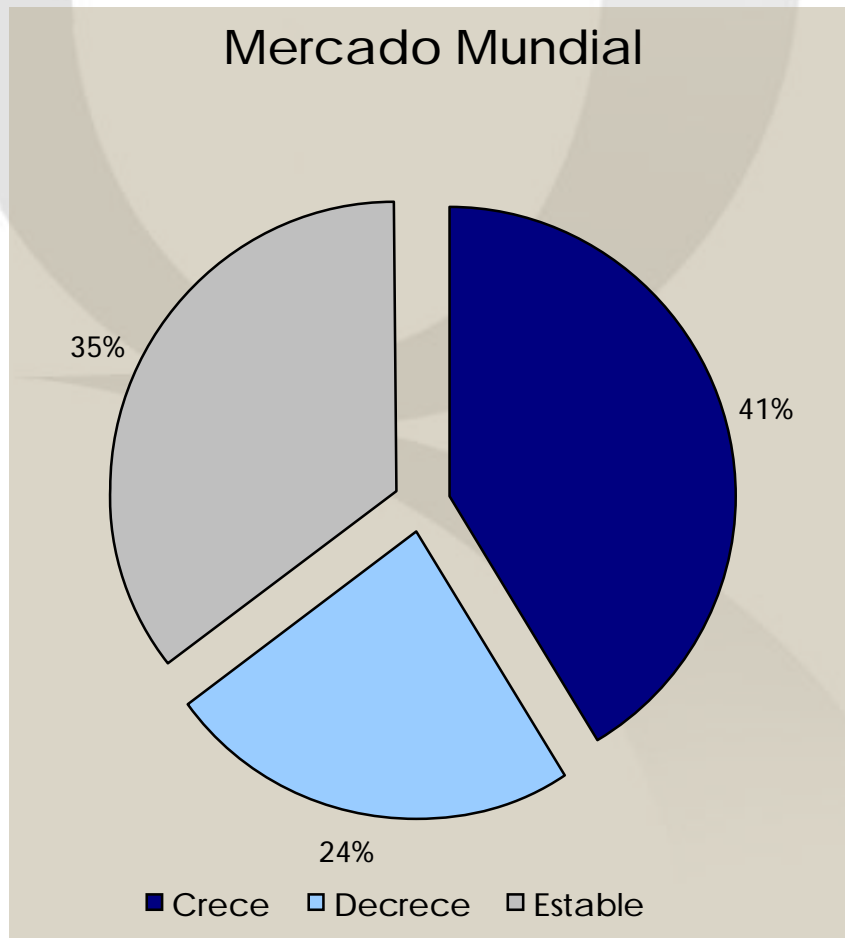
1.1.5 Customer Satisfaction ratio





5 Respuestas – Mercado Mundial vs Mercado Nacional

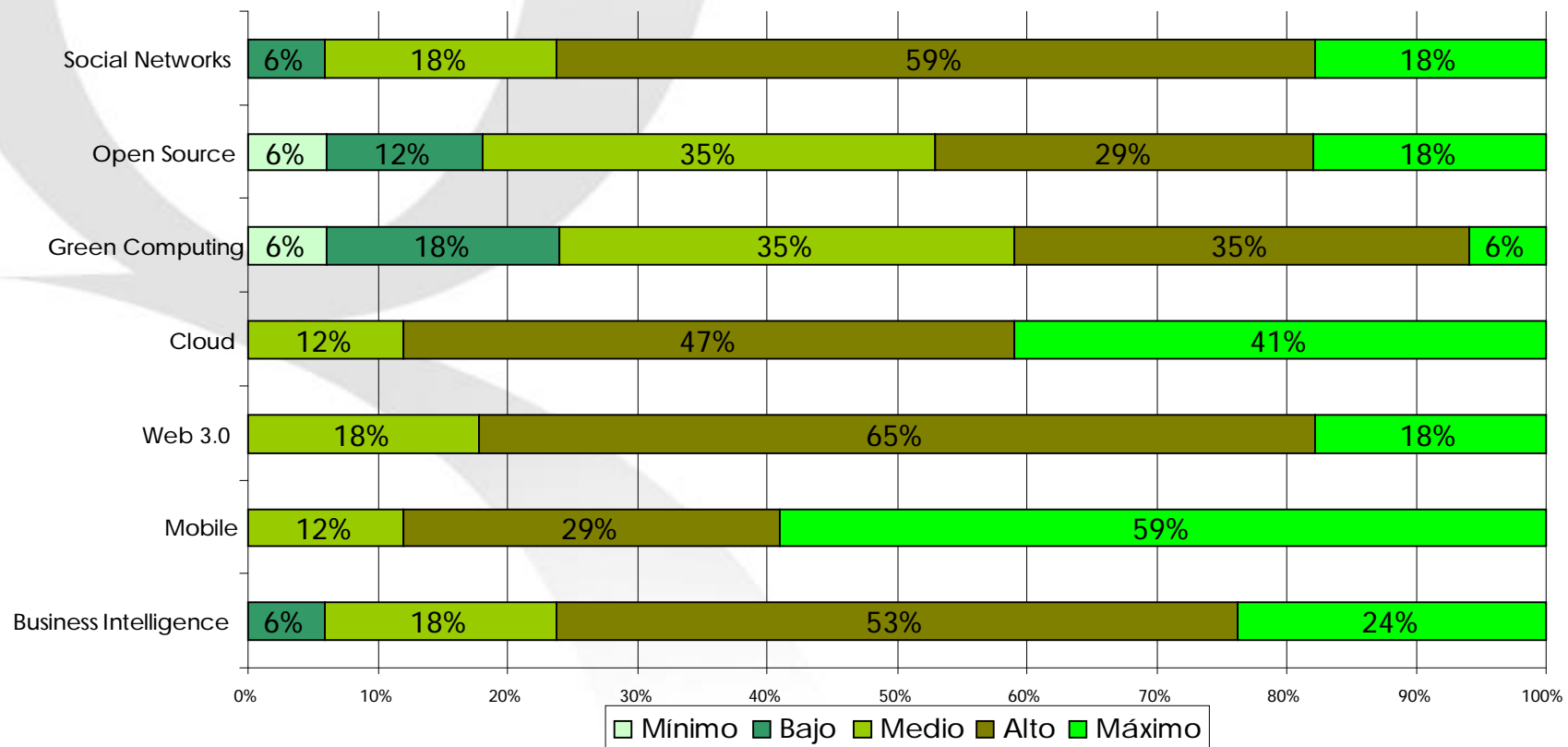
1.1.6 Employ Satisfaction ratio





5 Gráficos – Tech Trends

1.3.1 El impacto de las más importantes tendencias, desde una perspectiva de las nuevas tecnologías, para Usted será:





5

Gráficos – Tech Trends

1.3.2 ¿Cuál cree que es la más alta prioridad para los CIO's hoy en día?

Aportar ventajas competitivas basadas en el uso inteligente de las tecnologías de la información

Hacer más con menos

Capitalizar las oportunidades que el nuevo entorno tecnológico propone

Reducir costes

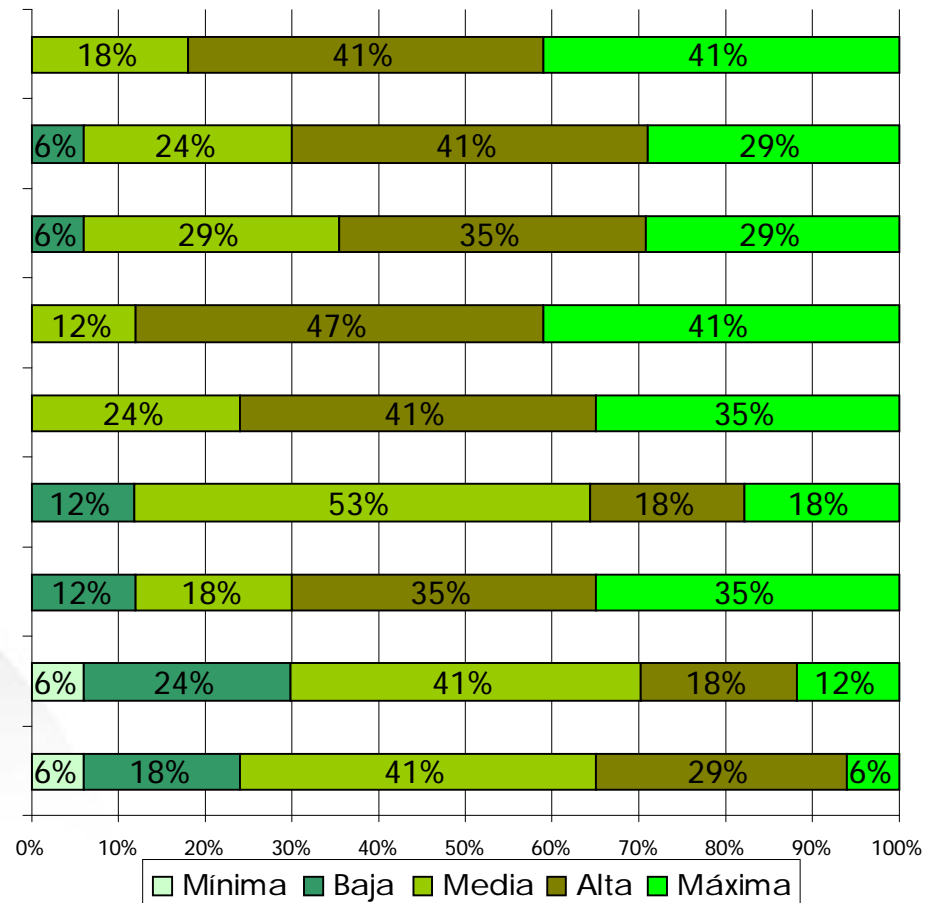
Aumentar la eficacia de la entidad

Ser agente de cambio

Soportar con las nuevas herramientas la estrategia de negocio

Actualizar la plataforma tecnológica de la entidad

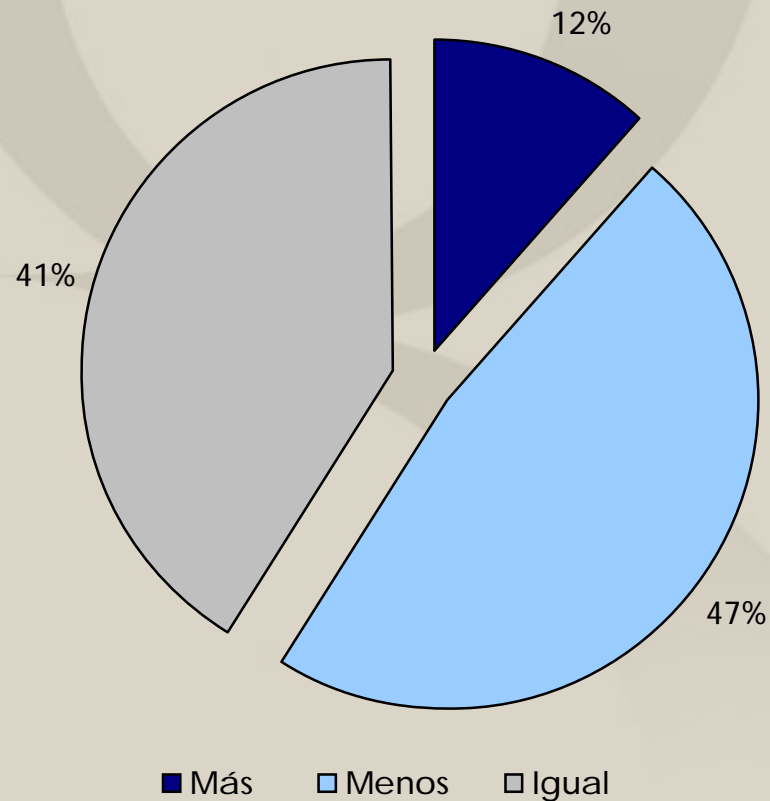
Gestionar con éxito el outsourcing de las operaciones informáticas



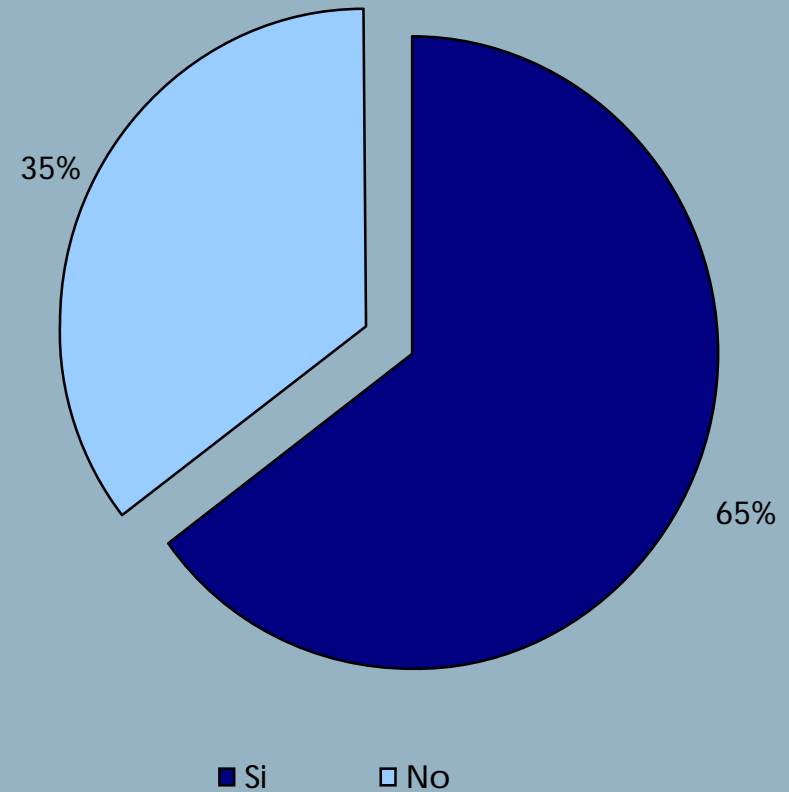


5 Respuestas – Cambios Organizativos

1.4.1 En lo referente a niveles jerárquicos dentro de la organización, su compañía tiene?



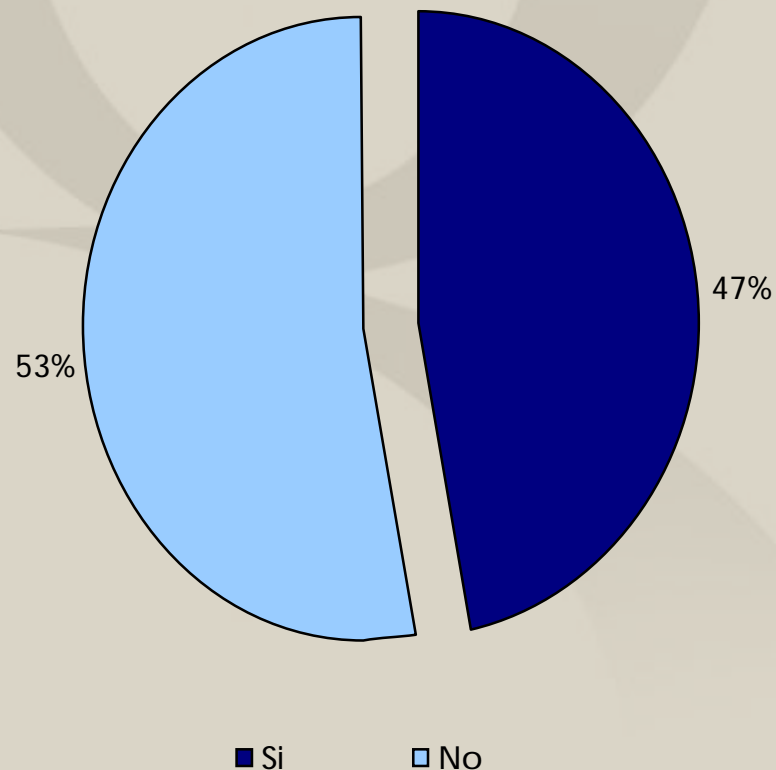
1.4.2 Se han reducido, unificado divisiones/departamentos?



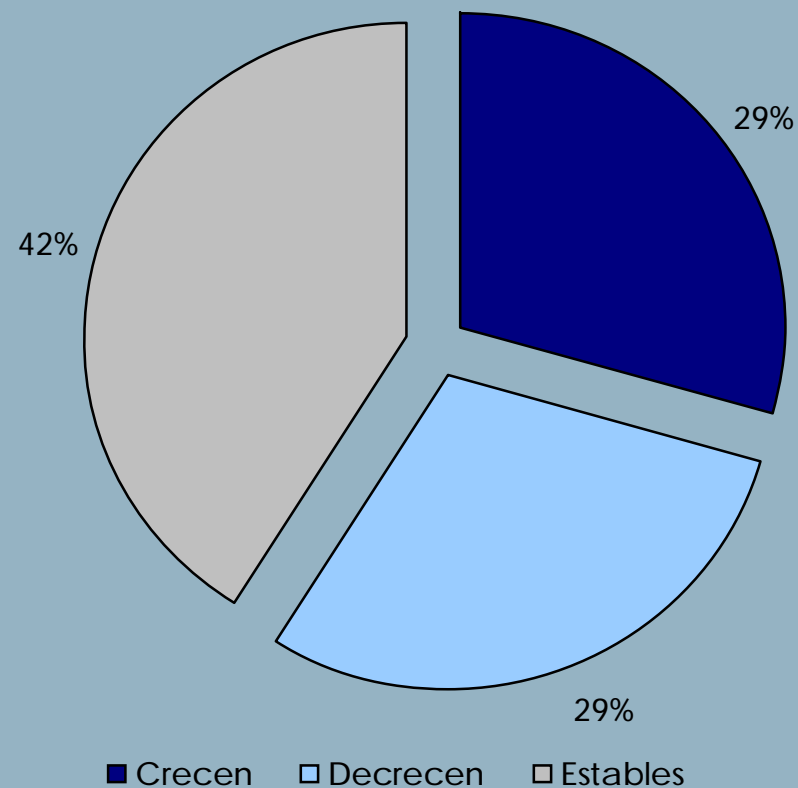


5 Respuestas – Cambios Organizativos

1.4.3 Se han incrementado las subcontrataciones/cesiones/outsourcing de actividades?



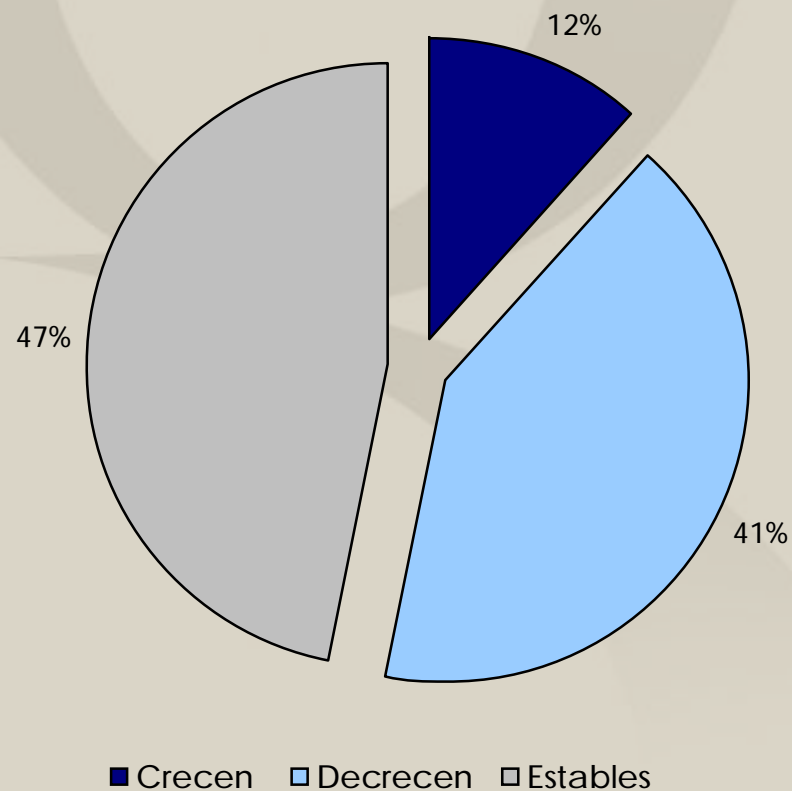
1.4.4 Los budget de formación



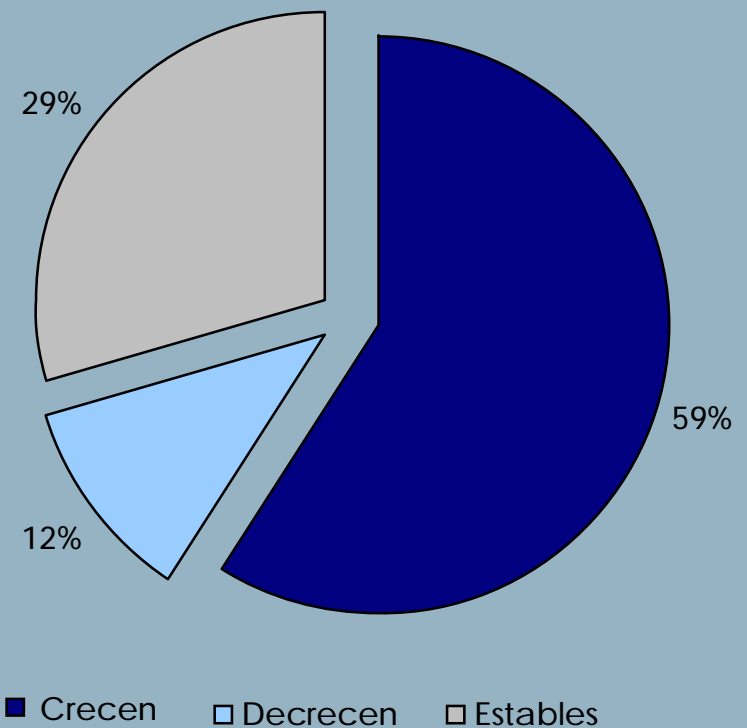


5 Respuestas – Cambios Organizativos

1.4.5 Los budgets de marketing



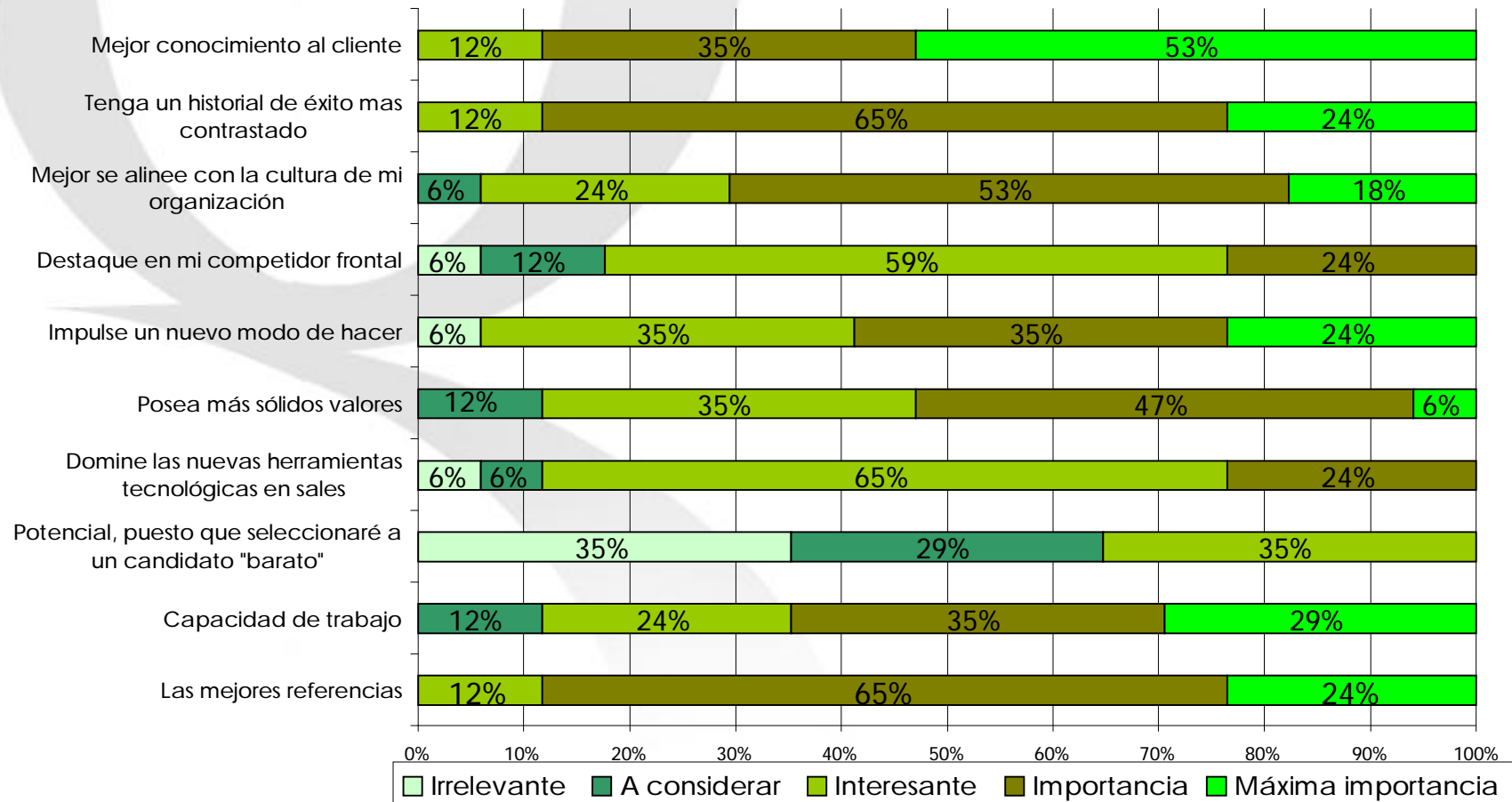
1.4.6 La contratación de nuevos empleados (independientemente de que simultáneamente se puedan producir despidos/salidas de otro tipo de profesionales dentro de su organización)





5 Gráficos – Criterios de Selección – Business Development

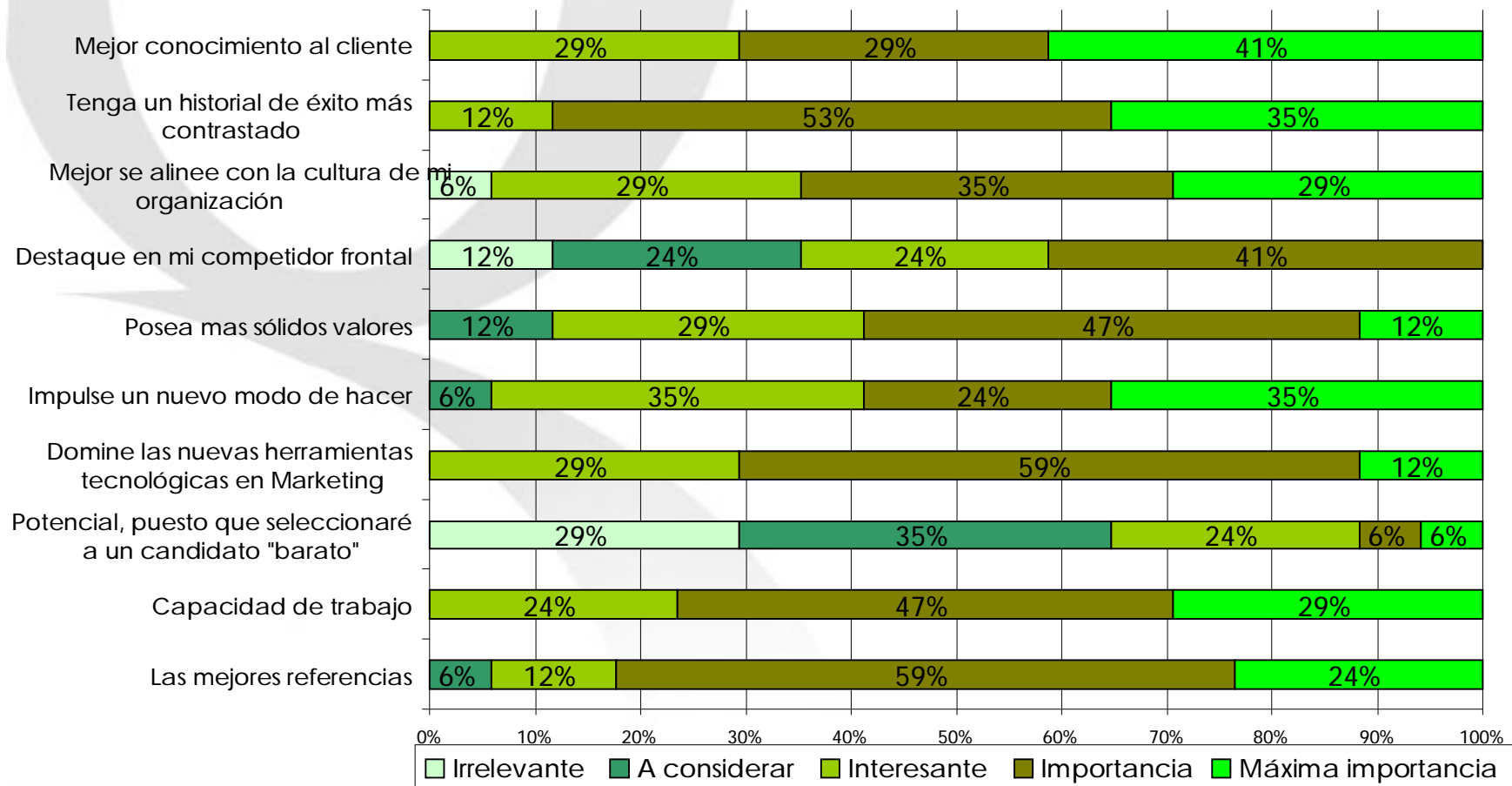
2.1.1 Si tengo que seleccionar a mi nuevo Sales Manager, utilizaré como criterio prioritario de selección





5 Gráficos – Criterios de Selección – Business Development

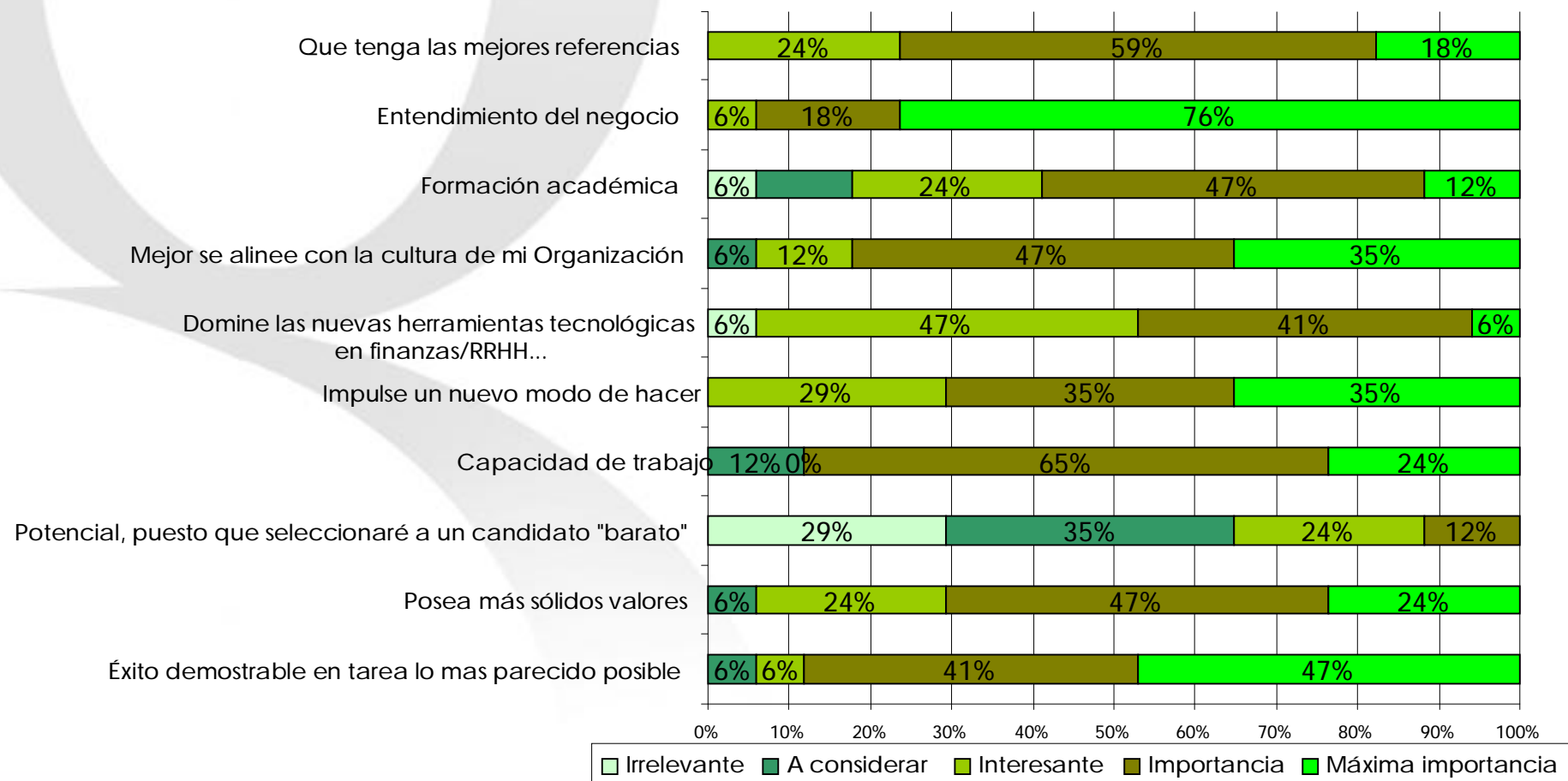
2.1.2 Para seleccionar a mi nuevo Marketing Manager, utilizaré como criterio prioritario de selección





5 Gráficos – Criterios de Selección – Alta Dirección

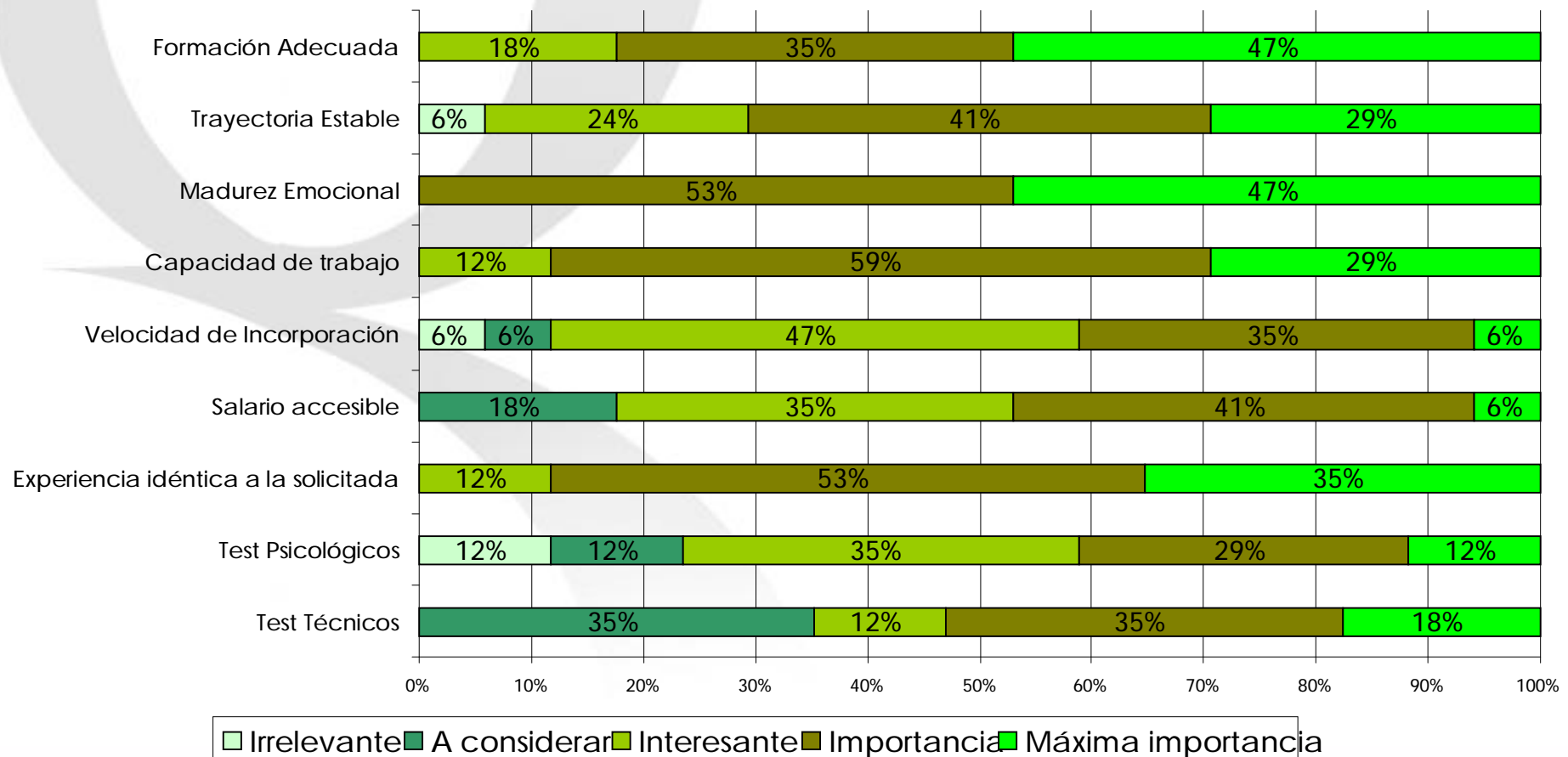
2.2.1 Para mi primer nivel directivo (excepto Marketing & Sales) utilizaré como criterio de selección





5 Gráficos – Criterios de Selección – Perfiles Técnicos

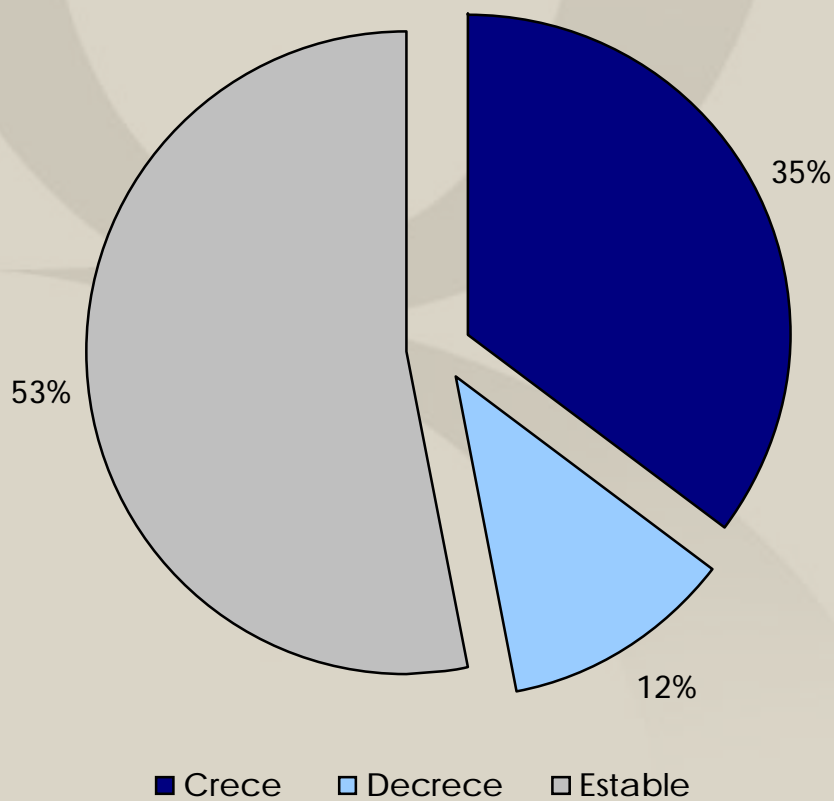
2.3.1 Para seleccionar perfiles técnicos, utilizo como criterios de selección



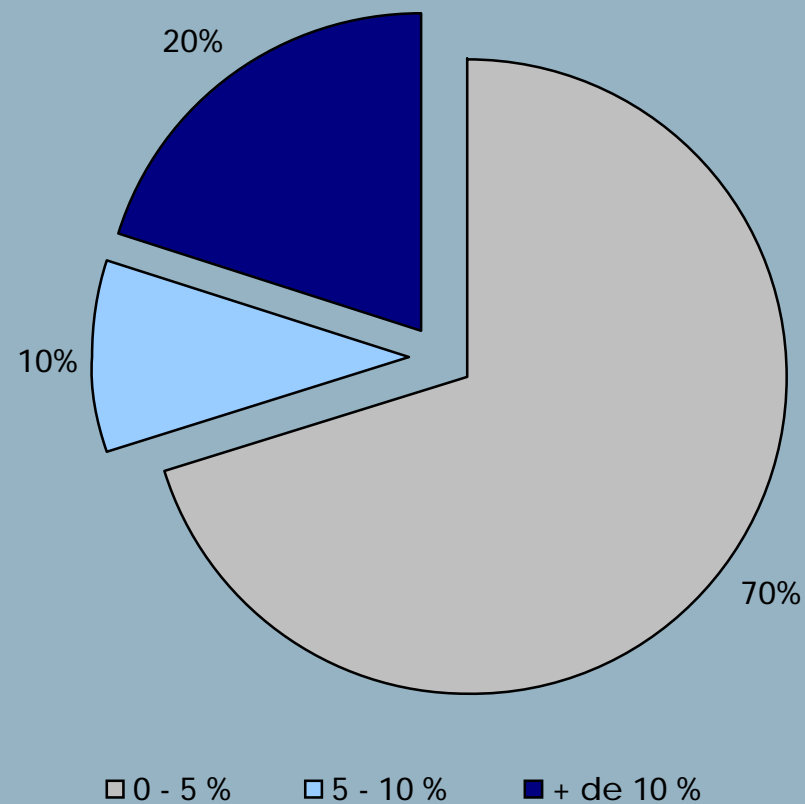


5 Respuestas – HHRR Development – Próximo año fiscal

Para el próximo ejercicio su plantilla de empleados



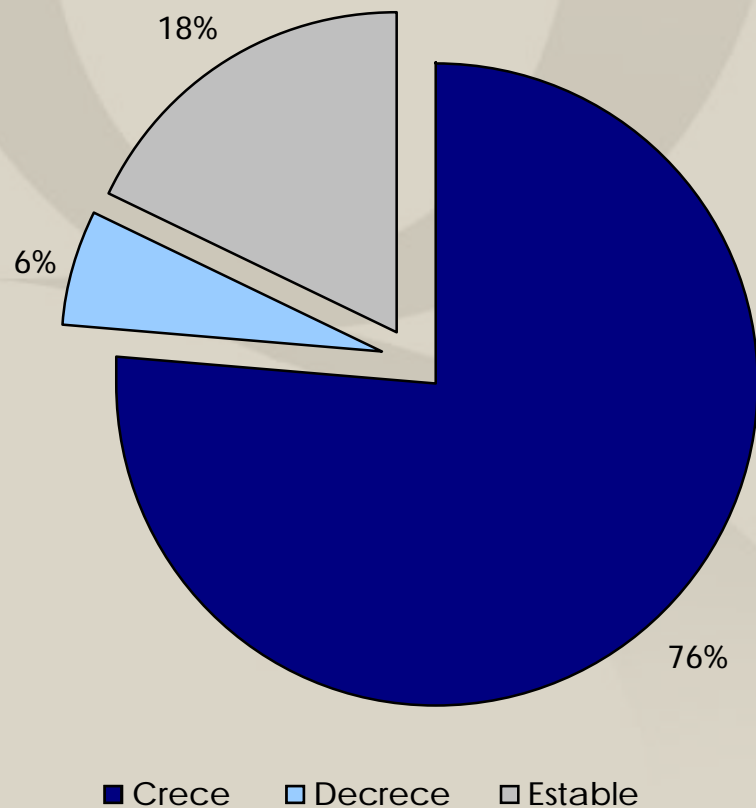
3.1.2 En caso de crecimiento, el incremento será del orden de



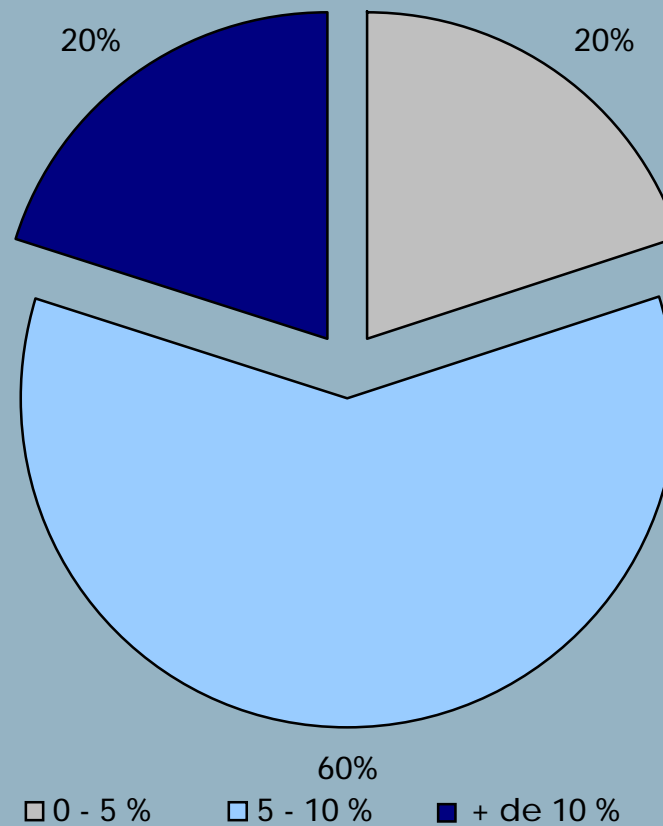


5 Respuestas – HHRR Development – Medio Plazo

3.2.1 Para un horizonte de 3 años, su plantilla de empleados



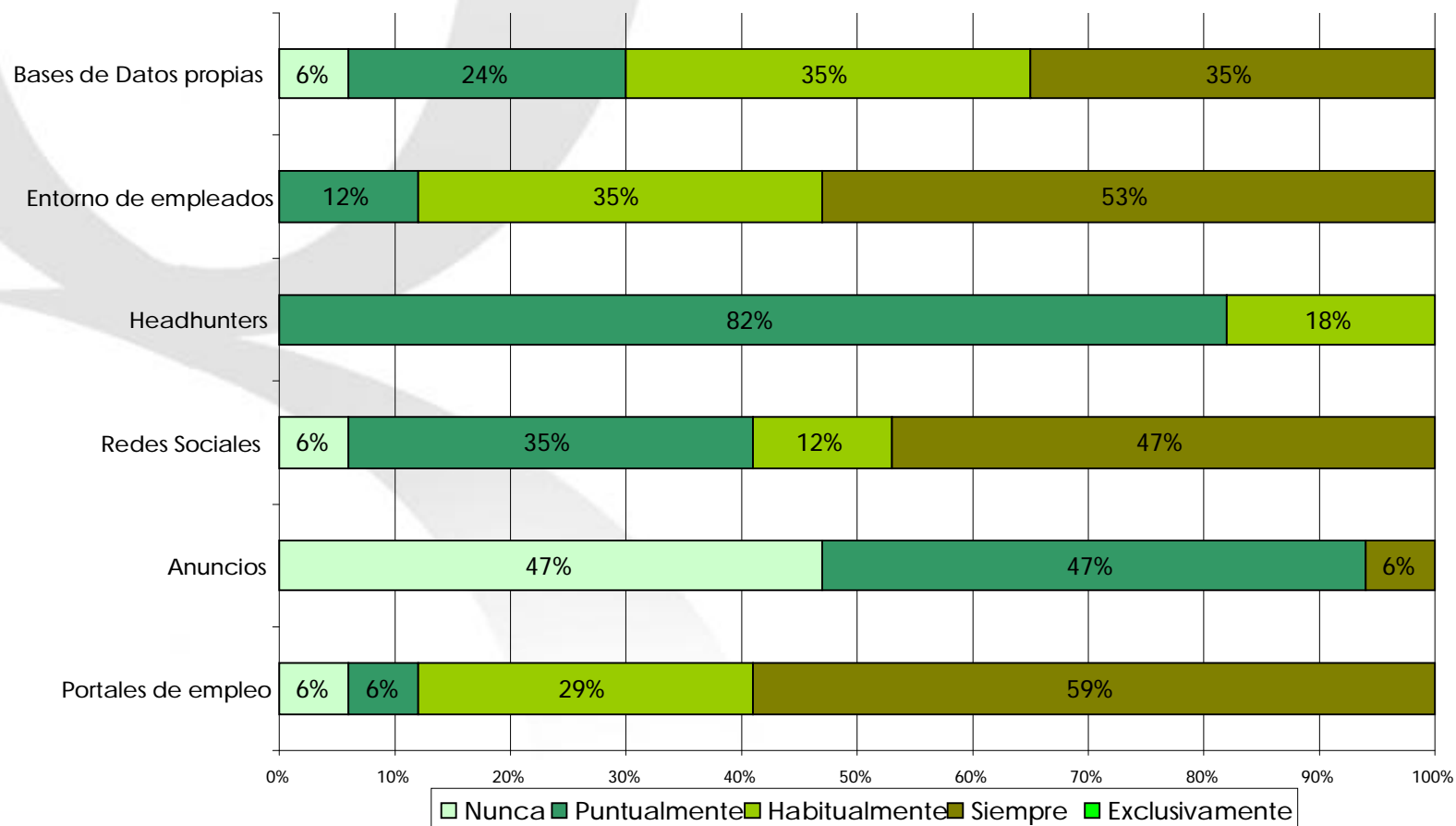
3.2.2 En caso de crecimiento, el incremento será del orden de





5 Gráficos – HHRR Development

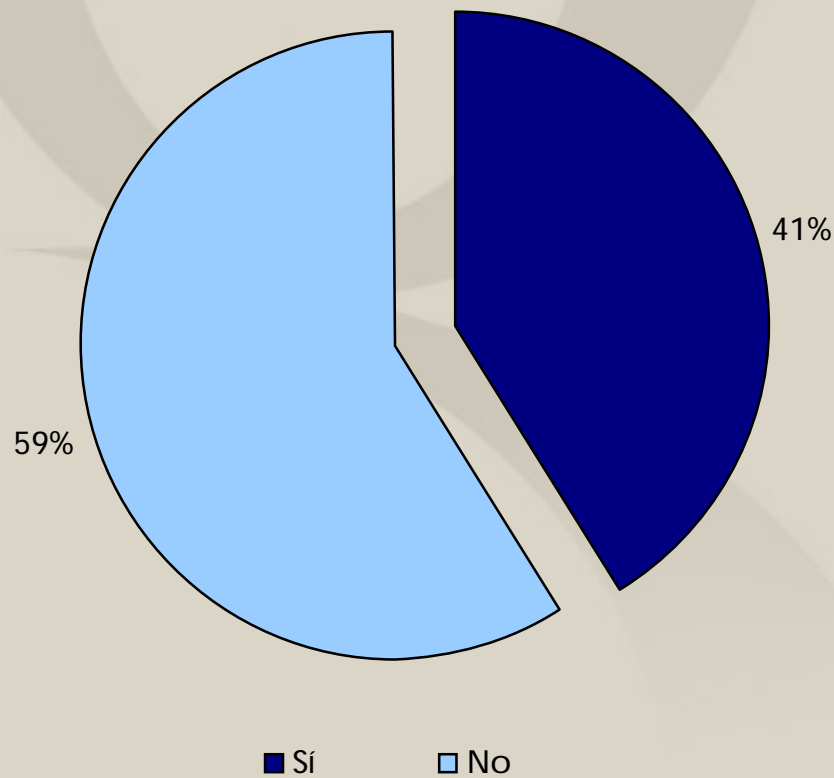
3.3.1 Para buscar candidatos, qué fuentes utiliza?



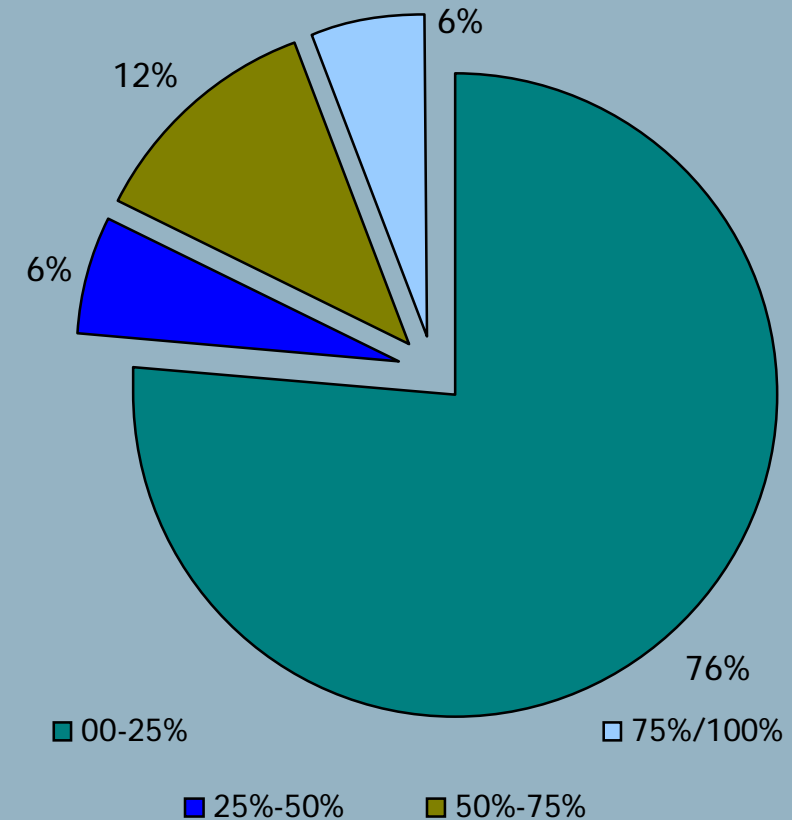


5 Respuestas – HHRR Development

3.3.2 Utiliza las redes sociales para buscar candidatos para posiciones de alta dirección?



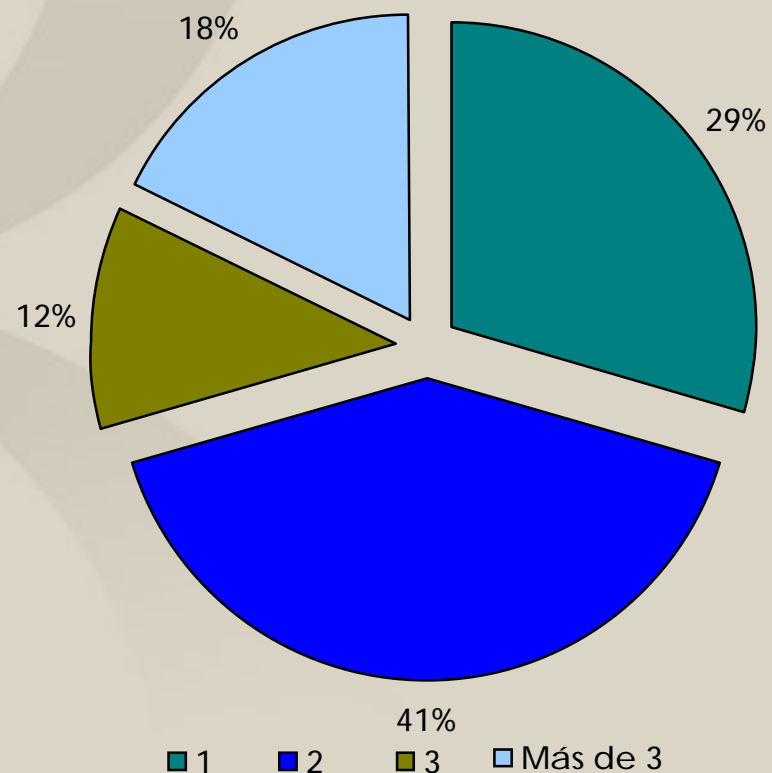
3.3.3 Dentro del último año fiscal, ¿Qué porcentaje de posiciones ha cubierto con candidatos provenientes de redes sociales?





5 Respuestas – HHRR Development

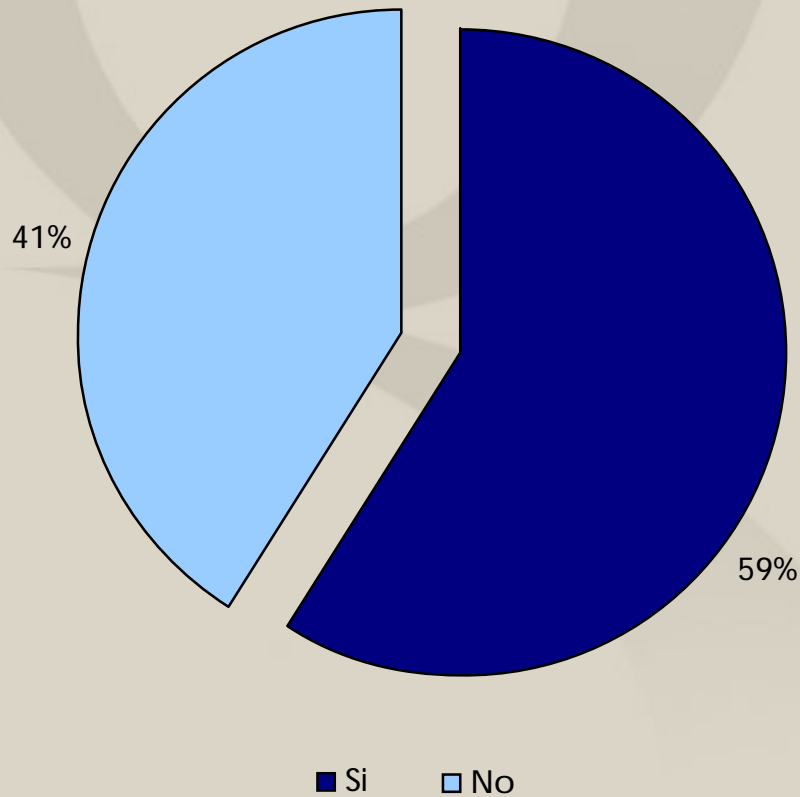
3.3.4 En caso de utilizar los servicios de "HeadHunters" ¿Con cuántos trabaja habitualmente?



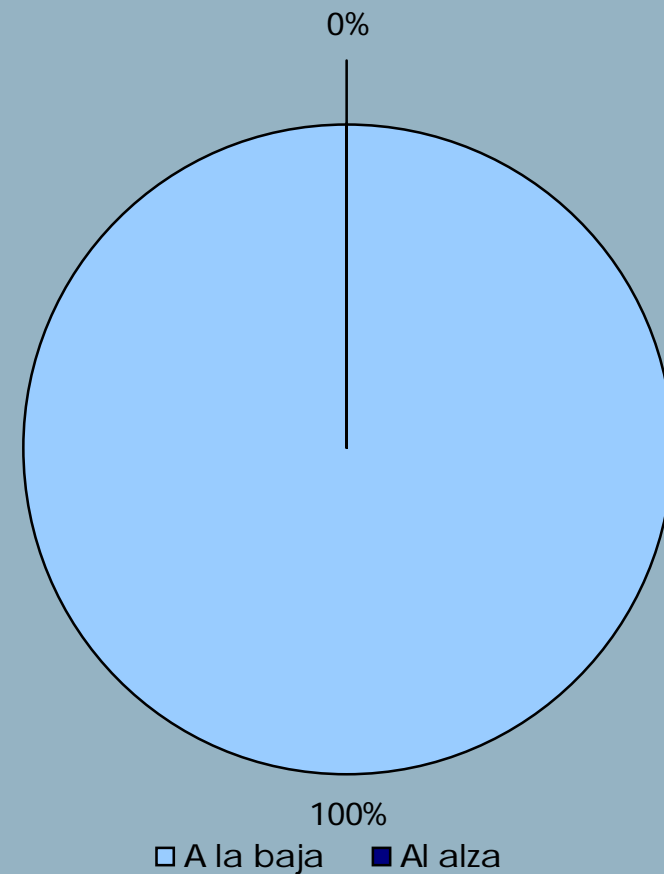


5 Respuestas – HHRR Development – Impacto de la crisis en la Organización

3.4.1 Ha afectado la crisis a los niveles salariales?



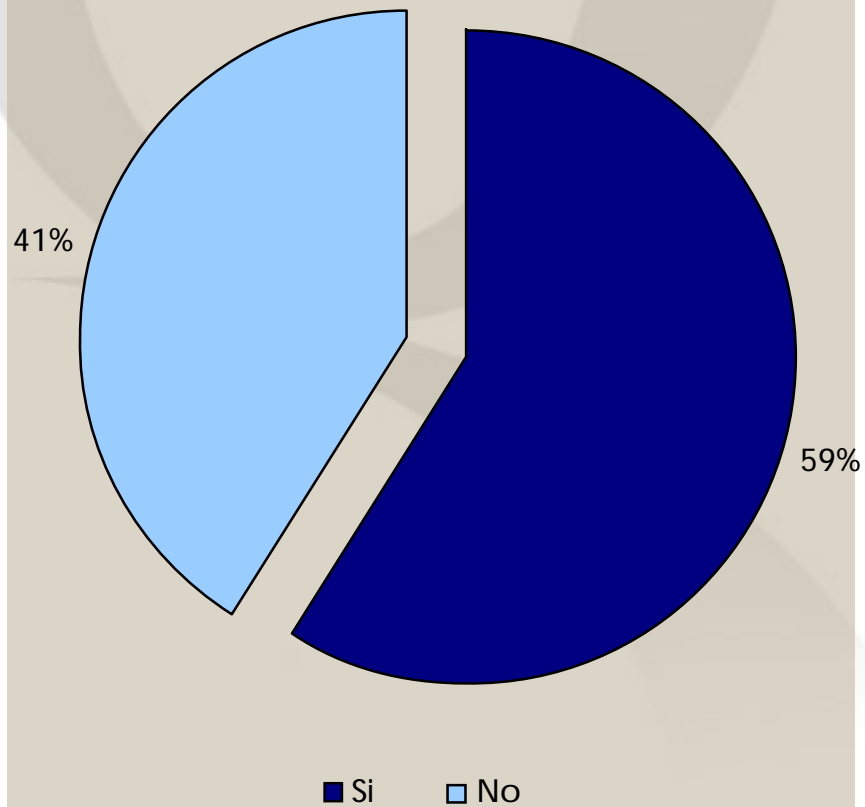
3.4.2 En caso afirmativo



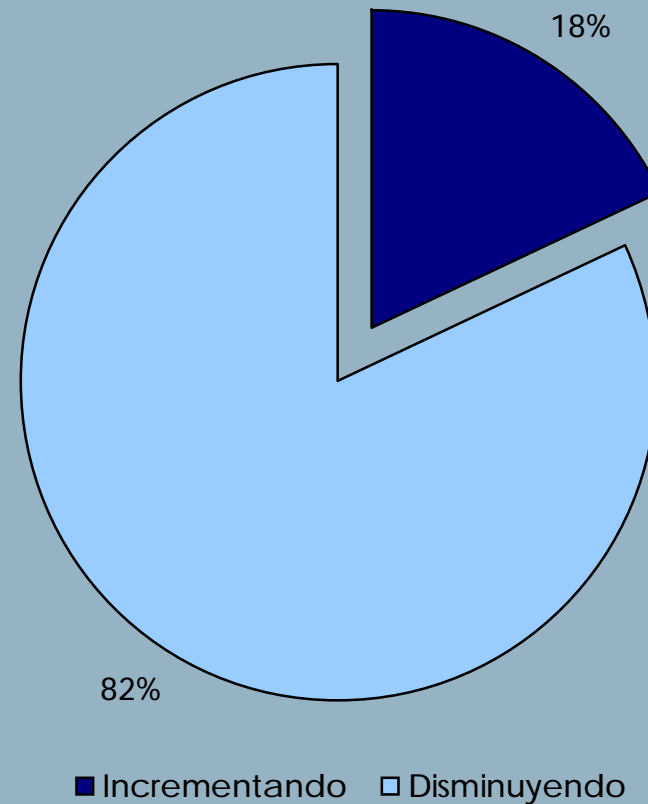


5 Respuestas – HHRR Development – Impacto de la crisis en la Organización

3.4.3 Ha alterado la crisis los ratios de rotación de empleados?



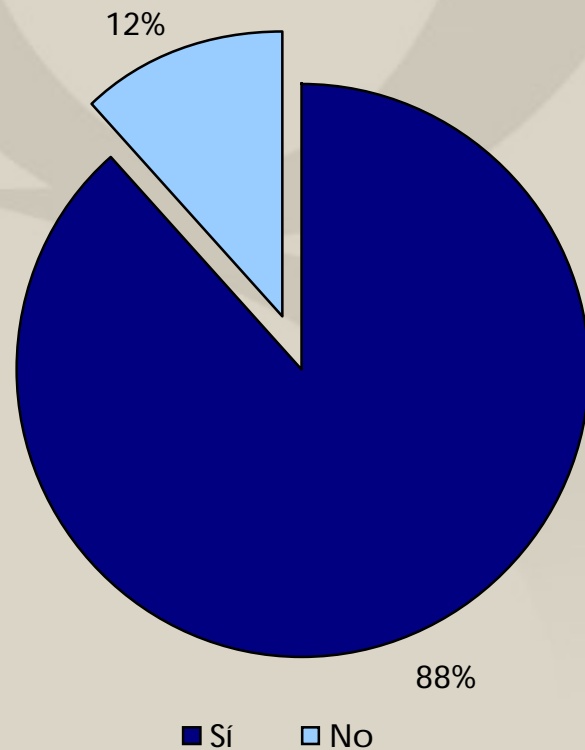
3.4.4 En caso afirmativo



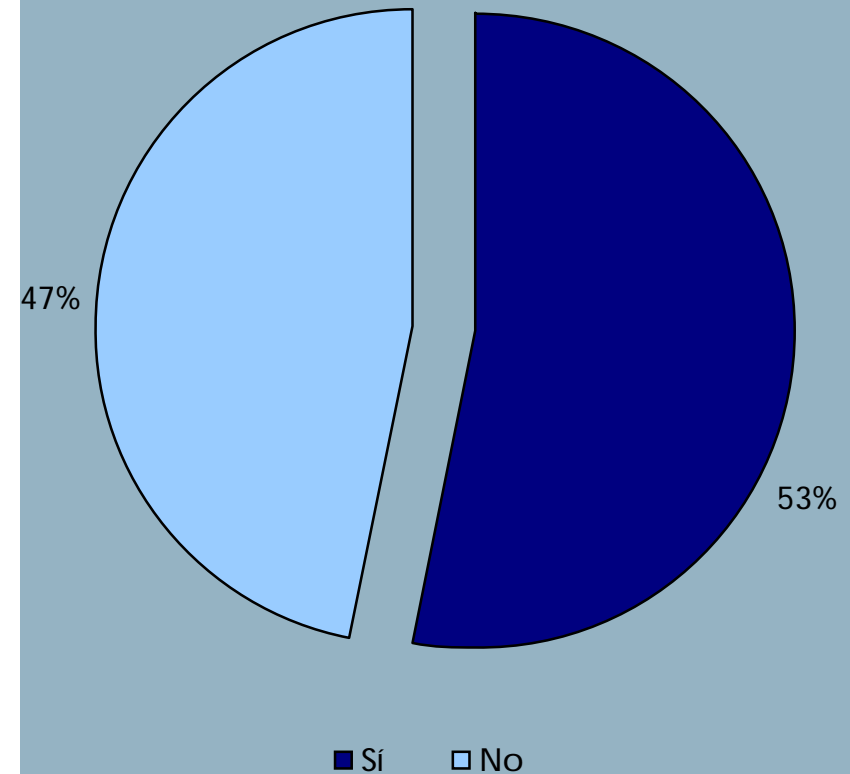


5 Respuestas – HHRR Development – Impacto de la crisis en la Organización

3.4.5 Cuando hacen una propuesta de incorporación a un candidato que en la actualidad está trabajando, ¿considera que la crisis hace más conservadora a la gente a la hora de aceptar una nueva propuesta?



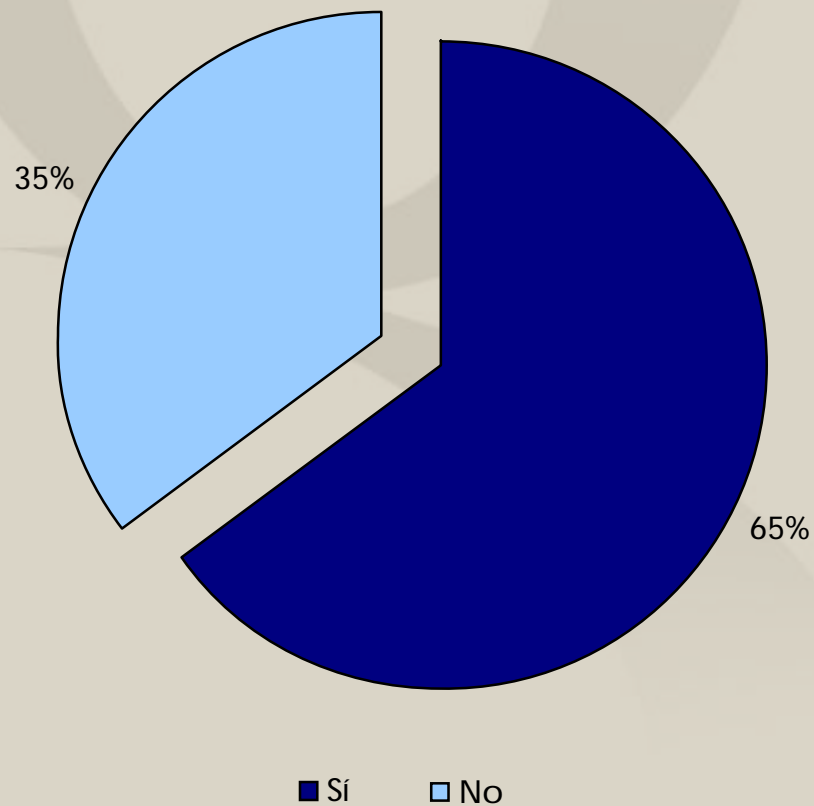
3.4.6 La crisis multiplica el número de candidatos válidos potenciales?



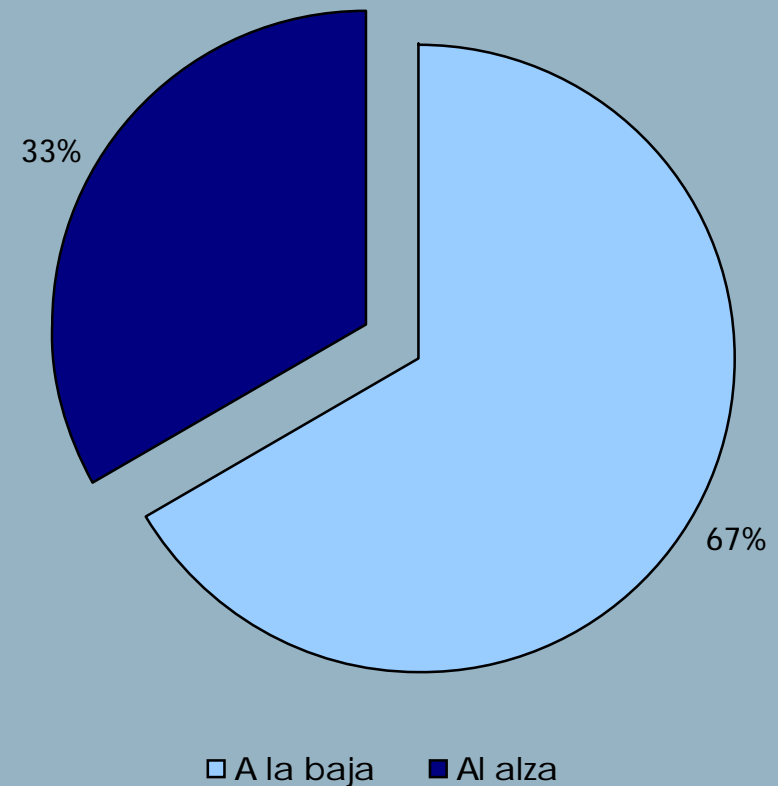


5 Respuestas – HHRR Development – Impacto de la crisis en la Organización

3.4.7 La crisis tiene impacto directo en el
Employ Satisfaction Ratio?



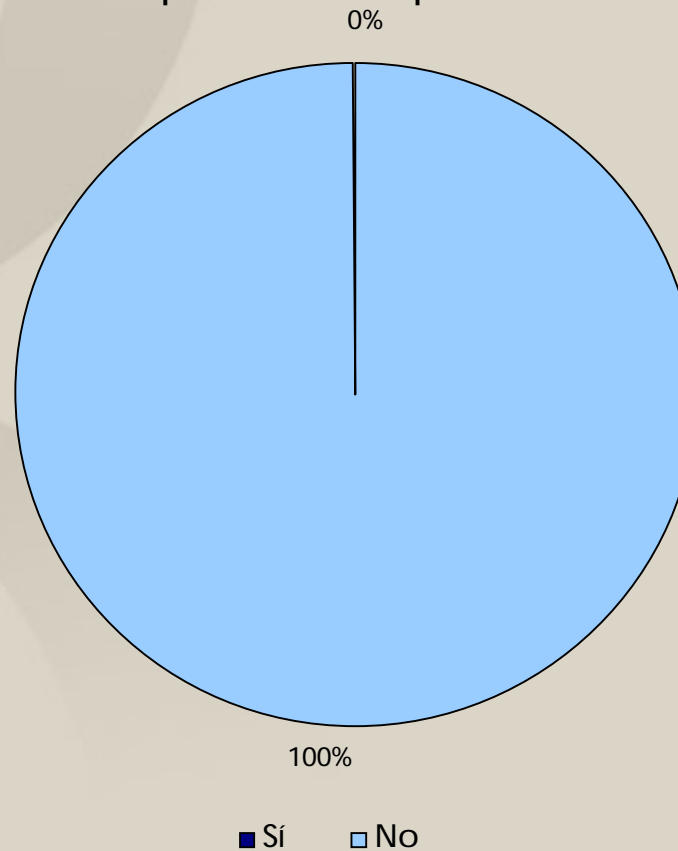
3.4.8 En caso afirmativo





5 Respuestas – HHRR Development – Impacto de la crisis en la Organización

3.4.9 Considera negativo respecto a la candidatura de un potencial empleado, que esté en el paro?





- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



6 Cuestionario

1.- BUSINESS ENVIRONMENT

1.1 Mercado Mundial

1.1.1 Revenue para el año fiscal en curso *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.1.2 Profit para el año fiscal en curso *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.1.3 Número de empleados con respecto al ejercicio anterior *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.1.4 Lanzamiento de nuevos productos/iniciativas/proyectos *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.1.5 Customer Satisfaction ratio *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.1.6 Employ Satisfaction ratio *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.2 Mercado Español

1.2.1 Revenue para el año fiscal en curso *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.2.2 Profit para el año fiscal en curso *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.2.3 Número de empleados con respecto al ejercicio anterior *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.2.4 Lanzamiento de nuevos productos/iniciativas/proyectos *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.2.5 Customer Satisfaction ratio *

- Crece
- Decrece
- Estable

1.2.6 Employ Satisfaction ratio *

- Crece
- Decrece
- Estable



1.3 Tech Trends

1.3.1 El impacto de las más importantes tendencias, desde una perspectiva de las nuevas tecnologías, para Usted será: *

	Mínimo	Bajo	Medio	Alto	Máximo
Social Networks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Open Source	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Green Computing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cloud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Web 3.0	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mobile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Business Intelligence	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1.3.2 ¿Cuál cree que es la más alta prioridad para los CIO's hoy en día? *

	Mínima	Baja	Medio	Alta	Máxima
Aportar ventajas competitivas basadas en el uso inteligente de las tecnologías de la información	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hacer más con menos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capitalizar las oportunidades que el nuevo entorno tecnológico propone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reducir costos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar la eficacia de la entidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser agente de cambio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soportar con las nuevas herramientas la estrategia de negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actualizar la plataforma tecnológica de la entidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestionar con éxito el outsourcing de las operaciones informáticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1.4 Cambios Organizacionales

1.4.1 En lo referente a niveles jerárquicos dentro de la organización, su compañía tiene? *

- Más
- Menos
- Igual

1.4.2 Se han reducido, unificado divisiones/departamentos? *

- Sí
- No

1.4.3 Se han incrementado las subcontrataciones/cesiones/outsourcing de actividades? *

- Sí
- No

1.4.4 Los budget de formación *

- Crecen
- Decrecen
- Estables

1.4.5 Los budgets de marketing *

- Crecen
- Decrecen
- Estables

1.4.6 La contratación de nuevos empleados (independientemente de que simultáneamente se puedan producir despidos/salidas de otro tipo de profesionales dentro de su organización) *

- Crecen
- Decrecen
- Estables



2.- CRITERIOS DE SELECCIÓN

2.1 Business Development

2.1.1 Si tengo que seleccionar a mi nuevo Sales Manager, utilizaré como criterio prioritario de selección *

	Irrelevante	A considerar	Interesante	Importancia	Máxima Importancia
Mejor conocimiento al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenga un historial de éxito más contrastado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejor se alinee con la cultura de mi organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Destaque en mi competidor frontal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impulse un nuevo modo de hacer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posea más sólidos valores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Domine las nuevas herramientas tecnológicas en sales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potencial, presto que seleccionaré a un candidato "barato"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidad de trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las mejores referencias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.1.2 Para seleccionar a mi nuevo Marketing Manager, utilizaré como criterio prioritario de selección *

	Irrelevante	A considerar	Interesante	Importancia	Máxima Importancia
Mejor conocimiento al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenga un historial de éxito más contrastado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejor se alinee con la cultura de mi organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Destaque en mi competidor frontal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posea más sólidos valores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impulse un nuevo modo de hacer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Domine las nuevas herramientas tecnológicas en Marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potencial, presto que seleccionaré a un candidato "barato"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidad de trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las mejores referencias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



2.2 Alta Dirección

2.2.1 Para mi primer nivel directivo (excepto Marketing & Sales) utilizaré como criterio prioritario de selección *

	Irrelevante	A considerar	Interesante	Importancia	Máxima importancia
Éxito demostrable en tarea lo más parecido posible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Posea más sólidos valores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potencial, presto que seleccionaré a un candidato "barato"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidad de trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impulse un nuevo modo de hacer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Domine las nuevas herramientas tecnológicas e habilidades/RRHH...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejor se alinee con la cultura de mi organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación académica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entendimiento del negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que tenga las mejores referencias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2.3 Perfiles Técnicos

2.3.1 Para seleccionar perfiles técnicos, utilizo como criterios de selección *

	Irrelevante	A considerar	Interesante	Importancia	Máxima importancia
Test Técnicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Test Psicológicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experiencia idéntica a la solicitada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salario accesible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Velocidad de incorporación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidad de trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Madurez Emocional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trayectoria Estable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación Adecuada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



3.- HHRR DEVELOPMENT

3.1 Próximo Año Fiscal

3.1.1 Para el próximo ejercicio su plantilla de empleados *

- Crece
- Decrece
- Estable

3.1.2 En caso de crecimiento, el incremento será del orden de

- 0 - 5 %
- 5 - 10 %
- + de 10 %

3.2 Medio Plazo

3.2.1 Para un horizonte de 3 años, su plantilla de empleados *

- Crece
- Decrece
- Estable

3.2.2 En caso de crecimiento, el incremento será del orden de

- 0 - 5 %
- 5 - 10 %
- + de 10 %

3.3.1 Para buscar candidatos, qué fuentes utiliza? *

	Nunca	Parcialmente	Habitualmente	Siempre	Exclusivamente
Bases de Datos propias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entorno de empleados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Headhunters	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes Sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artículos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portales de empleo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3.3.2 Utiliza las redes sociales para buscar candidatos para posiciones de alta dirección? *

- Sí
- No

3.3.3 Dentro del último año fiscal, ¿ Qué porcentaje de posiciones ha cubierto con candidatos provenientes de redes sociales? * Indique porcentaje

3.3.4 En caso de utilizar los servicios de "HeadHunters" ¿ Con cuántos trabaja habitualmente? *

- 1
- 2
- 3
- Más de 3



3.4 Impacto de la Crisis en su Organización

3.4.1 Ha afectado la crisis a los niveles salariales? *

- Sí
- No

3.4.2 En caso afirmativo

- A la baja
- Al alza

3.4.3 Ha alterado la crisis los ratios de rotación de empleados? *

- Sí
- No

3.4.4 En caso afirmativo

- Incrementando
- Disminuyendo

3.4.6 La crisis multiplica el número de candidatos válidos potenciales? *

- Sí
- No

3.4.7 La crisis tiene impacto directo en el Employ Satisfaction Ratio? *

- Sí
- No

3.4.5 Cuando hacen una propuesta de incorporación a un candidato que en la actualidad está trabajando, ¿considera que la crisis hace más conservadora a la gente a la hora de aceptar una nueva propuesta? *

- Sí
- No

3.4.8 En caso afirmativo

- A la baja
- Al alza

3.4.9 Considera negativo respecto a la candidatura de un potencial empleado, que este, esté en el paro? *

- Sí
- No



- 1 Presentación
- 2 Definición y Alcance
- 3 Metodología
- 4 Sumario Ejecutivo
- 5 Respuestas
- 6 Cuestionario
- 7 Signium International



7 Signium International

Fundada hace 60 años como Ward Howell USA, **Signium International** es la segunda compañía más antigua del sector y una de las empresas de búsqueda de directivos más prestigiosas del mundo.

Signium International es una de las compañías fundadoras de AESC (*Association of Executive Search Consultants*), la única asociación profesional global del sector, la cual ayudó a desarrollar los Códigos Profesionales y Éticos del sector, que se mantienen vigentes hasta el día de hoy.

Signium actualmente cuenta con una red de 42 oficinas, distribuidas estratégicamente en 27 países, con más de 150 consultores altamente cualificados. Los recursos técnicos y estándares de calidad son los mismos para cada una de nuestras oficinas, sin embargo la estructura internacional dirigida por el Consejo Internacional de Signium, está constituida por los socios de cada región, aportando una diversidad y un carácter global a la Firma. Nuestros socios locales son los responsables de dirigir la gestión de cada proyecto, coordinándose con otros equipos locales cuando las necesidades del cliente cruzan fronteras, sin que se pierda el nivel rigurosamente profesional. De esta manera, alcanzamos y mantenemos unos estándares de calidad y una metodología constante, además de llevar una visión global y conocimiento clave del mercado local a cada proceso.

En el mercado del sur de Europa, Signium International cuenta con una red de cuatro oficinas: Madrid, Barcelona, Lisboa y Milán y un equipo de 33 profesionales, al frente del cual, Santiago Acaso lidera las prácticas para el sector TIC/TICE e Ignacio Bao, quien además ocupa el puesto de Chairman de Signium International.



Para quien quiera tener acceso al informe, os ofrecemos dos alternativas:

- Una copia impresa en papel, que podéis obtener a la salida de la sala.
- Descargar el informe de nuestra página web: www.signium.es



60TH ANNIVERSARY - 1951-2011

Signium International

- Australia • Austria • Brazil • Canada • Colombia • Denmark • Finland • France •
• Germany • India • Ireland • Italy • Japan • The Netherlands •
- New Zealand • Pakistan • Peru • Poland • Portugal • Singapore •
- Spain • Sweden • Switzerland • UAE • UK • USA • Venezuela •

www.signium.es

