

ManpowerGroup se posiciona como líder en soluciones innovadoras en la estrategia del talento

Manpower se reinventa para liderar una nueva `era del talento`

Estamos entrando en una nueva era, Human Age, la era de las personas y el talento, según Manpower. En ella, la optimización del potencial humano será el factor más importante del éxito y el crecimiento futuro de las empresas. ManpowerGroup nace con la vocación de liderarlo.



En esta nueva era, Raúl Grijalba, director general de Manpower en España, explica que la multinacional líder en soluciones globales de Recursos Humanos se posiciona a partir de hoy como líder en soluciones innovadoras en la estrategia de talento. "Para acompañar los cambios acontecidos en el mercado de trabajo, tendencias que venimos constatando en los últimos seis o siete años y que revolucionan tanto la manera de abordar el mercado laboral por parte del trabajador como de la empresa, Manpower se transforma en ManpowerGroup, paraguas que agrupa a Manpower –trabajo temporal y selección–, Right Management –desarrollo directivo, transición de carreras y diseño de la estrategia de talento–, Experis y ManpowerGroup Solutions".

Experis, denominación que nace de las palabras "experto" y "experiencia", es una nueva compañía mundial que se especializará en profesionales, mandos intermedios y directivos de cuatro especializaciones: tecnologías de la información, finanzas, ingeniería y salud. Desde el pasado 19 de abril está presente en diez de los países de los 82 países en los que opera Manpower y se irá creando paulatinamente en el resto. En España está previsto que vea la luz en el primer trimestre de 2012. Manpower Professional continuará ofreciendo

ManpowerGroup, como compañía líder en estrategia de talento, pretende abanderar las nuevas tendencias del mercado laboral

servicios de selección de directivos y mandos intermedios, durante el año 2011.

ManpowerGroup Solutions proporciona a las empresas soluciones de externalización en el área de Recursos Humanos y proyectos de gestión de talento y servicios basados en resultados. Sus productos son muy personalizados para cada compañía: desde el *outsourcing* global del reclutamiento, hasta la gestión integral de los Recursos Humanos, pasando por soluciones de externalización basadas en el talento.

ManpowerGroup es la última de las transformaciones que Manpower ha venido registrando desde su creación en 1948, cuando nació como empresa de trabajo temporal. Unos años más tarde, amplió su posicionamiento al de proveedor de gestión de la temporalidad, para pasar a ser más tarde una compañía de servicios de empleo. Actualmente, Manpower había ampliado su *core business* al de proveedor global de Recursos Humanos y, con esta última transformación ofrece soluciones innovadoras en la estrategia de talento.

Raúl Grijalba, director general de Manpower

NUEVAS TENDENCIAS EN EL MERCADO LABORAL

En los últimos años Manpower ha venido asistiendo, desde su posición privilegiada de experto profesional, a una serie de cambios en el mercado laboral. Estos son, básicamente, el desajuste del talento, tanto geográfico como de habilidades entre oferta y demanda; la elección individual, entendida como la necesidad de personalizar al máximo las políticas y acciones de Recursos Humanos en el seno de las compañías; la revolución tecnológica, que lleva a otras formas de trabajar; y la sofisticación del cliente que obliga a ofrecer algo con mayor valor añadido.

Existe, para Manpower, un desajuste de talento, geográficamente hablando. El crecimiento de algunos países está pendiente de que se puedan cubrir determinados puestos profesionales y que no encuentran candidatos en su mercado local.

Además, existe también un desajuste en las cualificaciones profesionales. Raúl Grijalba califica de "bifurcación social" la brecha existente entre trabajadores cualificados y no cualificados.

Por otro lado, en las compañías conviven a menudo tres generaciones, con lo que ello comporta en cuanto a valores, formas de trabajar y organizarse, etc. y que, necesariamente, deben tener su reflejo en la personalización máxima de las políticas de gestión de personas para adecuarse a todos los perfiles.

La mayor sofisticación del cliente de servicios de Recursos Humanos presiona a sus proveedores a reinventarse e incrementar el valor añadido de sus servicios. A tener en cuenta también es la reducción de la inversión en publicidad en general de las compañías y el incremento en la inversión de la atención ofrecida en los puntos de venta, con lo que conlleva de formación y preparación de los perfiles profesionales que



atienden estos puntos y son, por tanto, la imagen de la compañía ante sus clientes.

Por otro lado, las tecnologías desarrollarán nuevas formas de trabajar. España, por ejemplo, es el segundo país del mundo en utilización de redes sociales.

De todo ello Manpower concluye que en los próximos años el talento será crítico y pasaremos del capitalismo al talentismo. En este nue-

vo escenario, el crecimiento económico se verá mucho más afectado por el acceso al talento que por el acceso al capital.

"Queremos abanderar, desde el punto de vista sectorial estos cambios", afirma Raúl Grijalba. Y continúa: "A través de ManpowerGroup, vamos a cubrir estas tendencias innovadoras y nos posicionamos como compañía líder en la estrategia de talento" ■

Manpower invertirá 15 millones en los próximos cinco años en adaptar los espacios de su red en España

Manpower ha hecho público recientemente que destinará 15 millones de euros en un periodo de cinco años a la remodelación de las 130 oficinas que tiene su red en España. La primera de ellas es la que se inauguró el pasado 27 de abril en la Gran Vía de L'Hospitalet (Barcelona). El acto de inauguración contó con la presencia de Núria Marín, alcaldesa de L'Hospitalet de Llobregat; Carmen Mur, presidenta ejecutiva y consejera delegada de Manpower; y Raúl Grijalba, director general de Manpower en España, así como de clientes y trabajadores de la compañía.

Tanto la redistribución de espacios como la adaptación a la nueva imagen corporativa se están llevando a cabo en las 3.900 oficinas que Manpower tiene en los 82 países en los que está presente.

Atención personalizada y seguimiento en el tiempo

Con los rápidos cambios que se producen en el mercado laboral, la atención al candidato también requiere de una adaptación a las nuevas necesidades y demandas, situación que Manpower se dispone a atender también desde sus oficinas.

En la mayoría de casos las personas que buscan empleo necesitan orientación y asesoramiento sobre cómo enfocar su búsqueda de trabajo, orientar su carrera profesional, profundizar en el autoconocimiento de sus habilidades y competencias actuales y potenciales, y mejorar su empleabilidad. Ante este nuevo entorno, Manpower ha adaptado su proceso de atención.

