



Fotos:
Pictureo

Hablamos con Isabel Iglesias, directora de Sirania, de los procesos de selección en la era digital.

V.- ¡Hola, Isabel! Me han dicho que todo el mundo sabe hacer una entrevista de trabajo ¿es verdad?

II.- Para nada. De hecho esa es una de las cuestiones que más daño nos ha hecho a los profesionales de Recursos Humanos.

V.- ¿Por qué?

II.- Existe la percepción, muy generalizada, de que cualquiera pueda hacer una entrevista. Lo que cualquiera puede hacer son preguntas, pero de ahí a hacer una entrevista hay un largo camino. Saber hacer una entrevista implica tener habilidades

específicas, como escucha activa y empática, conocer cómo plantear de forma adecuada preguntas más allá de las típicas que vienen en cualquier post de turno que habla de cómo hacer entrevistas. Y por supuesto, saber hacer entrevistas implica tener capacidad para ver más allá de lo que aparece en un currículum. Todo eso implica identificar talento.

V.- Talento. Te oí decir que las empresas que crecen son las que creen en las personas y su talento.

II.- Sí, considero que solo aquellas empresas que, de verdad, apuestan por las personas son las que crecen



o, por lo menos, las que tienen más posibilidades de sobrevivir en un entorno tan complejo como el actual.

V.- Todas las empresas están hablando de talento, ¿no será una moda?

II.- Las organizaciones hablan mucho de la importancia de las personas y el talento, pero pocas desarrollan acciones o estrategias orientadas a fidelizar el talento. Se sigue pensando en los/as empleados/as como un recurso, como una pieza fácilmente reemplazable. El tema es que, hoy en día y desde hace mucho tiempo ya, el talento, o aquellas personas que tienen talento, eligen dónde quieren trabajar.

V.- Hablemos de procesos de selección en la era digital ¿qué está cambiando?

II.- Me encantaría decirte que muchas cosas pero

"LAS EMPRESAS QUE CRECEN SON LAS QUE CREEN EN LAS PERSONAS Y SU TALENTO".

la realidad es que las empresas siguen ancladas en procesos de reclutamiento de hace más de 10 años.

V.- ¿Sí?

II.- Me llama la atención la excesiva dependencia que existe a día de hoy de los portales de empleo, pese a que los propios reclutadores admiten que son muy poco efectivos. Lo cierto es que el candidato está cambiando y está haciendo, en cierta manera, que las empresas tengan que cambiar. Existe un déficit de talento muy elevado en ciertas posiciones. Y no hablo solo de perfiles altamente cualificados. Los candidatos hoy en día investigan y buscan información de las empresas y eso hace que seleccionen las empresas o que no quieran seguir en procesos de selección donde

"HOY EN DÍA, Y DESDE HACE MUCHO TIEMPO YA, EL TALENTO, O AQUELLAS PERSONAS QUE TIENEN TALENTO, ELIGEN DÓNDE QUIEREN TRABAJAR".

—ISABEL IGLESIAS, DIRECTORA SIRANIA
RECLUTAMIENTO 2.0 EMPLOYER BRANDING

no se han sentido bien tratados. La experiencia del candidato es crucial, y no solo para que el candidato quiera seguir en el proceso, sino por la imagen que se proyecta de la empresa que puede hacer que pierda candidatos por no cuidar esa experiencia.

V.- Entonces, ¿hay que ofrecer una "experiencia al candidato/a"?

II.- El tema no está tanto en si hay que ofrecer una experiencia, como en qué experiencia ofreces, porque el candidato se lleva una experiencia. Otra cosa es que no sepamos cómo es esa experiencia o que sea negativa. Hay que aprender a diseñar esa

experiencia para que sea como nosotros queramos que sea y así evitar que los candidatos se lleven una mala percepción del proceso de selección.

V.- ¿Se puede atraer el talento o hay que salir a buscarlo?

II.- Se puede y se debe. De hecho, hay que empezar cuanto antes con estrategias de inbound o de atracción, porque son más lentas y tardan más en dar resultados, pero a largo plazo son más efectivas ya que impactan en la imagen que proyectas de tu empresa.

V.- ¿Estrategias de Inbound recruiting?

II.- Sí, estrategias para atraer talento, basándose en lo que

el marketing digital lleva tiempo desarrollando para atraer y enamorar a los clientes. Estas estrategias de inbound recruiting se basan en la idea de atraer o llamar la atención de los potenciales candidatos a través de diversas fórmulas como es la publicación de contenido de valor que despierte el interés de estos candidatos así como mediante estrategias de Employer Branding, que se basan en diseñar y crear una Propuesta de Valor al Empleado (PVE) que sea atractiva. Las estrategias de Outbound recruiting, están más orientados a encontrar al candidato pasivo. Ambas estrategias son perfectamente compatibles entre sí y pueden utilizarse indistintamente. El problema está en que las empresas se han centrado en las estrategias de outbound, por su aparente inmediatez en los resultados, y han obviado las de inbound, que son más lentas.

"Hay que empezar cuanto antes con estrategias de inbound o de atracción".

V.- Por cierto, ¿se usan videoconferencias?

II.- Nosotras, en Sirania, trabajamos mucho la vídeollamada en las primeas fases del proceso de selección. Consideramos que hay que buscar herramientas que flexibilicen la entrevista con el candidato y que le permitan ofrecer opciones a este, para que el proceso de selección sea lo menos intrusivo posible. La vídeollamada nos da esa flexibilidad que el candidato busca así como la protección de su privacidad. Sobre todo pensando en, por ejemplo, ciudades pequeñas donde los candidatos se sienten incómodos ante la posibilidad de hacer una entrevista en los primeros momentos del proceso de selección, sin saber muy bien si avanzará o si realmente es una oportunidad interesante.

V.- ¿Cuál es la entrevista más rara que has hecho?

II.- Creo que una de las entrevistas más atípicas que hice fue en una comida con un candidato. Decidimos que la entrevista sería comiendo y con una pequeña libreta donde iba anotando lo que me iba diciendo el candidato.



Isabel Iglesias
Directora Sirania
Reclutamiento 2.0 | Employer branding
www.isabeliglesiasalvarez.com