



Por: [Carolina Guillén](#) - 2/5/2017

La evolución del modelo de reclutamiento en España

ESTRATEGIA | INBOUND RECRUITING

¿Sigues publicando en portales generalistas? ¿Tienes la sensación de que recibes volumen de candidatos pero que no acabas de atraer el mejor talento para tu empresa utilizando estos canales?

Si eres un reclutador y tu respuesta es SÍ a las dos preguntas, no te alarmes, no es algo que os pase sólo en vuestra organización, es un denominador común de cientos de empresas en España, aunque por suerte... cada vez menos. Entonces... ¿por qué seguimos haciendo lo mismo? ¿Por costumbre? ¿Por qué no sabemos dónde están ahora los candidatos de mayor talento?

En este post vas a ver cómo está evolucionando el modelo de reclutamiento y qué tienes que cambiar para obtener los mejores resultados.

Como puedes ver en [mi perfil de LinkedIn](#) fui reclutadora durante más de 5 años, de esto ya hace 10 años. En mi primer post sobre la evolución del reclutamiento en España, mencionaba un cambio que revolucionó el modelo de reclutamiento, fue en 1998 cuando nació Infojobs. ¡Desde aquel entonces han pasado casi 20 años!

Infojobs, el 1.0, **fue revolucionario en su momento** porque los reclutadores publicábamos una oferta de empleo y en menos de una hora cientos de candidatos ya se habían inscrito a la oferta. Rápidamente disponíamos de candidatos de calidad

31
Comparte

29

2

para iniciar el proceso de selección y además, los podíamos gestionar en las diferentes fases del proceso de una manera ordenada y automatizada. En definitiva, **proporcionaba rapidez a la hora de conseguir candidatos actualizados y volumen.**

Infojobs en ese momento era el portal de referencia y todos los candidatos querían estar allí.

Pero, ¿qué ocurre a partir del año 2000?

31
Comparte

29

2

Nace LinkedIn en 2003

Surgen las redes sociales y en 2003 nace **LinkedIn**. Este 2017 ha llegado a los 500 millones de usuarios y en España hoy ya supera los 8 millones de usuarios. Miles de empresas utilizan LinkedIn para reclutar perfiles técnicos, mandos intermedios u otros.

LinkedIn pone a disposición de los reclutadores y profesionales de Recursos Humanos herramientas como LinkedIn Recruiter o LinkedIn empleo, así que **muchos de los**

candidatos que antes estaban en Infojobs dejan de estarlo para tener su perfil en esta red profesional.

Facebook aparece en 2007

Unos años más tarde aparece **Facebook**, y en 2007 aparece la versión en español de manera que empieza a cobrar importancia. Actualmente cuenta con más de 18 millones de usuarios activos en España por lo que es la red social más popular y reúne al público objetivo.

31
Comparte

29

Una encuesta realizada por el "Wall Street Journal" anticipó que **la red social ganaría terreno poco a poco en las redes sociales profesionales como herramienta de atracción de talento**, favorecido por la emergencia de nuevas aplicaciones que permiten a las empresas difundir y compartir ofertas de empleo en Facebook.

2

Dicho esto, el 80% de las empresas españolas tiene presencia en Facebook, por poneros algunos ejemplos Zara cuenta con más de 25 millones de seguidores, Desigual casi 7 millones y Decathlon 2,5 millones. No te olvides que estos seguidores son potenciales candidatos.

Se lanza Twitter en 2006

En julio de 2006 se lanza **Twitter** que ha estado entre las 10 webs más visitadas del mundo según el índice Alexa. Para muchos reclutadores que han tenido que adaptarse y evolucionar para reclutar **perfiles más específicos como perfiles IT u otros, Twitter es una red social imprescindible en su estrategia de reclutamiento**, habiendo superado las 600.000 ofertas de empleo en un único mes.

LinkedIn, Facebook y Twitter son los tres primeros canales utilizados tanto para contratar personal como para promover la oferta.

En resumen, la gran mayoría de las empresas con buenas estrategias de reclutamiento ya se apoyan en estas 3 redes sociales junto con una Página de Empleo atractiva para atraer talento y potenciar su marca empleadora.

La nueva revolución en el mundo del reclutamiento

Así que en línea con lo que comentaba al inicio, durante más de 15 años, **publicar una oferta en un portal de empleo y esperar** era suficiente para conseguir buenos candidatos. Ahora muchas empresas con las que hablo diariamente me explican que esta forma de reclutar **ha perdido efectividad incluso para algunos perfiles ya no es válida.**

Los candidatos se mueven por otras vías y tienen otros intereses más allá del sueldo. Y algunos ya no quieren tener su perfil en Infojobs porque lo perciben como una herramienta de búsqueda de empleo desfasada, teniendo en cuenta también la aparición de nuevas aplicaciones *mobile* para la búsqueda de empleo como Jobtoday, CornerJob, etc.

Ahora el candidato ahora tiene más poder de decisión que nunca y se informa antes de inscribirse en una oferta de empleo. De hecho, el **95% de los candidatos dice que su primera experiencia con una empresa es la Página de “Trabaja con nosotros”** y el 83% de los candidatos utiliza las redes sociales para buscar empleo (un 13% más que en 2013).

"Es imprescindible que los reclutadores dejen de mirar las redes sociales como un ente autónomo."

[¡Tuitea la cita!](#) 

Es por eso que es imprescindible que los reclutadores y los empleadores dejen de mirar las redes sociales y otras herramientas como la Página de Empleo como un ente autónomo y se integre en las estrategias globales de la compañías.

31
Comparte

29

Cómo adaptarte a esta nueva situación

Ahora se trata de atraer y enamorar a tus candidatos. Si sigues Talent Clue desde hace un tiempo te sonará esta frase que acabo de decir. Para adaptarte a esta nueva situación debes hacer que los candidatos se acerquen a tu empresa (y no perseguirlos). Con esto me refiero a trabajar tu marca empleadora y optimizar tus procesos de selección para dar con el candidato adecuado más rápido y que, en la guerra por el talento que hay ahora, ninguna empresa se te adelante.

Pero, ¿cómo puedes conseguir esto? **Gracias a la Metodología Inbound Recruiting que engloba todas las herramientas necesarias para que tu empresa se convierta en un imán de talento.**

La Metodología Inbound Recruiting

El Reclutamiento Inbound se basa en utilizar tus propios canales para reclutar, y es la tendencia que está marcando y marcará el mundo de los Recursos Humanos. Tiene cuatro

2

fases y en cada una de ellas hay herramientas clave para que tu empresa consiga contratar al candidato ideal en el menor tiempo posible.



31
Comparte

29

2

Como puedes ver en el gráfico, las fases por las que pasan los candidatos en el Inbound Recruiting son **Atraer, Convertir, Contratar y Enamorar** y cada una de ellas tiene 3 pilares que deberás tener en cuenta. En este artículo te explicamos [qué es la metodología Inbound Recruiting con más detalle](#).

Para llevar la metodología a cabo deberás ir de la mano de tu departamento de Marketing y trabajar vuestro Employer Branding para atraer y convencer al talento. Lo mejor de todo es que puedes desarrollar e implantar esta estrategia con unos costes muy bajos ya que reducirás la dependencia de los canales de pago generando una base de candidatos propia, como si tuvieras un LinkedIn de tu empresa.

Compañías como Camper, Decathlon o MediaMarkt no necesitan invertir ni un solo céntimo en portales generalistas. Son capaces de atraer talento con su imagen de

marca. Muchas empresas ya lo está haciendo y los resultados son increíbles. ¿Te vas a quedar atrás?

Atrévete a liderar este cambio en tu empresa y conviértete en un embajador de la metodología.

Me gustaría acabar con una conocida frase de Albert Einstein: *"Si buscas resultados diferentes no hagas siempre lo mismo."*

31
Comparte

29

2



ENLACES RELACIONADOS

- [Cómo conseguir candidatos de calidad antes de publicar tu oferta](#)
- [15 estadísticas de Employer Branding que confirman su importancia](#)
- [Consejos de mujeres referentes para impulsar la Transformación Digital en tu empresa](#)