

# ¿Sigues maquetando folletos para reclutar?



**Miriam Aguado y Silvia Álvarez,**  
Directora y Consultora  
PeopleMatters

23/04/2018 · De la mano de Silvia Álvarez y Miriam Aguado, expertas de PeopleMatters, compañía experta en la consultoría de Gestión de Capital Humano, conocemos algunos de los cambios que se han introducido en la forma en la que las empresas se acercan al talento que necesitan para alcanzar sus objetivos de negocio. Según detallan las profesionales, el proceso de reclutamiento ha adquirido un rol más activo, donde los profesionales de recursos humanos son los encargados de desarrollar una propuesta de valor atractiva para los candidatos y alineada con los valores de la empresa.

Más allá de la concepción de alistamiento del término “reclutar”, la Real Academia Española nos indica que cuando usamos este concepto nos estamos refiriendo a la acción de reunir gente para un propósito determinado.

En los últimos años, las áreas de Selección de las empresas han pasado de enfrentarse a montañas de candidatos entre las que escoger de modo fluido a los perfiles adecuados para cubrir sus vacantes, a sentir la necesidad de adoptar un rol más activo para lograr que los profesionales idóneos en función de sus necesidades formen parte de su base de datos.

**Reclutar implica proactividad.** Nos lleva a pensar en planes y estrategias específicas para atraer de forma eficiente a aquellas personas que la compañía necesita. Aquellas cuyo perfil profesional responde a las necesidades técnicas del puesto y las que, además, están alienadas con la filosofía de la organización. Este alineamiento, no sólo pasa por **compartir los valores** mediante los que la compañía actúa para perseguir su visión, sino que la **propuesta de valor** que ofrece como lugar para trabajar debe resultar atractiva para aquellos candidatos a los que confía en atraer.

Los resultados del informe del **monitor reputacional Merco Talento Universitario de 2017**, presentados el pasado mes de enero en Madrid, ponen sobre la mesa información valiosa para empresas y universidades, sobre las prioridades que más de 9.000 estudiantes anteponen a la hora de buscar oportunidades profesionales. El informe ofrece pistas sobre las que impulsar las estrategias de atracción y retención de talento, a partir de los datos de elección laboral de los universitarios, así como sus prioridades y preferencias con respecto a su incorporación al mundo laboral.

## ¿Tu organización está presente en más de un país?

Si es así, estás de suerte. El 65% de los estudiantes valoran de forma positiva que la compañía opere más allá de España. La conectividad y la innovación están en la base de la globalización, y el crecimiento de los países emergentes condiciona ya el flujo del mercado de trabajo. Las oportunidades van más allá de una vacante en la ciudad en la que nacemos o en el país en el que residimos.

## ¿Viajar por trabajo entra en los planes de tus futuros candidatos?

Aunque en este caso las cifras están más repartidas, casi la mitad de los encuestados afirman que les gustaría que su posición exigiese viajar bastante o mucho. Frente a un 23% de jóvenes que prefieren desplazarse poco por motivos profesionales, predominan la movilidad, el intercambio y la interacción más allá del día a día en el puesto de trabajo.

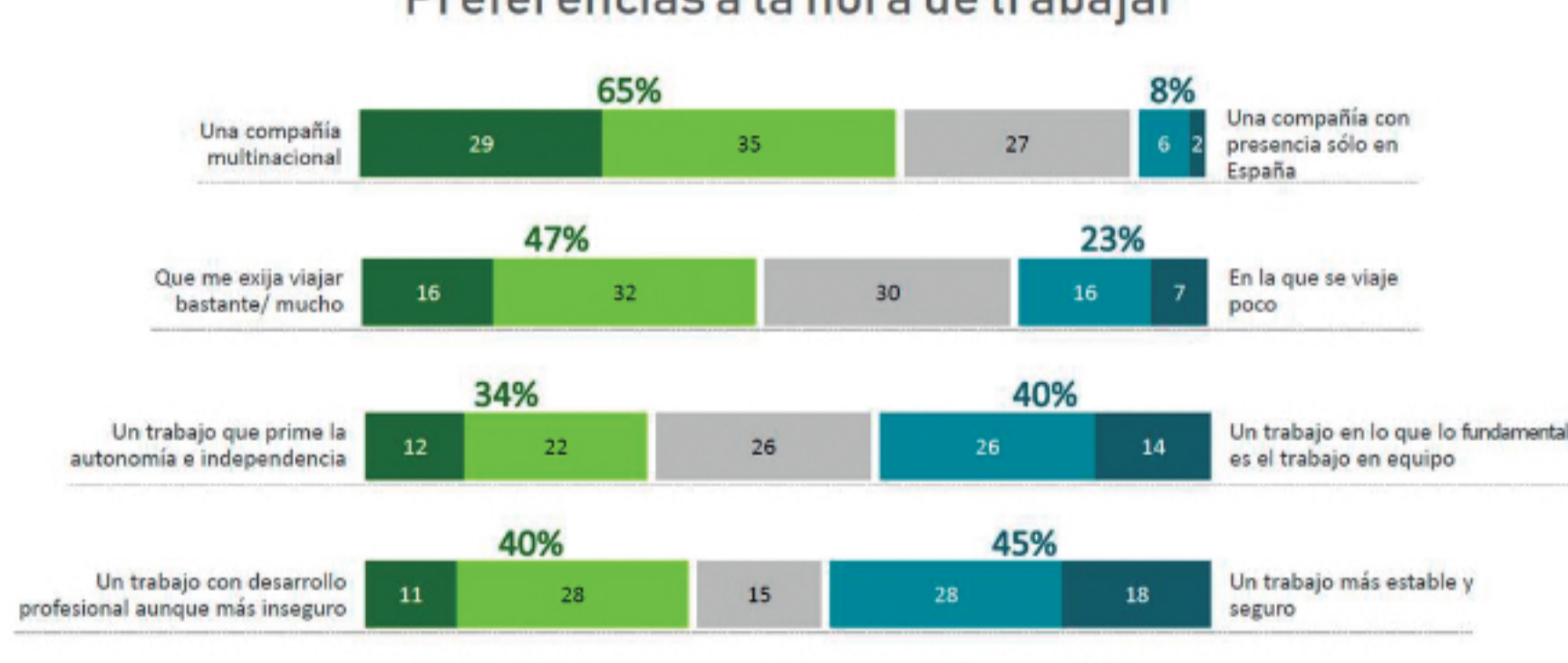
## ¿Creas o co-creas?

La autonomía es importante para los estudiantes, pero el trabajo en equipo ocupa un papel destacado en los resultados del estudio. Un 40% de los encuestados lo valora bastante o mucho por lo que, aunque determinados roles impliquen el desempeño de funciones de modo individual, conviene no perder de vista la posibilidad de compaginarlas con otras que supongan la creación de grupos de trabajo y distribución de tareas.

## ¿Seguridad para el resto de tu vida?

Aunque la preferencia por trabajos más estables y seguros sigue estando por encima, el peso del desarrollo de carrera se abre camino. El entorno volátil, incierto, complejo y ambiguo en el que nos movemos respalda la falta de preocupación del 40% de los estudiantes, que se decantan por posiciones que, aunque más inseguras, les permitan evolucionar profesionalmente.

### Preferencias a la hora de trabajar



Fuente: Merco Talento Universitario 2017

La **entrada de internet** en nuestras vidas ha activado nuestra curiosidad. Los candidatos se informan activamente sobre las empresas que aparentemente podrían interesarles, analizando en profundidad aquéllas que están en su radar. Igual que un área de Selección analiza perfiles a los que contratar, los estudiantes preguntan, valoran alternativas y, si la organización encaja con sus prioridades, la escogen. Los perfiles más preparados saben que están en posición de demandar y, si lo que escuchan no encaja con sus expectativas, se activan de nuevo para afinar la búsqueda y encontrar el lugar de trabajo que más se ajuste a lo que consideran un buen lugar en el que aprender y aportar valor.

Si, como compañía, sigues elaborando folletos para repartir entre los candidatos, no olvides que los datos indican que apenas tendrás impacto a la hora de comunicar tu marca empleadora. El 23,4% de los participantes en **Merco Talento Universitario 2017** afirman que consultan las páginas corporativas de las compañías, así como sus portales de empleo para obtener información sobre su cometido. Las redes sociales no se quedan atrás y son escogidas por el 19,1% de los estudiantes que, en la actualidad, utilizan este canal de comunicación como una posibilidad de relación más, interiorizada ya en su día a día.

### Canales para informarte de las empresas

Páginas web / portal de empleo de la empresa	23,4
Redes sociales	19,1
Redes de comunicación profesionales/ comunidades	9,7
Sitios web de orientación profesional	8,3
Tablas/ anuncios de ofertas de empleo	6,9
Presentación de las empresas en el campus	6,2

ET innovating  
lento in talent communication

actualidad rankings y premios consejos expertos directivos de RRHH

Revistas de carrera para universitarios	2,7
Publicidad en prensa impresa	2,1
Guías de carrera/ libros	1,4
Publicidad en revistas de estilo de vida y otras publicación	1,3
Folletos de reclutamiento	1,3

Fuente: Merco Talento Universitario 2017

El mundo actual nos permite acceder a cualquier persona en cualquier parte del mundo, por lo que no aprovechar las posibilidades existentes para llegar a nuestros candidatos deseados sería estancarnos en seleccionar, y no activarnos para reclutar. Es fundamental que las áreas que gestionan personas estén en sintonía con lo que éstas esperan y se acerquen a ellas a través de los canales de comunicación que más utilizan en su día a día. Los datos y los recursos están sobre la mesa, la decisión de cómo utilizarlos es cosa nuestra.

Adelante y sin miedo en la búsqueda eficiente de los profesionales que realmente queremos en nuestros equipos.