

¿Cómo superar el desafío de atraer y retener profesionales a tu organización?

¿Alguna vez te has preguntado, por qué hay empresas que se les hace cuesta arriba **captar y retener** a sus colaboradores?

Hoy, más que nunca, las organizaciones enfrentan una gran dificultad para **captar y retener** talento a nivel profesional y ejecutivo. Esto se debe a un cambio transversal en el mercado laboral, donde los profesionales están más motivados en mirar **hacia dónde van y cómo pueden aportar**, que en obtener solamente un buen sueldo.

Así quedó demostrado en la **1ª Medición Propósito y Cultura en el Trabajo**, un estudio realizado en 2018 por PwC, donde se demostró que el 74% de los encuestados considera que el sueldo es la variable más importante al momento de elegir donde trabajar, pero no es lo que determina su permanencia en el mismo (35%). Por el contrario, el desarrollo profesional es la razón primordial para permanecer en un trabajo (47%).

En el mismo estudio se pidió a los encuestados que señalaron los factores más importantes al momento de elegir dónde trabajar, obteniéndose los siguientes resultados:

- **Sueldo: 74%**
- **Cultura de la organización: 60%**
- **El propósito de la organización: 56%**
- **Desarrollo profesional: 54%**

Esto deja en evidencia que, aunque tener un buen sueldo sigue siendo un factor importante, en la actualidad los profesionales apuntan a organizaciones con **propósitos, cultura y valores** con que se identifiquen, donde puedan crecer, tener un mejor equilibrio entre su vida personal y profesional.

¿Por qué es tan difícil atraer y mantener colaboradores para cargos profesionales y ejecutivos?

Algunas empresas cometen algunos errores que les dificultan el proceso de atracción y retención de colaboradores, entre ellos podemos mencionar:

1.-No tener un propósito bien definido. La verdadera razón de existir de la organización que explique el “para qué” se hacen las cosas. Esta es la clave para definir sus valores y desarrollar su cultura organizacional. El propósito no debe ser definido únicamente por los directivos, sino por toda la organización, involucrando todos los niveles organizacionales.

2.-No construir una cultura organizacional que defina a la empresa, dónde estén claros los valores, normas, actitudes, hábitos, creencias y tradiciones que sirvan de referencia a los colaboradores acerca de la forma de conducirse y de hacer las cosas.

3.-No comunicar de manera coherente la cultura y valores, dentro de la organización para que se vivan a diario, y exista una coherencia entre acción y palabras.

4.-Falta de transparencia en la información que se da a los postulantes en el proceso de selección (características de los equipos, estilo de la jefatura, cultura organizacional, beneficios, etc.)

Todo esto trae como consecuencia:

- Alta rotación
- Dificultad para atraer y retener colaboradores
- Falta de sentido de pertenencia
- Falta de lealtad y compromiso
- Disminución de productividad laboral
- Desmotivación
- Bajos niveles de confianza
- Pérdida de interés en trabajar para la organización
- Costos administrativos

Cómo mejorar el proceso de atracción

Estamos en una era donde el propósito y cultura se han convertido en una ventaja competitiva en el mercado laboral, ya que esto actúa como un catalizador para atraer al talento adecuado para tu organización. Para lograr que tu empresa sea atractiva a los ojos de los profesionales:

1.-Desarrolla tu marca empleadora sustentada en una cultura organizacional sólida, valores y propósito. Para ello se debe hacer un análisis organizacional y una transformación de cultura donde se definan los valores que se quieren intencionar como organización. Estos valores se deben vivir día a día dentro de la organización y si es necesario, realiza un trabajo interno para comprobarlo. Con esto definirás la imagen de tu empresa, la manera en que la percibirán los colaboradores y el público externo (clientes, proveedores, etc.) Esto determina que los mejores colaboradores quieran o no trabajar contigo.

2.-Definir el proceso de selección, de acuerdo a la cultura y al propósito de tu organización.

El proceso de selección refleja lo que es la organización, por lo tanto, la experiencia que vivan los postulantes construirá tu marca empleadora de cara al exterior. Por esto, es importante cuidar los detalles para que los valores y la cultura de tu organización se vean reflejados durante todo el proceso de selección, así los postulantes la experimentarán y hablarán bien de ti, sea que los contrates o no.

3.-Ser transparente en la información que le das a los postulantes. Por ejemplo, características de los equipos, estilo de la jefatura, cultura organizacional, beneficios, entre otros. Esto beneficia a la organización porque permite que el aspirante compruebe si sus valores y propósito coinciden con los de la organización.

Para finalizar, te animo a aplicar estos tres consejos para construir una marca empleadora sólida para tu organización. De esta forma conseguirás que tus colaboradores trabajen más motivados y comprometidos, lo que se traducirá en mayor productividad y menor rotación de personal. Por otro lado, atraerás talento de manera espontánea. ¡Cada esfuerzo valdrá la pena!

