



[Todo el mundo dispone de espacio para desarrollarse en Lilly](#)

El Cupcake diferente



-
-
-
-
-

15/04/2016 · El pasado 14 de marzo, PeopleMatters celebró la segunda edición de su Jornada de Employer Branding. La imagen que se escogió para ilustrar el evento fue la de cuatro cupcakes, tres azules y uno rojo, alineados sobre un fondo amarillo. ¿Qué podría simbolizar esta imagen que dio lugar a tantas interpretaciones? ¿Cuál es su relación con el Employer Branding? Miriam Aguado, Senior manager e Irene Arensburg, Consultora en PeopleMatters, lo desvelan a través de este artículo.

Desvelando el misterio, la imagen refleja dos de las **tendencias** que están teniendo lugar dentro del **mercado de talento** y que en realidad son dos caras de la misma moneda.

Por un lado, los **candidatos en búsqueda de un lugar para trabajar**, desean encontrar una **empresa tan "apetitosa" como un cupcake**, una organización con políticas de **atracción y retención de talento** que se salgan de lo habitual y que marquen la diferencia, como sería el caso de **Zappos**, más conocida por su **Employer Branding** que por el producto que vende.

Por otro lado, la segunda tendencia sería la necesidad de encontrar **prometedores jóvenes con competencias novedosas**, únicas y distintas a las que la mayoría suele tener. Ese singular talento representaría el tentador y vistoso **cupcake rojo** destacando ante las tradicionales magdalenas. Es un hecho, la diferencia aporta valor.

Las empresas buscan aquél **talento con características únicas, capaz de impulsar las múltiples transformaciones** que están teniendo lugar en el globalizado y complejo siglo XXI. A su vez, los perfiles *sui generis*, conscientes de lo que guardan bajo llave, también exigen aportar su extraordinario talento a cambio de una propuesta de valor al empleado muy diferente a lo que se ofrece al resto de "magdalenas".

Todo ello nos lleva a preguntarnos **cuál es la diferencia de ese perfil tan talentoso, exclusivo y difícil de encontrar**. Podríamos considerar a **Andrés Contreras**, nacido en 1995, emprendedor e **Innovation Manager** en **Everis** como uno de estos perfiles. Su [perfil de LinkedIn](#) muestra cómo a pesar de su corta edad su experiencia no tiene nada que envidiar a la trayectoria de algunos experimentados directivos.

En su extracto, Andrés se define a sí mismo como **joven emprendedor**, amante de las nuevas tecnologías y de la ciencia. Actualmente no se contenta con su puesto en Everis sino que compagina éste siendo **profesor de Big Data y Business Intelligence**, fundador de dos empresas y co-fundador de ocho empresas, así como

mentor. Su anterior experiencia tampoco deja indiferente, el “niño del big data” (El País, 2013) ha ocupado puestos tales como **Chief Technology Officer o IT Security Advisor** para la Guardia Civil.

Su forma de adquirir conocimiento también dista de lo habitual. Este mismo artículo cuenta también cómo Andrés se emancipó jurídicamente para poder dejar la Secundaria y comenzar el **ciclo de microsistemas informáticos y el de Administración de Empresas de Formación Profesional**. Tras finalizar esta etapa, con tan solo 15 años, el joven talento consiguió una beca en la **Universidad de Stanford para doctorarse en Inteligencia Artificial**, donde a su vez comenzó su aventura emprendedora.

El caso de Andrés Contreras nos permite hacer una lectura de cómo es ese talento tan insólito y cualificado para resolver los desafíos que las empresas comienzan a enfrentar en la llamada era digital. No debe de ser casualidad que Everis, la afortunada empresa que cuenta con Andrés en su equipo digital, publicara en su cuenta de Twitter el pasado 31 de diciembre una frase de Peter Drucker “The best way to predict the future is to create it” (“la mejor forma de predecir el futuro es creándolo”).

El talento más cotizado por las empresas incorpora algunos de los siguientes elementos. Por supuesto, sin olvidar que cada empresa tiene su propia cultura y estrategia y que por lo tanto las necesidades siempre son distintas en cada caso:

- **Autoaprendizaje:** la curiosidad natural y el saber gestionar la propia capacitación de uno mismo. Con las nuevas tecnologías y la digitalización del mundo, poner frenos a la formación ya no es posible. Las personas capaces de gestionar su aprendizaje y no limitarse a la formación aportada por la empresa serán capaces de crear valor y gestionar procesos de transformación de forma continua.
- **Excelencia:** el “suficientemente bien” ya no cuenta, se debe de ir en búsqueda de la mejor forma posible de hacer las cosas para no perder ninguna oportunidad. Esta aptitud requiere mucha inversión de tiempo y dedicación pero permite alcanzar resultados óptimos y hallar una ventaja competitiva.
- **Emprendimiento:** el emprendimiento implica ser capaz de gestionar el fracaso para “levantarse” y volverlo a hacer mucho mejor. El espíritu emprendedor incorpora una serie de competencias únicas, tales como liderazgo, decisión, disposición, seguridad e iniciativa. El contar con perfiles emprendedores en las empresas es la clave para fomentar la innovación.
- **Creatividad:** debido a que una jornada laboral no sería tal si no hubiesen problemas de por medio, la creatividad resulta fundamental para la resolución de éstos. Puesto que los problemas siempre van ligados a un contexto, no existen soluciones prefijadas, es necesario crearlas y adaptarlas a cada situación, solo así se podrán superar las dificultades estratégicas y operativas.

No obstante, resulta muy complicado encontrar estas cualidades reunidas en una única persona, capaz de dominarlas todas. Incluso **Facebook**, empleador fetiche para los más jóvenes, admite experimentar dificultades para encontrar ese talento que aporte singularidad a la empresa. De hecho, el pasado enero, a través de la famosa red social, una mujer instaba a las chicas jóvenes a salir con *nerds* que pudiesen convertirse en futuros Mark Zuckerberg.

A los 18 minutos, el fundador respondió: “Even better would be to encourage them to be the nerd in their school so they can be the nex successful inventor” (“mejor sería animarlas para que ellas fuesen las nerd en sus colegios y así poder ser las siguientes inventoras”). En efecto, para Facebook, está siendo todo un reto encontrar a chicas “nerd” que marquen la diferencia frente al 68% de chicos “nerd” que trabajan en dicha empresa.

El próximo 10 de mayo [PeopleMatters](#) celebrará junto con **Universum Global** el evento **Ideal Employers 2016**, donde se analizará qué es lo que motiva al talento emergente, “apetitoso” y diferencial de la sociedad digital y de este modo poder encontrar la fórmula mágica capaz de captarlo y retenerlo (si es que ésta existe).

Accede al videoresumen de la [jornada "10 conversaciones sobre Employer Branding" de PeopleMatters](#):

Jornada "10 conversaciones sobre Employer Branding"



Autoras:

- **Miriam Aguado**, Senior manager en [PeopleMatters](#)
- **Irene Arensburg**, Consultora en [PeopleMatters](#)

TAGS: [talento](#) | [employer branding](#) | [Millenials](#) | [atracción de talento](#) | [retención de talento](#)

-
-
-
-
-

DEJA TU COMENTARIO:

nombre*

e-mail

comentario*

No soy un robot

reCAPTCHA
Privacidad - Condiciones





LG

Life's Good



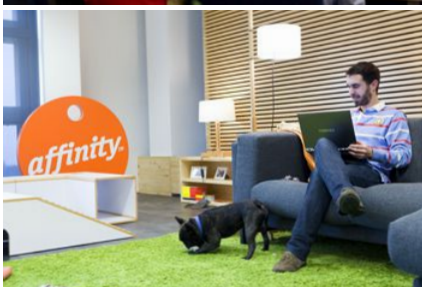
BRITISH AMERICAN TOBACCO



bankinter.



Tecnocom





BAUSCH + LOMB

A Valeant Pharmaceuticals International, Inc. Company



[actualidad](#) | [rankings y premios](#) | [consejos](#) | [expertos](#) | [directivos de RRHH](#) | [estudiantes](#) | [visual companies](#)

© 2015 CUSTOMMEDIA S.L. edita EQUIPOS Y TALENTO
Av. Diagonal, 463 bis 5ª planta, Barcelona 08036 Tel. 93 4195152 Fax. 93 4101755