



Universidad
Tecmilenio®





Módulo 3. Nuevas formas de reclutamiento

Tema 17. El reclutamiento a lo largo de los años





El **reclutamiento** de personal es imprescindible, ya que gracias a este proceso es posible asegurar el crecimiento eficaz de cualquier organización.

Según Moreno (2019), el reclutamiento **es un proceso** conformado por diferentes pasos que normalmente están a cargo de RH.

Por lo anterior, es fundamental que **el equipo a cargo** del reclutamiento esté no solo **preparado**, sino que sea **sensible** y entienda los **objetivos estratégicos** a lograr a través del personal más calificado y acorde a las necesidades de la empresa.



De acuerdo con Adecco (s.f.), el reclutamiento de personal **es un proceso que busca al mejor talento para ocupar un puesto.**

El proceso de reclutamiento de personal está conformado por cuatro etapas:

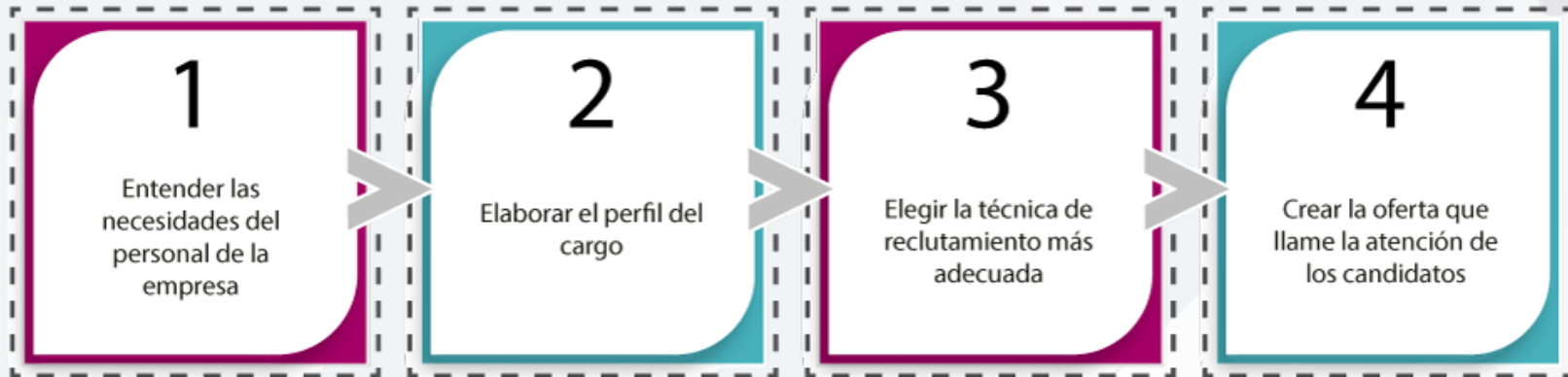


Figura 1. Proceso de reclutamiento de personal.



Evolución del reclutamiento de personal a lo largo de los años

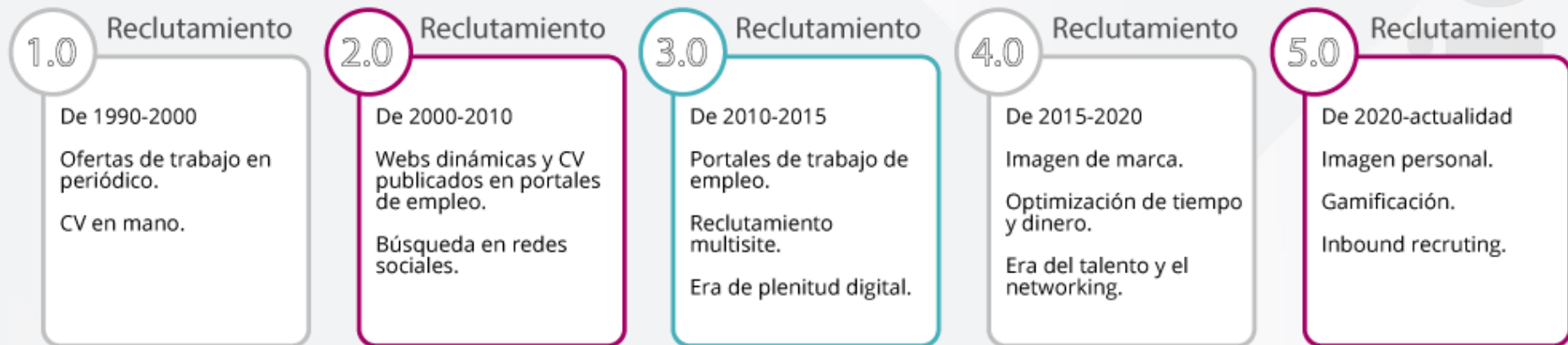


Figura 2. Evolución del reclutamiento 1.0 al 5.0





De acuerdo con IDTalent (2022), el reclutamiento 5.0 tiene dos tendencias emergentes: la **transformación digital** y el deseo de las empresas de **mantener a sus empleados contentos**.

La segunda tendencia está relacionada con la **necesidad de las empresas de mantener a sus empleados satisfechos** para así lograr una **alta retención de talento** y evitar las renuncias dolorosas.



ID de la fotografía:1373240838



Entonces, además de la experiencia y los títulos universitarios, el **reclutamiento 5.0** le da mucho valor a las **competencias y habilidades** de sus empleados, esto con el objetivo de darles la **oportunidad de crecer dentro de la empresa** en las áreas donde mejor les va y que más les gustan.

Gracias a los avances tecnológicos, ha dejado atrás los métodos típicos de reclutamiento que ponían en práctica las empresas. Las técnicas anteriores siguen vigentes, pero van juntas con las nuevas herramientas digitales de las que echan mano los departamentos de Recursos Humanos.



ID de la fotografía:1349094945





El poster informativo

Objetivo: elaborar un poster en el que se explique la importancia y los beneficios del reclutamiento 5.0.

Instrucciones:

1. Como responsable de RH quieres reforzar entre tu equipo los beneficios del reclutamiento 5.0 y para ello utilizarás un poster.
2. El poster debe tener la información más importante, además de ser visualmente atractivo para todos los colaboradores.
3. El poster estará en los pizarrones de comunicación de las áreas comunes (comedor, sanitarios, etc.)





Es fundamental que el **proceso de reclutamiento** se enfoque en **incorporar a los mejores perfiles**, aquellos que ofrezcan un excelente servicio al cliente y que estén dispuestos a comprometerse con la cultura de la empresa.

Por lo anterior, el proceso de reclutamiento **debe tomarse con seriedad** en cada una de sus etapas, dejando de lado la visión antigua de que los procesos de reclutamiento son actos puntuales o de índole burocrático dentro de la organización para pasar a integrar dicho proceso como parte fundamental de la vida y crecimiento de la empresa.

Si el proceso de reclutamiento no se hace correctamente y se contrata a una persona que no es totalmente apta para el puesto, se corre el **riesgo** de causarle a la empresa **problemas e impedimentos** que la llevarán a no lograr sus objetivos estratégicos.



Adecco. (s.f.). ¿Qué es el reclutamiento y selección de personal? Recuperado de <https://blog.adecco.com.mx/2018/11/30/que-es-reclutamiento-seleccion-personal/>

IDTalent. (2022). EL RECLUTAMIENTO 5.0: UNA NUEVA TÉCNICA DE BÚSQUEDA DE TALENTO. Recuperado de <https://idtalento.com/reclutamiento-5-0-una-nueva-tecnica-de-busqueda-de-talento/>

Moreno, V. (2019). GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. España: IC Editorial.





Módulo 3. Nuevas formas de reclutamiento

Tema 18. Marketing para reclutamiento





El **capital humano** de las empresas **es esencial** para asegurar una **buena competitividad** que lleve a mayores **beneficios económicos**.

También **los candidatos y los colaboradores son cada vez más exigentes** con las empresas, exigen ahora **condiciones más flexibles y equitativas**, además de oportunidades de **crecimiento y desarrollo** profesional sin sacrificar la calidad de vida personal.

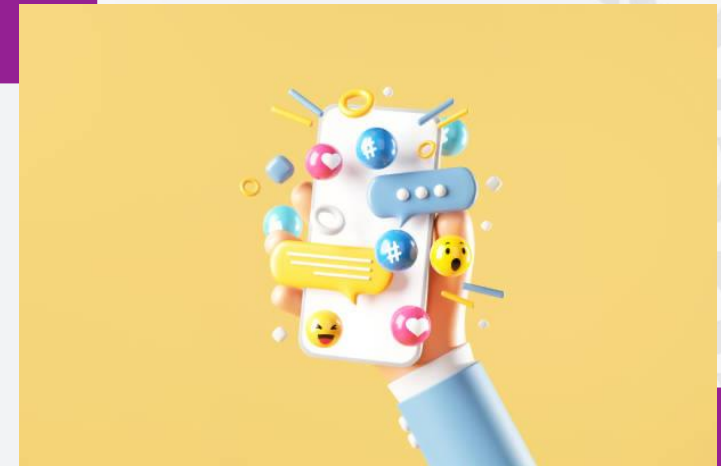
Por lo anterior, se puede entender la importancia del **marketing en el RH**, con el que las empresas apuestan por la **humanización** como forma de **fidelizar a sus colaboradores** para atraer a nuevos perfiles con talento.



De acuerdo con RRHHDigital (2022), el **marketing en RH**, por un lado, facilita la interacción entre ambas áreas, ayudando a que los **colaboradores** se sientan **cómodos y alineados** a los valores de la compañía. Por otro lado, ayuda a **conseguir** que **nuevos talentos** se sientan atraídos para trabajar en ella. La idea es convertirse en **empresas aspiracionales**, que las personas quieran pertenecer, colaborar y desarrollarse en ellas.

Es importante recordar también que el marketing de RH considera la **comunicación interna y la comunicación externa**.

Cuando el marketing en RH es efectivo, los colaboradores se convierten en los **embajadores de la propia empresa**, que al sentirse orgullosos de formar parte de ella, serán los **emisarios perfectos** para lograr una imagen de marca atractiva a la que los candidatos aspiren a pertenecer.



ID de la fotografía:1370949724



Explicación

El **employer branding** es un concepto que nació en Estados Unidos como respuesta a la **necesidad de las empresas** para lograr que sus colaboradores se fidelizaran y permanecieran por más tiempo. Con esta estrategia se busca ganar la reputación de ser una buena empresa para trabajar.

De acuerdo con Ojeda (2021), el employer branding **es la forma en la que es percibida una empresa** por los candidatos potenciales, por lo que dicha empresa debe enfocar sus esfuerzos a fortalecer su imagen ante los candidatos para que sea lo más positiva posible.



El **recruitment marketing** puede apoyarse en las herramientas de análisis de datos que le permitan conocer mejor al mercado laboral y sus tendencias (Bizneo, s.f.).

Dichos datos permitirán que el experto en RH tenga información de primera mano, que ayudará a elegir **el mejor portal** para publicar la vacante y llegar a los **candidatos ideales** y determinar el **promedio de visitas** al career site, si es necesario invertir o no en anuncios pagados, entre otras acciones.

También proporcionará **herramientas que ayudarán a predecir mejor el comportamiento de cada candidato**, lo que facilitará la toma de decisiones en el proceso de selección.



De acuerdo con Bizneo (s.f.), entre las **principales ventajas** se pueden mencionar las siguientes:

- Imagen de marca aspiracional
- El career site servirá como filtro
- Big data
- Compromiso del área de RH



ID de la fotografía:1291538197



Exp

Los elementos del recruitment marketing son los siguientes:

1. Marca empleadora o employer branding
2. Definir la audiencia
3. Marketing de contenidos
4. Career site
5. Anuncios digitales
6. Social recruiting
7. Formularios de captura



ID de la fotografía:1068618692



Técnicas del marketing de reclutamiento

Crear comunidades en las redes sociales	De acuerdo con Euroforum (2018), para atraer a los mejores candidatos es importante viralizar contenidos de valor, como es el caso de noticias de interés para los usuarios, entrevistas, información, tendencias y detalles sobre las ofertas de empleo publicadas.
Trata a tus candidatos como si fueran un lead	Un lead es una persona o compañía que ha demostrado estar interesado en la oferta de la marca. En el caso del reclutamiento, los candidatos merecen atención, comunicación constante y contenidos útiles.
Aplica técnicas de SEO en las ofertas de trabajo.	Todas las ofertas laborales publicadas diariamente pueden ser encontradas con facilidad en los grandes buscadores como Google, Yahoo! y LinkedIn
Aplica la encuesta voz del empleado para destacar tu employer branding	los colaboradores son los embajadores ideales de la marca del empleador, por lo que conocer su opinión sobre la empresa ayudará a encontrar a los mejores candidatos
Automatizar tareas con herramientas online	Identificar las tareas que les consumen más tiempo y aportan menos valor, esto con el fin de gestionar los procesos de selección con orden y de manera dinámica y ágil





Trivia

Objetivo: Preparar una trivia con cinco preguntas y sus respuestas correctas.

1. Revisa atentamente los conceptos revisados en el tema.
2. Elabora 5 preguntas con sus respuestas correctas
3. Prepara una presentación con dichas preguntas y asigna una puntuación a cada respuesta correcta.





Las áreas de **marketing y RH se necesitan**, se complementan. Por consiguiente, deben unirse para crear una **estrategia común** que integre y concilie los intereses de ambas áreas, trabajando de forma **coordinada**, de forma mucho más efectiva que si lo hicieran por separado.

En su interacción, RH requiere de Marketing para implantar una estrategia bien definida según el comportamiento de los mercados, mientras que Marketing necesita de Recursos Humanos para contar con colaboradores capacitados y comprometidos con los objetivos de la organización.

Actualmente las áreas de **RH** deben tener una **visión comercial**, pensando en vender a la empresa como el mejor lugar para trabajar y de esta manera atraer a los mejores talentos.



Bizneo. (s.f.). *Qué es el Recruitment Marketing o Marketing de reclutamiento*. Recuperado de <https://www.bizneo.com/blog/recruitment-marketing/>

Ojeda, A. (2021). *¡Marketing de reclutamiento, lo que tienes que saber ya!* Recuperado de <https://es.linkedin.com/pulse/marketing-de-reclutamiento-lo-que-tienes-saber-ya-%C3%A1ngeles-ojeda-?trk=pulse-article>

RRHHDigital. (2022). *Marketing de Recursos Humanos: una estrategia de futuro*. Recuperado de https://www.rrhhdigital.com/secciones/actualidad/150641/Marketing-de-Recursos-Humanos-una-estrategia-de-futuro?target=_self#:~:text=El%20marketing%20de%20Recursos%20Humanos%20promueve%20la%20interacci%C3%B3n%20entre%20ambas,atra%C3%ADdos%20para%20trabajar%20en%20ella



La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

