

Boletín: Marca Empleadora	Fecha: Agosto 2017
Dirigido a jefes de información y reporteros	Fuentes: Crédito, ahorro y cooperativas

## Busca Caja Popular Mexicana el mejor talento

- *Promoción, reputación de marca, banco de datos y un panorama amplio de oportunidades para candidatos que buscan ofertas de trabajo es lo que las personas encontrarán a través del sitio web talento.cpm.coop*
- *En los últimos cuatro años Caja Popular Mexicana ha invertido más de 10 millones de pesos destinados a capacitación para sus colaboradores tanto como de nuevo ingreso y activos, así como a los socios-dirigentes.*

**León, Gto.-** Para atraer a los mejores talentos y perfiles para las vacantes, las empresas a través de sus departamentos de recursos humanos, desarrollan día con día nuevas estrategias para conocer las preferencias, comportamientos y motivadores de los candidatos en busca de empleo.

Parte de estas estrategias que implementan las empresas, corporativos e instituciones, es la creación de la “Marca Empleadora” como una ventaja competitiva dentro del mercado actual.

La finalidad: cautivar a los perfiles de acuerdo a las necesidades laborales de la empresa, pero también satisfacer los requerimientos de los aspirantes que buscan una buena oferta laboral, específicamente en internet.

De acuerdo a la encuesta que realizó y publicó en el año 2015 la compañía especializada en la externalización de servicios de recursos humanos Manpowergroup Solutions, las modernas generaciones han desarrollado nuevas exigencias para buscar empleo en las que la remuneración sigue siendo el factor predominante.

Sin embargo, el valor y la reputación de la empresa, así como las posibilidades de crecimiento laboral, experiencia y aprendizaje, son algunos de los elementos determinantes que los candidatos también toman en cuenta para establecer una decisión profesional.

La sociedad cooperativa de ahorro y préstamo, Caja Popular Mexicana, está implementando esta estrategia de “Marca Empleadora”, con la finalidad de diferenciarse al momento de promover una vacante dentro del mercado, además de proporcionar información general sobre la cooperativa.

**Talento.cpm.coop** es el sitio web de Caja Popular Mexicana en el que promueve sus vacantes, además de darle el valor agregado con información de quién y cómo se conforma la cooperativa de ahorro y préstamo; su misión, visión y valores, así como las oportunidades y promociones en las que se pueden inscribir los propios colaboradores para participar en los cuadros de reemplazo disponibles.



**Dirección de Comunicación e Imagen Institucional**

[www.cpm.coop](http://www.cpm.coop)

Karina García Miranda, directora de recursos humanos de Caja Popular Mexicana, mencionó que esta herramienta, también les permite ciertas ventajas al corporativo como una mejor administración en toda la cartera de candidatos que se inscriben a las vacantes que promueven.

“No es lo mismo bajar curriculums de OCC u otros sitios web como Computrabajo, donde también postulamos las vacantes, o que los mandes porque viste publicada mi vacante en el periódico o donde sea, a que siempre cualquier candidato llegue y deje sus datos en mi base de datos”, expresó la directora de recursos humanos de Caja Popular Mexicana.

Destacó que al usar su sitio de marca empleadora, genera grandes ventajas tanto a la persona que está en busca de trabajo, como al reclutador, puesto a que si en ese momento el candidato no fue viable para el perfil, pasa a una cartera o base de datos que entre más fuerte sea, les permite una mayor agilidad en sus procesos de integración.

Karina García Miranda, mencionó que la estrategia “Marca Empleadora” atrae grandes ventajas, entre las que de acuerdo a su entorno laboral, las divide en 3 grandes beneficios:

- **Promoción/posicionamiento y reputación de marca.** “Tu marca empleadora está muy clara y entonces la gente sabe qué esperar de ti como institución y posición hacia aquello que te hace fuerte como empresa empleadora”.
- **Creación y administración de banco de datos.** “De acuerdo a las necesidades propias de tu institución, vas a crear tu propio banco de candidatos para cuando puedas hacer tus procesos, tienes opciones identificadas para elegir”.
- **Permite un panorama más amplio a los candidatos de cuáles son las vacantes que tiene la institución.** “El candidato tendrá oportunidad de postularse no solo a una vacante, si no a otras opciones en las que crea que van acorde a su perfil”.

En los últimos cuatro años, Caja Popular Mexicana ha invertido 10 millones 272 mil 520 pesos (\$3, 573,793.05 en 2014; \$2, 759,142.86 en 2015; \$3, 007,334.56 en 2016 y \$932,250.45 hasta julio del 2017) destinado en capacitaciones tanto como para colaboradores de nuevo ingreso y activos, así como a socios-dirigentes.

La finalidad que busca Caja Popular Mexicana con esta plataforma: es cumplir con el objetivo a nivel institucional de generar, atraer y retener el talento adecuado que ofrezca los servicios con calidad y calidez a sus socios.

### **Preferencias, Comportamientos y Motivadores de los Candidatos en Busca de Empleo**

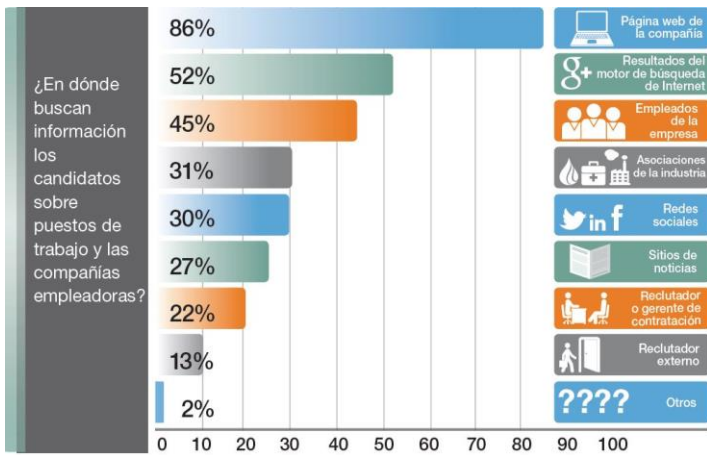
De acuerdo a la encuesta de Manpowergroup:

- Nueve de cada 10 candidatos (86%) siguen utilizando páginas web empresariales como su principal fuente de información.

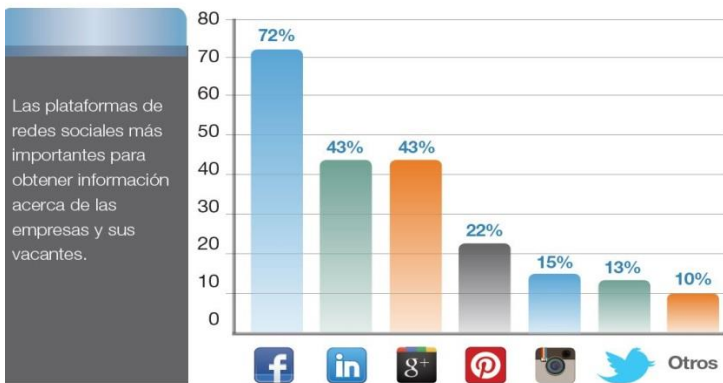


## **Dirección de Comunicación e Imagen Institucional**

[www.cpm.coop](http://www.cpm.coop)



- **La influencia de las redes sociales va a la alza.** Casi un tercio de los candidatos utilizan las redes sociales para recopilar información sobre una organización o posición disponible. Los sitios web más populares para esta actividad incluyen Facebook, LinkedIn y Google+, respectivamente.



- Las entrevistas personales siguen siendo la forma preferida (72%) en donde se opta que sea con el director de recursos humanos, seguido por entrevistas telefónicas (16%), entrevistas grupales (8%) y entrevistas vía Skype (2%).



**Dirección de Comunicación e Imagen Institucional**