



Juan Bru,

Senior Human Resources manager en

Huawei

Emilio Vázquez

Nuestro objetivo es lograr mejorar los niveles de eficacia

Huawei es una compañía global proveedora de soluciones de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Sus productos y soluciones se comercializan en más de 180 países, dando servicio a más de un tercio de la población mundial. En España tiene su sede en Madrid, donde sus profesionales conviven en un ambiente multicultural y en donde la apuesta por su desarrollo se corresponde con el objetivo impulsado por la organización de convertirse en líder en el sector TIC en todo el mundo.

¿Cómo es el área de Recursos Humanos de Huawei en España?

En Recursos Humanos somos un equipo muy cohesionado, dinámico y multicultural, en el que convivimos españoles, chinos, portugueses, colombianos, norteamericanos... Realizamos nuestro trabajo de una manera muy vinculada con negocio y sus necesidades. Además, estamos 100% orientados a las necesidades de nuestros clientes internos.

¿Cómo definiría su cultura corporativa? ¿Cómo está marcada por el origen chino de la compañía y qué implica en su día a día?

Tenemos cuatro *core values* que todos nuestros empleados respiran en su trabajo diario: *Customer Centric, Inspire Dedication, Persevere and Grow by Reflection*. Somos una compañía que cree en la máxima de desarrollar y premiar a los empleados que más contribuyen.

Huawei es una multinacional, en la que, por supuesto, el origen chino aporta unas características determinadas muy positivas, pero, por encima de todo, estamos marcados por el carácter global y multicultural que tenemos y por la propia cultura corporativa comentada anteriormente. Dicho esto, si tuviera que destacar alguna de esas características intrínsecas a la cultura china, serían la visión a largo plazo, la flexibilidad y la pasión por el trabajo bien hecho.

Como parte de una gran multinacional, ¿qué grado de independencia tienen a la hora de tomar decisiones o poner en marcha nuevos programas de RRHH?

Efectivamente, tenemos unas directrices y procedimientos marcados desde Corporativo que seguimos y que hacen posible que una compañía, de más 180.000 empleados y con presencia en más de 180 países, esté alineada y no pierda el foco del objetivo global.

Pero sí tenemos libertad a la hora de tomar decisiones y lanzar nuevas iniciativas a nivel local. De hecho, es práctica habitual escalar las mejores prácticas para poder aplicarlas posteriormente a nivel regional.

La compañía tiene en la Península unos 1.000 empleados con unos perfiles muy diversos y realiza una fuerte apuesta por la gestión de la diversidad. ¿Cómo se concretan estas políticas?

No tenemos políticas específicas para gestionarla, simplemente valoramos a todos los candidatos y a nuestros empleados por sus capacidades, competencias, conocimientos y motivaciones. No hacemos ninguna distinción de sexo, religión, raza o nacionalidad.

El año pasado anunciaron que tenían previsto un incremento de alrededor del 50% de su plantilla. ¿A qué motivos responde este proceso de contratación?

Tenemos previsiones de incrementar la plantilla en esas ratios hasta 2021. Este proceso de con-

tratación tan ambicioso, teniendo además en cuenta el perfil tan altamente cualificado que necesitamos, responde a la transformación que está viviendo la compañía desde hace varios años. Estamos evolucionando hacia la posición de líder en el sector TIC global.

Apostamos por el continuo desarrollo tecnológico en nuestra unidad de Carrier Networks; por el crecimiento, buscando el liderazgo, en nuestro negocio de Devices, y por la exitosa irrupción de nuestra unidad de Empresas en el mercado corporativo con soluciones de *Networking, IT, Cloud, IoT y Bigdata*, que la posicionen como *partner* de la transformación digital de empresas públicas y privadas.

Y uno de los aspectos necesarios para tener éxito en esta apuesta de negocio es, sin duda, la estrategia de talento que la acompaña.

¿Por qué tipo de perfiles están apostando para incorporar a la compañía? ¿Y a qué misión y va-

lores deben adecuarse estos candidatos a trabajar en la organización?

Queremos perfiles que nos ayuden en lo comentado anteriormente. Candidatos seniors con experiencia en desarrollo de negocio y ventas en el mercado de Consumo y en el de Empresas y también por expertos técnicos en nuevas tecnologías como *IoT, BigData, Video, Cloud, IT...*

Para que estos candidatos tengan éxito en Huawei, además de cumplir con los criterios técnicos, es necesario que se adapten a nuestra cultura corporativa y a nuestros retos.

¿Cómo definiría la "experiencia de empleado" que ofrecen a sus profesionales?

Gira sobre cuatro conceptos bien definidos. El primero es la innovación. Somos la compañía del mundo con más personal dedicado al I+D, casi 90.000 ingenieros. Esto repercute en todos los aspectos de la organización y en nuestro día a día.

Segundo, el desarrollo y la formación. En un sector tan cambiante, mantenemos a nuestros empleados al tanto de todos los avances técnicos para que estén siempre a la última a través de programas y planes específicos.

En tercer lugar, la solidez y seguridad que aporta pertenecer a un grupo de estas características. Y, por último, disfrutar de una política retributiva muy orientada a resultados, con la que se premia el esfuerzo y la contribución.

Basándonos en estos parámetros, desde Recursos Humanos intentamos generar una experiencia de empleado diferencial, real y de valor. Y todo esto, en un ambiente multicultural, dinámico y retador, en el que el inglés es nuestro idioma oficial.

¿Qué porcentaje de mujeres tienen en la compañía?

Nuestro porcentaje de mujeres dentro de la organización es de un 15%. Hay que poner en relevancia que somos una compañía tecnológica, integrada mayoritariamente por ingenieros y perfiles técnicos y que en la actualidad tan solo un 10,9% de los ingenieros de telecomunicaciones e informáticos son mujeres.

Estamos evolucionando hacia la posición de líder en el sector TIC global y eso se traslada a nuestras personas

Como comenta, las mujeres siguen siendo minoría en las carreras técnicas y la suya es una de las compañías que están promoviendo un mayor acceso de ellas al mundo STEM. ¿Dónde cree que está el obstáculo para lograr que accedan a este tipo de carreras profesionales?

Es una cuestión realmente compleja, pero es un hecho, ya que hemos pasado de ratios cercanas al 30% en los años 80 hasta la situación actual. Expertos, como Sara Gómez, asesora de la Real Academia de Ingeniería (RAI), han comentado la falta de referentes femeninos como uno de los motivos por los que no eligen las ingenierías. Es verdad que a niveles de alta dirección sí se dan ejemplos muy relevantes, pero quizás no son tan comunes en mandos intermedios.

Creo que también hay falta de conocimiento sobre lo que en realidad hacen los ingenieros por parte de las adolescentes, lo que es otro detonante para no lanzarse a una carrera técnica.

Desde Huawei España consideramos necesarias medidas reales que fomenten las vocaciones en ciencia y tecnología desde edades tempranas. Iniciativas que impulsen y mejoren la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes

STEM entre las niñas y adolescentes, preferiblemente antes de los quince años, que es la edad a la que toman la decisión del itinerario educativo que seguirán. Y para ello, vemos sin duda fundamental que los planes educativos hagan hincapié en estos conocimientos desde la educación infantil.

Asimismo, desde nuestro punto de vista es muy importante que profesorado y familias se impliquen en el fomento de los intereses y competencias científico-técnicas de niños y adolescentes. Y no basta con incrementar el interés por las asignaturas vinculadas con esas áreas, sino que también hay que mejorar la imagen social de las carreras STEM, la percepción que de ellas y sus salidas profesionales tienen el colectivo de estudiantes y, sobre todo, su entorno más cercano, sus familias.

La conciliación es una parte importante del proyecto de empresa que ofrecen a sus empleados. ¿Qué cree que aporta este tipo de políticas a la compañía? ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes que tiene apostar por la conciliación?

Es un hecho que tener trabajadores satisfechos ayuda siempre a la empresa. En la actualidad, la conciliación, los horarios y el entorno de trabajo son variables que cualquier empleado valora po-

Trabajamos en un ambiente multicultural, dinámico y retador, en el que el inglés es nuestro idioma oficial

sitivamente. Es importante, por tanto, poder aportar soluciones en estas áreas, pero sin dejar de dar un servicio absolutamente excelente a nuestros clientes, tanto internos como externos.

¿Qué proyectos destacaría de los puestos en marcha últimamente por RRHH?

Destacaría tres. Primero, en el área de *Learning&Development*, nuestro programa "*Breakthrough to Digital Transformation*". Dentro de la estrategia de talento que estamos implantando para acompañar esta transformación a ser la principal compañía de ICT global del mundo, estamos ayudando a desarrollar los conocimientos necesarios en nuevas tecnologías (*IoT, BigData, Video, Cloud, IT*) a nuestros empleados para que puedan aportar el valor añadido necesario a todos nuestros clientes, que, a su vez, se encuentran en este proceso de digitalización.

Desde Cerca

¿Qué es lo más importante que ha aprendido en su trayectoria?

La verdad y honestidad te aportan la libertad necesaria para poder ser feliz.

¿Cuál es el mejor consejo que le han dado?
"Work hard, play hard".

Si pudiera aprender algo nuevo, ¿qué sería?
Chino

Tres adjetivos que le definan
Familiar, trabajador y positivo.

¿Cuáles son sus destinos de vacaciones favoritos?
Cantabria.

¿Cómo le gusta desconectar?
Disfrutando con mis amigos y familia en una comida que se alargue.

¿Quién cocina en su casa?
Mi mujer y yo. Y a veces el restaurante japonés de la esquina...

¿Qué le hace reír?
Infinidad de cosas y situaciones.

¿Cuál es su serie o película favorita?
El buscavidas, con Paul Newman.

¿Cuál es para usted el colmo de la felicidad?
Tener tranquilidad y que mi familia tenga salud.

Segundo, nuestra estrategia de jóvenes talentos, *Choices&Steps*, en la que hemos trabajado desde diferentes perspectivas (desarrollo de programas específicos, colaboraciones con universidades, *employer branding*, eventos, campañas en redes sociales, completos procesos de selección...) con el fin de atraer y desarrollar a los que serán nuestro futuro dentro de unos años.

Y tercero, con el fin de mejorar nuestra calidad de vida en la compañía, un plan bianual para ser una empresa saludable. En *Leaving Healthy @ Huawei* trabajamos en torno a la promoción de un entorno de trabajo saludable y una mente y un cuerpo sanos, con muchas y variadas iniciativas.

¿Qué retos tienen marcados en el departamento en este momento?

Actualmente estamos trabajando desde las diferentes áreas de RRHH en la mejora de la eficiencia, con todo lo que eso conlleva. Y nuestro principal reto es el de seguir siendo un *partner* principal de negocio para ayudarles y facilitarles la consecución de sus objetivos, tanto estratégicos como operativos ■

