

Lugar y fecha:

Madrid

27 de junio de 2016

## Informe Randstad – Talent Trends Report

# El 33% de las empresas es incapaz de atraer el talento

- El 12% de las empresas en España afirma que su política de atracción del talento es excelente; el 55% la califica de buena; el 30% considera que es regular, y el 2% reconoce que es mala
- La buena reputación y una fuerte imagen de marca son los principales factores para atraer el talento para la mitad de las empresas (53%)

**Madrid, 27 de junio de 2016.- Randstad**, empresa líder en Recursos Humanos en España, ha realizado un estudio sobre las tendencias en su sector, *Talent Trends Report 2016*. Para ello ha entrevistado a 400 directores generales de Recursos Humanos y ha analizado cuáles son los retos a los que se enfrentarán durante este año.

Randstad destaca que uno de los principales objetivos del sector para 2016 es la atracción y retención del talento. El 55% de las compañías asegura que su política de atracción del talento es buena, siendo el colectivo con mayor presencia. Por otro lado, el 12% enfatiza que es excelente, el 30% afirma que regular y el 2% la considera de mala. Es decir, una de cada tres empresas se considera incapaz de atraer el talento.

Las compañías, que hasta la fecha prácticamente sólo utilizaban el salario como principal vía para atraer y retener a los profesionales más adecuados, están dando prioridad a otras estrategias para conseguirlo. Más de la mitad de las empresas, en concreto **el 53%, asegura que la retención del talento se debe a la fuerte imagen de marca de la compañía**. En segunda posición se sitúa el atractivo del sector, ya que el 11% de los encuestados afirma que su empresa mantiene a sus mejores trabajadores por el interés que despierta el sector en el que se encuentra. A continuación, se sitúan las oportunidades de promoción interna (8%), el salario (8%) y la política de Responsabilidad Social Corporativa (5%).

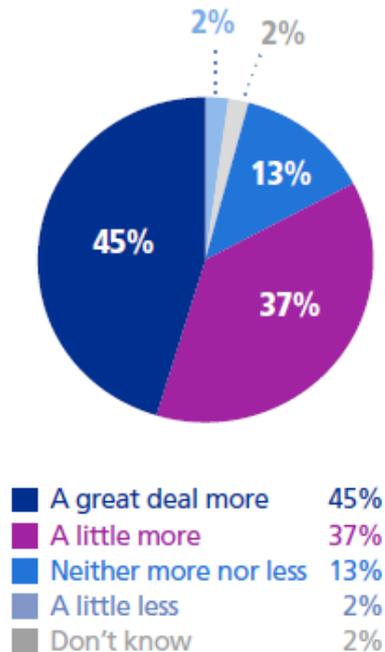
### Cuál es la principal razón por la que su compañía atrae al talento



Fuente: Randstad - Talent Trends Report 2016

## El 82% de las empresas aumenta las políticas de Employer Branding

 To what extent is your organization currently focused on employer branding compared to activities you conducted two years ago:



El informe Talents Trends Report de Randstad revela, además, que el 82% de las compañías ha puesto en marcha nuevas medidas de *Employer Branding* destinadas a aumentar el compromiso del profesional con la empresa. El 45% de las empresas asegura que actualmente tiene activas más propuestas que hace dos años, mientras el 37% afirma que sólo ha reforzado estas políticas ligeramente. En el lado contrario, el 13% de las empresas afirma que no ha puesto en marcha ninguna nueva medida y solo el 2% restante afirma haberlas reducido.

El principal objetivo de las políticas de Employer Branding es aumentar el compromiso de los profesionales con la organización y, de esta forma, retener a aquellos profesionales que suponen una ventaja competitiva respecto a su competencia.

De las compañías que afirman tener puestas en marcha políticas de este tipo, **el 57% afirma que su manera de atraer el talento es crear**

**una buena experiencia de trabajo para que los empleados sean los propios embajadores de la marca.** El 42% explica que su manera de gestionar el talento pasa por aumentar la comunicación con los profesionales. Le siguen las empresas que afirman que trabajar con profesionales con talento mejora su imagen de marca, lo que genera más atractivo para nuevos empleados. Por último se sitúan aquellas empresas que están desarrollando mensajes concretos para sus trabajadores (15%) y las que colaboran con diferentes *partners* para atraer a los mejores profesionales.

### Los reclutadores, clave para atraer el talento

Randstad también enfatiza que el papel de los reclutadores a la hora de atraer el talento a las organizaciones se ha convertido en un factor determinante. El reclutador es la primera toma de contacto entre el candidato y la compañía, por lo que es una pieza clave a la hora de encontrar y contratar al profesional que mejor se ajuste a las necesidades de la empresa. Estos profesionales deben transmitir de una manera precisa cuáles son las necesidades de las empresas y qué tipo de empleados buscan. A la vez, también tienen que ser capaces de comunicar el atractivo de la oferta de empleo. Por eso, los reclutadores que han trabajado previamente en el sector para el que buscan perfiles son los más cotizados, ya que, al conocer el sector, conectan de manera especial con los candidatos. Además, este colectivo sabe de una manera detallada las especificaciones técnicas necesarias para cada uno de los puestos.

### Randstad en el mundo y en España

Randstad es la empresa líder en España en soluciones de Recursos Humanos, haciendo posible que cada día 32.000 personas en nuestro país tengan un empleo. Trabajamos para aumentar la empleabilidad de los trabajadores y ofrecemos anualmente más de 600.000 horas de formación. Con más de 50 años de experiencia en el mercado laboral y con sede en Diemen, Holanda, Randstad Holding cotiza en la Bolsa NYSE Euronext Amsterdam. Ofrecemos a nuestros clientes un servicio global en consultoría de recursos humanos: selección de profesionales, externalización de tareas, desarrollo de planes e implementación ad hoc de formación, contratación temporal y procesos de recolocación. En el mundo somos 29.000 empleados en 39 países. En España somos un equipo de más de 1.500 personas y más de 250 oficinas. Randstad ha sido elegida una de las mejores empresas para trabajar por la consultora internacional Great Place to Work en 2015. Podrás acceder a nuestros servicios para empresas o candidatos en [www.randstad.es](http://www.randstad.es) y podrás hablar con nosotros a través de RRSS en @randstad\_es en Facebook, LinkedIn, Google+ y nuestro canal de Youtube.

Randstad España	Nombre	Contacto
Departamento de comunicación	Leticia Serrano	<a href="mailto:leticia.serrano@randstad.es">leticia.serrano@randstad.es</a> / 686 991 238
	Patricia Martínez	<a href="mailto:patricia.martinez@randstad.es">patricia.martinez@randstad.es</a> / 610 897 820
Agencia de comunicación: Román y Asociados	Javier Aguilar	<a href="mailto:j.aguilar@romanyasociados.es">j.aguilar@romanyasociados.es</a> / 915 915 500
	Natalia Martín	<a href="mailto:n.martin@romanyasociados.es">n.martin@romanyasociados.es</a> / 915 915 500