WHITEPAPER

COMPETIR POR EL TALENTO EN LA HOSTELERÍA CUANDO LOS CANDIDATOS SON ESCASOS

mapalos

Encontrar talento cuando todo el mundo quiere contratar, pero nadie busca trabajo

La contratación y la fidelización del personal siguen siendo los mayores obstáculos para la recuperación del sector tras la pandemia. En junio de 2022, en MAPAL Group realizamos una ***encuesta de retención y contratación de talento*** **a 30 empresas hosteleras**. Nuestra investigación incluyó desde grandes grupos, con más de 50 locales, hasta restaurantes independientes.

En ese momento, y de media, **los encuestados todavía necesitaban cubrir el 16% de las vacantes de su plantilla**. La encuesta también reveló que, en comparación con 2019, los niveles de retención de personal han disminuido un poco, pasando del 60% al 55%.

Para crear este informe, **entrevistamos a distintos responsables de recursos humanos del sector de la hostelería, con el objetivo de conocer sus consejos y estrategias para encontrar talento en un momento en el que la mayoría de las empresas están contratando, pero nadie está buscando trabajo en el sector**. También sobre qué es lo que los empleados buscan actualmente en su empleador ideal, cómo fidelizar el talento y cómo organizar el proceso de contratación con tal de incluir a personas con diferentes perfiles y competencias.

CONOCE A NUESTROS COLABORADORES

TORI ANDERSON
Senior Resourcing, Training & Development Manager
en Pizza Hut

KRISHNAN DOYLE
Managing Director
en COREcruitment

JEREMY RAWLINSON
Chief Operating Officer
en Stint

THOMAS STROPPEL
HR Business Partner
en Dishoom

AMY WALSH
Head of Operations
en Hickory's Smokehouse

HANNAH PLUMB
Culture & Talent Director
en The Alchemist

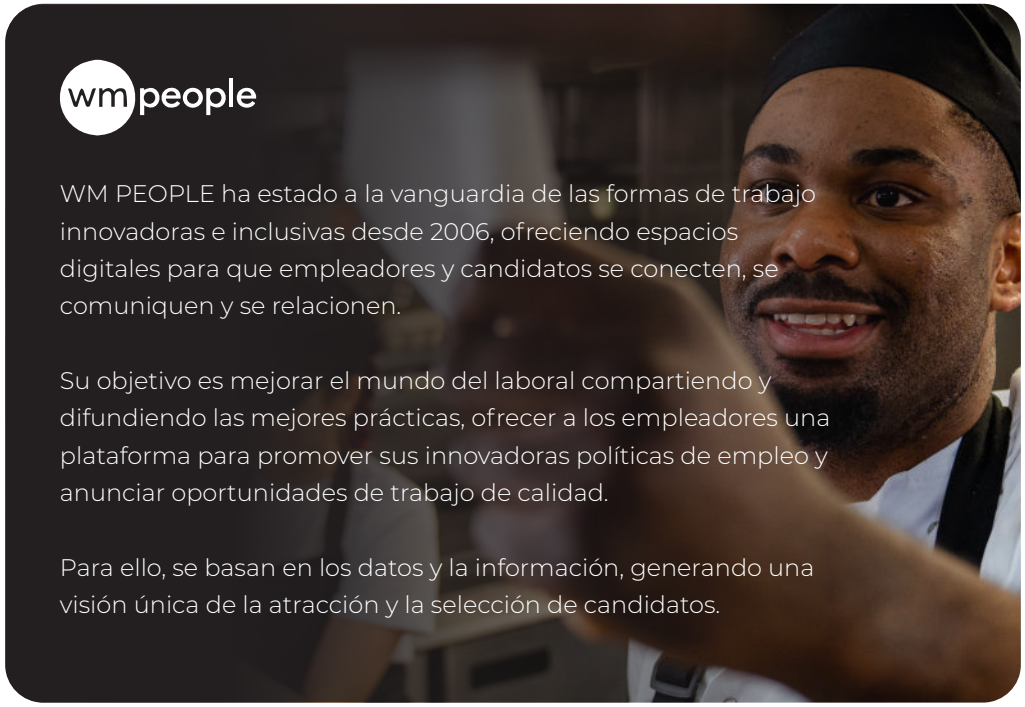
SUE FARNIE
Director of Talent Management
en Wyndham Hotels and Resorts

NUEVAS FUENTES DE TALENTO

Según informe de Caterer, hasta 120.000 trabajadores europeos han abandonado ya el sector, frente a los 90.000 que abandonaron la UE el año pasado. También lo han hecho más de 70.000 trabajadores de países no comunitarios. Muchos trabajadores han decidido desligarse de la industria de la hostelería en busca de una posición más estable ante la incapacidad del sector para funcionar sin interrupciones en los últimos años.

Por esta razón, es momento de pensar en nuevas estrategias para conseguir encontrar talento: por ejemplo, personas que han sido despedidas debido a la COVID, mujeres que han abandonado el mercado laboral y generaciones de trabajadores mayores.

McDonald's es un buen ejemplo de ello. La compañía ha puesto en marcha recientemente una campaña para contratar a más personas mayores de 50 años. La cadena de comida rápida ha desarrollado una nueva campaña dirigida a los trabajadores de edad más avanzada, promoviendo anuncios en los que aparece un trabajador canoso "que no es de los que se jubilan" disfrutando de su trabajo en la cadena de restaurantes.



WM PEOPLE ha estado a la vanguardia de las formas de trabajo innovadoras e inclusivas desde 2006, ofreciendo espacios digitales para que empleadores y candidatos se conecten, se comuniquen y se relacionen.

Su objetivo es mejorar el mundo del laboral compartiendo y difundiendo las mejores prácticas, ofrecer a los empleadores una plataforma para promover sus innovadoras políticas de empleo y anunciar oportunidades de trabajo de calidad.

Para ello, se basan en los datos y la información, generando una visión única de la atracción y la selección de candidatos.

"Nuestro mejor canal, en cuanto a la obtención del mayor número de solicitudes, sigue siendo la bolsa de trabajo de Indeed, y esto no ha cambiado después del COVID. Sin embargo, hemos conseguido encontrar grandes talentos entre los grupos que han sido despedidos por culpa de la pandemia, como las generaciones de trabajadores de edad más avanzada, además de estar abiertos a contratar personal a tiempo parcial" afirma Tori, y añade "Pizza Hut también colabora con WM People, una plataforma que ofrece a las marcas la posibilidad de promocionar sus políticas favorables a la familia y a todos los grupos de edades y anunciar oportunidades de empleo de calidad".

¿HAS DISEÑADO TU PROCESO DE CONTRATACIÓN TENIENDO EN CUENTA A LOS CANDIDATOS NEURODIVERSOS?

La neurodiversidad se refiere a las diferentes formas en que nuestros cerebros pueden estar conectados. En términos generales, abarca el autismo, la dislexia, el TDAH y otros trastornos neurológicos. Aunque **muchas personas neurodiversas tienen talentos excepcionales y otras cualidades superiores**, por desgracia siguen siendo incomprendidas y estereotipadas. Esto es especialmente así cuando se trata de la contratar, lo que conduce a altas tasas de desempleo o subempleo.

¿Qué supone la neurodiversidad en el lugar de trabajo?

Lo cierto es que los comportamientos de muchos candidatos neurodiversos contradicen la idea generalizada de lo que es una buena entrevista de trabajo y una contratación adecuada. Las habilidades para comunicarse, la capacidad de persuasión, la confianza en el lenguaje corporal, las aptitudes interpersonales y el seguir unas reglas sociales son criterios que descartan sistemáticamente a los candidatos neurodiversos en los formatos convencionales de entrevista.

Las personas que ven las cosas de forma distinta y actúan de forma diferente tienen dificultades para superar las pruebas de evaluación tradicionales, o para encajar en el perfil que suelen buscar los posibles empleadores.

Hay innumerables estudios que demuestran que las empresas que contratan a trabajadores neurodiversos suelen tener mayores fortalezas, niveles más altos de innovación y creatividad, cuentan con una mayor variedad de opiniones y experiencias y, en general, son organizaciones más responsables desde el punto de vista ético.

Ahora bien, ¿cómo se aseguran las empresas de que sus procesos de contratación y onboarding son accesibles para las personas neurodiversas?

1. El anuncio de empleo

En primer lugar, revisa bien el lenguaje que utilizas. Escribe los anuncios de empleo usando un lenguaje sencillo y conciso, evitando la jerga o la información superflua.

En lugar de utilizar palabras y frases “genéricas”, acota las competencias que realmente buscas y sé explícito al respecto, en lugar de poner una lista de competencias generales. Presentarlas en viñetas puede ser muy útil. Describe claramente qué criterios son imprescindibles y cuáles son deseables.

2. El proceso de solicitud

¿Cómo es el proceso de solicitud del trabajo? ¿Pides a los candidatos que rellenen extensos formularios para solicitar puestos que en realidad no requieren grandes habilidades escritas? Si es así, una persona disléxica con grandes habilidades sociales, que encajaría perfectamente en un puesto de camarero, podría echarse atrás y no apuntarse.

3. La entrevista

Los equipos de recursos humanos del sector de la hostelería dan mucha importancia a cómo se presenta un candidato durante una entrevista, pero esta métrica puede no estar relacionada con el rendimiento real en el trabajo.

Por ejemplo, un empleado neurodiverso altamente cualificado, puede tener problemas de ansiedad social. Puede tener dificultades para establecer contacto visual, lo que va en contra de los consejos tradicionales para las entrevistas, pero, aun así, no afecta al rendimiento a menos que se trate de un puesto de cara al consumidor.

FACTORES QUE ANIMAN A LA GENTE A INCORPORARSE Y A PERMANECER EN TU EMPRESA

Nuestra encuesta de mayo de 2022 entre empresas hosteleras reveló **cuatro factores principales que los empleadores consideran que tienen el mayor impacto en la retención**: el salario (33,3%), la cultura de la empresa (22,2%), los horarios de trabajo y los turnos (18,5%) y las oportunidades de ascenso profesional (14,8%).

Aunque el salario sigue encabezando la lista, la gente da casi el mismo valor a la flexibilidad del horario de trabajo y a las oportunidades de avanzar profesionalmente.

"Antes, cuando se acudía a la entrevista, la pregunta número uno era sobre el salario. Ahora es sobre el trabajo híbrido, los beneficios, sobre lo que el empleador puede ofrecerles. Los empresarios tienen que estar a la última y saber qué ofrecen las otras empresas si quieren ser competitivos. La gente está dispuesta a aceptar un salario más bajo si a veces puede trabajar desde su casa". Krishnan Doyle, Managing Director en COREcruitment

BrewDog señala que las solicitudes de empleo en toda su empresa han aumentado en más de un 75% al entregar el primero de sus bonos de participación en los beneficios al personal del bar.

También ha experimentado una reducción de la rotación de personal y del absentismo.

A principios de este año, BrewDog anunció que daría a 750 miembros de su plantilla acciones por valor de 1.200.000 libras esterlinas (1.381.360 euros), además de repartir la mitad de los beneficios del bar entre todos los trabajadores.

El cofundador, James Watt, también dijo que regalará 3,7 millones de acciones de la empresa, que se repartirán equitativamente entre todos los miembros del equipo asalariado, lo que supone un 5% de la empresa.

"*Esta nueva y radical iniciativa pretende garantizar que ganemos de forma colectiva y reconocer plenamente todo el duro trabajo que nuestro fantástico equipo dedica a nuestro negocio. El camino que tenemos por delante va a ser emocionante, pero es necesario decir que no va a ser fácil: el alto crecimiento y el esfuerzo por redefinir una industria nunca lo son. Nuestro programa Hop Stock garantizará que todos estemos juntos en esto mientras construimos el futuro de BrewDog*", añadió.

CONTRATAR POR ACTITUD Y ADAPTACIÓN A LA CULTURA DE LA EMPRESA

Cuando se piensa en la fidelización del personal, el primer paso debería ser examinar el proceso de contratación e identificar si las personas contratadas encajan bien en la cultura de la empresa y en las características específicas del negocio. Si no se tiene en cuenta este aspecto, el nuevo empleado no encajará en su nuevo trabajo y se marchará, o bien se quedará y no rendirá lo suficiente.

"En Pizza Hut utilizamos una herramienta de preselección llamada Chemistry. Primero se pide a los candidatos que rellenen un cuestionario, tras lo cual reciben un informe a medida sobre su forma de trabajar y sus posibilidades. Si sus motivaciones y su actitud no coinciden con la cultura de nuestra empresa, no pueden pasar a la fase de solicitud. Esto reduce significativamente el número de solicitudes que recibimos, pero garantiza que las expectativas de los candidatos coincidan. Nuestro objetivo es contratar por actitud y grado de motivación, no por experiencia". Tori Anderson, Senior Resourcing, Training & Development Manager en Pizza Hut

"Como líder, es importante contratar por actitud. Es muy difícil, sobre todo ahora que estamos contra la espada y la pared intentando reclutar gente y nos cuesta tanto. Sé abierto con tu equipo y explícale por qué lo haces, especialmente cuando necesiten nuevos compañeros inmediatamente. Diles por qué, como líder, estás insistiendo en contratar a alguien con la actitud adecuada. El beneficio es que la persona realmente encaje en la cultura de la empresa y puedas salir de la rueda de contratar gente que no se quede contigo. Incluye a tu equipo en esta conversación, pues te ayudará a plantearte dónde puedes obtener nuevos integrantes, qué tipo de personas, qué tipo de industrias y cómo puedes pensar realmente de forma diferente a como lo has hecho en el pasado." Sue Farnie, Director of Talent Management en Wyndham Hotels and Resorts

LA EXPERIENCIA DEL ONBOARDING ES VITAL PARA LA RETENCIÓN DEL PERSONAL

Al empezar en una nueva empresa, durante las dos primeras semanas, la gente toma una decisión subconsciente sobre si se quedará o no. Por esta razón, la primera experiencia que tengan es crucial y garantizar que sea buena nos va a ahorrar mucho tiempo (y dinero). Los estudios demuestran que cuando las personas superan los primeros 90 días, es más probable que se queden durante 1 o 2 años de media.

En el reciente webinar de MAPAL "*Incorporar con éxito el talento de la hostelería*", Richard Leverton, L&D Manager en Whitbread, compartió **un factor que influye directamente en el tiempo que las nuevas personas constratadas permanecen en su empresa**: las Tiny Noticeable Things (TNTs). Las TNT son detalles extra que Premier Inns ofrece durante la primera semana a cada nuevo empleado. Entre ellos, **un paquete de bienvenida y un uniforme el primer día, un cheque regalo para disfrutar de la experiencia como clientes en el desayuno, una visita guiada, una presentación del equipo y un programa de turnos y mentores de dos semanas**. Todas estas cosas aumentaron la confianza y la satisfacción de los empleados, pero la influencia más positiva en la fidelización del personal la tuvo la charla que tienen tomando café con el director del hotel.

Las encuestas de opinión revelaron que, si se hubiera eliminado esto de las TNT, un increíble 26% de los nuevos contratados habría abandonado la empresa antes.

La experiencia del onboarding también determinará si las personas seguirán buscando una oportunidad mejor y se marcharán si se presenta la ocasión.

"*El hecho de que un empleado consiga el trabajo no significa que otras empresas y reclutadores dejen de llamarle. Por eso, si el proceso de onboarding no es el ideal, es muy fácil que te abandonen.*" Krishnan Doyle, COREcruitment

"Queremos asegurarnos de que mantenemos a la gente comprometida desde el principio. El primer día, todos los nuevos empleados de Pizza Hut o Itsu reciben una formación de cuatro horas que abarca desde la salud y la seguridad hasta la estructura y los procesos de la empresa. Además, pedimos que el responsable del restaurante haga la reunión y el recibimiento durante los primeros cinco días para asegurarnos de que los nuevos integrantes se sientan bienvenidos y atendidos".
Tori Anderson, Pizza Hut

LA TECNOLOGÍA PUEDE FACILITAR LA EXPERIENCIA DEL ONBOARDING

Aunque la reunión del equipo y la visita a la sede son importantes, es igualmente crucial que los nuevos empleados se familiaricen con los procesos de la empresa y completen los cursos de cumplimiento durante el onboarding. Esto es esencial para garantizar que el empleado tenga todas las herramientas que necesita para rendir al máximo.

Las plataformas online de gestión de la formación (con cursos breves y dinámicos) como Flow Learning, permiten que este proceso sea atractivo para el nuevo empleado y, al mismo tiempo, garantizan que sean lo suficientemente accesibles para que los cursos se completen durante los primeros días de trabajo.

LEVY

Dentro de Compass Group, Levy es el socio oficial de comidas y bebidas en estadios deportivos, lugares históricos, centros de conferencias y grandes estadios. Se centran en ofrecer una comida deliciosa y un servicio excelente, aportando singularidad a cada uno de sus clientes, como Wimbledon, The O2 y Twickenham.

La empresa incorpora miles empleados nuevos a la vez, quienes luego serán asignados a diferentes puntos en distintos entornos. Como es de imaginar, se requiere un enorme esfuerzo durante el onboarding para garantizar que puedan cumplir sus promesas a los clientes.

Durante la pandemia, aprovecharon al máximo el tiempo de inactividad para poner en marcha un proyecto que llevara su programa de formación presencial a una plataforma de formación online. Con **Flow Learning**, simplificaron sus procesos y lo trasladaron todo al terreno online para prepararse para un futuro más eficiente.

Este proceso, altamente simplificado y automatizado, significa que todos los candidatos son ahora contactados dentro de las 48 horas de la aplicación, lo que reduce en el proceso de onboarding promedio de cinco días a un día. Con Flow Learning, Levy también creó cursos online más cortos, interactivos y adaptados a los dispositivos móviles para que su equipo pueda acceder a ellos en función de sus horarios.

DESARROLLO PROFESIONAL

La gente quiere tener oportunidades de crecimiento y progreso cuando se plantea quedarse en una empresa. Por eso es importante fomentar la satisfacción y la fidelización de los empleados a través de unas vías de crecimiento bien definidas y comunicarlas con claridad.

Una de las formas en que las empresas pueden establecer una cultura de transparencia es diseñando trayectorias profesionales basadas en las habilidades y competencias.

Los responsables deben explicar claramente cómo el talento puede pasar de los puestos de entrada a los de mayor salario dentro de la organización. La creación de trayectorias profesionales sólidas comienza con la descripción de las habilidades y competencias necesarias para llegar a los distintos puestos o etapas de la carrera.

El equipo de I+D puede identificar los recursos de formación y desarrollo profesional disponibles para ayudar a los empleados a adquirir esas habilidades. El siguiente paso es comunicar esta información de forma clara y coherente a los trabajadores para ayudarles a tomar decisiones fundadas y buscar oportunidades de crecimiento en la empresa.

En esencia, **haz que la gente se sienta parte del crecimiento de la empresa y dale a todos la oportunidad de progresar.**

Compartir historias de compañeros de trabajo que han progresado desde puestos más básicos hasta puestos de dirección también ayudará a inspirar a tu equipo.

“En The Alchemist aprovechamos el talento de cada persona a nivel individual y lo cuidamos porque queremos asegurarnos de que la gente se siente parte de nuestro crecimiento. Además, para seguir motivando al personal, también es importante contar historias auténticas y honestas sobre cómo ha progresado la gente”.

Hannah Plumb, Culture & Talent Director en The Alchemist

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO DE LOS EMPLEADOS

Reconocer a los empleados **significa destacar su comportamiento y esfuerzos positivos en el lugar de trabajo**, tanto en lo que respecta a los rasgos personales como a los logros profesionales. La creación de una cultura de retroalimentación positiva de este tipo **puede adoptar dos formas: el reconocimiento del jefe al empleado o el reconocimiento entre compañeros**.

Reconocer a tus empleados con regularidad fomenta un sentimiento de compromiso y crea un entorno laboral en el que los empleados se sienten realmente motivados para trabajar duro y permanecer en la empresa. También contribuye en gran medida a mejorar los índices de retención.

Una encuesta realizada por Achievers reveló que la falta de reconocimiento y compromiso lleva al 44% de los empleados a cambiar de trabajo. Un 69% incluso dijo que una mejor recompensa y reconocimiento les animaría a quedarse en la empresa.

Estas estadísticas ponen claramente de manifiesto los beneficios potenciales de implantar una herramienta de gestión del compromiso como Engagement by MAPAL, que permite supervisar el rendimiento e identificar los casos excepcionales.

Otra buena práctica es mostrar el aprecio por los empleados tanto en público como en privado. También es una buena idea reconocer a los empleados a través de reuniones semanales, incluso si no ha habido un caso de rendimiento excepcional, porque mantendrá motivados a los empleados con un rendimiento estándar y les animará a mejorar.

engagement by mapal

Engagement by MAPAL es una solución para fomentar el compromiso de los empleados en el sector de la hostelería. Diseñada especialmente para hoteles, restaurantes, bares, cafeterías, pubs y empresas de catering que quieren poner a las personas en el centro del negocio.

Esta aplicación digital recopila y fomenta el proceso de feedback 360°, promueve el reconocimiento laboral de los empleados, envía encuestas de empresa y potencia la marca de la empresa.

Es muy fácil de utilizar y requiere muy poco de tu tiempo. Además, puede encajar perfectamente con tu estrategia de personal al integrarse con otras herramientas.

Su uso resulta beneficioso tanto para ti como para tu equipo, ya que la herramienta ayuda a:

- Reducir la rotación de personal, porque el equipo se siente escuchado, valorado y más motivado.
- Aumentar la satisfacción, la confianza y la productividad de los empleados.
- Fomentar el reconocimiento directo entre compañeros, que enriquece su proceso de feedback 360° para impulsar su desarrollo profesional.
- Mejorar la puntuación eNPS de la empresa, ganando reputación como buen lugar para trabajar y mejorando tus perspectivas de contratación.
- Ofrecer a los clientes la posibilidad de reconocer a los empleados, bien sea a través de una calificación con estrellas, preguntas o comentarios.

RECONSIDERAR Y CAMBIAR LA FORMA DE OPERAR PARA HACER FRENTE A LA CRISIS DE TALENTO

La encuesta de MAPAL sobre contratación y retención del talento reveló que la mitad de los negocios de hostelería encuestados (51%) han tenido que reducir sus operaciones como resultado de la crisis de personal. Además de cambiar la estructura operativa (47%) y el horario de apertura (43%), los negocios también han utilizado la tecnología para automatizar procesos (43%), cambiar el servicio y el flujo de pedidos (39%) y reducir los menús (34%).

La pandemia provocó una gran demanda del trabajo a distancia, y los empleados esperan ahora una mayor flexibilidad.

A nivel mundial, la proporción de búsquedas de trabajo a distancia creció un 360% entre junio de 2019 y junio de 2021, y sigue aumentando. Mientras que hace cinco años solo una quinta parte de las ofertas de empleo ofrecían la opción de trabajar a distancia, ahora lo hace casi el 80%.

No todos los puestos en la hostelería ofrecen la posibilidad de trabajar a distancia, pero los modelos híbridos están en constante desarrollo. Algunos ejemplos son los puestos de gestión de redes sociales, planificación de eventos, contabilidad, marketing y relaciones públicas, atención al cliente y servicios de conserjería virtual. Sin embargo, muchas funciones en la hostelería, como la limpieza, el servicio y la cocina, seguirán realizándose en persona.

Para satisfacer las expectativas de los empleados, los empresarios podrían seguir ofreciendo flexibilidad replanteando el diseño de las trayectorias profesionales en la hostelería. Por ejemplo, podrían considerar fórmulas innovadoras que incorporen la flexibilidad (como puestos a tiempo parcial y horarios de trabajo flexibles dentro de determinadas franjas horarias). Los empleados también podrían rotar entre diferentes puestos de trabajo o ubicaciones.

Fundada en 2018 por los hermanos Sam y Sol Schlagman con el objetivo de mejorar la vida de los estudiantes, Stint es una forma segura y flexible de ganar dinero. Para las empresas, su mano de obra de estudiantes con turnos reducidos desbloquea un modelo operativo más eficiente que es mejor para los clientes, los equipos y la rentabilidad de los negocios. En centros de todo el país, desde pubs locales hasta cadenas multinacionales, los Stinters realizan tareas básicas, pero vitales, liberando al equipo principal para que pueda centrarse en aquello para lo que ha sido formado: crear experiencias brillantes para más clientes.

"En Stint estamos creando una bolsa de trabajadores que quieren venir a hacer tareas básicas por tan solo un par de horas cada vez. Y lo que estamos viendo es que nos resulta muy fácil encontrar personal para estos trabajos porque la gente quiere flexibilidad. Cuando dirigía Sonder, redujimos nuestro equipo principal y lo completamos con el personal de Stint. Conseguimos que los estudiantes vinieran durante 2 horas. El tiempo de limpieza se redujo de 45 a 21 minutos. Y el equipo estaba contento porque no hacía las tareas que odiaba. Stint me permitió proteger a nuestro equipo principal, ofrecerles flexibilidad y darles la oportunidad de hacer sobre todo las tareas que les gustaban".
Jeremy Rawlinson, Chief Operating Officer en Stint

CONTRATAR TRABAJADORES CON FLEXIBILIDAD HORARIA PARA REALIZAR TAREAS BÁSICAS

Otra opción podría ser incorporar empleados a tiempo parcial para que hagan las tareas básicas que el equipo a tiempo completo disfruta menos. Un número creciente de empresas hosteleras recurre a la empresa de trabajo temporal Stint para ello.

MEJORAR LA FORMACIÓN DE TUS EMPLEADOS Y REALIZAR FORMACIÓN CRUZADA

En tiempos de escasez de mano de obra, hay menos personas y estas tienen que realizar más tareas. Esto genera retos operativos, pero también oportunidades de mejora de las competencias.

La mejora de la formación de tus empleados, por ejemplo, podría significar la capacitación del personal de la sala para hacer tareas básicas en la cocina o viceversa, el personal de la cocina puede ayudar en las tareas de sala.

La forma más sencilla de hacerlo sería crear minicursos en línea que el personal pudiera completar durante las pausas o mientras viaja en metro, utilizando un sistema de gestión de la formación online como Flow Learning.

Además, si tienes empleados que, por ejemplo, estudian una carrera de diseño, ¿por qué no les pides que te ayuden con el diseño del menú o con el material de marketing? Esto actúa como motivador entre las tareas del día a día más monótonas.

“Tenemos programas de formación que preparan a los empleados para pasar de una función a otra. El objetivo es incluir no solo las competencias funcionales, sino también las de liderazgo y de la vida misma. Estas no solo serán valiosas en su actual puesto de trabajo, sino también en otros. El reto es motivar a la gente para que participe en estos programas. Por eso, ahora nos centramos en que los empleados entiendan que no solo son necesarios para su trabajo, sino también útiles en su vida fuera del mismo”.
Tori Anderson, Pizza Hut

ACCIONES PARA MEJORAR TU IMAGEN COMO EMPLEADOR

La competencia feroz por el talento hace que los empresarios deban ser más atrayentes para los potenciales empleados.

En nuestra ***encuesta sobre retención y contratación de talento***, preguntamos a las empresas hosteleras qué iniciativas habían emprendido ya y qué planes tenían en mente para mejorar su imagen como empleador.

Las principales acciones fueron "introducir otras bonificaciones" (63%), "mejorar el programa de formación y desarrollo" (52%), "apostar por formación y asesoría" (48%), "centrarse en los horarios flexibles" (41%), "mejorar el programa de reconocimiento" (41%) e "implementar una nueva solución de gestión del aprendizaje" (35%).

"Ya teníamos un buen programa de beneficios y bonificaciones para la plantilla antes de la pandemia. Pero ahora hemos aprendido que debemos asegurarnos mejor de que todos los empleados sean conscientes de todas las posibilidades, tenemos que "gritarlo" más. Hemos puesto en marcha un programa de asistencia a los empleados en caso de que tengan dificultades de salud mental o financieras: nos aseguramos de que haya alguien con quien puedan hablar. Además, el portal de beneficios que hemos creado ha funcionado muy bien: los empleados pueden acudir a él para elegir los beneficios que más les convienen."
Tori Anderson, Pizza Hut

AYUDAR A LOS EMPLEADOS A CONVERTIRSE EN QUIENES QUIEREN SER

Los jóvenes que aún no tienen vocación profesional, es posible que dejen o abandonen el trabajo, porque quizá sea un trabajo que se planteen hacer mientras están estudiando. Además, un trabajo en un restaurante es fácilmente transferible a otro lugar. De hecho, muchos son fácilmente sustituibles: si alguien no está contento con el trabajo que tiene en un local, puede optar por conseguir otro diferente a la vuelta de la esquina. Esto ocurre especialmente en trabajos básicos que no conllevan muchos beneficios.

Para hacer frente a esto, **las empresas están pensando en cómo apoyar a sus empleados para que se conviertan en las personas que quieren ser en el futuro. Un ejemplo podría ser ofrecer un horario flexible para compaginar el trabajo con sus estudios, u ofrecer prácticas fuera de la empresa para que puedan adquirir experiencia laboral en su campo de estudio.**

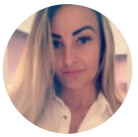
"Ofrecemos a nuestros empleados la posibilidad de hacer prácticas fuera de nuestra empresa para que puedan adquirir experiencia laboral en su campo de estudio mientras siguen trabajando con nosotros. También tenemos un presupuesto de becas para que puedan conseguir la oportunidad de aprendizaje que deseen, como por ejemplo sacarse el carné de conducir".

Tori Anderson, Pizza Hut

"El reto al que nos enfrentamos como líderes en hostelería es que la mayoría de las personas que vienen a trabajar con nosotros están buscando su lugar en la vida, es decir, acaban de ponerse en marcha, pero aún no saben exactamente quiénes son. Quizá quieran ser arquitectos o profesores de yoga, pero ahora mismo están aquí, trabajando para nosotros. ¿Cómo podemos crear un espacio y un entorno en el que los empleados que vienen a trabajar a Dishoom puedan entender todos los matices de nuestro negocio, pero desde el punto de vista de las personas? ¿Cómo podemos capacitarles para que sean la mejor versión de sí mismos y puedan ofrecer la mejor experiencia al cliente, como si estuvieran sirviendo a su familia? Creemos que la respuesta es centrarse en ayudarles a convertirse en las personas que quieren ser, ayudándoles a liberar su potencial. Y cuando nos dejen, que sea con la mejor voluntad."

Thomas Stroppel, HR Business Partner en Dishoom

"La misión y la visión del individuo son incluso más importantes que las de la empresa. Los responsables y mánagers tienen que entender esto y aceptarlo".



Amy Walsh, Head of Operations en Hickory's Smokehouse

"La gente busca transparencia y un liderazgo auténtico por parte del equipo directivo. A lo largo de la pandemia estuvimos informando constantemente a los equipos de lo que ocurría con los salarios y los horarios. Hicimos retransmisiones semanales con el equipo directivo para mantener a todo el mundo informado, y seguimos haciéndolos ahora, mensualmente."
Tori Anderson, Pizza Hut

POLÍTICA DE TRANSPARENCIA Y APOYO AL PERSONAL

Antes de elegir una nueva empresa, la gente se pregunta cómo esta trató a sus empleados durante la pandemia. ¿Cómo fue la respuesta de la empresa ante el COVID? ¿Intentaron minimizar el número de despidos de personal? ¿Comunicaron lo que ocurría en la empresa durante los despidos y pusieron al día a los empleados?

EL CRECIENTE INTERÉS POR LOS TEMAS MEDIOAMBIENTALES, SOCIALES Y DE GESTIÓN ESTÁ INFLUYENDO EN LAS DECISIONES LABORALES DE LAS PERSONAS

Un reciente estudio sobre el compromiso de los empleados en Estados Unidos muestra que el 58% de los empleados tienen en cuenta la responsabilidad social y medioambiental de una empresa a la hora de elegir un lugar de trabajo.

La generación Z presta mayor atención a los temas de sostenibilidad y, a medida que se incorporan a la fuerza laboral, las conversaciones entre los estudiantes de hostelería se centran en la sostenibilidad y en que las empresas "hagan lo correcto".

Pizza Hut es uno de los miembros fundadores del Zero Carbon Forum, una colaboración del sector para establecer una hoja de ruta hacia el Net Zero.

"La sostenibilidad es muy importante para nuestra empresa y nuestro objetivo es alcanzar el nivel cero en 2030. Nos aseguramos de hablar de nuestros objetivos de sostenibilidad durante el proceso de onboarding para que los nuevos empleados estén de acuerdo con nuestros objetivos."

Tori Anderson, Pizza Hut

¿QUIERES MÁS INFORMACIÓN?

mapal OS

www.mapal-os.com/es