Cómo atraer talento

¿Falta talento? ¿O sobran jefes que desconocen cómo liderarlo? ¿Aprovechas el conocimiento de los empleados mayores? ¿Qué tal tu imagen como empleador?

9 de mayo de 2024

Decía Peter Drucker que, en una reunión con presidentes y CEO de grandes empresas de Estados Unidos, preguntó si tenían empleados desmotivados. La gran mayoría levantó su mano. Entonces Drucker inquirió: ¿eran así cuando los contrataron o perdieron el entusiasmo

©IESE Business School

tras años en sus empresas?

Esta es una de las anécdotas que recoge *Pensar al día. Cuatro radiografías y un diagnóstico*, un libro de Guido Stein que aglutina muchas de las reflexiones que el profesor del IESE ha ido publicando como tribunas de opinión y que analizan el entorno actual y los desafíos a los que se enfrenta la sociedad.

También puede interesarte: Guía práctica para el nuevo directivo

En las conversaciones que mantiene con los profesionales y directivos que se sientan en sus clases, el profesor adivina que muchos podrían estar mucho más satisfechos con sus empresas de lo que lo están y que están deseosos de seguir aprendiendo y mejorando.

En muchos casos, son los CEO quienes fallan a la hora de motivar a sus empleados. Paradójicamente, advierte Stein, es habitual escuchar a los altos directivos lamentarse de la falta de talento sin preguntarse qué porcentaje de responsabilidad tienen ellos mismos sobre dicha situación.

El talento no tiene edad

Por otra parte, Stein ha observado que las ganas de crecer y desarrollarse de los empleados no están inversamente correlacionadas con la edad. Al contrario, muchas veces, cuanto más madura es la persona, más ilusión muestra.

Sin embargo, parece que los *yolds* –una fusión de young and old, viejos jóvenes que ganan terreno a medida que envejece la población– tienen menos oportunidades de prosperar en las empresas. Al mismo tiempo, desciende el número de jóvenes que se va a incorporar al mercado laboral, por lo que es importante trabajar duro para aprovechar el talento de los primeros y atraer a los segundos.

Mejora tu imagen de empleador

Para lograrlo, advierte Stein, debes cuidar proactivamente tu marca de empleador.

¿Revisas a menudo lo que dicen de ti en LinkedIn, motores de búsqueda o portales de empleo como Glassdoor? Si observas una mala valoración, conviene idear estrategias para hacerles frente. Considera la publicación de comentarios positivos o aclaraciones a los negativos con transparencia y rapidez, y analiza el impacto real que causan.

©IESE Business School

“Nada mejor que la realidad diga de ti lo que eres para que otros no digan de ti lo que no eres”, apostilla Stein.

+INFO:

Drucker: consejos de siempre para dirigir hoy

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School