



Falabella Challenge

Esta iniciativa reúne a jóvenes universitarios con los principales líderes de la organización, con el objetivo, en el mediano y largo plazo, de poder seguir cubriendo los puestos de liderazgo.

Por **Felipe Flores Gorriti**
Gerente Central de Recursos
Humanos de Falabella Retail

En Falabella hemos implementado una nueva estrategia para promocionar nuestra marca empleadora y captar a los futuros colaboradores que puedan asumir los retos de la empresa y las posiciones de liderazgo a mediano y largo plazo. Por ello hemos organizado el primer “Falabella Challenge”, un encuentro que nos ha permitido convocar a los estudiantes universitarios más destacados del país con la finalidad de presentarles la empresa, las oportunidades laborales que ofrecemos y, además, invitarlos a que participen en el proceso de selección para que trabajen en la compañía de retail más importante del Perú.

Con este nuevo sistema, nuestra empresa asume una actitud proactiva para atraer a los futuros talentos, porque considera que sus colaboradores son el factor fundamental que hace posible el negocio, los que van a innovar los procesos y los nuevos productos y los que con su esfuerzo e imaginación van a lograr las metas de la empresa. En esta aventura, que por primera vez se realiza en el Perú -y que se realizará a partir de ahora todos los años-, participaron cerca de 100 alumnos de los últimos ciclos y egresados de hasta dos años, de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), de la Universidad

Saga Falabella ocupó el puesto N° 12 en el ranking Great Place to Work® 2017, en la categoría 1.000 a más colaboradores.



Esta compañía de retail posee 26 locales en el Perú, en los que trabajan más de 7.808 colaboradores. El 60% de la planilla son mujeres. En esta empresa el 39% de posiciones de liderazgo son ocupadas por mujeres.



de Piura, Universidad del Pacífico y Universidad de Lima. También lo hicieron 21 ejecutivos de las diversas áreas de la compañía, quienes tuvieron la oportunidad de conversar personalmente con los jóvenes participantes, quienes se mostraron interesados en los retos laborales que puede ofrecerles la empresa.

VISIÓN MILLENNIAL

Falabella es una empresa que se reinventa constantemente, tanto por la oferta y variedad de sus productos, como por la calidad de sus servicios y la forma de interactuar y relacionarnos con nuestros clientes. No cabe duda de que es una escuela, porque debemos asumir todos los días los nuevos retos que nos impone una competencia de calidad mundial, el ingreso de nuevas generaciones de consumidores, como los *millennials*, y las nuevas formas de interactuar y de hacer negocios en las nuevas plataformas digitales. Precisamente, uno de nuestros principales objetivos es el desarrollo de las plataformas de *e-commerce*, que no deja de crecer y que será la forma mayoritaria de hacer compras en el mediano plazo en el Perú.

Una primera línea de respuesta de los retos de la modernidad ha sido la incorporación de los *millennials* a la planilla de Falabella, que hoy suman el 73% de todos nuestros cola-

boradores, de quienes todos los días aprendemos y nos reinventamos para afrontar los desafíos de la competencia *fast fashion* y el boom del *e-commerce*. En este encuentro también participaron nuestros gerentes de Negocios, Marketing, E-commerce, Logística y Operaciones, quienes presentaron sus áreas de trabajo, cómo se integran con el resto de la empresa y los retos que deben asumir para sacar adelante la empresa.

EL DÍA DESPUÉS DE MAÑANA

Todo este esfuerzo por captar a los mejores talentos profesionales del Perú no tendría sentido si la empresa no tuviera un agradable ambiente de trabajo y una buena estructura de gestión de talento, que incluye planes de capacitación y políticas de remuneración y promoción para cada uno de los colaboradores, tanto a nivel de vendedores y supervisores de ventas como de profesionales y técnicos administrativos. No cabe duda de que Falabella es una de las empresas más atractivas para trabajar en el Perú, y una de las que mejor gestiona su talento, según los estudios de satisfacción laboral realizados por las más importantes consultoras del Perú.

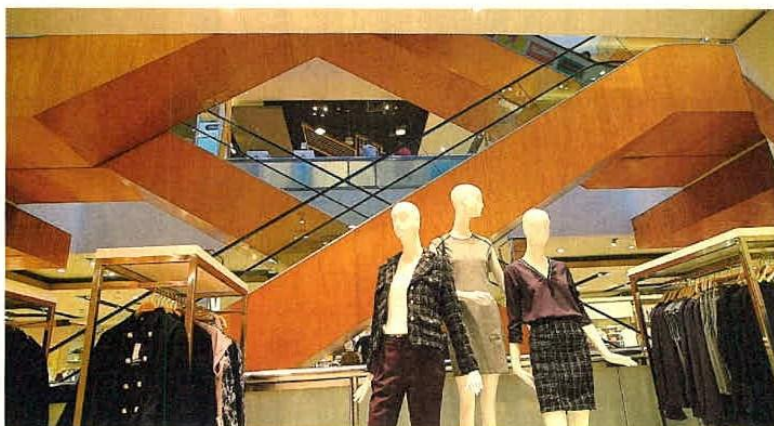
Por ejemplo, desde el 2013, Falabella siempre ha obtenido el primer lugar en el sector retail en los estudios anuales de "Marca Empleadora" realizados por la consultora Laborum, en base a encuestas realizadas a miles de personas. Además, en los tres últimos años, ha quedado entre las primeras 20 empresas de todo el Perú en el Ranking de Merco Talento, elaborado por la Universidad ESAN y la consultora Merco, para destacar la calidad laboral, desarrollo profesional, marca empleadora, entre otros aspectos relacionados con la ges-

ción del talento de las empresas. Así mismo, se encuentra en los primeros doce lugares del ranking Great Place to Work® de las compañías con más de 1.000 trabajadores.

INNOVACIÓN PERMANENTE

No nos sentimos satisfechos con estos resultados. Seguimos innovando prácticas y políticas de gestión del talento, incorporando las nuevas tendencias mundiales para lograr la satisfacción de nuestros trabajadores y un buen ambiente laboral, que son fundamentales para lograr su superación constante como persona y trabajador. Nuestros planes de capacitación no solo incluyen cursos de adiestramiento y preparación técnica para su labor diaria, sino además la mejora de sus habilidades como personas y ciudadanos. Además, las políticas de remuneraciones y promociones no hacen distinciones de género o identidad sexual ni mucho menos de confesiones religiosas o políticas.

En el ranking Merco Talento, Saga Falabella está entre las veinte empresas que mejor gestión de personas poseen.



Incluso, la empresa tiene políticas muy precisas para evitar todo acto de discriminación, maltratos u hostigamiento que puedan afectar el ambiente de trabajo que con tanto esmero hemos logrado desarrollar y que ahora nos toca cuidar y consolidar de manera permanente. Desde el inicio de sus operaciones en el Perú, Falabella ha cumplido en términos de sueldos, promociones y contrataciones más de lo que ordenaba la ley, lo que le ha permitido gozar de la aceptación y legitimidad de sus trabajadores. Como resultado de ello, podemos afirmar que tene-

mos los índices de rotación de personal más bajos del sector retail, una buena reputación interna y un equipo de trabajo que nos permite mirar el futuro con optimismo y sin temor alguno a la competencia. ■