

Universidad Siglo 21



Trabajo Final de Grado

Manuscrito Científico

Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos

Imagen de la empresa: El desafío de atraer y retener Millennials.

Company's Image: The Challenge of Attracting and Retaining Millennials.

Ferrucci Pizarro, María José.

Legajo: RHU02648.

Tutora: Rinconez, Daniela.

Córdoba, noviembre 2022.

Agradecimientos

A mis padres por su esfuerzo puesto en mí y su amor incondicional.

A mis hermanos por estar siempre a mi lado y ser mi sostén.

A mi tío y mi abuela, por confiar en mí y siempre motivarme a superarme cada día.

A mis amigas y a todas las personas que me acompañaron a lo largo de la carrera.

Resumen

El presente manuscrito científico tuvo por objetivo indagar acerca de las estrategias de atracción y retención de talentos de la “generación y” que tienen determinadas pymes de la ciudad de Córdoba, y su relación con la imagen de la empresa y su marca empleadora. Se realizó una investigación de tipo exploratorio, con un diseño no experimental y transversal. El instrumento que se utilizó fue el de entrevista en profundidad a diferentes gerentes de recursos humanos. Los resultados indicaron que la mayoría de las organizaciones tienen conocimiento acerca del impacto que tiene la construcción de la imagen de la empresa, por parte de los jóvenes millennials a la hora de atraer y retener talentos. Sin embargo, son pocas las organizaciones que realizan acciones concretas para hacer frente a esta situación. En otras palabras, las redes sociales y las nuevas tecnologías son vistas por las organizaciones como meros instrumentos de reclutamiento de personal, dejando de lado el impacto que estas tienen en las nuevas generaciones al momento de decidir si quieren formar parte de la empresa. En conclusión, es de suma importancia que las organizaciones conozcan cuál es su situación frente a los candidatos, para poder diseñar estrategias eficientes en relación al proceso de atracción y retención de talentos.

Palabras claves: Marca empleadora, Atracción y Retención, Imagen de la empresa, Generación Y o Millennials.

Abstract

The objective of this scientific manuscript was to inquire about the strategies of attraction and retention of talents from the "y generation" that certain PyMes from Córdoba city have, and about their relationship with the image of the company and their employer's brand. Exploratory research was made with a non-experimental and transversal design. The tool that was used was an in-depth interview to different human resources managers. The results indicated that most of the organizations know about the impact that the construction of the company's image has on young millennials when it comes to attracting and talent retaining. However, few organizations take concrete actions to face this situation. In other words, social media and new technologies are seen by organizations as simple personal recruitment tools, setting aside the impact they have on the new generations when deciding if they want to take part the company. In conclusion, it is highly important that organizations recognize which is their situation against candidates thus the organizations can design efficient strategies related to the attraction and talent retention process.

Keywords: Employer branding, Attraction and Retention, Company's image, Generation Y or Millennials.