



Universidad
Tecmilenio®





Atracción del capital humano

Fuentes de reclutamiento





En el mercado de recursos humanos convergen personas, con diferentes perfiles y competencias, que están en búsqueda de empleo y las organizaciones que identifican a aquellas personas con la experiencia, conocimientos y actitudes necesarias para cubrir las vacantes de sus distintos departamentos.



Cada organización tiende a seleccionar distintos métodos para atraer a la gente, desde métodos tradicionales para puestos operativos hasta los más sofisticados para llamar la atención de candidatos que tomarán decisiones estratégicas para la empresa.



Explicación



Evolución

Reclutamiento 1.0: entrega de currículum en las oficinas de manera presencial.

Reclutamiento 2.0: mediante la difusión a través de portales que manejan grandes cantidades de datos.

Reclutamiento 3.0: el uso de Internet, redes sociales y teléfonos móviles permiten la efectividad del reclutamiento debido a la inmediatez.

Reclutamiento 4.0: es una prolongación del reclutamiento 3.0 que involucra la imagen de marca y la interacción en tiempo real.



Reclutamiento interno y externo

El reclutamiento, por tanto, se convierte en un puente por el que ambas partes transitan para coincidir en tiempo y espacio para que surja la relación de trabajo, donde exista un intercambio beneficioso para ambas partes.

Mediante técnicas diversas, la organización anuncia la disponibilidad de la vacante en el mercado laboral para atraer candidatos calificados y someterlos al siguiente proceso: la selección.



ón

Exp

Tabla 1. Diferencias entre el reclutamiento interno y externo

Interno	Externo
Transferencias o movimientos verticales, horizontales o diagonales de personal.	Recae sobre candidatos potenciales, reales, disponibles o colocados.
Punto de partida para llevar a cabo planes de carrera, capacitación o desarrollo interno.	Involucra uno o varios canales de reclutamiento.
Cuando el personal es óptimo para las opciones de promoción.	Aporta nuevo conocimiento o una perspectiva de conocimiento o implementación diferentes.
Desarrolla un sano espíritu de competencia.	Mayor cantidad de perfiles profesionales y técnicos.





Headhunting

Consiste en el trabajo de campo que implica la revisión de bases de datos pasados y actuales o nuevas búsquedas en el mercado laboral nacional e internacional que se ajuste a los términos de referencias recibidas por la empresa contratante. Debido al nivel del ejecutivo y la discreción con la que se maneja esta búsqueda, supone varias semanas para encontrar a la persona idónea.



Proceso headhunting

- 1.- Solicitud a la empresa del perfil que desea contratar.
- 2.- Determinación del mercado objetivo potencial.
- 3.- Selección de fuentes.
- 4.- Motivar hacia el cambio al profesional contactado.
- 5.- Entrevista.
- 6.- Presentación de los candidatos finalistas.





Freelance en reclutamiento

Estos especialistas normalmente han trabajado con distintas empresas, por lo que cuentan con una base de datos suficiente y con perfiles de donde pueden seleccionar y encontrar el talento ideal que otras empresas buscan.



Características del Freelance

1. Iniciativa
2. Autoconfianza
3. Amar lo que se hace
4. Persistir
5. Mantenerse actualizado
6. Aprender de los errores
7. Establecer objetivos
8. Valores
9. Establecer las propias reglas
10. Reconocer las imposibilidades





Tendencias en reclutamiento

Hoy por hoy, las dos tendencias más evidentes en reclutamiento de personal son:

- *El traslado del trabajo al espacio doméstico.*
- *La transformación digital acelerada de muchas empresas.*

En el mercado laboral mundial no existe aún la oferta suficiente de personas que cuenten con todas las habilidades digitales que se necesitan para hacer frente a la nueva realidad, por lo tanto la incorporación de nuevo personal seguirá siendo de manera remota.



Habilidades de mayor interés

- Habilidades digitales
- Pensamiento ágil
- Habilidades interpersonales y de comunicación en medios digitales
- Habilidades de operación global
- Desarrollo de liderazgo resiliente
- Planificación, flexibilidad y adaptabilidad
- Alineación de estrategias
- Diversidad de la fuerza laboral



Piense en una fábrica de motores. Usted necesita contratar 2 obreros, un supervisor que se haga cargo de darles seguimiento y un director de finanzas que renunció a su empleo hace dos semanas. Con base en la situación siguiente,

¿cuál sería la fuente para que usted pueda reclutar a cada perfil de persona?

¿reclutaría a alguien mediante las redes sociales? ¿a quién/es? ¿por qué?

¿qué otras formas de reclutamiento puede utilizar para tener la plantilla completa?

¿realizaría reclutamiento interno o externo? ¿a quién/es? ¿por qué?

Justifique su respuestas.



Las tendencias macroeconómicas requieren que las personas se enfoquen en la capacitación de manera permanente para apoyarse a ellos mismos y, al mismo tiempo, a la economía mundial, ya que ahora se encuentra afectada especialmente por el envejecimiento demográfico en varios países de primer mundo.

El reto para el departamento de Recursos Humanos será identificar puestos y procesos proclives a mayores cuotas de automatización/digitalización para procurar los procesos de reskilling (generación de nuevas gamas de competencias laborales) y upskilling (generación de competencias laborales más complejas) en el talento humano.





Abril Freire, M.C. (2018). *DISEÑO DE PROCESOS DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO*.
<https://revistas.uta.edu.ec/Books/libros%202019/diseprocgesttthh.pdf>

Adelantta, (2019). *Qué es el headhunting, cómo funciona y cuándo utilizarlo para incorporar talento a la organización*.
<https://adelantta.com/que-es-el-headhunting>

AMEDIRH, (2021). *Transformación del liderazgo y el empleo*. CREANDO VALORH. Año 10. Enero-febrero 2021.
<https://www.amedirh.com.mx/images/generales/revistarh/2021/Revista%20RH%20Enero%202021.pdf>

Armas Ortega, Y. M., Llanos Encalda, M. P. y Traverso Holguín, P. A. (2017). *Gestión del Talento Humano y Nuevos Escenarios Laborales*.
<https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/gestion-talento-humano.pdf>

García Espínola, M. (2019). *10 características de un freelance exitoso*. <https://www.paredro.com/estas-caracteristicas-de-freelance-debes-tener/>

GBS Recursos Humanos. (2019). *Evolución del reclutamiento: del 1.0 al 4.0*.
<https://www.gbsrecursoshumanos.com/blog/evolucion-del-reclutamiento/>

Oxfordeconomics. (2021). *Talento Global 2021. Cómo la nueva geografía del talento cambiará las estrategias de recursos humanos*.
http://www.oas.org/en/sedi/docs/GlobalTalent2021_s.pdf

Louffat, E. (2018). *Reclutando y seleccionando al personal*. Lima: Pearson Educación. PRINT ISBN: 9786073245036

Recruitme. (2021). *¿Qué hace un Reclutador freelance?* <https://recruitme.io/que-hace-un-reclutador-freelance/>

Vallejo Chávez, Luz Ma. (2015). *Gestión del talento humano*.

<http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>





Atracción del capital humano

Reclutamiento digital





Desde hace un par de años las empresas poco a poco han ido adaptando la tecnología para volver eficiente la atracción del talento. Sin embargo, la situación mundial de salud aceleró los procesos y la interacción de todas las personas en el mundo.

De acuerdo con Bizneo (s.f.), las herramientas digitales ya habían demostrado su utilidad para cerrar procesos de contratación más exitosos y satisfactorios para todas las partes, pero ahora se han convertido en un recurso imprescindible para seleccionar y cribar currículums, comunicarse con los candidatos, realizar entrevistas, elaborar y remitir informes y evaluaciones.



Redes sociales

El 90% de las organizaciones se han inclinado hacia el uso de las redes sociales no solamente para buscar, atraer y contratar talento (en una estrategia a la que se le ha dado el nombre de Social Recruiting o Reclutamiento social), sino que, con el uso de la tecnología y este medio masivo de comunicación, se puede llegar mucho más lejos.





A la hora de colocar la oferta de trabajo en las redes sociales, ciertamente se atraen candidatos, pero también, con la constante publicación de información relevante de la empresa y la marca respectiva, se genera un posicionamiento mucho más amplio, a la vez que se muestran los valores con los que la organización se identifica. Lo anterior permite que las personas logren identificarse y acudan de manera espontánea a los reclutadores de la organización





Ventajas del reclutamiento digital

1. Ahorro en costos operativos.
2. Mayor difusión en menor tiempo.
3. Alcance a candidatos en todo el mundo.
4. Atracción de candidatos pasivos.
5. Inclusión.
6. Generación de embajadores de la marca.
7. Mayor segmentación.
8. Conocimiento previo del candidato.
9. Candidatos espontáneos.
10. Vía eficiente de comunicación.
11. Creatividad en el formato de atracción.



ión

Exp



A pesar de la facilidad para publicar en redes sociales, el reclutamiento y la selección debe contar con una planeación específica que se mantenga alineada a la estrategia corporativa y eliminar la improvisación en cualquier parte de los distintos procesos.

LinkedIn es la red social por excelencia en el ámbito laboral. Es considerada como tal no solo porque permite conectar con perfiles diversos y está orientada a relaciones profesionales bidireccionales, sino también porque presenta un alto engagement. Además de LinkedIn existen otras redes sociales especializadas en el ámbito profesional y ofertas de empleo como Viadeo, Xing o About.me. Sin embargo, la elección dependerá de los objetivos que la empresa haya establecido de manera previa.





Redes más utilizadas

LinkedIn: es la red social profesional por excelencia. El uso de listas, recursos visuales, emoticonos o símbolos son recursos que permiten la adaptación de los mensajes en esta plataforma. Si bien es cierto que la formalidad es importante, también lo es la flexibilidad para transmitir apertura y empatía.

Facebook: genera mucho más tráfico en la red, lo que permite acceder a distintas audiencias de valor para la organización. Cuenta con la función de Business y Marketplace. Dicha función brinda la posibilidad de publicar vacantes, por lo que los candidatos pueden conocer mejor a la empresa postulante.

Página institucional: El reclutamiento a través de la página institucional implica el uso de Internet como un canal por el que se pueden ofrecer los puestos y proporcionar información respecto al proceso de presentación de las candidaturas. El reclutamiento online llega a candidatos a los que no se podría acceder utilizando los métodos convencionales y puede ser más rápido y eficaz que otros métodos.



- Al igual que con las redes sociales, la página de la empresa permite darla a conocer a los candidatos pasivos, pues en muchas ocasiones son los que aportan más valor a la empresa, por lo que resulta importante su atracción y consideración.
- El filtrado de información a través de preguntas diversas permitirá la consulta segmentada para extraer a los candidatos más interesantes para cada puesto, así como la respuesta automatizada a los candidatos aceptados y rechazados.



Marketing de reclutadores

El objetivo final de esta herramienta es situar al candidato en el centro de las actividades de búsqueda y selección, de la misma manera que los departamentos de marketing y ventas colocan al cliente en el centro de sus procesos.

Eso se debe a que, en la actualidad, los candidatos abordan la búsqueda de empleo como si fuera una compra importante. Realizan búsquedas online, acuden a varias fuentes, leen opiniones, navegan por la web de la empresa y sus redes sociales en un proceso que puede llevar días, semanas e incluso meses (De Vita, 2020).



Candidate person

El inbound marketing permite a los reclutadores crear al candidate person con personajes ficticios, con características académicas, laborales, pasiones y hábitos del candidato ideal, y publicar la vacante que es afín a esas características particulares.

La ficha de una candidate person debe contener cuatro tipos de información:

- Información demográfica
- Formación académica y experiencia laboral
- Intereses y objetivos
- Canales de búsqueda más utilizados

Candidate persona para
Consultora junior de atención al cliente

Julia

Edad: 25
Localidad: Madrid
Nivel: Recién licenciada en Filología
Experiencia laboral: primera o segunda

INTERESES
Recursos humanos
Informática
Series TV

COMPETENCIAS
1 o 2 idiomas
Competencias digitales
Resolución de problemas
Buena comunicación

PERSONALIDAD
Amable
Informal
Capaz de trabajar en equipo

QUÉ LE MOTIVA
Poder marcar la diferencia
Sostenibilidad
Trabajar codo con codo con profesionales

QUÉ LE MOLESTA
Falta de conciliación
Trabajo/a tiempo parcial

OBJETIVOS DE CARRERA
Gestora de proyectos

CANALES DE BÚSQUEDA
LinkedIn, Indeed, Google Jobs
Usa sobre todo el smartphone para enviar sus candidaturas



Embudo de reclutamiento

Con esta herramienta es posible atraer a los candidatos y guiarlos por las fases de attraction (búsqueda y selección), engagement (preselección) y conversion (contratación), fomentar su desarrollo y mantenerlos en la empresa gracias al proceso de nurturing (retención).



Employer branding

Para esta estrategia hay que tener en cuenta la combinación de distintos factores como:

- a. Acciones coordinadas de Recursos Humanos, Mercadotecnia y Comunicación.
- b. Establecer de manera clara la identidad del empleador.
- c. Posicionamiento amplio y positivo.
- d. Testimonios favorables por parte de los colaboradores.
- e. Comunicación homologada en todos los medios de comunicación.
- f. Uso de palabras clave para ser dirigidos por los buscadores.
- g. Apalancamiento de distintas tecnologías y SEO.
- h. Uso de fotos y videos de calidad.
- i. Presencia frecuente en redes sociales.
- j. Adaptabilidad a los diferentes dispositivos móviles.
- k. Combinar los esfuerzos de Internet con ferias de empleo y medios tradicionales.





Entre a LinkedIn y busque tres distintas empresas que están ofertando empleo. Realice un cuadro comparativo de lo que ofrece cada una, busque en redes sociales los comentarios que existen de las empresas que eligió por parte de los colaboradores. Finalmente evalúe en cuál de ellas aceptaría trabajar. Justifique su respuesta.





Las redes sociales han permitido impulsar estrategias de reclutamiento y de gestión de personas, tales como el branding, que permite exhibir y dar a conocer la cultura y características de la organización, o el inbound recruitment, ambas tienen un fuerte componente comunicacional y de gran interacción entre la empresa y los candidatos reales o potenciales (Conexiónesan, 2020). □ □ Por su parte, el candidato toma un rol mucho más protagonista, siendo capaz de interactuar con las empresas a través de las redes sociales, lo cual ayuda a acelerar hasta un 80% los ciclos de contratación.



Bizneo. (s.f.). *Cómo atraer talento a través de redes sociales*. Recuperado de <https://www.bizneo.com/blog/social-recr>

Conexiónesan. (2020). *Reclutamiento y selección: impacto de las redes sociales*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/03/reclutamiento-y-seleccion-impacto-de-las-redes-sociales/>

De Vita, A. (2017). *Employer Branding: cómo triunfar en la caza de talentos*. Recuperado de <https://www.altamirahrm.com/es/blog/employer-branding-como-triunfar-en-la-caza-de-talentos>

De Vita, A. (2020). *El éxito del marketing de reclutamiento para atraer talentos*. Recuperado de <https://www.altamirahrm.com/es/blog/marketing-de-reclutamiento>

Juan, G. (2017). *REDES SOCIALES, IMPRESCINDIBLES EN EL RECLUTAMIENTO*. Recuperado de <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/rr-hh/redes-sociales-imprescindibles-en-el-reclutamiento/>

Navarro, E. (2001). *Reclutamiento y selección de personal a través de Internet*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/reclutamiento-seleccion-personal-a-traves-internet/>

UNIR. (s.f.). *Reclutar por redes sociales: claves, pros y contras*. Recuperado de <https://www.unir.net/ingenieria/revista/reclutamiento-redes-sociales-gestion-digital-talento/>

