



El estado de la Imagen de marca del empleador – México



El mundo de la selección de personal se enfrenta a tiempos turbulentos

La creciente falta de personas preparadas, tiempos de permanencia en el trabajo cada vez más cortos y el surgimiento de múltiples canales digitales han hecho que el poder quede ahora en manos de los candidatos. No obstante, el empleador no debe desanimarse ante estos cambios. Como respuesta a esta situación hemos presenciado el desarrollo de un nuevo paradigma muy eficaz para la contratación de personal: la imagen de marca del empleador.

La imagen de marca del empleador está totalmente establecida en los principales mercados laborales, como el de los EE. UU., y ahora los mercados en evolución en Centro América siguen la misma tendencia, adoptando estrategias de imagen de marca del empleador para lograr hacer frente al panorama de candidatos que cambia a gran velocidad. Indeed se propuso mantenerse al día sobre los procesos de selección en México, encuestando a 100 profesionales de RR.HH. y selección de personal, de empresas con más de 100 empleados,¹ para entender en qué etapa se encuentran en el proceso de construcción de una próspera imagen de marca como empleador. En este informe analizaremos sus éxitos, sus desafíos y sus estrategias, y le ofreceremos asesoramiento especializado sobre cómo desarrollar una imagen de marca que sea irresistible para los mejores candidatos.

1. emedia en nombre de Indeed, n=100

Situación Actual

¿Cuál ha sido su mayor dificultad para la selección de personal durante el último año?

Dificultades para atraer los mejores talentos



Alta rotación de empleados



Falta de presupuesto



Proceso de selección de personal muy largo



No hay suficientes candidatos



Pocos candidatos cualificados



Otros



México ha experimentado un rápido desarrollo en varios sectores de alta tecnología en los últimos tiempos, avanzando para conseguir alcanzar a sus vecinos de la región. Gracias a este desarrollo, puede presumir de ser el tercer mayor exportador de servicios de tecnología de la información de todo el mundo² y de tener un sector energético que crece a gran velocidad.³ Sin embargo, mientras las empresas de todo el país buscan ofrecer servicios innovadores y competir con las empresas estadounidenses, muchas tienen grandes dificultades para cubrir puestos de trabajo altamente calificados.

El 38% de nuestros encuestados opinó que su mayor dificultad en los procesos de selección era la falta de candidatos calificados, seguido por un 22% que simplemente no tenían suficientes candidatos. En contraste, pocos contaban con limitaciones presupuestarias, lo que muestra un deseo de crecer, pero enfrentan dificultades para encontrar a las personas adecuadas para ocupar los puestos de trabajo.⁴ Está claro que en la actualidad las empresas deben encontrar el modo de diferenciarse de la competencia y atraer el talento que tanto necesitan.

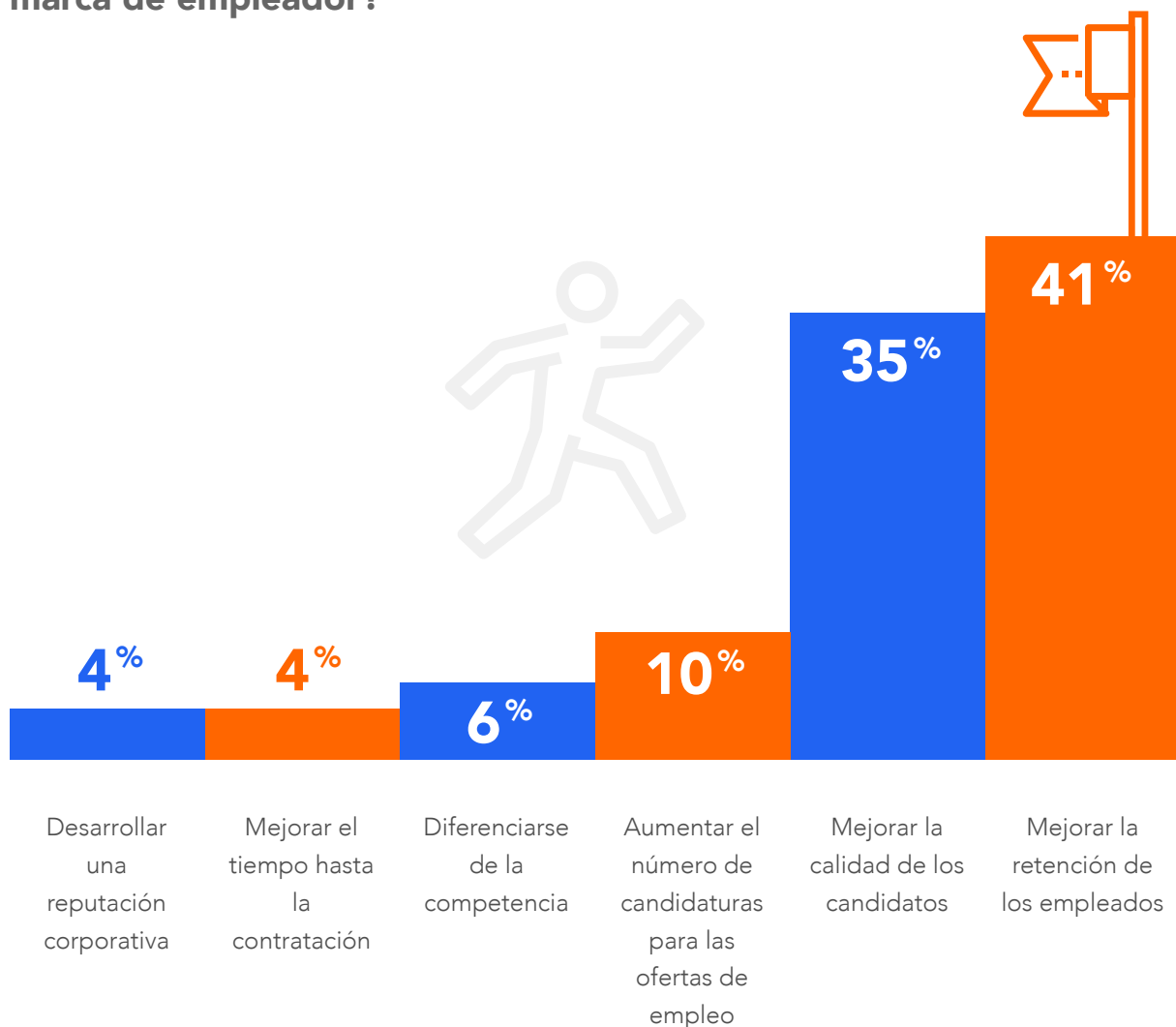
2. <https://www.worldbank.org/en/results/2017/11/01/moving-toward-a-knowledge-based-economy-improving-competitive-ness-in-mexicos-information-technology-industry>

3. <http://www.promexico.mx/documentos/revista-negocios/pdf/nov-dic-2017.pdf>

4. emedia en nombre de Indeed, n=100

El propósito de su imagen de marca

¿Cuál es su principal objetivo respecto a la imagen de marca de empleador?



Si bien estos son tiempos difíciles para las organizaciones, construir una imagen de marca de empleador que sea atractiva y respetada puede ayudar a superar estas dificultades. Se ha demostrado en diferentes ocasiones que una imagen de marca fuerte tiene un impacto positivo sobre los procesos de selección de personal, la retención de empleados, e incluso en los resultados de la empresa en sí.

Esto fue ampliamente reconocido por los encuestados que ya estaban buscando desarrollar su imagen de marca como empleadores para aumentar la retención de los empleados y mejorar la calidad de los candidatos.⁵ Tienen motivos para creer en la eficacia de ese esfuerzo, como así lo demuestran numerosos estudios.

Procesos de selección

Si piensa que los candidatos no prestan atención a su imagen de marca como empleador, piense de nuevo. El 91% de las personas en busca de empleo dicen que visitan por lo menos un recurso en línea o fuera de línea para saber más sobre la imagen de marca y la reputación del empleador,⁶ y un 65% de las personas en busca de empleo dice que la reputación de

la empresa tiene un impacto considerable sobre su decisión para solicitar o no un puesto en esa empresa.⁷ Fortalecer su imagen de marca de empleador puede aumentar el número de solicitudes de candidatos, mejorar la calidad de los candidatos y, finalmente, reducir los costos de contratación.

Permanencia

Su imagen de marca de empleador no solo influye en conseguir que entren nuevos empleados en su empresa, sino que además es un elemento indispensable para que sus empleados se sientan comprometidos, sean felices y leales. Establecerse como empleador líder en su sector le garantizará

que los mejores talentos no se vayan a la competencia. De hecho, se ha descubierto que el 84% de los empleados considerarían la posibilidad de dejar sus empleos actuales si les ofrecieran otro puesto de trabajo en una empresa con una reputación corporativa excelente.⁸

El 84% de los empleados considerarían la posibilidad de dejar sus empleos actuales si les ofrecieran otro puesto de trabajo en una empresa con una reputación corporativa excelente.

Ingresos

Se ha demostrado que los beneficios de la imagen de marca de empleador van más allá de la contratación y el compromiso, estos influyen directamente en la impresión que el consumidor tiene de su organización. El 64% de las personas en busca de empleo ha cambiado de marca o ha dejado de comprar

productos de empresas desprestigiadas por noticias relacionadas con el trato precario a los empleados.⁹ Cuando su empresa difunde que es un empleador ético y para el cual vale la pena trabajar, también ayuda a mejorar su reputación corporativa.

6. <http://careerarc-com-static-west.s3.amazonaws.com/marketo/content/case-studies/CareerArc-Employer-Branding-Study.pdf>

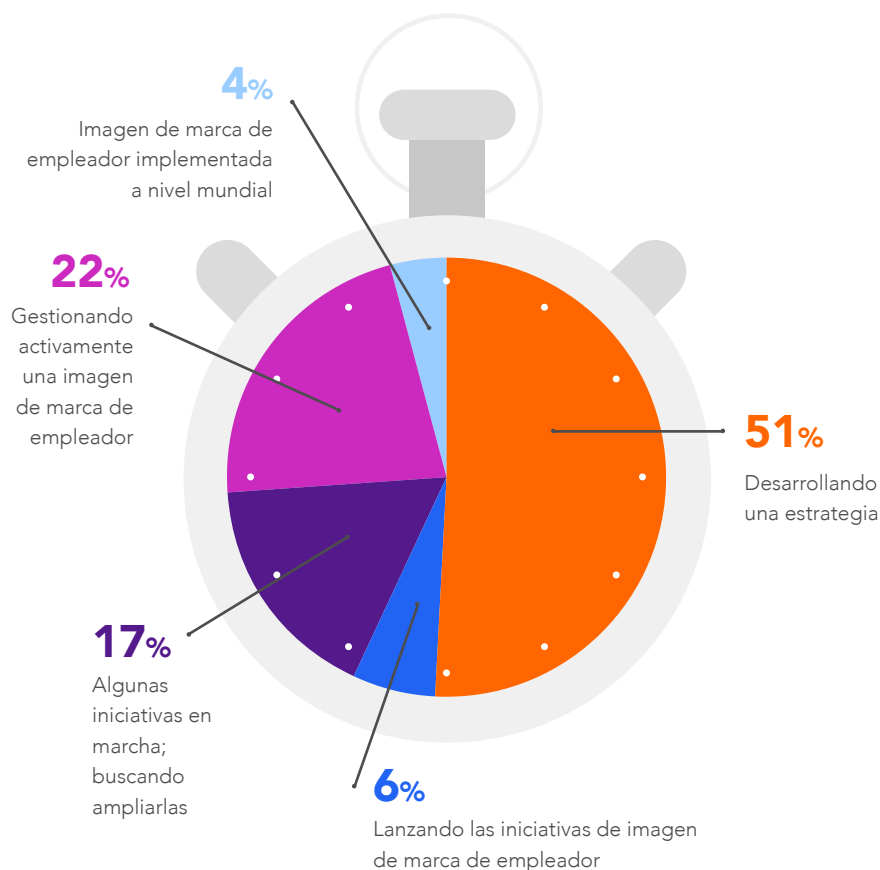
7. Decipher/Focus Vision en nombre de Indeed, n=1000

8. Corporate Responsibility Magazine / Allegis Group Services Study, Agosto 2012

9. <http://careerarc-com-static-west.s3.amazonaws.com/marketo/content/case-studies/CareerArc-Employer-Branding-Study.pdf>

El proceso hacia la imagen de marca de empleador

¿En qué etapa se encuentra del desarrollo de su imagen de marca como empleador?



Mientras que los beneficios de una imagen de marca de empleador son claros, lo que usted debe preguntarse ahora es qué resultados se pueden obtener de sus esfuerzos en comparación con su competencia. La buena noticia es que la imagen de marca de empleador aún es un concepto bastante nuevo en México y hay oportunidades para aquellas organizaciones que desean establecer rápidamente su imagen de marca. Descubrimos que todos y cada uno de los encuestados ya estaban en proceso de construirse su imagen de marca. Sin embargo, la mayoría (el 51%) estaba apenas empezando a investigar y desarrollar estrategias. En cambio, solo el 4% podía presumir de haber implementado una estrategia de imagen de marca de

empleador a nivel mundial y la gran mayoría de las empresas que habían empezado el proceso eran de nivel empresarial.¹⁰ Está claro que el número de empresas que adopta estrategias de imagen de marca de empleador está aumentando rápidamente y aquellas empresas que se demoran pueden acabar perdiendo contra la competencia.

Tanto si su empresa está apenas empezando el proceso para lograr su imagen de marca de empleador, como si ya está bien avanzada en el establecimiento de una identidad, las siguientes pautas le ayudarán a reafirmar la reputación de su empresa y a empezar a llegar a sus candidatos ideales a través de sus canales preferidos.

10. emedia en nombre de Indeed, n=100

Lo qué quieren los candidatos

Puede que usted sepa exactamente lo que quiere de los posibles candidatos, pero es fundamental que identifique qué aspectos de su organización atraen más a dichos candidatos y cómo comunicarlo de forma eficaz. A través de encuestas para identificar lo que a sus empleados les gusta de su empresa y lo que no, podrá empezar a desarrollar una lista clara de los puntos fuertes de su empresa. Eso puede incluir preguntas como por qué eligieron su empresa, por qué continúan en ella y en qué aspectos les gustaría ver mejoras. Otra alternativa es analizar la mejor competencia y buscar maneras de diferenciar su imagen de marca de la de los demás o comprobar los comentarios sobre su empresa de antiguos empleados, para ver cómo su empresa es percibida externamente en este preciso momento.

Una vez recopilada, esta información le permitirá elaborar una propuesta de valor para el empleado (EVP, por sus siglas en inglés). Su EVP es un conjunto único de valores que usted, como empleador, ofrece a sus empleados y que utiliza para diferenciarse de la competencia. Debería incluir los valores centrales de su imagen de marca y diseñar una base unificada de todos los mensajes para futuros candidatos. A partir de aquí, concentre la estrategia de imagen de marca de empleador en destacar los pros de ser empleado en su organización y trabajar internamente para mejorar los contras.

Su Propuesta de Valor para el Empleado (EVP) es un conjunto único de valores que usted, como empleador, ofrece a sus empleados y que utiliza para diferenciarse de la competencia.

Probablemente su empresa posee una serie de atributos clave que le gustaría promover, pero debe asegurarse de que se centra en aquellos que tienen un impacto en el público al que desea llegar. En nuestra encuesta descubrimos que la cultura de empresa era el aspecto más atractivo de la imagen de marca de un empleador para los candidatos mexicanos, seguido de cerca por los beneficios para los empleados. El contenido de la imagen de marca y la publicidad se pueden utilizar para promover dichos aspectos de su imagen de marca como empleador, pero su herramienta más potente para promocionar estos elementos es su equipo de empleados leales a su disposición.

El 83% de las personas en busca de empleo dicen que los comentarios sobre el empleador influyeron en su decisión acerca de dónde presentar su candidatura,¹¹ por lo tanto animar a los empleados a dejar comentarios positivos, puntuaciones, publicaciones en medios sociales y tener conversaciones directas en la red o interacciones cara a cara con personas que pueden dar referencias, puede tener un efecto radical. Si encara el asunto de este modo, no solo compartirá su misión, visión y valores, sino que además ofrecerá una visión honesta de la vida como empleado de su organización.

Sin embargo, no confíe únicamente en promover sus credenciales de cultura y de imagen de marca. Esos datos deben ser compartidos en combinación con información clave sobre los puestos de trabajo que tiene para cubrir. Las personas en busca de empleo también quieren saberlo todo, desde los salarios y procesos de entrevista hasta los códigos de vestimenta y la conciliación del trabajo con la vida personal.

¿Qué aspectos de su imagen de marca como empleador atraen más a los candidatos?

La reputación de la empresa



La cultura de empresa



La ética corporativa



Las oportunidades de desarrollo



Los beneficios para empleados



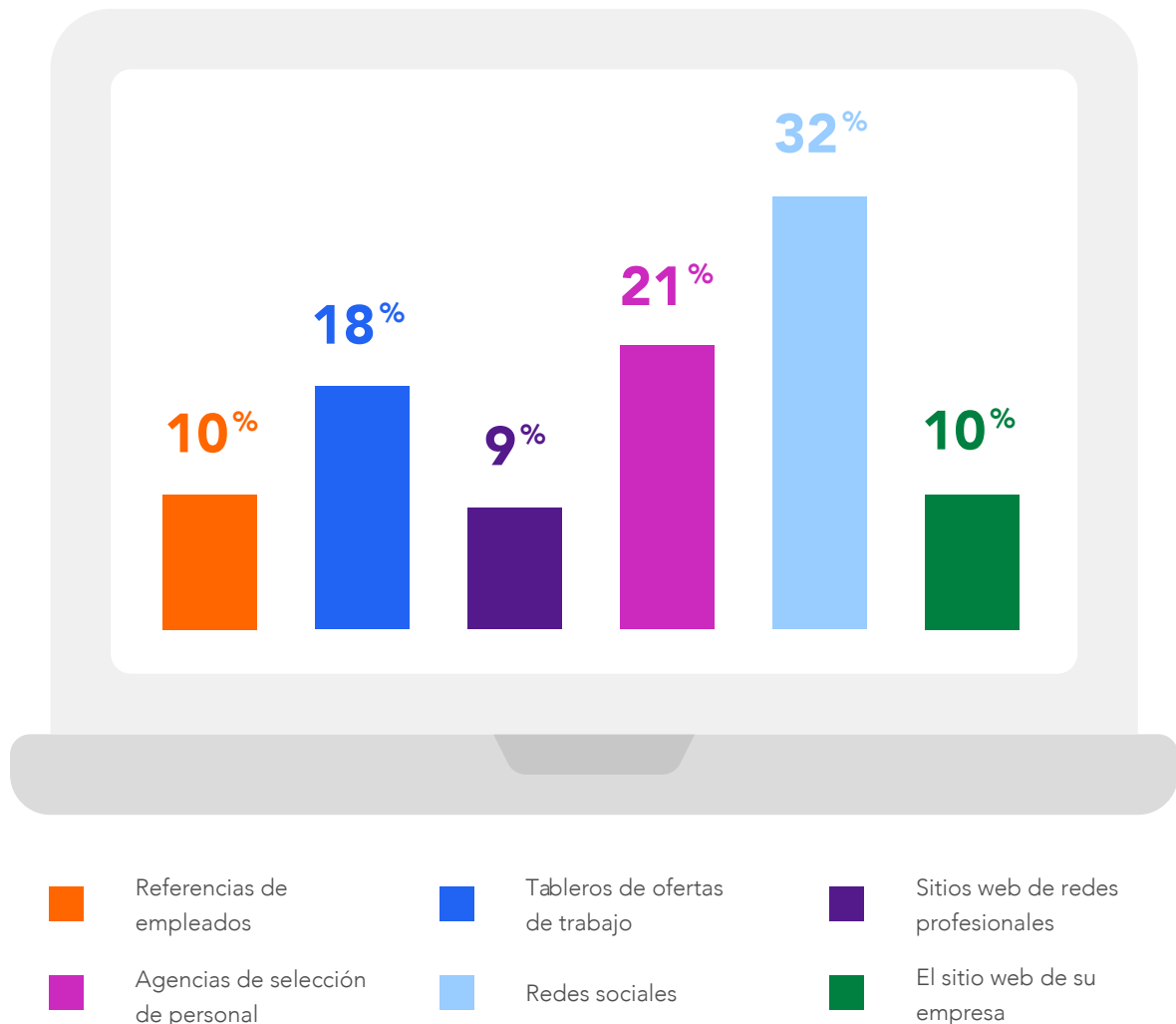
No confíe únicamente en promover sus credenciales de cultura y de imagen de marca; las personas en busca de empleo también quieren saberlo todo, desde los salarios y procesos de entrevista hasta los códigos de vestimenta y la conciliación del trabajo con la vida personal.

Promoción de su imagen de marca como empleador

Cuando haya decidido qué imagen de marca desea presentar a sus candidatos, llegará el momento de salir a buscarlos. Hay una gran variedad de canales y enfoques que puede utilizar para entrar en contacto con candidatos, desde terceros como son los motores de búsqueda de trabajo, redes sociales y sitios web de redes profesionales y marketing para motores de búsqueda (SEM), hasta enfoques más tradicionales como su página web, agencias de selección de personal e incluso

referencias de empleados. Sin embargo, pocas organizaciones tendrán los recursos para cubrir todos los canales de forma exhaustiva. Para promover con éxito su imagen de marca como empleador tiene que identificar los canales adecuados para llegar al máximo de candidatos posibles en los lugares adecuados. En este apartado veremos cómo sacar el máximo provecho de los canales pertinentes y facilitar así a los candidatos el acceso a la información que necesitan.

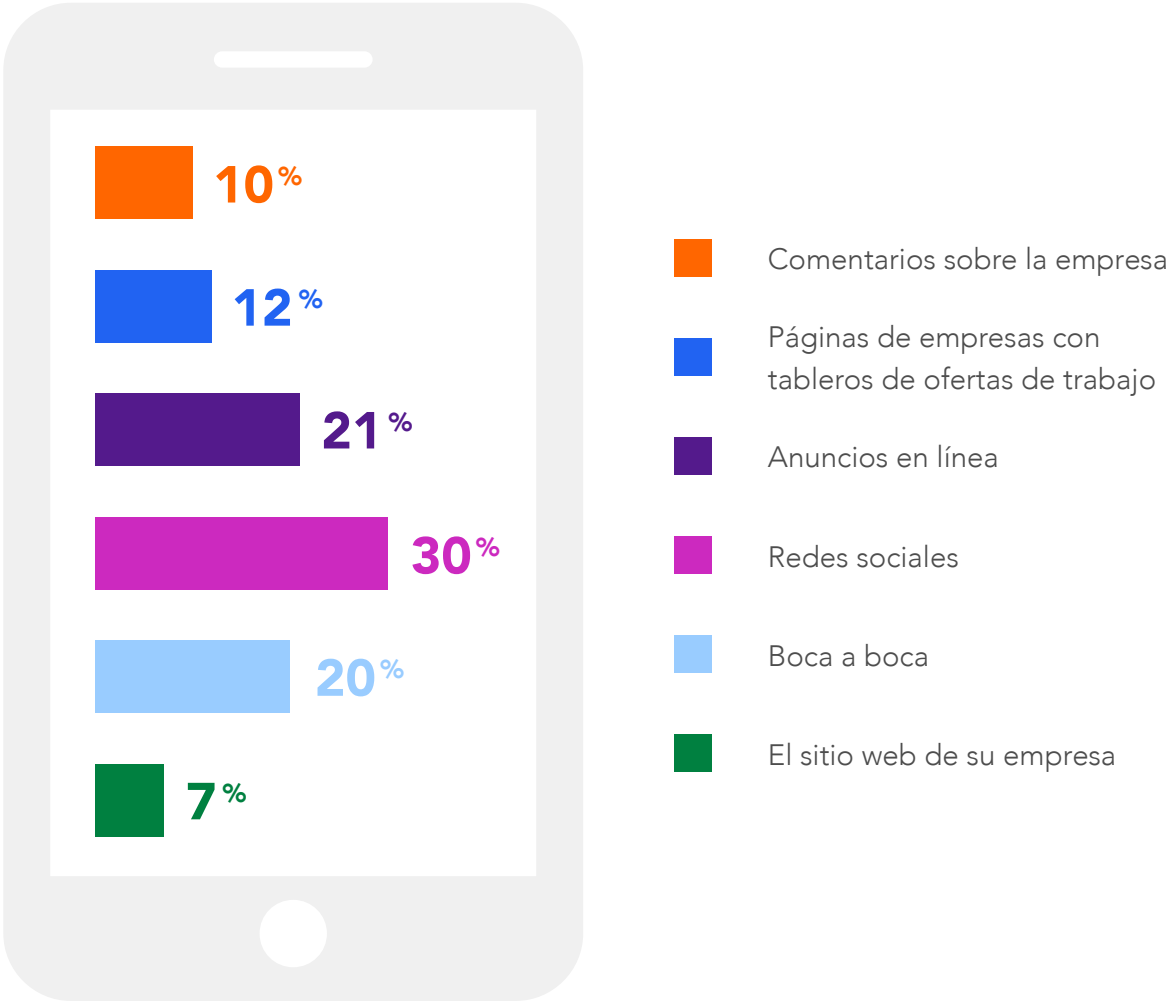
¿Qué canal considera que es el más eficaz para la selección de personal?



Entre los encuestados, la mayoría se centra en las redes sociales para las selecciones de personal y para que se conozca más la imagen de marca del empleador, mientras que una parte importante también dio gran importancia a sus agencias de selección de personal. No obstante, confiar solamente en estos canales tiene desventajas importantes. Las redes sociales pueden resultar atractivas debido a su gran alcance, pero este alcance tiene algunos inconvenientes. Distinguir a los candidatos legítimos entre el gran público en dichas plataformas sociales es muy difícil y es posible que rápidamente acabe derrochando en campañas que llegan a usuarios que no están interesados. Por otra

parte, recurrir a las agencias de selección de personal no resulta una solución barata y no podrá controlar la imagen de marca que se dé a los candidatos. Estas experiencias se reflejaron en nuestros encuestados, los cuales, incluso centrándose en las redes sociales y las agencias de selección de personal continúan intentando encontrar los mejores talentos.¹² Estos canales pueden ayudar en la identificación inicial de candidatos y la contratación de un especialista respectivamente, pero centrar sus esfuerzos de imagen de marca de empleador en canales más adecuados puede proporcionarle un retorno muy superior.

Según usted, ¿cuál es la forma más eficaz de desarrollar su imagen de marca de empleador?



12. emedia en nombre de Indeed, n=100

Otros canales de terceros, como Indeed, suelen demostrar ser una ruta mucho mejor para sus esfuerzos de creación de su imagen de marca de empleador, ya que usted llegará a las personas que buscan empleo en los lugares donde ellos están buscando. Con más de 250 millones de personas activas en busca de empleo, tendrá acceso a un enorme grupo de usuarios relevantes.¹³ Sin embargo, si solo usa Indeed para publicar anuncios de trabajo, está perdiendo una gran oportunidad de poner en el escaparate su imagen de marca de empleador. Todos los empleadores que tienen trabajos anunciados en Indeed automáticamente tienen acceso a su página de empresa, a la cual se pueden dirigir los posibles candidatos para informarse sobre su empresa.¹⁴

Utilizando su página de empresa de Indeed puede diseñar un espacio donde personas en busca de empleo puedan acceder para saber más sobre los valores de su empresa, explorar las ofertas de empleo y leer comentarios de empleados actuales y anteriores. Con más de 100 millones de puntuaciones registradas y comentarios, las páginas de empresa de Indeed pueden ofrecer a los candidatos una perspectiva más completa de su empresa que pocos canales pueden igualar. Cuando su página de empresa ya esté en funcionamiento, podrá usar los análisis incorporados en Indeed para analizar su rendimiento y así mejorar su estrategia.

Con más de 100 millones de puntuaciones registradas y comentarios, las páginas de empresa de Indeed pueden ofrecer a los candidatos una perspectiva más completa de su empresa, que pocos canales pueden igualar.

Con las estrategias correctas y las herramientas adecuadas a su disposición, puede contar con que su imagen de marca de empleador continúe creciendo naturalmente. A medida que sus empleados aprovechen y recomienden su empresa ante otros empleados, su alcance se ampliará, su centro de talentos crecerá y su reputación como excelente empleador florecerá.

Conclusión

Tal vez se avecinen tiempos difíciles para las empresas mexicanas, pero no faltan oportunidades para los empleadores ambiciosos. Si se centra en desarrollar su imagen de marca de empleador podrá establecerse rápidamente como el empleador clave dentro de su sector. Indeed ofrece una oportunidad única a los empleadores para presentar sus valores de empresa, compartir las experiencias de sus empleados y conseguir reunir un grupo cada vez mayor de candidatos de calidad.

13. Google Analytics, Unique Visitors, Septiembre 2018

14. Rigen los términos y condiciones, así como las normas de calidad



Su próximo empleado está aquí.

Acerca de Indeed

Indeed es la página web número uno para la búsqueda de empleo¹⁵ con más de 250 millones de usuarios únicos¹⁶ al mes. Indeed siempre busca lo mejor para los candidatos, permitiendo el acceso libre a miles de empleos, publicar su CV e investigar sobre las empresas. A diario, conectamos a millones de personas con nuevas oportunidades.

Preguntas

Comienza hoy mismo en www.indeed.com.mx/reclutamiento

Vea cómo Indeed puede ayudarlo a contratar

www.indeed.com.mx/reclutamiento

15. Total de visitas de comScore, marzo de 2017

16. Google Analytics, usuarios únicos, septiembre de 2018