



CAPACITARTE



Employer Branding

El concepto Employer Branding se refiere a la imagen que quiere dar la empresa como empleadora.

Es una práctica que cada vez se está haciendo más extensiva en las empresas, y se profundiza a medida que crece la escasez de talento, y la dificultad para retener a los empleados.

Utiliza herramientas del marketing tradicional, y lo combina con las prácticas de recursos humanos, para mostrar una imagen atractiva de la empresa, como lugar para trabajar.



Curso Selección Perfiles IT

Módulo 4

En este último modulo trabajaremos los conceptos de retención y fidelización de los nuevos colaboradores.

Negociación

La mayoría de nuestros candidatos, son personas que actualmente están trabajando, y muchos de ellos tienen varias ofertas laborales, por lo tanto en este momento a la hora de nuestra oferta tenemos en cuenta todas estas características.

Como premisa fundamental, vamos a tener la situación actual del candidato como el piso a tener en cuenta como parámetro para mejorar.

Ahora, cuando el candidato se convierte en colaborador, vamos a tener que ajustar nuestra estrategia considerando el cambio de necesidad y motivación, vamos a trabajar la fidelización de los nuevos colaboradores.

Fidelización

Conjunto de acciones planificadas y articuladas, tendientes a promover la atracción, la retención, el desarrollo y el mayor nivel de compromiso de los colaboradores de una organización en forma permanente.

¿Por qué buscar colaboradores fidelizados?

- * Dan más de lo requerido por su trabajo.
- * Producen e innovan más.
- * Trabajan más eficiente e inteligentemente.
- * Trabajan mejor con sus compañeros.
- * Actúan proactivamente para defender las prioridades de la organización.
- * Se adaptan mejor a los cambios y desafíos.
- * Hablan positivamente de la organización, su ambiente de trabajo, sus productos y servicios.
- * Se quedan en la organización.

Propuesta de valor para el empleado

Una Propuesta de Valor para el Empleado es lo que ofrece el empleador a cambio de la productividad y el desempeño de un empleado.

No es solo la propuesta inicial. Incluye la “experiencia” completa del empleado con diferentes aspectos de la organización.

Beneficios

El punto fundamental que tenemos que considerar en nuestra propuesta, es que debe contemplar las expectativas individuales, en función de esto debemos pensar en un variado grupo de beneficios.

- ⊛ flexibilidad horaria
- ⊛ home office
- ⊛ frutas o refrigerios
- ⊛ ambiente de trabajo distendido
- ⊛ actualizaciones técnicas
- ⊛ team building

Seguimiento

Pasos para la mejora continua:

- ⊛ Identificar
 - Propuesta de valor
- ⊛ Definir
 - Indicadores

- Objetivos
- ⊗ Decidir
 - Mejoras
 - Mantenimiento

Herramientas

Podemos definir indicadores objetivos, como el siguiente, donde incluimos todos los costos relacionados con nuestra búsqueda. La información que vamos a obtener es cuantitativa, por eso lo definimos como un indicador objetivo, vamos a saber si podemos mejorar los costos con otras fuentes, con otras herramientas, etc.

Sueldos, cargas
sociales, gastos
generales, etc.

Avisos, horas de
consultoría, etc.

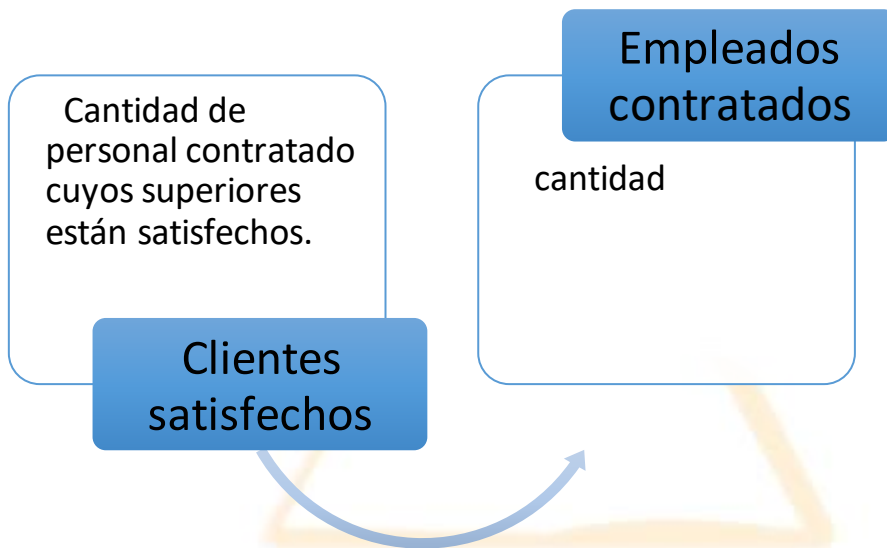
Empleados
contratados

cantidad

Costo del área
de Empleos



O subjetivos:



Donde seguramente pediremos que defina su nivel de satisfacción con una escala numérica, no deja de ser una percepción de nuestro cliente, basada en su propia experiencia y estilo de conducción.

Tablero de comando

Los autores Kaplan y Norton establecieron una herramienta denominada tablero de comando que contempla cubrir todas las perspectivas de una gestión. Vemos cual es la intención de cada perspectiva y que buscamos medir.

PERSPECTIVA

TIPO DE INDICADOR

<p>1. La perspectiva del cliente: ¿Cómo deberíamos aparecer ante nuestros clientes para alcanzar nuestra visión?</p>	<p>Efectividad: el logro de la satisfacción del servicio</p> <p>Satisfacción subjetiva del cliente: La valoración que tiene el cliente en su percepción del servicio recibido</p>
<p>2. La perspectiva de los procesos internos: ¿En qué procesos debemos ser excelentes para satisfacer a nuestros accionistas y clientes?</p>	<p>Eficacia: La medida en que se cumplen los objetivos de producción / servicio en cantidad y plazo.</p> <p>Calidad: El grado de concordancia entre las características del servicio real y los requerimientos que debe satisfacer.</p> <p>Control de Procesos: Verificación del cumplimiento de los procedimientos y prácticas operativas.</p>

PERSPECTIVA	TIPO DE INDICADOR
<p>3. La perspectiva financiera: ¿Cómo deberíamos aparecer ante nuestros accionistas para tener éxito financiero?</p>	<p>Eficiencia: logro de los objetivos con el menor costo posible.</p> <p>Productividad: Relación entre los costos y los beneficios.</p>
<p>4. La perspectiva de la formación y crecimiento: ¿Cómo mantendremos y sustentaremos nuestra capacidad de cambiar y mejorar, para conseguir alcanzar nuestra visión?</p>	<p>Perfil de competencias: Verificación del nivel de desarrollo de las competencias de cada persona con relación a las requeridas por la empresa, sector y puesto.</p>

Motivación

La motivación no se relaciona como un rasgo personal, sino por la interacción de las personas con una situación determinada, por ello la motivación varía de una persona a otra y en una misma persona puede variar en diferentes momentos y situaciones, en un mismo momento de su vida, la persona puede estar muy poco motivado a nivel laboral, y muy motivado con sus estudios, por ejemplo.

Motivar a alguien, en sentido general, se trata de crear un entorno en el que éste pueda satisfacer sus objetivos aportando su energía y esfuerzo, de ahí la importancia para que lo valoremos y actuemos en consecuencia, procurando que los objetivos individuales coincidan lo más posible con los de la organización.

CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida

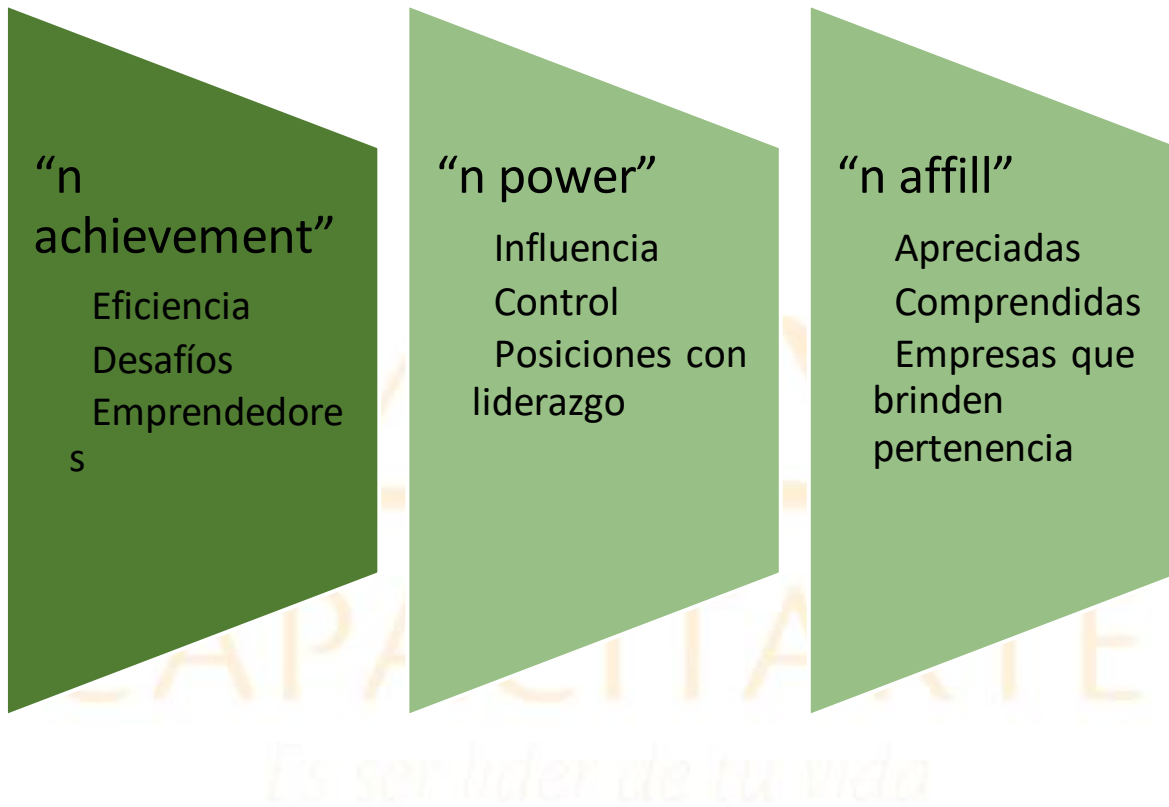
Teoría de Motivación de David McClelland

David McClelland y sus colaboradores han propuesto la teoría de las tres necesidades, en la que sostienen que existen tres motivos o necesidades muy importantes en las situaciones laborales:

La necesidad de logro (nL): impulso de destacar, por el logro en relación con una serie de estándares (normas), la lucha por el éxito.

La necesidad de poder (n_P): la necesidad de hacer que otros tengan ciertos comportamientos que de otra manera no tendrían.

La necesidad de afiliación (n_A): el deseo de relaciones amistosas e interpersonales cercanas.



Teoría de fijación de metas de Locke

Una meta es aquello que una persona se esfuerza por lograr, son importantes en cualquier actividad, ya que motivan y guían nuestros actos y nos impulsan a dar el mejor rendimiento.

Las metas pueden tener varias funciones:

- ⊗ centran la atención y la acción estando más atentos a la tarea.
- ⊗ movilizan la energía y el esfuerzo.
- ⊗ aumentan la persistencia.
- ⊗ ayuda a la elaboración de estrategias.

SMART

La metodología SMART para definir objetivos fue ideada por George T. Doran, utilizando la palabra SMART (inteligente) como regla mnemotécnica de las siguientes palabras:

- ⊗ SPECIFIC (Específico)
- ⊗ MEASURABLE (Medible)
- ⊗ ATTAINABLE/AMBICIOUS (Alcanzable/ambicioso)
- ⊗ Relevant (Relevante)
- ⊗ TIME DEFINED (Plazo)