

**ENTREVISTA:** Ángel Sánchez, gerente de Pre-venta, y Marc Sabbagh, vicepresidente de I + D de Meta4

# “Es el talento el que permite pasar las crisis”

Los ejecutivos revelan cómo el factor humano puede definir el futuro entre éxito o fracaso.

Mientras varias empresas consideran al factor humano entre las primeras variables de ajuste para enfrentar la crisis, los ejecutivos de la firma española Meta4, especializados en el desarrollo de software de gestión de recursos, proponen otras alternativas. Con la reinversión del 20% -hasta 10 millones de euros- de sus ganancias en Investigación y Desarrollo (I+D), ofrecen soluciones de *outsourcing* y paquetizadas. En diálogo con *IT Business* subrayan la importancia que adquiere la identificación y, principalmente, la retención de talentos dentro de las empresas en tiempos de crisis económica y recesión.

¿Cómo ven ustedes el panorama actual de RR.HH. en Latinoamérica y en el mundo?

**Marc Sabbagh:** En primer lugar, observamos que la crisis tiene características más definidas en España que en la Argentina. Afortunadamente, en Meta 4 nos hemos venido preparando hace varios años. Las cosas que estamos haciendo están vinculadas a la reducción y control de costos, algo que las empresas observan hoy con mayor detenimiento. Por un lado, hemos decidido in-

vertir en el modelo de *outsourcing*. Nosotros lanzamos este servicio de tercerización hace tres años, a partir del cual una empresa contrata un servicio por el que paga una cuota mensual. Consideramos que esta estrategia es una de las claves para la previsibilidad de los costos de una empresa.

¿Cuáles son los software de gestión de recursos humanos más demandados en la actualidad?

**MS:** Tenemos básicamente dos soluciones, que son las más requeridas en épocas como la actual. La primera es la de externalización. Nuestro servicio de extracción de nómina y recursos humanos ha tenido un crecimiento impresionante entre este año y el anterior. El otro servicio que brindamos es el de las soluciones paquetizadas. La demanda de este producto proviene de clientes que no quieren proyectos a largo plazo en tiempos de crisis: compran un módulo de gestión, lo instalan, y quieren resultados en el corto plazo, dos meses, por ejemplo.

¿En qué nuevo producto están trabajando hoy?

**MS:** Estamos desarrollando un



Marc Sabbagh.

producto orientado a la identificación del talento para retenerlo, llamado ADB (Active Dashboard). El objetivo es que el día que salgamos de la crisis la empresa esté preparada para volver al crecimiento con una estrategia clara y con gente capaz de ejecutarla. Muchos piensan que en estas épocas no hay que cuidar a los recursos humanos, yo creo que justamente es al revés. Hay que mirar a la gente que tiene la empresa y observar sus fortalezas. Es el talento de los empleados lo que va permitir atravesar los momentos difi-



Ángel Sánchez.

les y salir de ellos en las mejores condiciones.

**Ángel Sánchez:** ADB es un producto nuevo que estamos probando con algunos clientes. Creemos que los que tienen que intervenir para identificar y retener este talento no son tanto los encargados de RR.HH. dentro de la empresa, sino toda la gente: los *managers*, ejecutivos. Hay que cuidar mucho a esos talentos, asegurarles una carrera ascendente. Esta solución está orientada a los ejecutivos, ya que pensamos que el departamento de RR.HH. está muy abo-

cado a tareas ejecutivas y al día a día y no tanto a la estrategia de la empresa. Esta función está reservada a la alta jerarquía, a su vez muy vinculada con la identificación del personal más competente.

Si esta herramienta fue pensada para usuarios no especializados, ¿cómo es el caso para los ejecutivos y los *managers*?

**MS:** Estas herramientas han sido diseñadas para los *managers* que no saben nada de gestión de RR.HH. pero que, aunque desconozcan cómo ejecutar un software de gestión de recursos, a su vez se mueven en el entorno de las nuevas telecomunicaciones. Es por eso que esta nueva generación de producto fue pensada y diseñada para que sea una herramienta atractiva pero también usable.

**AS:** En este sentido, una de las claves es hacer desaparecer la curva de aprendizaje porque si no no sería aplicable a la gama de usuarios no especializados hacia los que estamos apuntando. También debemos conseguir que esta gente use regularmente el producto.

Aurelia Rego

Lea la entrevista completa en [infotechnology.com](http://infotechnology.com)