



Prepara tu
organización para
la nueva normalidad

Page Outsourcing

Contenidos

Sección

1

Introducción a Page Outsourcing por Patrick Hollard, Executive Board Director Latam, Middle East & Africa

Sección

2

Navegando la incertidumbre y **preparando tu negocio para el futuro**

Tres áreas clave por priorizar:

- 1** Protegiendo la marca y cultura de tu empresa
Examina la propuesta de valor de tus empleados.
Cinco formas de promocionar tu marca.
Asegúrate de que tus iniciativas de diversidad e inclusión estén a la vanguardia.
- 2** Adaptando tus procesos de contratación e incorporación
Amplía tus opciones tecnológicas.
Adapta el enfoque de tus entrevistas.
¿Cómo cambiar a un proceso de incorporación remoto?
- 3** Mantente conectado con tu visión a largo plazo
Centra tu atención en la transformación empresarial.
Análisis de la competencia y evaluación comparativa salarial.
Iniciativas de diversidad e inclusión.
Programas de posgrado y días de evaluación.
Planificación de la fuerza laboral.

Sección

3

¿Cómo puede **apoyarte Page Outsourcing** en períodos de cambio y transformación?

Planificación para el futuro: qué considerar y qué se puede hacer.
Oferta de valor.
Nuestras soluciones.

Sección

4

Cómo ponerse en contacto con nosotros.



Resumen Ejecutivo

Patrick Hollard

**Executive Board Director Latam,
Middle East & Africa**



En PageGroup estamos conscientes de la importancia de entender el momento histórico que estamos viviendo y que como sociedad debemos adaptarnos a las nuevas y complejas realidades que hemos enfrentado durante esta pandemia. Es un hecho que todas las esferas de nuestra vida laboral y privada han sido tocadas. Cabe resaltar que, como organización referente en el mundo en recursos humanos y reclutamiento de talento, nuestro principal objetivo siempre será garantizar la salud y seguridad de nuestros clientes, candidatos y por supuesto de toda nuestra gente que día a día está al pie del cañón trabajando para que los sueños de empresas y candidatos se hagan realidad.

Una de las muchas ventajas que tenemos como grupo es que, gracias a nuestra globalización organizacional, contamos con una red de consultores distribuida en más de 140 oficinas a nivel mundial. Así pues, hemos acumulado información de mercados en todos los continentes, particularmente Asia y Europa, que llevan más tiempo conviviendo con la cuarentena y que ya están recuperando niveles de actividad. Esto nos da la posibilidad tener aprendizajes que nos permitirán agregar valor a nuestros clientes en Latinoamérica para anticiparnos a los requerimientos que

las empresas tendrán durante esta nueva normalidad.

Entendemos además la necesidad de nuestros clientes de obtener información actualizada para afrontar los desafíos de hoy, la cual versa en torno a temas relevantes como: proteger su marca y cultura empresarial, adaptar procesos de contratación e incorporación virtual, mantener una visión a largo plazo a pesar de la incertidumbre y para finalizar, cómo PageGroup los puede ayudar específicamente a través de servicios de RPO's y proyectos de talento que ofrece nuestra marca Page Outsourcing con un enfoque en la planificación de sus futuras contrataciones.

Confiamos que este estudio será una guía para todos ustedes. Esperamos además que sus operaciones puedan volver a la normalidad lo más pronto posible.

Si necesitas más información, no dudes en contactar a tu oficina PageGroup más cercana, con mucho gusto uno de nuestros especialistas podrá atenderte y despejar todas tus dudas.

Un sincero saludo y mucha salud para ustedes y sus familias.

Para más información sobre Page Outsourcing y cómo te podemos ayudar no dudes en contactarnos.



Navegando por la incertidumbre y preparando tu negocio para el futuro

Tres áreas clave para priorizar

No hay duda de que la emergencia de salud global ha cambiado radicalmente la forma en que el mundo hace negocios. Esta es una situación sin precedentes, por lo que la adaptación y la evolución serán claves en todas las áreas del comercio. Aunque muchas compañías habrán tenido planes de contingencia para tales situaciones, está claro que hay muchas incógnitas y los profesionales de todos los niveles están aprendiendo en la marcha sobre esta nueva normalidad.

En cuanto a las necesidades de contratación, dependerá de una serie de factores, incluido el sector, la naturaleza del negocio y cualquier cambio en la demanda en el mercado como resultado de la pandemia. Algunos empleadores reclutarán a niveles relativamente normales a mediano plazo, pero para otros, como la atención médica, la logística o la venta minorista

en supermercados, el brote ha significado la repentina necesidad de aumentar la dotación de personal rápidamente. También es natural que, en este momento, puedan estar reevaluando qué contrataciones siguen siendo críticas para el negocio, qué esperar y qué nuevas necesidades de talento se tienen ahora. A nuestro parecer, la clave es estar al tanto de los cambios del mercado, sin perder de vista la visión a largo plazo de las organizaciones.

Cualquiera que sea tu situación, uno de los aspectos fundamentales aún no ha cambiado: atraer el talento adecuado, es crucial para el éxito a largo plazo de tu organización. Por lo tanto, si bien es importante reflexionar sobre las necesidades actuales de tu negocio y lo que se debes hacer ahora, también es importante determinar qué puedes necesitar para el futuro.

Ya sea que tus necesidades de reclutamiento hayan cambiado o no, tus procesos para atraer talento deben evolucionar. En cuanto a esto, hay tres áreas claves en las que deberías enfocarte desde ya:

- 1. Protegiendo la marca y cultura de tu empresa**
- 2. Adaptando tus procesos de contratación e incorporación**
- 3. Mantente conectado con tu visión a largo plazo**





1 Protegiendo la marca y cultura de tu empresa

Hay muchos factores que entran en juego cuando un candidato está considerando solicitar un puesto. Así pues, es crucial garantizar que te administres con eficacia, especialmente si estás buscando una contratación crítica para el negocio. Asegurar el talento que deseas comienza mucho antes de la etapa de oferta del proceso de reclutamiento: comienza con la marca y la reputación de tu organización.

Ahora más que nunca, el propósito de una organización es primordial. ¿Cuál es el propósito de tu negocio? Y aún más importante, ¿qué propósito cumpliría un empleado en su rol si fuera contratado?

Examina la propuesta de valor de tus empleados o el “employee value proposition” (EVP)

La propuesta de valor de tus empleados es una excelente manera de mostrar por qué los profesionales deberían unirse a tu equipo. Un punto de partida clave para desarrollar y mejorar tu EVP, es identificar lo que quieres que diga y haga por ti.



¿Cuál es tu cultura?



¿Por qué los empleados disfrutan trabajar para ti?



¿Qué puedes ofrecer en términos de beneficios, flexibilidad, capacitación y desarrollo?



¿Tu tasa de deserción está en línea o mejor que la competencia?



¿Cuál es el recorrido de tus candidatos?
¿Es fácil de aplicar?

Es importante responder y resaltar estas preguntas en tu EVP, antes de compartirlas con el negocio y los potenciales empleados. Tu EVP debe ser único para tu negocio, y si es un reflejo real de cómo es trabajar en tu empresa, atraerá el talento adecuado. Incluso si tu organización ya tiene un EVP, es sensato revisarlo en las circunstancias actuales. Si bien no es una buena idea realizar cambios al por mayor basados en una situación temporal, puedes considerar qué hace que tu empresa se destaque en un momento de grandes cambios. Por ejemplo, esta podría ser la forma en que continúas, a pesar de las circunstancias, invirtiendo en capacitación y desarrollo o apoyando a los empleados con su bienestar en un momento de gran incertidumbre.



1 Tener una **misión, un propósito y un conjunto de valores** claramente definidos

Invierte tiempo en crear una visión general de la marca que proporcione información sobre los valores y las ambiciones de la empresa. Muestra los antecedentes y la cultura de la compañía y asegúrate de que estén disponibles para los candidatos. Cuando los profesionales compran tu misión, propósito y conjunto de valores, las oportunidades de trabajar para tu marca son en consecuencia más atractivas para los futuros empleados.

2 Comparte el **recorrido y los objetivos de tu empresa**

Independientemente de dónde esté tu negocio o qué tan bien estés cumpliendo con tus objetivos, si estás comunicando claramente cómo estás superando los desafíos, y compartes tu recorrido y objetivos generales, los profesionales estarán más interesados en tu organización.

3 Dar importancia a la **comunicación interna**

La propuesta de valor de tu empleado fallará si los comentarios de tus empleados actuales no están alineados con la marca y la cultura que estás vendiendo externamente. Comunica claramente que la empresa está comprometida con los empleados, y que está realizando cambios activamente para garantizar que estén contentos y comprometidos con sus roles.

4 Invierte en **puntos de contacto externos de calidad**

La forma en que las personas interactúan con tu sitio web, redes sociales, descripciones de trabajo e incluso con los procesos de entrevista, son claves para establecer el tono y los mensajes correctos. Los mejores talentos explorarán estos y los usarán para determinar cómo es trabajar para tu empresa.

5 Promover una **propuesta de valor clara**

¿Qué tan bien vende tu propuesta de valor tus productos o servicios? Es clave que tu propuesta de valor demuestre tu comprensión del cliente a través de puntos de venta claros. Cuanto más fuerte sea tu propuesta de valor y mejor destaque las cualidades que ofrece, más atractiva será tu empresa.

Asegúrate de que tus iniciativas de diversidad e inclusión permanezcan a la vanguardia

En tiempos de crisis, las personas siguen siendo los mayores activos de las empresas. Antes del brote de coronavirus, la diversidad y la inclusión ocupaban un lugar destacado en la agenda de las empresas. Es importante que esto no se pierda mientras las empresas manejan los desafíos fundamentales que enfrentan en torno a las finanzas y su gente.

Con el bienestar y la continuidad del negocio en la cima de las agendas de las organizaciones en este momento, la diversidad y la inclusión también deben permanecer a la vanguardia. Tu personal será clave para impulsar tu negocio a través de esta crisis y garantizará que estés listo para seguir creciendo.

La forma en que los profesionales reciben apoyo durante este tiempo desempeñará un papel importante en la configuración de las percepciones que tanto los profesionales internos como los externos tienen sobre el valor de tu organización.

En última instancia, al garantizar que estás protegiendo el bienestar de tu gente y asegurando el grupo de talentos de tu negocio, también se está asegurando que la marca de tu empresa sea vista positivamente por candidatos potenciales, ahora y en el futuro.



2 Adaptando tus procesos de contratación y onboarding



Como resultado de la emergencia sanitaria mundial, los procesos de reclutamiento se han modificado dando un giro hacia el uso de la tecnología de video, siendo este uno de los cambios más importantes para la continuidad de los procesos.

A nivel mundial, en PageGroup hemos utilizado tecnología de video durante varios años, esto nos permite evaluar a múltiples candidatos durante la primera fase del proceso de forma remota. Sin embargo, las medidas implementadas en los diferentes países, las pautas de distanciamiento y evitar el contacto innecesario en persona, ha llevado el uso del video a todas las partes del proceso, desde el reclutamiento hasta el onboarding.

Pero ¿cómo podemos implementarlo de manera exitosa?

Amplía tus opciones tecnológicas

Tener claros los requisitos tecnológicos es clave para este momento. Si bien el uso de la tecnología es crucial para el proceso de contratación, se puede utilizar en diferentes etapas del proceso de reclutamiento y no solo en la fase de entrevistas.

Tomando en cuenta la estrategia de atracción de la compañía, ¿cómo te puedes relacionar con el candidato vía remota?, ¿cómo puedes evaluar las habilidades de cada perfil? Las pruebas psicométricas pueden ser una opción viable para ayudarte en los procesos de evaluación y el uso de video se puede aprovechar mucho mejor en todas las áreas de tu negocio.

Hay diversas opciones en el mercado para video llamadas, incluyendo Zoom, Skype y Microsoft Teams por mencionar algunas. Más que optar por una plataforma sobre la otra, vale la pena tener acceso a tantas plataformas como sea posible, dado que no todos los profesionales tendrán acceso a las mismas plataformas, contar con diversidad de opciones hará el proceso mucho más fácil. Si tu compañía aún no tiene un proveedor de tecnología de video, acércate a tu equipo de TI lo antes posible. Esto es clave ya que al elegir a los proveedores que cubran tus necesidades, deben asegurarse de que las plataformas cumplan con la seguridad de TI interna y se pueda configurar para su uso en los sistemas de nube remotos.



Adapta tu enfoque de entrevista

Incluso el gerente de contratación más experimentado tendrá que adaptar su enfoque a entrevistas vía remota. Aunque muchas de las plataformas de entrevistas en video generalmente tienen buena calidad visual y de audio, nunca será lo mismo que estar en la misma habitación con una persona, observar el lenguaje no verbal y crear una buena relación.

Si bien es importante ser conscientes de las limitaciones de la entrevista por video, no debemos verlo como una barrera.

Una entrevista por video debe realizarse de la misma manera que una presencial, que permita cubrir los fundamentos en torno a la evaluación por competencias y hacer preguntas sobre la experiencia y compatibilidad con el equipo. No tengas miedo de incorporar algún elemento de conversación informal, tal como lo harás de manera presencial, esto te ayudará a romper el hielo y conocer un poco más sobre la personalidad del candidato.

Más consejos sobre las buenas prácticas de la entrevista

Conoce más aquí



Preguntas reveladoras en una entrevista



Cómo evaluar habilidades y competencias utilizando la técnica STAR



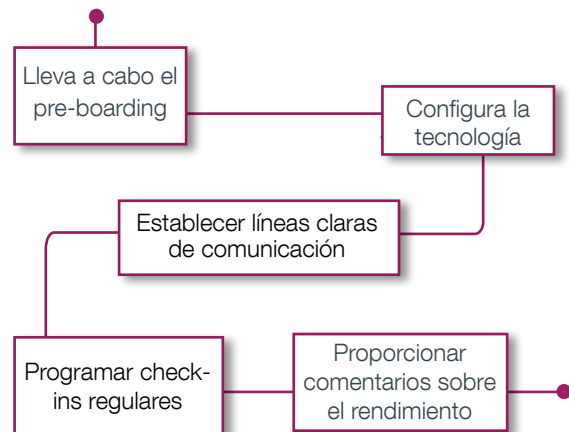
Seis consejos para ayudar al candidato a relajarse durante la entrevista

Aunque esto fue escrito principalmente para entrevistas en persona, los principios clave de la buena práctica de una entrevista, siguen siendo los mismos al evaluar a un candidato de forma remota.

Cambiar a un proceso de onboarding remoto

A pesar de la distancia física, aún es posible dar a un nuevo empleado un onboarding remoto apropiado. Sin embargo, pasar de una experiencia cercana y personal a un proceso virtual, sobre todo en un momento tan crucial de un nuevo ingreso, puede ser todo un desafío para las compañías.

Entonces, ¿por dónde empezar?



Llevar a cabo el pre-boarding

Este paso en ocasiones se puede perder, pero es cada vez más importante cuando se incorpora a alguien vía remota. Todo se resume a una pregunta clave: ¿Qué quieres que realice tu nuevo empleado en su primer día? Puedes enviar un correo electrónico de bienvenida, incluyendo la respuesta a esta pregunta, envíalo una o dos semanas antes de que comience su nuevo rol dentro de la compañía. Debes establecer el itinerario de las primeras semanas, del día uno al cinco, sepáralos por actividades durante la mañana y durante la tarde. Esto le dará al empleado una visión más clara de qué esperar una vez que comience su nuevo empleo. Este correo electrónico también debe compartir detalles como punto de contacto, información sobre su gerente directo y la persona de RH que lo puede apoyar en caso de tener alguna pregunta inicial. Muéstrale la plataforma de aprendizaje digital, si cuentan

con ella o comparte material que sirva de apoyo como el manual de la empresa.

También puedes proporcionarle información de las áreas clave del negocio, preferiblemente aquellas relacionadas a su nuevo rol. Esto le ayudará a sumergirse en la cultura de la empresa, su visión y valores. Si es posible, asigna un compañero de trabajo o mentor para tu nuevo integrante. Además de proporcionar una gran cantidad de conocimientos, los mentores pueden desempeñar un papel clave en el crecimiento personal y profesional del nuevo integrante. Los compañeros de trabajo son fundamentales para la red de soporte de un nuevo miembro del equipo para que aprenda a navegar en su nuevo entorno, por lo que es importante plantearlo desde la fase de pre-onboarding.



Configura la tecnología

Una vez completada la fase de pre-boarding, asegúrate que tu nuevo empleado esté listo para trabajar de forma remota. ¿La empresa le va a proporcionar un equipo portátil y teléfono de trabajo o tendrán que obtenerlo él mismo? Es importante tener claro detalles como estos desde el inicio. También es importante corroborar que cuenta con el espacio de trabajo adecuado y acceso a una conexión de internet estable y segura. Si es posible, coordina con el equipo de TI que se le pueda brindar atención especial durante la primera parte del proceso

de incorporación. Esto se puede llevar a cabo con un conjunto de reuniones o a manera de un portal de atención en línea especializado.

Por último, pero de gran importancia, es capacitarlo en temas de seguridad. Debes asegurarte de que conozca las políticas de seguridad y accesos seguros a través de una red VPN segura.



Establecer líneas claras de comunicación

Algunos nuevos integrantes pueden estar trabajando solos en su entorno y sentirse aislados sin comunicación regular. Esto es especialmente posible, dado que es poco probable que hayan conocido a muchos de sus colegas en persona. Por esta razón, es esencial establecer una serie de video/llamadas telefónicas con personas clave

en el negocio durante sus primeros días. Hay una amplia variedad de buenas herramientas para usar como Microsoft Teams, Zoom y Skype, por nombrar algunas. Estas sesiones le ayudarán a comprender mejor su rol dentro de la estrategia empresarial y le ayudará a construir relaciones más sólidas.



Programar check-ins regulares

Siempre es una buena práctica presentarse con un nuevo integrante regularmente, pero esto es aún más necesario cuando se incorpora a alguien de forma remota. De hecho, puede ser que estas llamadas tendrán que ser aún más frecuentes que si estuvieras en un lugar físico y con otros miembros del equipo presentes.

Es importante encontrar un equilibrio entre crear líneas claras de comunicación abierta y hacer que alguien sienta que está siendo micro gestionado. Durante la primera semana más o menos, un check-in una vez al día es una necesidad, pero esto se puede reducir

en las siguientes semanas, especialmente a medida que su nuevo empleado llega a conocer a sus colegas y abre más líneas de comunicación sobre proyectos y prioridades. Refuerza lo conversado por videollamada o chats telefónicos con acciones claras por correo electrónico. También es importante que la inducción sea variada. Los cursos interminables de cumplimiento, por ejemplo, no serán motivadores. Asegúrate de que la propuesta de valor para empleados (EVP) de la empresa, sea eje central de su entrenamiento y haz todo lo posible para que lo viva como parte de su día a día.



Proporcionar comentarios sobre el rendimiento

Aunque se trata de un escenario único, el proceso de evaluación sigue permitiendo que ambas partes decidan si el rol es el adecuado para el empleado y si ésta cumpliendo con las expectativas. Sin embargo, es posible que se tengan que ajustar algunas expectativas o hacer concesiones en torno a ciertos elementos del rol dada la inusual forma de trabajo

remota y el hecho de que el entrenamiento o el acompañamiento pueden ser más difíciles. También es una buena idea pedir retroalimentación al nuevo integrante sobre el programa de incorporación en general, esto permite fortalecer el proceso de onboarding de nuevos integrantes.



En este momento de incertidumbre, centrarse en el aquí y él ahora es crucial mientras las empresas navegan por los principales cambios que afectan a nuestra vida laboral y personal. Sin embargo, es importante recordar que se trata de desafíos temporales que debemos enfrentar. Mantenerse conectado con la visión a largo plazo durante esta situación será clave. Esto podría requerir un benchmarking adicional y más frecuente, o la adaptación de los programas de gestión del cambio.

Los efectos a largo plazo de la crisis sanitaria mundial pueden tardar algún tiempo en reflejarse, pero mantener la vista en el futuro y visualizar cómo quieres que tu negocio se desarrolle es esencial. El talento adecuado será fundamental para el éxito. Asegúrate de estar apuntando a la sostenibilidad.



Centra tu atención en la transformación

La continuidad del negocio durante este tiempo se basa en la planificación inteligente y en navegar en los desafíos a medida que éstos surgen. El crecimiento y recuperación a futuro depende de que las empresas identifiquen y aprovechen las oportunidades, al mismo tiempo que limitan la exposición a los riesgos.

El mercado está cambiando significativamente, y cuando volvamos a un nivel de “normalidad”, es probable que la participación en el mismo haya cambiado, algunos competidores pueden haber salido del negocio, pero también pueden surgir nuevos disruptores. El análisis completo y regular de la competencia, ayudará a navegar por este panorama cambiante, mientras que la evaluación comparativa salarial te asegurará seguir siendo competitivo para los mejores talentos.



Planeación de la fuerza de trabajo

Es probable que la crisis de la pandemia haya requerido que muchas empresas participen en la planeación de escenarios para apoyar la toma de decisiones clave en el momento y ayudar a determinar los planes de acción para el futuro. Ya sea que te encuentres buscando ampliar o reducir verticalmente al personal, comprender los requisitos de talento con los cambios actuales del mercado y los posibles efectos posteriores de la crisis sanitaria mundial, te ayudará a mantener el impulso en tus programas de reclutamiento.

Todavía no está claro cómo las empresas responderán a los desafíos que rodean la crisis sanitaria mundial a largo plazo, pero es probable que una serie de cambios estructurales y transformaciones digitales estén en el horizonte.

Al planificar los requisitos futuros del talento, considera si los escenarios anteriores son probables y qué habilidades serán importantes. Evalúa proyectos clave, realiza un análisis de falta de habilidades y tómate el tiempo para invertir en la planeación de sucesión.



Planes de desarrollo y jornadas de evaluación

Una fuerte cartera de los mejores talentos es fundamental para impulsar a las empresas y adaptarse a las cambiantes necesidades del negocio. Al planificar las necesidades de habilidades futuras, ten en cuenta los objetivos generales de negocio: ¿qué habilidades necesitas a lo largo de este proceso y cuándo debes traer nuevos talentos?

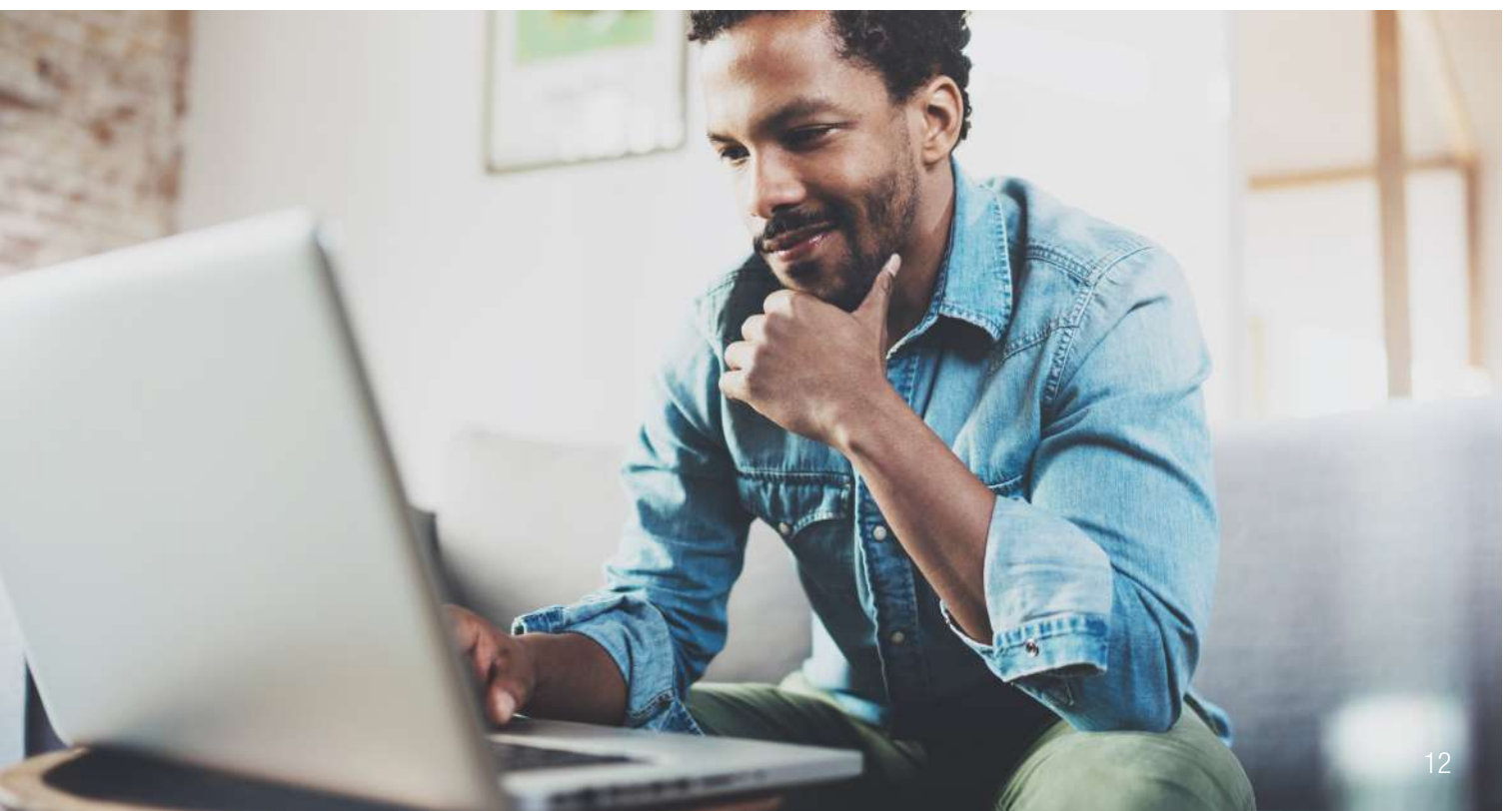
Los esquemas de desarrollo son una gran manera de aportar nuevas perspectivas y desplegar talento, además, ayuda a cerrar cualquier brecha de habilidades que hayas identificado para probar tu negocio en el futuro.



Iniciativas de diversidad e inclusión

Independientemente de dónde te encuentres en temas de diversidad e inclusión siempre hay más cosas por hacer. Ya sea que tengas un programa establecido o estés en las primeras etapas de la implementación de una estrategia, es importante asegurarse de que la gente sepa lo que se está haciendo y que ésta es una prioridad para la organización.

Una estrategia sólida no solo aumenta el bienestar y la productividad de los empleados, sino que también alimenta directamente la marca de la empresa, lo que afecta significativamente a su capacidad para atraer y asegurar el mejor talento.



En este panorama empresarial de constante cambio, somos flexibles con nuestro enfoque de reclutamiento para satisfacer las necesidades y expectativas de la fuerza laboral. Para garantizar que nuestros clientes reciban el servicio más práctico y eficiente, especialmente cuando navegamos por proyectos de transformación empresarial u otros programas de cambio organizacional, ofrecemos una solución de externalización completa y robusta para combinar el poder de nuestras marcas principales: **Page Executive**, **Michael Page** and **Page Personnel**



Más de 40 años
de experiencia



Red global
de consultores



36
países



Más de 25
disciplinas



141 oficinas
globales





Planeando el futuro:

¿Qué considerar y qué podemos hacer ahora?

Servicio de asesoramiento y consultoría

Nuestros servicios de asesoramiento y consultoría son esenciales al guiar las decisiones que debe tomar cada empresa. En PageGroup, podemos proporcionar a nuestros clientes información clave del mercado para evaluar las oportunidades de cada negocio, así como analizar a la competencia y la disponibilidad del talento.

Nuestro servicio es flexible y se adapta a las necesidades de nuestros clientes, además de nuestro acceso único a la información del mercado, podemos entregar soluciones a la medida a través de un programa de trabajo, entre áreas de trabajo, o incluso en toda la organización. Al mismo tiempo, damos apoyo en programas de acuerdo con la cultura de la empresa aconsejando y rediseñando iniciativas de diversidad e inclusión, así como implementar e integrar programas a través de distintas funciones del negocio.



Beneficios clave de un servicio de consultoría y asesoramiento:

- 1 Contamos con una amplia gama de especialistas en consultoría y asesoramiento para apoyar a las necesidades de nuestros clientes.
- 2 Nuestras evaluaciones a la medida establecen los desafíos de los clientes, esto para garantizar que las soluciones más eficientes se están implementando.
- 3 Apoyamos la transformación organizacional, desde personas, procesos, tecnología, sistemas y hasta la cultura de la empresa, siempre en línea con los objetivos estratégicos de cada negocio.
- 4 Brindamos orientación y asesoramiento a la medida cuándo y cómo sea necesario, ya sea para proyectos ad-hoc o necesidades comerciales comunes.
- 5 Usamos nuestro conocimiento del mercado e información para apoyar a nuestros clientes, garantizando una mejor toma de decisiones e implementación de soluciones de reclutamiento más efectivas.

Creamos,
transformamos,
expandimos...

operaciones,
estructuras de
ventas, centros
de excelencia....

todos los sectores
y todas las áreas
funcionales de una
compañía.



Recursos dedicados

Se asignará un equipo de consultores dedicado a cada proyecto dentro y/o fuera de la empresa.

Gerente de proyecto asignado.

Equipo de búsqueda y business intelligence.



El mejor talento

Contamos con altos estándares en el proceso de selección interna.

Permitiendo la asignación de un equipo de alto desempeño para todos nuestros clientes. La formación y desarrollo de nuestros equipos marca la diferencia en el mercado.



Soluciones estratégicas y flexibles

Desarrollo del plan de proyecto desde cero; estableciendo cronogramas comprometidos, fechas de entrega e informes completos de seguimiento.



Reclutamiento en todos los niveles

Todo el equipo de PageGroup trabajará para ti. Tenemos experiencia probada en la contratación a cualquier nivel, industria, sector y perfil laboral.



Tecnología innovadora en reclutamiento

Software de gestión de proyectos para contratación. Video entrevistas, almacenamiento en línea. Software de validación de reglas de conducta para candidatos.



Diversidad en la estrategia de búsqueda

Estrategias sólidas de búsqueda de talento utilizando redes sociales, bolsas de trabajo, búsqueda dirigida, nuestras bases de datos regionales (+2 millones de candidatos) y globales. Nuestra experiencia de más de 20 años en la región de Latam nos brinda un sólido conocimiento del mercado que nos permite cubrir todas las vacantes en el menor tiempo posible.



Data & People Analytics

Nuestra cultura basada en datos nos permite utilizar información, predecir desviaciones y mejorar constantemente cada etapa del proyecto.



Marketing de reclutamiento

Fortalecemos el posicionamiento de la marca en cada parte del proceso. Nos enfocamos profundamente en la experiencia del candidato. A través de nuestra alianza con las mejores Universidades de Latam, aseguramos que la marca empleadora tendrá la mayor exposición del mercado.

A. Planeación y estrategia

- Planeación del proyecto
- Estrategia de reclutamiento.
- Estrategia de búsqueda.
- Definir el proceso de reclutamiento
- Estrategia de atracción de talento
- Definición y evaluación de herramientas de reclutamiento
- Análisis de costo por contratación.
- Gerente de proyecto asignado.
- Equipo de búsqueda y business intelligence.

B. Atracción y definición

- Crear Job Description.
- Metodología de selección.
- Definir RH analytics.
- Evaluaciones de reclutamiento.
- Campaña de atracción de talento.
- Requisición y control de headcount.
- Definir proceso de reclutamiento.

C. Reclutamiento

- Búsqueda de candidatos.
- Selección y análisis de candidatos.
- CV / Pre entrevista.
- Feedback del candidato.
- Evaluación técnica.
- Planeación.

D. Selección

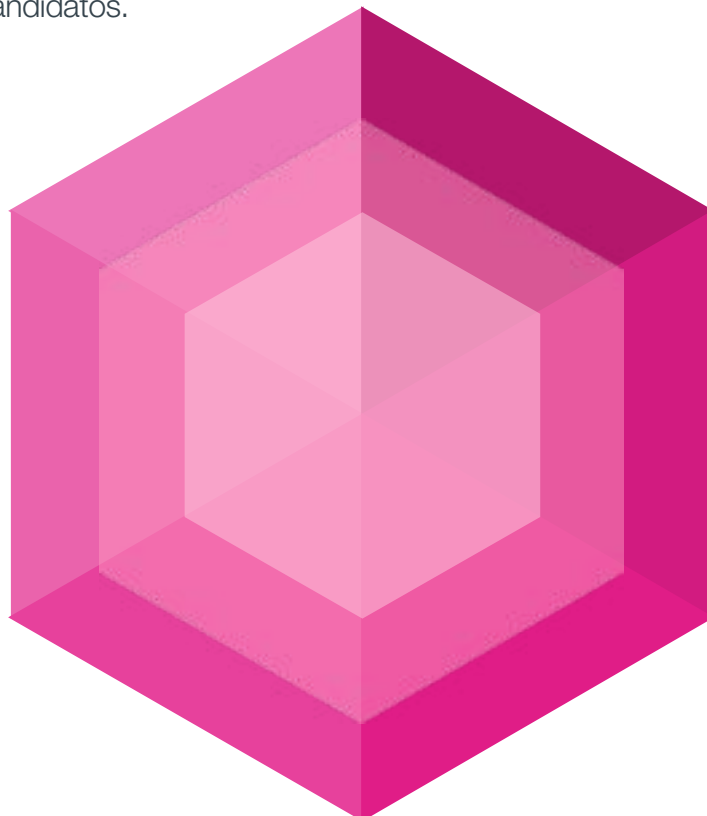
- Entrevista exploratoria.
- Programación de entrevistas con el “hiring manager”.
- Reunión de retroalimentación post entrevista.
- Análisis de propuesta.
- Presentación de candidatos.
- Revisión de referencias.
- Revisión de antecedentes.

E. Conclusión

- Presentación de oferta.
- Recolección de documentos para el ingreso.
- Retroalimentación del candidato.
- Proceso de contratación.
- Onboarding.

F. Análisis

- Análisis de información.
- Reducción de costo por contratación.
- Retroalimentación y mejoras al proceso de reclutamiento.
- Gestión de proveedores.





¿Cómo comunicarte con nosotros?

Mientras tú y tu negocio se adaptan a la nueva normalidad de emergencia sanitaria global, queremos apoyarte de la forma que nos sea posible. Nuestros consultores están disponibles a través de diferentes canales de comunicación para ayudarte en todas tus necesidades de contratación. Para una conversación confidencial inicial, contacta a nuestros expertos de Page Outsourcing locales.



Contacta a tu especialista de la región

Brasil - Ariane Israel

Diretora, Page Outsourcing

M: +55 (11) 3956-9693

E: arianeisrael@pageoutsourcing.com.br

México y Centroamérica – Fabricia Antunes

Business Development Director, Page Outsourcing

M: +52 (55) 9178-3818

E: Fabriciaantunes@pageoutsourcing.com

Perú – José Echevarría

Business Development Director, Page Outsourcing

M: +44 797 680 3433

E: joseechevarria@pageinterim.pe

Colombia – Felipe Delgado

Director PageGroup

M: +57 310 349 4919

E: felipedelgado@michaelpage.com.co

Argentina - Guido Biagioni

Sr. Manager, Page Outsourcing

M: +54 911 5402 1285

E: guidobiagioni@pageoutsourcing.com

Chile - Ainara Ormazabal

Executive Director, Page Outsourcing

M: +56 2 2585 3200

E: AinaraOrmazabal@pageexecutive.com

PageExecutive

Michael Page

PagePersonnel

PageOutsourcing

Part of PageGroup