



El entorno más sexy para el talento

Las áreas de reclutamiento se han volcado a la red para encontrar candidatos ideales. Esta práctica genera eficiencias, pero no ahorros.

POR ESPERANZA BERNAL

Las plataformas digitales y las redes sociales ya son un ecosistema natural para la búsqueda y atracción de talento. Esta práctica se ha profundizado en las empresas en los últimos años, por la eficiencia que genera al área de Recursos Humanos y porque baja los costos de contratación.

Alberto del Castillo, director de Grandes Cuentas de Adecco, asegura que, actualmente, 40% de las empresas en México utiliza diversos mecanismos digitales como parte de su proceso de contratación. El resultado de esta transición es que la inversión en procesos tradicionales de atracción de talento cayó 20%. “Un ejemplo de esta nueva dinámica es la forma para anunciar plazas disponibles. Ahora, los anuncios viven en la red. Muchas organizaciones ya no pagan publicaciones en periódicos. Ya todo está en línea”, explica.

Eso no significa que las empresas hayan tomado esta tendencia como justificación para recortar la plantilla del personal de reclutamiento o reducir los departamentos de Recursos Humanos.

Federico de Vicente, director de Michael Page Group en México, reclutadora especializada en puestos directivos y gerenciales, asegura que, más allá de la reducción de costos, los reclutadores

han encontrado en las redes sociales algo más valioso que ahorros: acceso a una base infinita de candidatos que emergen por sí solos. Esto, agrega, permite tener más y mejores opciones para lograr el perfil ideal.

“Otra de las grandes aportaciones de esta nueva práctica es que permite reclutar candidatos pasivos, esos que no buscan un empleo, pero que sí están dispuestos a dejar su actual puesto si reciben una mejor oportunidad”, comenta Alberto del Castillo.

TODO POR LA EFICIENCIA

El líder de Michael Page en México insiste en que migrar hacia el mundo digital no es razón para que la dirección general de una empresa quiera ahorrar en el área. En dado caso, agrega Federico de Vicente, estos recursos se deben destinar a un nuevo reto del ámbito virtual: verificar la identidad.

Carlos Gradwohl, socio a cargo de Capital Humano de PwC México, considera

que las redes sociales y los canales digitales para atraer talento son un complemento a las prácticas actuales, no es para sustituirlas.



- Contrata redes sociales especializadas.
- Crea un perfil de tu empresa que fortalezca tu *employer branding*.
- Apuesta a los candidatos pasivos hasta encontrar el perfil ideal.
- Verifica la veracidad de la información.



- No pidas *passwords* de redes sociales personales.
- No contrates a un candidato 'digital' sin contactar a sus referencias.
- Si tu empresa es inclusiva, nunca juzgues por una imagen o foto.

