

## Margarita Álvarez, directora de Marketing y Comunicación de Adecco

# Somos un socio global para cualquier servicio de RRHH

**Aunque hace tan sólo algo más de un mes que dejó su anterior cargo como presidenta del Instituto de la Felicidad de Coca-Cola, Margarita Álvarez (Madrid, 1969) tiene muy claras cuáles van a ser sus principales prioridades como responsable del departamento de Marketing y Comunicación de Adecco: dar a conocer tanto a las empresas clientes como a los candidatos la gran cantidad y calidad de servicios que presta la compañía en el campo de los Recursos Humanos.**

### ¿Cuáles van a ser sus objetivos al frente del departamento?

Principalmente quiero comunicar la globalidad de Adecco; es decir, la enorme cantidad y calidad de servicios que presta la empresa en el campo de los Recursos Humanos. Hay gran parte del público que no lo conoce y que todavía nos sigue considerando una ETT. Sin embargo, somos una compañía global que ofrecemos, aparte de trabajo temporal, que es la mitad de nuestro negocio, selección de puestos fijos, *outsourcing*, consultoría, recolocación y formación de todo tipo. De hecho, somos una de las empresas que más empleo hemos creado los últimos años. Por ejemplo, en 2010 fueron cerca de 100.000 personas las que contratamos. Por tanto, hemos recorrido mucho camino en este sentido, pero todavía tenemos bastante trabajo por delante para contar al mundo lo que hacemos.

### ¿Qué políticas van a poner en marcha para hacer de esto una realidad?

Trabajamos tanto con candidatos como con empresas. Por lo tanto, la comunicación va a ir enfocada en ambos sentidos. Por lo que respecta a lo primero, nuestro reto es apoyar con formación y orientación a los casi cinco millones de parados que hay en España. Es imposible que demos trabajo a todos, pero sí queremos ayudarles a que estén preparados para cuando esta mala racha pase. Tenemos que hablar con ellos, contarles lo que hacemos y orientarles en su carrera profesional. Por ejemplo, siendo la compañía el proveedor de Recursos Humanos de referencia en eventos relevantes, hemos lanzado una iniciativa denominada Adecco Experience Day, que consiste en dar a los jóvenes que se están formando la oportunidad de ver en directo durante la celebración del evento y de la mano de los grandes maestros de cada área en qué consiste cada profesión. Es una experiencia preciosa y una forma de orientarles hacia dónde quieren dirigir su carrera.

### ¿Cómo ven el estado de ánimo de los candidatos?

Yo creo que lo fundamental es saber que vendrán tiempos mejores, y que lo que toca ahora es formarse y prepararse para cuando lleguen. Hay que entender que éste es el momento de trabajar, porque nuestra experiencia nos dice que existe un gran porcentaje de personas que, contratadas por una ETT de forma temporal, acaban quedándose en alguna de las empresas en las que trabajan. No hay que perder el ánimo y confiar en que todo este tiempo hay que aprovecharlo para mejorar.

### Como experta en la materia ¿qué papel desempeña la felicidad a la hora de encontrar trabajo?

Se trata de una área básica que se debe trabajar tanto desde la empresa como desde el empleado. Ahora mismo, con una tasa de desempleo como la que tenemos, hablar de felicidad en el trabajo parece una frivolidad, pero es algo muy serio, por-

que ser felices nos hace ser productivos, hacer mejor nuestro trabajo, y eso nos ayuda a que los resultados sean mejores y a desarrollar una carrera profesional. Y eso ayuda a que los resultados sean mejores. De hecho, hay un principio básico que se debe emplear, que es el optimismo. Por naturaleza, las personas optimistas son menos conservadoras y asumen más riesgos. Por eso, para encontrar trabajo hay que ser así. Es más, una persona que rezuma optimismo en una entrevista de trabajo engancha a cualquiera y aumenta las posibilidades de conseguir el puesto.

### ¿Qué deben cuidar las compañías para mantener la motivación de sus empleados?

Cada vez más intentan amoldarse a lo que los empleados necesitan. Por eso están apareciendo muchas políticas de flexibilidad, integración y ahora se trabaja más en esa línea. Por ejemplo, en Adecco uno de los valores principales es el sentimiento empresarial. Resulta curioso que, vayas donde vayas en esta compañía, exista la sensación

## Una de las cosas que más atrae a los candidatos es sentirse orgulloso de la cultura de una compañía

de que cada área a la que uno pertenece tiene todas las patitas de una empresa que cada cual tiene que sacar adelante. Eso hace que esta empresa sea una máquina muy potente.

### ¿En estos tiempos las organizaciones recurren cada vez más a los beneficios sociales como una forma de motivar?

Sí, sin duda, porque es la manera de retener el talento. De hecho, creo que hay pocas empresas que se escapan de esto, no sólo por cultura, sino

también por perfil de trabajadores. Por ejemplo, nosotros somos una empresa joven y dinámica, lo que significa que tenemos unas necesidades distintas a las de otras compañías y tenemos que amoldarnos a ellos e intentar cubrirlas. En general, yo creo que ya se ha pasado esa época que lo que enganchaba de una empresa era la retribución económica. Es más, una de las cosas que más atrae a los candidatos es sentirte orgulloso de la cultura de una compañía.

### ¿Están notando que los candidatos tienen esto cada vez más en cuenta?

Absolutamente. Ahora en las entrevistas de trabajo se pregunta mucho cómo es la cultura de una empresa. No nos podemos olvidar de que en el trabajo se pasan muchas horas, y hay aspectos importantes que los candidatos evalúan como el equipo, la retribución emocional... Incluso hay personas que preguntan qué políticas tiene la organización en materia de responsabilidad social corporativa. Y es que cada vez más buscamos identificarnos con la empresa en la que trabajamos.

### En el panorama laboral actual ¿qué papel juegan las ETTs?

Creemos que tenemos un papel muy importante, sobre todo en una coyuntura como la actual, porque ofrecemos oportunidades de empleo, con todas las garantías legales al respecto. Posibilitamos la incorporación al mercado de trabajo de de-

empleados y de los colectivos que más difícil lo tienen, como los jóvenes, garantizando las mismas oportunidades a todos los candidatos y ayudándoles a mejorar su formación y su empleabilidad. Les hacemos saber que siempre tendrán a una organización detrás, cuyo único cometido es velar por encontrarles trabajo y que éste sea el mejor posible.

### Y a las empresas ¿cómo les están ayudando a luchar contra la crisis?

A las empresas les ofrecemos soluciones de flexibilidad que les permitan competir y mantenerse en el mercado, siendo para ellas un instrumento de creación de empleo y de competitividad empresarial. Para las organizaciones somos una fórmula adicional a la hora de gestionar la flexibilidad que necesitan, con el fin de poder mejorar su productividad y eficiencia, y así lograr competir en un mercado cada vez más exigente y más cambiante.

### Por último ¿cómo ve la situación del mercado laboral español?

A pesar de que el Gobierno ha rebajado sus previsiones de crecimiento económico y aumentado las del desempleo, sí es cierto que de vez en cuando se dan noticias positivas. Tenemos algunas alegrías, como el lleno en el sector turístico durante la pasada Semana Santa. Pero nos queda un año difícil. Lo importante es que todos nos centremos en crear empleo y salir de la lacra de los cinco millones de parados. Es el momento de que todos tiremos del mismo carro y salgamos adelante ■

