



# Engineering TALENT DAY

Guía para desarrollar el evento

TFM PROFESIONAL ADSCRITO AL MÁSTER GESTIÓN Y  
DESARROLLO DE PERSONAS Y EQUIPOS EN LAS  
ORGANIZACIONES

**PRESENTADO POR:  
CARLA DE LORENZO MARTÍNEZ  
JUDIT LOZANO GASCÓN**



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA



*"Los seres humanos necesitamos cariño, aquí, en África y en Oceanía. La gente quiere sentirse útil, sentir que lo que hace es importante. Es fundamental que las personas que trabajan para ti sientan que están siendo valoradas y que tienen un proyecto por delante que les gusta. Yo creo que los jóvenes valoran más trabajar en un proyecto ilusionante que el salario puro y duro. Por supuesto, se mira el factor económico, pero es una motivación totalmente diferente. "*

*C.M.*

## **AGRADECIMIENTOS**

---

A Javier Crespo, por su disponibilidad y paciencia.

Por toda la ayuda, aportaciones y orientaciones.

A la Consultoría X, por su confianza. Por toda la fe puesta en nosotras  
y por contribuir a nuestro desarrollo profesional y personal.

## Aclaraciones acerca del trabajo

El presente trabajo se ha realizado en colaboración con una empresa particular que ha querido mantener su identidad oculta, por lo que a lo largo de su desarrollo se hará referencia a ella como empresa X. En este documento encontraremos un guion para organizar un *Talent Day*, que llevará a cabo dicha empresa a inicios del año lectivo 2017-2018 en una Universidad Tecnológica catalana con la que tienen relación. El evento ha sido planeado para estas fechas debido a la necesidad de organización y planificación del mismo, y a la coordinación con la facultad. Irá dirigido a estudiantes de ingeniería que estén cursando su tercer o cuarto curso en el grado. A pesar de que el *Talent Day* está pensado para llevarlo a cabo en una universidad en particular, puede ser replicable a otros centros de estudios que también impartan ingenierías.

## RESUMEN EJECUTIVO

### ¿En qué consiste el *Engineering Talent Day*?

---

El *Talent Day* es un evento diseñado específicamente para ayudar a futuros/as ingenieros/as a conocer mejor el mercado laboral y su acceso a él, así como reportar un claro beneficio a la consultoría de selección que lo organiza cumpliendo sus objetivos planteados (posicionamiento como consultoría de selección referente, incremento de un 30% de seguidores en sus redes sociales e incremento de un 20% de candidatos/as juniors en la base de datos). El evento consiste en el desarrollo de una jornada en una universidad dónde los estudiantes tendrán la oportunidad de realizar speed interviews; asistir a conferencias impartidas por profesionales del sector en las que podrán conocer a la empresa organizadora, recibir información sobre el mercado actual y futuras novedades y tendencias de la ingeniería, así como aquellos tips más importantes y necesarios para la creación de currículos, el uso de las plataformas de empleo y la optimización de sus perfiles en ellas; por último, podrán participar en una dinámica grupal.

### ¿Cuál es la inversión a realizar?

---

Tras sumar los costes fijos del desarrollo del evento (los/las consultores/as, la impresión de carteles, la contratación de servicio audiovisual, etc.) junto a los costes variables como es el merchandising y la dinámica grupal, se necesitan aproximadamente 1.340€.

### ¿Cuándo se llegará al punto de equilibrio y qué resultados económicos se obtendrán?

---

Al umbral de rentabilidad se llegará a largo y no a corto plazo. Es cierto que parte de los objetivos del evento sí que se prevén alcanzar de forma rápida, como es el incremento de la base de datos y de seguidores en las redes sociales, pero el retorno económico de la inversión no se producirá hasta que como mínimo uno de los CV recibidos encaje en un proceso de selección de la empresa, este retorno no solo será positivo sino que generará ganancias notablemente superiores a la inversión.

## ¿Qué equipo llevará a cabo el evento?

---

El Talent Day ha sido diseñado por dos estudiantes de máster y en su aplicación participará parte del equipo de la consultoría, formado por una de sus cofundadoras, la directora ejecutiva, el director de RRHH, un asesor técnico y diversos recruiters.

## ¿Por qué creemos que tendrá éxito?

---

Tras la investigación de mercado realizada consideramos que el evento puede resultar muy interesante para los/las estudiantes y que los temas propuestos para las conferencias tienen un alto valor y atractivo. La empresa se siente altamente identificada y comprometida con el evento, y tras el cálculo hipotético del retorno de la inversión hemos podido observar que es rentable. Por todo ello, consideramos que el *Talent Day* tendrá éxito y será bien acogido por los/las futuros/as ingenieros/as.

**Palabras clave:** Gestión del Talento, Mercado Laboral, Ingeniería, Talent Day, Competencias, Ingenieros/as.

# Executive Summary

## What is the Engineering Talent Day?

---

The *Talent Day* is an event designed specifically to help future engineers better understand the labour market and it's access to it, as well as to report a clear benefit to the selection consultancy that organizes reaching its stated objectives (positioning as referential selection consultancy, increase of 30% of followers in their social networks and increase of 20% of junior candidates in their database). The event consists of the development of a day at a university where students will have the opportunity to perform speed interviews; attend to conferences given by professionals in the sector in which the students will be able to meet the organizing company, receive information about the current market and future developments and trends in engineering, as well as those most important and necessary tips for creating resume ,

the use of the employment platforms and the optimization of their profiles in them; finally, they can participate in a group dynamics.

### What will be the investment?

---

After adding the fixed costs of the event development (consultants, poster printing, contracting of audiovisual service, etc.) together with variable costs such as merchandising and group dynamics material, the total cost of the event will be approximately 1,340 € .

### When will the equilibrium point be reached and what economic results will be obtained?

---

The threshold of profitability will be reached in long and not short-term. It is true that part of the objectives of the event are expected to be achieved quickly, as is the increase of the database and followers in social networks, but the economic return of the investment will not be done until at least one of the CVs received fit into a selection process of the company, this return will not only be positive but will generate gains significantly superior to the investment.

### What team will carry out the event?

---

*Talent Day* has been designed by two master's students and in its application will participate part of the consulting team, formed by one of its co-founders, the executive director, the HR director, a technical advisor and several recruiters.

### Why do we think it will be successful?

---

Following the market research carried out we consider that the event can be very interesting for the students and that the topics proposed for the conferences have a high value and attractiveness. The company feels highly identified and committed with the event, and after the hypothetical calculation of the return on investment we have seen that it is profitable. Therefore, we believe that the *Talent Day* will be successful and will be well received by the future engineers.



**Keywords:** Talent management, Labour Market, Engineering, Talent Day, Competences, Engineers.



# ÍNDICE

I – INTRODUCCIÓN.....	9
II - OBJETIVOS .....	10
III - INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA .....	10
IV- MARCO TEÓRICO .....	11
4.1 GESTIÓN DEL TALENTO .....	11
4.1.1 FASES DE LA GESTIÓN DEL TALENTO .....	13
4.1.2 EXPERIENCIA DEL CANDIDATO EN LA FASE DE ATRACCIÓN DEL TALENTO .....	16
4.2 MERCADO LABORAL DE INGENIERÍA .....	18
4.3 COMPETENCIAS.....	21
V - METODOLOGÍA.....	25
VI - DESARROLLO DEL TALENT DAY.....	26
6.1 QUÉ ES UN TALENT DAY .....	26
6.2 PROGRAMACIÓN DEL ENGINEERING TALENT DAY .....	27
VII - PLAN DE COMUNICACIÓN .....	31
VIII - COSTES .....	34
8.1 DESGLOSE DE LOS COSTES .....	34
8.2 RETORNO DE LA INVERSIÓN .....	37
X - CONCLUSIÓN Y ASPECTOS DE MEJORA.....	44
XI- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46
XII- ANEXOS .....	49
ANEXO 1. ENCUESTA REALIZADA .....	49
ANEXO 2. LOGO DISEÑADO PARA EL EVENTO. ....	49
ANEXO 3. CARTEL DISEÑADO PARA EL EVENTO. ....	50



## I – INTRODUCCIÓN

Desde hace unos años atrás podemos decir que vivimos en una época de cambio e incertidumbre, el mundo está cambiando a nivel político, empresarial e incluso las vidas personales de todos nosotros distan mucho de otros períodos anteriores. Y es en este momento cuando las organizaciones y las personas debemos adaptarnos al cambio y hacer uso de él como motor de oportunidades, superando las dificultades y transformándolo en crecimiento y ocasión de mejora.

El éxito de las organizaciones, y por tanto, la adaptación al cambio se hallan determinados por la calidad y disposición de su capital humano y la flexibilidad e innovación, para alcanzar este triunfo es necesario un enfoque de RRHH (Recursos Humanos) basado en este capital. Un enfoque que gestione a las personas de forma contribuidora para conseguir los objetivos estratégicos (Ernst&Young Consultores, 2011).

Una de las fundadoras de la empresa referenciada a lo largo del trabajo siempre dice que todas las organizaciones deberían tener mentalidad Start Up, todas las empresas deberían tener una sensibilidad especial y la capacidad de encontrar y ofrecer soluciones de forma diferente allí dónde el resto ven dificultades. En una entrevista para un periódico nacional dijo que dedicarse a la selección y al reclutamiento para encontrar empleo a los demás es la necesidad de necesidades y la solución de soluciones. Poniendo de manifiesto la importancia de lograr hacer que el negocio de la selección sea rentable de forma innovadora y otorgando la consideración que merece el capital humano.

¿Pero por qué dicha empresa se dedica únicamente a la búsqueda de ingenieros/as? A la hora de su creación ambas fundadoras vieron la gran necesidad de demanda que había en el mercado de estos perfiles y decidieron especializarse. Consideran que los ingenieros y las ingenieras están cambiando la situación del empleo, su carencia está causando un cambio del modelo económico y de la generación de empleo, está marcando una nueva economía de futuro. Para ellas es hora de dar la varita de mando

a la innovación en el modelo económico, que el empleo no solo se alimente de aquellos sectores en los que prima la mano de obra intensiva y que se potencien e intensifiquen políticas para incentivar las nuevas tecnologías y la alta cualificación de nuestros y nuestras profesionales.

## II - OBJETIVOS

El presente proyecto consta de un objetivo general, la realización y desarrollo de un manual que guíe en la organización e implementación de un *Engineering Talent Day* en una Universidad, enfocado a los futuros y futuras ingenieros e ingenieras, para así ayudarles en su inserción al mundo laboral.

Por otro lado, el trabajo tiene dos objetivos específicos unidos al anterior, contruidos para aportar un beneficio a la empresa. Queremos dar a conocer y posicionar la empresa X como consultoría referente a nivel nacional en la selección y reclutamiento de ingenieros/as, perfiles técnicos y perfiles tecnológicos. Por lo que, a través de este evento pretendemos aumentar los seguidores de las redes sociales de la consultoría en un 30%. Además el *Engineering Talent Day* pretende ser una acción para ampliar el número de candidatos y candidatas juniors en la base de datos de la empresa, teniendo como objetivo el incremento de un 20% de estos candidatos y candidatas en la base de datos.

## III - INFORMACIÓN SOBRE LA EMPRESA

X es una consultoría de Recursos Humanos especializada en la búsqueda y selección de perfiles de ingeniería, técnicos y tecnológicos, para todos los ámbitos y sectores a nivel nacional e internacional. Como son la Ingeniería Civil y de la Construcción o el sector de las Tecnologías de la Información y los Medios de Comunicación.

X es una empresa joven y dinámica fundada por dos emprendedoras senior con una larga trayectoria y experiencia en el mundo de los recursos humanos. Sus oficinas están localizadas en Barcelona y Manresa, pero X ofrece servicio a empresas

pertenecientes a todo el ámbito nacional e incluso a compañías internacionales que necesitan cubrir demanda de empleo fuera de España.

A pesar de su juventud, fue fundada a finales del año 2015, está consolidándose en el mercado como una consultoría potente y con un gran crecimiento, muestra de ello es el aumento de su plantilla durante los últimos meses. Su misión es lograr el “match” perfecto entre las necesidades de sus clientes y las aspiraciones de los/as candidatos/as contribuyendo así al éxito de su relación profesional. Para alcanzar esta misión han creado una propuesta de valor diferencial basada en la especialización, la efectividad, el networking internacional, la optimización y la personalización.

La consultoría X se define como una empresa de servicio que cree en las personas de su equipo como factor clave de su éxito. A finales de 2016 la empresa hizo balance y presentó los nuevos objetivos tanto grupales como individuales que el equipo debe alcanzar durante el año 2017, dichos objetivos son diversos pero entre ellos hay uno común: que la empresa continúe creciendo y se posicione como uno de los referentes más reconocidos en el sector. A raíz de esta necesidad surgió la idea de realizar y entregar el presente trabajo a la empresa como propuesta de valor para alcanzar paulatinamente su objetivo.

## **IV- MARCO TEÓRICO**

### **4.1 GESTIÓN DEL TALENTO**

Uno de los grandes retos actuales de las empresas y organizaciones es la gestión del talento, desde hace unas décadas se ha convertido en una capacidad y un sistema organizativo imprescindible para las organizaciones y su éxito. Incluso podemos atrevernos a decir que este conjunto de políticas, prácticas y conceptos es esencial para la supervivencia de las organizaciones, ya que el talento es el patrimonio humano necesario para las empresas. Lynne (2005) considera que cualquier persona con talento es aquella que tiene la capacidad de producir una diferencia significativa entre el rendimiento actual y el rendimiento futuro de la organización.

Villena, González y Gallego (2016) definen esta gestión como una nueva forma de abordar las funciones de recursos humanos que pretende seleccionar a la persona adecuada para el trabajo adecuado en el momento adecuado. En este mismo artículo podemos encontrar citado a Perrin (2005) indicando que la identificación del talento se ha convertido en uno de los principales retos de la gestión de RRHH.

Al Ariss, Cascio y Paauwe (2014) hablan de la gestión como el conjunto de actividades y procesos que involucran la identificación sistemática de posiciones clave que contribuyen de forma significativa al sostenimiento de ventajas competitivas de la organización, el desarrollo de un banco de talento de altos potenciales para cubrir esos roles y el desarrollo de una arquitectura diferenciada de recursos humanos para facilitar la cobertura de esas posiciones. Para Chiavenato (2009), el capital intelectual es el más valioso de todos y define la gestión del talento como contingente y situacional, ya que depende de ciertos aspectos como es la cultura de la organización. Además indica que la gestión del talento está basada en tres aspectos fundamentales: considerar a los seres humanos como tal, dotados de personalidad, capacidades, conocimientos...; saber que las personas son activadores inteligentes de los recursos organizacionales y no agentes pasivos; y entender que los trabajadores son socios de la organización ya que invierten esfuerzo, responsabilidad, dedicación, compromiso, etc.

Para identificar el talento en una organización es necesario reconocer las áreas de talento clave que tiene la organización, identificar las personas que constituyen su talento, atraer e incorporar personas con talento externas a la organización y realizar actividades de desarrollo del talento para cubrir todas las necesidades, reteniendo el talento y aumentando el compromiso de personas claves con la organización para que asuman funciones más importantes (Cubbingham, 2007 citado en Villena, González y Gallego 2016). Las empresas deben identificar, atraer y retener al mejor talento disponible, entendiendo los factores clave para motivar a los empleados y maximizar su rendimiento.

#### 4.1.1 FASES DE LA GESTIÓN DEL TALENTO

Aunque a la hora de definir las áreas del talento puedan existir diferencias, muchos autores coinciden en nombrar algunas en particular. Por ejemplo, Kehinde (2012) establece que las estrategias de gestión del talento se centran en cinco áreas fundamentales: atracción, selección, identificación, desarrollo y retención de empleados. El I Barómetro de la Organización Internacional de Directivos de Capital Humano (DCH) sobre gestión del talento en España, defiende que la gestión del talento comprende cuatro dimensiones: atracción, vinculación, desarrollo y desvinculación.

Para el desarrollo teórico del presente apartado, hemos decidido basarnos en los resultados del Barómetro de DCH, aunque sólo haremos referencia a las tres primeras áreas, debido a la relevancia que tienen dentro de los procesos de selección. A continuación encontraremos una serie de autores que definen cada una de las dimensiones nombradas, todos los autores y autoras citados han sido extraídos del Barómetro.

**Atracción.** La atracción incluye las áreas de Reclutamiento y Selección, Interim Management, Programa de Jóvenes Talentos, Employer Branding y Gestión de la Diversidad. Seguidamente mostramos una breve descripción de dichas áreas:

- Reclutamiento y selección. El Reclutamiento se define como el proceso de atraer personas con el perfil adecuado, en número suficiente y con las actitudes y aptitudes demandadas y estimularlos para que soliciten empleo en la organización. Es decir, es el proceso que transcurre entre la decisión de solicitar una posición y encontrar la persona que cumple el perfil y reúne las condiciones. En cuanto a Selección, se refiere al proceso de elegir entre los candidatos que cumplen el perfil. Las fuentes usadas para el reclutamiento varían en función del tipo de perfil; así si buscamos perfiles juniors haremos uso de Job Sites, el middle management es reclutado mediante LinkedIn mayoritariamente y, por último, los perfiles directivos se buscan mediante headhunting.

- Interim Management. Consiste en la identificación de profesionales con dilatada experiencia en dirección y gestión que se incorporan de forma externa a una empresa para llevar a cabo una misión ejecutiva muy concreta durante un plazo de tiempo determinado y con unos objetivos previamente definidos.

- Programa de Jóvenes Talentos. Aquellos cuyo objetivo es atraer y gestionar el talento para desarrollar personas en línea con los valores de las empresas, para alinear las nuevas incorporaciones con los pilares básicos de la filosofía de la empresa (pasión, compromiso, etc.). Es decir, es una herramienta de identificación, formación y acceso de talento joven a las compañías.

-Employer Branding. Práctica para que las organizaciones logren una buena imagen pública que capte la atención y atracción del mejor talento disponible en el mercado, y así mejorar el posicionamiento de la empresa, la productividad y su rentabilidad. Dicha estrategia quiere apoyar la construcción de la marca para que sea reconocida como buen empleador, tanto para los empleados actuales como para los futuros talentos (Amago, 2015). La marca de la empresa es uno de los factores principales que hacen de la compañía un lugar atractivo para trabajar. La mayoría de empresas plantean su estrategia de Employer Branding mediante el uso de las Redes Sociales (RRSS) y las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), mostrando una clara tendencia hacia ellos para construir la imagen de marca y atraer al mejor talento.

- Gestión de la Diversidad. Estrategia integral basada en la creación de una plantilla caracterizada por la diversidad multicultural y multidisciplinar en la organización, teniendo en cuenta que esta diversidad debe gestionarse de forma adecuada para evitar conflictos, y potenciar su contribución. (Instituto Europeo para la Gestión de la Diversidad, 2016).

**Vinculación**. Esta dimensión consiste en motivar y comprometer al empleado con la organización; alineándolo así con los objetivos y cultura de la empresa y facilitando la alineación con la misma. Dentro de ella se analiza el proceso mediante el cual conseguimos comprometer al talento con la empresa a través de: Programas de

On-boarding/Inmersión, Gestión del Compromiso, Sistemas de Compensación y Gestión de la Experiencia del Empleado.

- Programas On-boarding/Inmersión. Son aquellos en los que el nuevo empleado adquiere los conocimientos, habilidades y competencias necesarias para un ingreso efectivo y eficaz a la organización; clarificando así su rol y lo que se espera de él desde el principio (Chávez, 2016).

- Gestión del Compromiso. Estrategia que proporciona a los empleados las condiciones óptimas para hacer bien su trabajo y que tiene como objetivo que estos se sientan identificados con las metas de la organización y motivados a contribuir con su éxito (Engage for Success, 2016). Se considera clave la participación de los líderes en la Gestión del Compromiso del empleado (Peñalver, 2016).

- Sistemas de Compensación. La compensación es la totalidad de los ingresos que se proporciona a los empleados a cambio de sus servicios, teniendo como propósito la atracción, retención y la motivación de los mismos (Mondy y Noe, 2005). Los criterios básicos de la política de compensación son: la equidad, competitividad y el desempeño, por lo que se suelen alinear las políticas de compensación con la estrategia de la organización (Informe Cranet ESADE, 2016).

- Sistemas Retributivos Variables. Es un sistema que tienen como finalidad principal motivar a las personas a que se esfuercen por hacer mejor su trabajo y conseguir así mejores resultados, rendimiento y compensaciones (Maella, 2012).

-Gestión de la Experiencia del Empleado. Identificar las vivencias del empleado, conocer sus deseos y necesidades. Es importante tener en cuenta dos aspectos: el empleado en su relación con la empresa, incorporación, evaluación del desempeño y promociones; y el empleado en su vida personal, aquellos momentos de su vida que impactan el ámbito profesional (Revilla, 2015).

**Desarrollo.** La investigación estudia cómo podemos cambiar el comportamiento de los empleados para maximizar el compromiso, el desempeño y mejorar su rendimiento.

Los temas que se tratan en ella son: la Carrera profesional, la Formación, la Gestión del Desempeño y el Estilo de Liderazgo.

- Programas de High Potential. Son aquellos utilizados para contribuir al desarrollo de empleados de alto potencial. Es decir, aquellos que son considerados como los más ágiles para aprender, con valores cercanos a los de la empresa y con posibilidad de ascender en un corto plazo de tiempo (HR Focus, 2015).

- Formación. Desarrollo de nuevas capacidades para mejorar y aumentar los conocimientos, las actitudes y aptitudes de las personas (Chiavenato, 1988).

- Plan de Carrera. Secuencia de actividades o pasos para brindar continuidad, orden y significado a la trayectoria profesional del talento. Son un medio para impulsar la carrera de los empleados según sus habilidades, y establecer una ruta específica de Desarrollo Profesional para el futuro cercano (Ahmed y Kaushik, 2015).

- Gestión del Desempeño. Establece una conexión entre la estrategia y la cultura de una organización y su capacidad para gestionar el desempeño de los empleados para conseguir un mayor impacto en los resultados de negocio” (Hay Group, 2010). La Gestión del Desempeño no es solo la revisión anual del rendimiento, sino la identificación de las fortalezas y debilidades (áreas de desarrollo) del empleado para ayudarles a ser más eficaces y para crecer profesionalmente. Sirve para trabajar con la vista puesta en el futuro desde lo que se ha conseguido en el pasado.

- Liderazgo. Capacidad que se tiene para conducir a un grupo con la finalidad de alcanzar un objetivo que conlleve al bien común.

#### **4.1.2 EXPERIENCIA DEL CANDIDATO EN LA FASE DE ATRACCIÓN DEL TALENTO**

Cuando hablamos de experiencia del candidato debemos cuestionarnos una pregunta, ¿Hacen todo lo posible los reclutadores y reclutadoras a la hora de gestionar la experiencia de sus candidatos/as o por no prestar la suficiente atención a esta parte tan importante del proceso, dejan que el talento se pierda?



¿Pero qué es la experiencia del candidato o candidate experience? Cuando hablamos de ella, estamos hablando de la experiencia como sentimiento. Es decir, hacemos referencia a cómo se han sentido los candidatos y candidatas después del proceso de selección, al sentimiento que tienen tras haber recibido un trato que no siempre es adecuado. Por tanto, esta experiencia se da desde el momento inicial del proceso, desde el primer contacto en relación a la oferta hasta el momento final de incorporación o finalización. No podemos convertir el proceso de selección en algo mecánico y automatizado, en algo despersonalizado.

Como consultores/as y headhunters nuestra obligación es hacer que los profesionales que buscan empleo se sientan siempre cómodos durante toda la fase, debemos mantener una comunicación activa en todo momento y hacer que su experiencia sea la mejor posible, sino perderemos ese talento que tanto necesitan las empresas. Para nosotros los candidatos y candidatas deben ser considerados nuestros clientes, por ello debemos ofrecerles un producto (proceso) de calidad y la mejor atención posible de todas para lograr su máxima satisfacción, traducida en una buena experiencia.

Un estudio publicado por CareerBuilder en junio de 2017, realizado a más de 4.512 trabajadores en EEUU, recoge datos sobre la experiencia del candidato. En sus resultados muestra cómo cuatro de cada cinco candidatos/as (un 78%) señalan que su experiencia general en el proceso es un indicador directo de cómo la compañía valora a sus empleados, demostrando así la importancia de tener una buena experiencia. Este mismo estudio recoge que el 78% de los reclutadores/consultores consideran que mantienen una buena comunicación a lo largo de todo el proceso, sin embargo, solo un 47% de los candidatos y candidatas consideran que esta comunicación es buena en todas las fases. Además un 73% de los encuestados consideraron el proceso de búsqueda de empleo como una de las cosas más estresantes de la vida.

Dentro de dicho estudio una de las preguntas que se realizó era para averiguar cómo mejorar la experiencia. El 83% respondieron que esta mejoraría mucho si se

establecieran expectativas claras del proceso de contratación, por ejemplo, con un calendario y si la comunicación fuese de forma más regular. Así mismo, un 52% indicó que lo que más frustración causa durante el proceso es la falta de respuesta de los empleadores y empleadoras.

En suma, preocuparse por los candidatos y hacer que su experiencia sea la mejor posible de todas, es un claro ejemplo de Employer Branding, ambas cosas van de la mano. Ante un proceso de selección los candidatos y candidatas siempre deben recibir feedback y mantener la comunicación en todo momento, deben conocer las decisiones del proceso y las explicaciones, deben recibir siempre respuesta. ¿Cómo podemos mejorar entonces esta experiencia? La respuesta es sencilla: feedback, comunicación e información, y pensar en los candidatos y candidatas como clientes/as que debemos cuidar.

## 4.2 MERCADO LABORAL DE INGENIERÍA

Todas las fuentes de comunicación e información, ya sean especializadas en ingeniería y tecnología o generales, destacan y consensuan que en 2017 los ingenieros e ingenieras son uno de los perfiles más buscados y demandados por las empresas.

Según el estudio publicado por L'Observatori de l'Enginyeria en julio de 2017, en el que se realizó una encuesta a 1.000 ingenieros/as y 500 empresas, la población actual de ingenieros/as en Catalunya es de 117.000, de los cuales 107.500 se encuentran en edad de trabajar y los 9.500 restantes están jubilados. De estos 107.500 ingenieros/as, el 94% se encontraban en situación laboral activa en 2016, un 2% seguía estudiando y el 4% restante estaban en el paro. A finales de 2016 el Consejo General del Colegio de Graduados de la Ingeniería de la Rama industrial e Ingenieros Técnicos Industriales de España (COGITI), junto a la consultora HAYS publicaron el "Informe sobre la situación laboral de los Graduados en Ingeniería de la rama industrial 2016 y perspectivas para el 2017", en dicho informe se recoge que existen dos tipos de ingenieros/as en paro según el tiempo que llevan desempleados: algo más de un tercio (34%) de los ingenieros encuestados llevan desempleados menos de 6 meses mientras que otro tercio (32%) lleva más de dos años.

Durante el año 2016, en Cataluña, 15'6 de cada 1.000 personas eran ingenieros/as. Del total de ingenieros/as en Catalunya, el 69% son titulados/as en Ingeniería Industrial o en Ingeniería de Telecomunicaciones. En la actualidad, solamente un 10% de empresas tiene contratado a un/a ingeniero/a, pero según el estudio, un 71% de las empresas encuestadas prevé contratar un 25% más de ingenieros/as en los próximos diez años. Por lo que el mercado laboral de ingenieros/as de Cataluña, formado mayoritariamente por PIMEs, aumentará en el futuro (Observatori de l'Enginyeria, 2017).

Otro estudio realizado en 2016 por la Universidad de Oxford concluye que durante los próximos veinte años unos 700 profesionales serán sustituidos por máquinas, causando así la desaparición y desempleo de ciertas profesiones. Pero a la vez surgirá la necesidad de creación de otras todavía aún inexistentes, esta afirmación también podemos encontrarla en el Barómetro de Empleabilidad y Empleo de los Universitarios en España (2015), sus autores indican que a pesar de lo alarmantes que puedan resultar estas cifras, hay que mirarlás desde todas las perspectivas ya que si bien es cierto que habrá posiciones que desaparezcan, la automatización de procesos crearán muchas nuevas posiciones.

Randstad Research publicó en 2016 un informe anual sobre la flexibilidad laboral y el empleo, en el que se prevé que antes de 2021 la automatización de procesos habrá generado 1.250.000 nuevos puestos de empleo. 390.000 pertenecerán al ámbito STEM (siglas en inglés de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas), otras 690.000 posiciones darán soporte de forma directa a las de STEM e incluso dicha automatización generará otros 168.000 puestos de empleo de forma indirecta. Randstad Professionals también ha publicado un informe en 2017 donde se analizan los perfiles de responsabilidad que buscan las compañías, las competencias más valoradas y que sectores impulsarán la creación de nuevos empleos. Dentro de estas nuevas posiciones destacan todas aquellas unidas a la digitalización, los perfiles tecnológicos son los más solicitados actualmente, entre ellos destacaban que en 2017 los profesionales más demandados serían los ingenieros/as, profesionales del sector IT y especialistas en Big Data.

La tecnología y, sobre todo, la digitalización se han convertido en los pilares del empleo y la economía. El informe del COGITI 2016, mencionado anteriormente, concluye que en el sector industrial y de la ingeniería hay muy buenas perspectivas de crecimiento de empleo, sobre todo en la rama industrial, sin embargo, esto difiere con la dificultad que tienen las empresas para encontrar el talento que necesitan. Es decir, el mercado para la ingeniería cada vez es más competitivo y complejo para los ingenieros/as que demandan empleo, las empresas no paran de solicitar ingenieros/as y las expectativas de contratación para los próximos años son muy alentadoras para todos los profesionales del ámbito STEM, pero existe una dificultad a la hora de encontrar el talento adecuado.

Según Cañete (2013) algunos de los retos con los que se puede encontrar un reclutador a la hora encontrar talento en el ámbito de la ingeniería pueden ser:

**Mercado muy competitivo:** hay una gran demanda de este tipo de profesionales, por lo que estamos ante un mercado extremadamente dinámico. La competencia es feroz y aunque esto genera mucha movilidad también provoca que los/las candidatos/as no permanezcan mucho tiempo en desempleo o que sus condiciones de trabajo sean muy buenas y no estén interesados/as en un cambio.

**Consultorías IT:** hay un gran número de consultorías IT en España, en línea con la gran demanda de profesionales de IT. Esto provoca que haya más competencia por los candidatos/as, y que sea más difícil retener al personal. Estas agencias también son capaces de especializarse en perfiles técnicos.

**Comprensión:** puede ser difícil saber qué tipo de desarrolladores se requieren realmente. Es mucho más que la búsqueda de una palabra: se necesita entender la tecnología y el papel de cada posición.

**Desajuste:** entre las habilidades que tienen los profesionales y las habilidades requeridas por las empresas, por ello los ingenieros/as son unos de los perfiles que durante toda su trayectoria profesional se encuentran siempre en formación continua.

Además de estos retos, se deben tener en cuenta ciertas características sobre el mercado laboral y también de los/las ingenieros/as. Como por ejemplo, que las

condiciones laborales o un salario inadecuado son motivos por los que los ingenieros e ingenieras rechazan ofertas de empleo, así como la cercanía del lugar de trabajo, las medidas de conciliación laboral de la empresa actual (poniendo de manifiesto la importancia que tienen) o la estabilidad de la empresa y/o del contrato. Por otro lado, las razones principales por las que los/las ingenieros/as deciden cambiar de trabajo son principalmente aspectos como el desarrollo profesional o la obtención de unas mejores condiciones laborales.

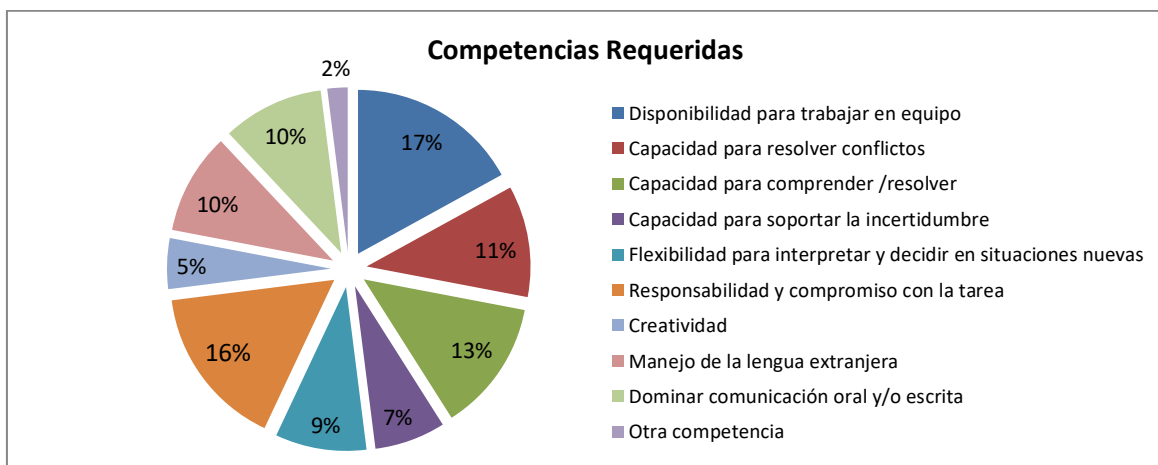
### 4.3 COMPETENCIAS

¿Qué son las competencias? En 1973 David McClelland habló de competencias por primera vez dentro del marco de las organizaciones y la psicología del trabajo, aunque no fue hasta unos años más tarde cuando se introdujo el término dentro del mundo laboral, ayudando a las organizaciones a ser más competentes y abiertas gracias a la valoración de habilidades individuales que fomentan el éxito y la adaptación. Han pasado ya muchos años desde ese primer concepto de competencia y a pesar de ello sigue sin haber una única definición o línea que lo defina claramente, son muchos los autores que han aportado su aproximación conceptual y definición. Entre ellos Lévy-Leboyer, una de las más conocidas, definió en 2001 las competencias como repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, y que las hace eficaces en ciertas situaciones determinadas. Señalando también que son algo fácil de describir y de demostrar, y sin embargo, muy difícil de enseñar de forma escrita o verbalizar.

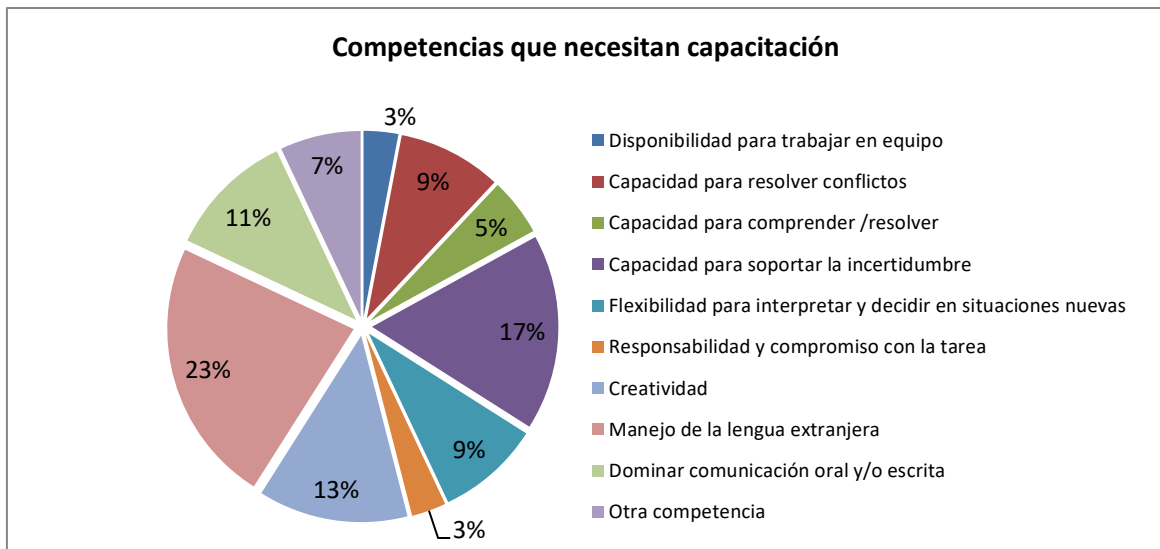
Tras esta breve introducción del concepto de competencias, el objetivo de este apartado es conocer cuáles son las que el mercado demanda a los ingenieros e ingenieras, y que por tanto deberían tener. Para ello vamos a realizar una pequeña revisión y comparación de diferentes artículos y estudios que han investigado sobre qué competencias deben tener los titulados y las tituladas en ingeniería para acceder a los puestos, es decir, ¿qué es aquello que se les suele reclamar normalmente a nivel de perfil? Como premisa y bajo nuestra propia experiencia personal como consultoras para el mundo de la ingeniería, destacamos que las empresas reclaman profesionales con competencias muy altas de comunicación en varios idiomas, principalmente en

inglés y también en alemán para ciertos sectores como es el automovilístico debido al gran número de compañías alemanas que hay en el sector. Además deben tener otras competencias como son el trabajo en equipo, la capacidad para tomar decisiones, habilidades analíticas, etc.

Gamondès, Jover, Napolo, Verde y Casanovas (2009), afirman que un currículum universitario valioso es aquél que se adapta y ajusta a las necesidades y requisitos del mundo laboral. Por ello, realizaron un estudio en la Universidad de Buenos Aires para conocer cuáles eran las competencias necesarias que debían tener los ingenieros/as mecánicos/as, de Sistemas de la Información e Informáticos/as para poder cumplir con los requerimientos del mundo laboral. Crearon un cuestionario que establecía las áreas de conocimiento más demandadas por las empresas, las competencias efectivas y las competencias necesarias para mejorar la situación laboral. Los resultados del estudio concluyeron que las competencias más demandadas para los ingenieros/as en Argentina son las siguientes: disponibilidad para trabajar en equipo, capacidad para resolver conflictos, capacidad para comprender/resolver, capacidad para soportar la incertidumbre, flexibilidad para interpretar y decidir en situaciones nuevas, responsabilidad y compromiso con la tarea, creatividad, manejo de la lengua extranjera y dominio de la comunicación oral y escrita. Podéis observar dichos resultados sobre las competencias requeridos en el gráfico 1 y aquellas competencias que es necesario capacitar en el gráfico 2 que mostramos a continuación.



*Gráfico 1. Competencias requeridas en la ocupación actual. Extraído de Requerimientos y competencias para la formación de ingenieros (2015, pág.7).*



*Gráfico 2. Competencias en las que necesita capacitarse para mejorar la situación laboral actual. Extraído de *Requerimientos y competencias para la formación de ingenieros* (2015, pág.8).*

En 2004 Marzo, Pedraja y Rivera realizaron un estudio de mercado en la Universidad de Zaragoza, en el que se ponía en manifiesto la necesidad de tener una base común en la formación de los universitarios/as europeos/as. Destacando cuales eran aquellas habilidades y competencias que el mercado laboral demanda en el caso de los/as ingenieros/as. Este artículo recoge una comparación de diferentes estudios, entre ellos destaca el de Martín (2003), un análisis del perfil competencial de los estudiantes de ingeniería, basándose en los 21 criterios, (habilidades, competencias, capacidades...) que propone la agencia Higher Engineering Education for Europe (H3E), para así poder observar la relación entre la formación que reciben los ingenieros/as y la demanda de las empresas. Estas competencias y habilidades propuestas por el H3E son aplicables a cualquier ingeniería, consideradas como los criterios que debería reunir cada ingeniero/a tras finalizar sus estudios. El autor destaca que el mercado laboral no solo demanda estos 21 criterios, sino también otras competencias como son el espíritu innovador y emprendedor, la capacidad de autoaprendizaje y ciertas habilidades humanas que ayudan y favorecen a las relaciones personales.

Dentro de este mismo estudio también se llevó a cabo un análisis en el que las empresas valoraban del 1 al 10 las competencias y habilidades personales, y curriculares. El resultado es una pequeña tabla dividida en aspectos del CV

(conocimiento de idiomas y estancias en el extranjero, experiencia laboral y movilidad geográfica), y capacidades y habilidades personales (adaptación a la empresa, habilidades de comunicación y capacidad de trabajo en equipo). Las competencias más valoradas son las habilidades comunicativas, el trabajo en equipo y la adaptación a la empresa, seguida de la experiencia laboral.

Percepciones de las empresas sobre lo requerido en el trabajo		Puntuación
<b>Aspectos del CV</b>	Conocimientos de idiomas y estancias en el extranjero	6
	Experiencia laboral	8
	Movilidad geográfica	4
<b>Capacidades y habilidades personales</b>	Adaptación a la empresa	9.2
	Habilidades de comunicación	9.6
	Iniciativa	7.5
	Capacidad de trabajo en equipo	9.2
	Asunción de riesgos	5.8
	Capacidad de liderazgo y conducción de grupos	6.2
	Capacidad de negociación y resolución de conflictos	6.2
	Toma de decisiones	5.4
	Planificación del tiempo	5.4
Capacidad de planificación	7.5	

*Tabla 1. Percepciones de las empresas sobre lo requerido en el trabajo. Extraída de Las competencias profesionales demandadas por las empresas: el caso de los ingenieros (2006, pág. 653).*

Otro estudio de la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) realizado en el año 2002, investigó sobre cómo es la acogida que realizan las empresas a los ingenieros y las ingenieras y que demanda de competencias tienen sus perfiles. Entre los diversos resultados obtenidos destacan que a pesar de la alta preparación de conocimientos técnicos que tienen cuando finalizan los estudios, para las empresas existe una falta de conocimientos específicos en el área de gestión (habilidades directivas y de gestión). En referencia a las habilidades, las empresas valoran principalmente que los perfiles aporten: adaptación a la empresa, habilidades comunicativas y conocimientos de idiomas, capacidad de trabajo en equipo, así como la capacidad de resolución de conflictos y la motivación. Además resaltan que los recién titulados y tituladas aportan



un bajo nivel de habilidades de comunicación, de liderazgo y de capacidad de negociación

En suma, tras la revisión de los anteriores estudios y nuestra propia experiencia podemos concluir que las competencias que debe poseer un/a graduado/a en ingeniería para poder acceder con éxito al mercado laboral y a los empleos son la comunicación y el nivel de idiomas, el trabajo en equipo, la capacidad de aprendizaje continuo, el conocimiento de herramientas de software y la flexibilidad entre otras. Por último, también hemos visto que las universidades forman a ingenieros/as con buenos aprendizajes teóricos y con algunas competencias muy desarrolladas, pero existe un pequeño desajuste entre dichas competencias y las requeridas por el mercado, teniendo así la necesidad de continuar su formación y desarrollo en ellas.

## V - METODOLOGÍA

El presente trabajo no trata de ser una investigación, sino tal y como se ha indicado anteriormente, su intención es ser una propuesta de valor para cubrir una necesidad que tiene la empresa descrita. Así al no tratarse de un proyecto de investigación no existe un gran apartado de metodología, no obstante, antes de desarrollar el evento realizamos una pequeña encuesta enfocada a estudiantes de ingeniería para obtener datos e información que pudieran ayudarnos en el enfoque del evento. El principal objetivo de la encuesta era corroborar y comprobar si el enfoque que estábamos planteando para el *Engineering Talent Day* era el adecuado y si resultaba interesante para los y las estudiantes.

En suma, creamos una pequeña encuesta de diez preguntas que compartimos de forma pública. Los y las participantes fueron informados de que se trataba de una encuesta anónima, con fines académicos. Antes de realizarla recibían la siguiente información: “¡Gracias por participar en la encuesta! Ha sido creada con el objetivo de obtener información para el desarrollo de un proyecto final de máster. En ella verá que hay diferentes preguntas enfocadas hacia un *Engineering Talent Day*, este es el nombre de un evento dirigido a los y las estudiantes de ingeniería, durante el cual

recibirán una pequeña charla por parte de ponentes expertos y habrá diversas actividades para interactuar junto a reclutadores/as y consultores/as de RRHH”.

En anexos podréis encontrar la descripción de las diez preguntas de la encuesta junto a sus preguntas (Anexo 1).

## VI - DESARROLLO DEL TALENT DAY

ESQUEMA FASES DEL EVENTO		
PRE	APLICACIÓN	POST
Creación y diseño del evento (qué hacer, dónde, cuándo, para quién, título...)	Speed Interviews	Verificar el retorno de la inversión
Investigación de mercado	Espacio conferencias (Bienvenida Consultoría X, mercado laboral, novedades en ingeniería, tips para la búsqueda de empleo)	Cribar y clasificar los CV recibidos
Contacto con universidades	Coffee Break	Hacer balance y conclusiones del evento
Preparación y desarrollo de las conferencias	Dinámica Grupal	Obtener feedback
Desarrollo del plan de comunicación	Recogida de CV mediante la página web	Ver su replicabilidad
Cálculo de los costes y preparación de todo el material necesario	Networking	
	Cierre del evento	

Tabla 2. Esquema de las fases del Engineering Talent Day. Elaboración propia.

### 6.1 QUÉ ES UN TALENT DAY

Un *Talent Day* es un evento organizado normalmente por universidades o por empresas que ofrece a los/as estudiantes o recién graduados/as la oportunidad de entrar en contacto con las empresas de su ámbito laboral, y a la vez, poner en contacto a las empresas con la futura fuerza laboral y el nuevo talento que se incorpora al mundo laboral. Su principal objetivo es establecer una conexión entre los candidatos y candidatas adecuados y las empresas adecuadas.

En dichos eventos, se les proporciona a los/as estudiantes información, a través de master class, conferencias, etc. sobre asuntos concernientes al mundo laboral en su sector. Por ejemplo, si es un *Talent Day* dirigido a estudiantes de medicina, se les hablará de la situación del mercado laboral en este sector, de las competencias y habilidades que demandan las empresas, etc.

Una vez finalizada esta parte más teórica de la jornada, se suele continuar con actividades más enfocadas a conocer al candidato y candidata. Dependiendo del tipo de *Talent Day* se harán unas actividades u otras. Así, podemos encontrar sesiones de Networking libre o a través de un Cocktail, Pitching Dates (encuentros individuales con las empresas para presentar las candidaturas).

El *Talent Day* planteado en el presente trabajo se llevará a cabo durante el año lectivo de 2017 - 2018. Dicho evento se ejecutará en una universidad catalana donde se imparten varios grados en ingeniería, con la que la empresa X ha llegado a un acuerdo. Los asistentes presenciales a este evento serán los alumnos de tercer o cuarto grado de la carrera de la universidad mencionada. Además, todo el material proporcionado durante la conferencia o master class, se retransmitirá vía streaming para que todo aquel que lo desee pueda llegar al contenido.

El programa del *EngineeringTalent Day* ha sido dividido en dos partes. Una primera parte de carácter más participativo, en el que podrán compartir su experiencia y su experiencia profesional. Y una segunda parte que será más informativa aunque a la vez participativa también, donde los alumnos y las alumnas recibirán información acerca del mundo laboral de la ingeniería, así como tips y consejos para moverse por el mismo.

## 6.2 PROGRAMACIÓN DEL ENGINEERING TALENT DAY

**Speed Interviews.** En esta parte del *Talent Day* se habilitarán espacios donde losrecruiters de la consultoría X harán breves entrevistas de unos diez minutos aproximadamente de forma presencial a todos aquellos/as ingenieros/as que se hayan inscrito previamente en el Doodle creado y solicitado un horario concreto para la speed interview. Por otro lado, también habrá un espacio online dedicado para poder

hacer estas mismas entrevistas mediante Skype para aquellos y aquellas estudiantes externos a la universidad que sigan el evento a distancia y que también hayan solicitado previamente mediante la timetable de Doodle la entrevista.

En dichas entrevistas los recruiters recogerán datos básicos e información sobre la especialización del perfil, que conocimientos y competencias tiene, que tipo de trabajo le podría interesar, qué tipo de proyecto, aspectos referidos a la movilidad, salario u horario, etc.



*Imágen 1. Recruiters de la Consultoría X preparando las Speed Interviews.*

**Conferencia.** Se dividirá en 5 partes explicadas a continuación:

1º. Bienvenida y breve presentación de la consultoría X de la mano de una de las cofundadoras, una psicóloga con amplia experiencia en el sector de los RRHH además de profesora en una universidad de un máster en RRHH y RSC. Se incluirá información tal como: alianzas y colaboraciones que tienen establecidas, la situación de sus oficinas, su forma de funcionar, su misión, visión y valores; cómo ponerse en contacto con ellos y los objetivos perseguidos en este evento.

2º. Charla sobre el mercado laboral. La directora de la consultoría X ofrecerá a los estudiantes una radiografía sobre la situación del mercado laboral de ingenieros/as en la actualidad, haciendo hincapié en los sectores más demandados dentro de las

diversas ingenierías, en qué áreas hay más volumen de vacantes, que especializaciones tienen más salidas, etc.

3º. Tendencias. Un Doctor en Ingeniería de Telecomunicaciones, asesor técnico de la empresa, explicará a los alumnos y alumnas las tendencias que está siguiendo la ingeniería y sus novedades, hablará de nuevas tecnologías, futuro y campos que podrían abrirse muy pronto.

4º. Consejos y preguntas. En este apartado, el director de RRHH de la consultoría X enseñará a los/las estudiantes cómo redactar un CV ordenado y comprensible, cómo hacerse visible en las redes sociales y profesionales, cómo buscar trabajo a través de los distintos portales, cómo comportarse en primeras entrevistas, etc. Y sobre todo lo hará de una forma muy dinámica y participativa para los/las participantes, cediendo el turno de palabra a ellos/as y respondiendo a las preguntas o dudas que les puedan surgir concernientes a este tema.

5º. Cierre. Por último se hará un breve cierre de las distintas charlas dando paso al Coffee Break.



*Imágen 2. Sesión informativa realizada anteriormente por el equipo directivo de la Consultoría X, sobre la búsqueda de empleo y orientación laboral en un Colegio de Ingenieros Técnicos.*

### **Dinámica grupal**

Una vez finalizado el coffee break, se invitará a participar a los allí presentes a una dinámica grupal. La dinámica la llevará a cabo el director de RRHH de la empresa, junto a la ayuda del resto de consultores/as. En esta ocasión hemos elegido la dinámica

conocida como “El huevo ascendente”. Para empezar dicha dinámica, los participantes formarán grupos de 4-5 personas. A cada uno de los grupos se les dará el mismo material:

- Unas tijeras
- Un rollo de cinta adhesiva
- Un huevo (sin cocer)
- Dos globos
- Un metro de cuerda
- Una hoja de papel

Con el material, cada grupo tendrá que crear una estructura cuya finalidad será la de proteger el huevo de una caída de tres metros.

Una vez que todos los equipos hayan acabado la tarea, se lanzarán los diseños por una ventana o unas escaleras que estén a una altura de tres metros para ver si el diseño es funcional. Los jueces (miembros tanto de la universidad como de la empresa X) consideran la estética del diseño y el éxito del enfoque de protección del huevo para nombrar a un equipo ganador. Los vencedores recibirán un premio en el que podrán elegir entre una serie de Scaperooms uno de ellos para realizarlo.

En esta dinámica grupal enseñaremos a los participantes a poner en práctica su liderazgo, así como utilizar su creatividad para conseguir llegar a una solución innovadora a la vez que eficaz. Con la ayuda de los consultores también se evaluará la forma de trabajar y de comunicarse de los grupos, resaltando puntos fuertes y puntos a mejorar y a la vez observar los lazos de cooperación que se crean durante la tarea.

A continuación, se les presenta la timetable del evento, donde se especifica de forma detallada el horario que se va a seguir para realizar el *Talent Day*. Asimismo, también se define el lugar en el que se va a realizar y el/la responsable de la acción.

TIMETABLE ENGINEERING TALENT DAY					
Hora	Duración	Acción		Lugar	Responsable
9:00	1h 15'	Speed interview		Sala de conferencias	Consultoría X
10:15	15'	Conferencias	Introducción a la empresa	" "	Cofundadora consultoría X
10:35	20'		Mercado laboral	" "	Directora de la consultoría X
10:55	20'		Tendencias del mercado	" "	Doctor en Ingeniería de Telecomunicaciones
11:25	30'		Consejos y preguntas	" "	Director de RRHH de la consultoría X
11:30	5'		Cierre	" "	Cofundadora consultoría X
11:35	25'		Coffee Break		" "
12:10	45'	Dinámica grupal		" "	Consultoría X

Tabla 3. Timetable del evento. Elaboración propia.

## VII - PLAN DE COMUNICACIÓN

A continuación presentamos el plan de comunicación desarrollado específicamente para el *Engineering Talent Day*, en anexos podréis encontrar el logo creado para la ocasión (anexo 2) y el diseño del cartel (anexo 3).

### OBJETIVOS DEL PLAN

1. Dar a conocer el *Engineering Talent Day* y su programación.
2. Crear una red de contactos y seguidores del evento.
3. Interactuar con la red, resolver dudas e informar de forma continuada.
4. Generar tráfico a la página web de la consultoría (objetivo sub-específico del trabajo que ayudará a dar a conocer la empresa y situarla como referente).



## ¿A QUÉ AUDIENCIA QUEREMOS LLEGAR?

Target dividido en tres colectivos:

1. Estudiantes 3er o 4º curso de ingeniería de la universidad dónde se realizará
2. Estudiantes de ingeniería no pertenecientes a dicha universidad (conectados vía streaming para poder ver el evento).
3. Personas referentes, así como profesionales del mundo de la ingeniería, empresas e instituciones (unido al 4º objetivo mencionado anteriormente).

## ¿QUÉ CANALES DE COMUNICACIÓN UTILIZAREMOS?

### Redes Sociales

- Facebook
- Twitter
- Instagram

### Redes Profesionales

- LinkedIn
- Blog de la página web de la empresa

### Herramientas convencionales

- Tablón de anuncios en la universidad
- Profesorado y portavoces de la universidad

## ¿QUÉ CONTENIDOS PUBLICAREMOS EN CADA RED?

### Redes Sociales

Facebook. Creación de un evento público para compartir, publicación del evento y de la información preparada mediante nuestra página de usuario y en la página de la universidad. Publicación del link de Doodle dónde apuntarse para las speed interviews. Publicación del link para la retransmisión vía streaming.

Dicho evento se creará de forma pública en Facebook para que los/las estudiantes de ingeniería puedan recibir toda la información sobre qué es, cuándo y dónde se hará... el *Talent Day*. La publicación del evento tendrá lugar desde el perfil de la empresa en la red social y se compartirá junto a la universidad en la que se llevará a cabo, en él, tal y



como indicamos podrá conocerse toda la información detallada del programa planeado (qué día tendrá lugar y dónde será, quiénes podrán asistir y quién podrá ver el evento retransmitido en directo mediante Youtube y acceder de forma directa al enlace, podrán ver la timetable del evento y de qué tratará cada conferencia, así como preguntar aquellas dudas que tengan). Además dentro de este evento creado en Facebook también se explicará que las Speed Interviews tienen un número de plazas limitadas, tanto las presenciales como las online, y que es necesario seleccionar un horario para realizarla el día del evento mediante un calendario Doodle que estará enlazado en Facebook.

Twitter. Publicación del cartel preparado para el evento y publicación del logo del evento.

Instagram. Publicación del cartel preparado para el evento y publicación del logo del evento, así como de imágenes de la preparación (Ej: imágenes del merchandising).

### **Redes Profesionales**

Linkedin. Publicación del cartel y una pequeña descripción mediante el usuario de la empresa en la plataforma. Compartición del evento de Facebook para que puedan verlo los estudiantes y del link para solicitar las speed interviews.

Blog de la web de la Consultoría. Publicación del cartel junto a toda la información del evento.

### **Herramientas convencionales**

Tablón de anuncios en la universidad. Pegar los carteles en diferentes puntos de la universidad.

Profesorado y portavoces de la universidad. Los miembros de la universidad informarán a los alumnos pertenecientes al curso escolar seleccionado sobre el *Engineering Talent Day*.

### **FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN**

Una vez acordada con la universidad la fecha del evento se publicarán todos los contenidos establecidos para cada canal de comunicación y semanalmente serán revisados y compartidos de nuevo en aquellos que sea necesario. Así como destacar

que la Community Manager de la empresa, gestionará diariamente las redes sociales para responder a aquellas preguntas, dudas y peticiones que pueda haber.

## PRESUPUESTO Y GASTOS ECONÓMICOS

En este caso consideramos que no será necesario promocionar mediante pago el evento. Así pues solo debemos contar los gastos económicos que nos supondrá imprimir los carteles, entendiendo que no será un gasto superior a los 30 euros.

Por otro lado, y en caso de querer promocionar públicamente la información compartida en Facebook, supone un coste de tres euros por día y por publicación.

# VIII - COSTES

## 8.1 DESGLOSE DE LOS COSTES

En el presente apartado haremos un desglose de los costes surgidos del desarrollo y la realización del evento, teniendo en cuenta que en el listado también se definirán aspectos que en nuestro caso no han supuesto ningún coste pero que podrían suponerlo en futuras réplicas del evento o para otras empresas que quieran realizarlo también. Indicar además que todos los precios han sido consultados a empresas especializadas y han sido contrastados.

En esta ocasión, el *Engineering Talent Day* ha sido preparado para acoger a un máximo de 80 asistentes (presenciales), por lo que los cálculos de los costes se harán en base a esta estimación, teniendo en cuenta que se comprarán más unidades de las necesarias para obsequiar a los colaboradores tanto de la universidad como de la consultoría, así como contar con existencias de sobras por si hubiera imprevistos.

**Fijos.** Definidos como aquellos costes que deberán ser cubiertos independientemente de la cantidad de asistentes al evento.

- Cartelería. se imprimirán un total de 20 carteles DinA3 a color con un coste de 1,30€ por unidad, sumando un total de 26€.
- Salarios. Referido al salario de los/las consultores/as de la empresa que se van a desplazar hacia allí para llevar a cabo las Speed Interviews, así como el seguimiento

y asistencia en dinámica. La consultoría ha tomado la decisión de cerrar la empresa el día del *Talent Day* para concentrarse en su buen desarrollo. Hemos hecho un cálculo aproximado del salario por hora de los consultores, ya que dentro de la misma empresa los sueldos son diferente dependiendo del cargo. Teniendo en cuenta que los/las consultores/as cobran entre 9€ y 12€ la hora, el total sería aproximadamente unos 308€.

- Cámara de video. Para grabar el evento y reproducirlo vía Streaming. El coste del alquiler de una cámara profesional es de 90€/ hora. Teniendo en cuenta que las conferencias tendrán una duración estimada de una hora y media, el total serían 135€.
- Sala de ponencias (así como sus instalaciones: electricidad, agua, etc). El evento se llevará a cabo en un espacio cedido por la universidad colaboradora, por lo que no habrá ningún coste de alquiler de la sala.
- Portátiles y otros materiales. Para las Speed Interviews, cada consultor contará con el material de oficina de la empresa (portátiles, libretas, bolígrafos), no hay ningún coste añadido.
- Ponentes. En este caso todos los/las conferenciantes forman parte del equipo laboral de la Consultoría X, y no generará un gasto en este sentido.
- Desarrollo del evento. El desarrollo y planificación del evento ha sido llevado a cabo por las autoras de este como resultado de un Trabajo de Final de Máster suponiendo un coste nulo para la empresa.
- Scaperoom. Daremos a elegir a los ganadores entre una lista de scaperooms con diversas opciones que oscilarán entre los 40 y los 60€ en total.

**Variables.** Determinados por la cantidad de asistentes.

- Coffee Break. Para el momento de descanso se ha pensado algo sencillo. Ofreceremos a los asistentes zumos, café de cápsulas (la cafetera utilizada será la de las oficinas de la consultoría) y bollería variada. Así que se estima un gasto de 150€ en total.
- Dinámica grupal. Los cálculos se han hecho pensando en la formación de 16 grupos.
  - 16 tijeras - 14'4€

- 16 rollos de cinta adhesiva - 6€
- 16 huevos - 3'57€
- 32 globos - 4'8€
- 16 metros de cuerda - 1'06€

16 hojas de papel - 2€ (teniendo en cuenta que se compraría un paquete de folios)

- Merchandising. De cada uno de los presentes para los participantes se comprarán 100 unidades. Cada uno de los objetos llevará escrito el logotipo y nombre de la empresa.
  - Bolígrafo. 0,78€ por unidad, sumando un total de 78€
  - Carpeta. 2,08 por unidad, total de 208€
  - Pendrive. 3,50€ por unidad, total de 350€

A continuación exponemos una tabla en la que se resumen los gastos descritos, para así hacerlo más visual e intuitivo.

Tipo de coste	Artículo, servicio, etc.		Cantidad	Precio por unidad	Precio total
<b>Fijo</b>	Carteles		20	1.3€	26€
	Consultores		7h	9-12€/h	308€
	Cámara		1.5h	90€/h	135€
	Sala/Espacio		1	-	-
	Portátiles		7	-	-
	Ponentes		3	-	-
	Desarrolladores del evento		2	-	-
	Scaperoom		1	40-60€	40-60€
<b>Variable</b>	Coffee Break	Café (cápsulas)	100	0.29€	29.5€
		Zumo (Brick)	10	1.10€	11€
		Bollería Variada	Resto del presupuesto	-	109.5€
	Dinámica Grupal	Tijeras	16	0.9€	14.4
		Rollos de cinta adhesiva	16	0.37€	6€
		Huevos	16	1.19€ la ½ docena	3.57€
		Globos	32	0.15€	4.8€
		Cuerda	16m	0.06€/m	1.06€
		Hojas de papel	16	-	2€
	Merchandising	Bolígrafo	100	0'78€	78€

		Carpeta	100	2'08€	208€
		Pendrive	100	3'5€	350€
<b>GASTO TOTAL</b>					<b>1.334'83€</b>

Tabla 4. Esquema de gastos para el Talent Day. Elaboración propia.

## 8.2 RETORNO DE LA INVERSIÓN

A la hora de realizar una inversión, se debe tener un indicador que muestre si dicha inversión hará que pierdas o ganes dinero. El principal parámetro usado para ello es el ROI (Return of Investment), el cual considera que una acción es conveniente sólo cuando los beneficios que produce son mayores a los gastos que implica.

El ROI permite tener conocimiento del ratio de retorno de la inversión aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{ROI} = (\text{beneficio obtenido} - \text{inversión}) / \text{inversión}$$

Al beneficio obtenido o planeado para obtener de una inversión, se le deberéstar el costo de la inversión hecha; posteriormente hay que dividir ese resultado entre el costo de la inversión y el resultado obtenido de la operación representa al ROI. Cuanto mayor sea, más rentables será la campaña.

El valor del ROI se expresa en porcentaje. Es decir, para conocer el porcentaje de beneficios de tu inversión hay que multiplicar el ROI por 100.

Debido a que el evento aún no se ha realizado no podemos calcular de forma real el retorno de la inversión, ya que este será a largo plazo, pero sí que hemos calculado diversos KPI's para tener una estimación aproximada de este retorno unido a los objetivos propuestos al inicio del trabajo y poder comparar dichos KPI's con la suma total de gastos económicos.

Debemos indicar que en lo que refiere al objetivo de incrementar un 20% el número de candidatos y candidatas juniors en la base de datos de la empresa, por razones de confidencialidad no podemos dar los datos concretos, aunque sí que hemos tenido

acceso a ellos. La empresa cuenta con una base de datos formada por X candidatos/as dentro de este número solo un 25% corresponde a perfiles juniors. Teniendo en cuenta dichos porcentajes y tras realizar el cálculo, un incremento del 20% de perfiles junior supondría introducir en la base de datos 205 nuevos CV.

Tras la realización de las speed interviews habremos obtenido de forma directa 70 CV con las entrevistas presenciales y 40 CV mediante las entrevistas vía Skype, equivaliendo a un 53'6% de nuestro objetivo. Los otros 95 CV restantes para alcanzar dicho objetivo esperamos obtenerlos mediante inscripción directa en nuestra página web por parte de los y las estudiantes que no realicen las speed interviews así como de ingenieros/as que hayan visto el evento en streaming.

Algo que también debemos valorar es el volumen de dinero que aporta un proceso de selección de ingenieros/as juniors en la empresa. Un proceso de estas características supone una ganancia aproximada de 3.000€. Es decir, solo con que uno de esos 205 CV se adapte a uno de los procesos en curso, la empresa cubriría la inversión e incluso obtendría ganancias. Para hacer estos datos más visibles, a continuación les presentamos algunos ejemplos de cálculos hipotéticos del ROI suponiendo que se llegaran a cerrar diversos procesos con los CV conseguidos.

Si 1 CV de los 205 conseguidos se adaptara para cerrar un proceso:

$$\text{ROI} = (3.000 - 1.334'83) / 1.334'83 * 100 = 124'7\%$$

Si 5 CVs fueran aptos:

$$\text{ROI} = (15.000 - 1.334'83) / 1.334'83 * 100 = 1.023'73\%$$

Si fueran 10 CVs:

$$\text{ROI} = (30.000 - 1.334'83) / 1.334'83 * 100 = 2.147'47\%$$

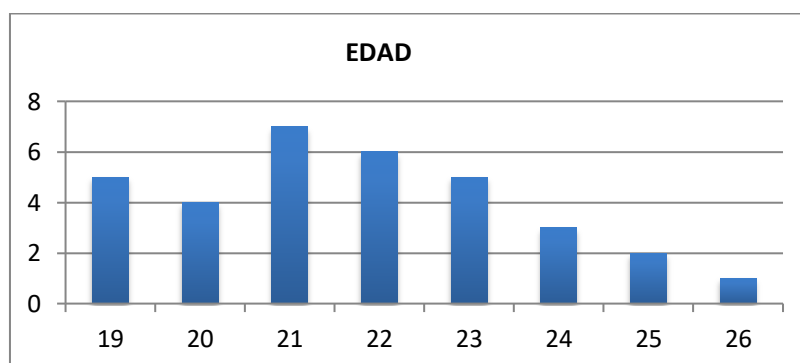
Por último, y en referencia al incremento de un 30% el número de seguidores de la empresa en las redes sociales debemos calcular el retorno de la inversión destacando

dos datos. Por un lado, la empresa no siempre ha tenido presencia en todas las redes sociales, en algunas de ellas es relativamente nueva y el número de seguidores no es alto. En segundo lugar este KPI deberá volver a ser calculado antes de la realización del evento, ya que existe una alta probabilidad de que durante los próximos meses el número de seguidores cambie. Estas redes sociales en las que quieren conseguir un mayor número de seguidores son LinkedIn, Twitter, Facebook e Instagram, aunque entendemos que LinkedIn no es solo una red social sino más bien es considerada una plataforma profesional, pero la incluimos entre ellas. Tras realizar los cálculos para lograr el objetivo establecido y teniendo en cuenta que estos datos deberán ser modificados y actualizados, el número de nuevos seguidores que deben seguir a la Consultoría X tras la realización del evento es el siguiente: LinkedIn 564, Twitter 36, Facebook 18 e Instagram 10.

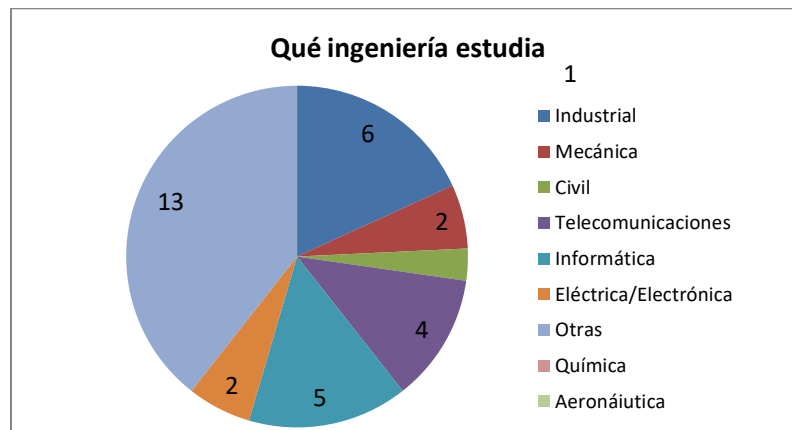
## IX- RESULTADOS

A continuación mostramos los datos obtenidos en la encuesta realizada por treinta y tres estudiantes de diferentes grados de ingeniería y cursos, y les recordamos el enunciado de cada pregunta.

### 1. ¿Cuál es su edad?



## 2. ¿Qué ingeniería está cursando?



De los/las trece estudiantes que seleccionaron la casilla de otras ingenierías: dos estudian Ingeniería de los Materiales, uno Puertos y Caminos, dos Ingeniería Agrónoma y ocho Ingeniería de Sistemas TIC.

## 3. ¿Qué curso realizará en el próximo año lectivo?



## 4. ¿Qué temática le gustaría que se tratase durante en el evento?

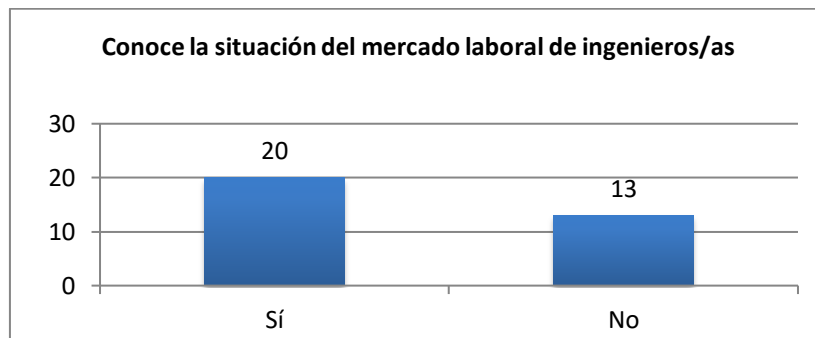
Esta era la única pregunta abierta de la encuesta, la participación en ella fue del 76%. Tras recopilar la información que aportaron los/las 25 estudiantes que respondieron, hemos agrupado las respuestas por temáticas. Así pues a los y las participantes les gustaría que durante la charla del evento se hablase de:

- Programación y seguridad en Internet e Internet of Things (IoT)



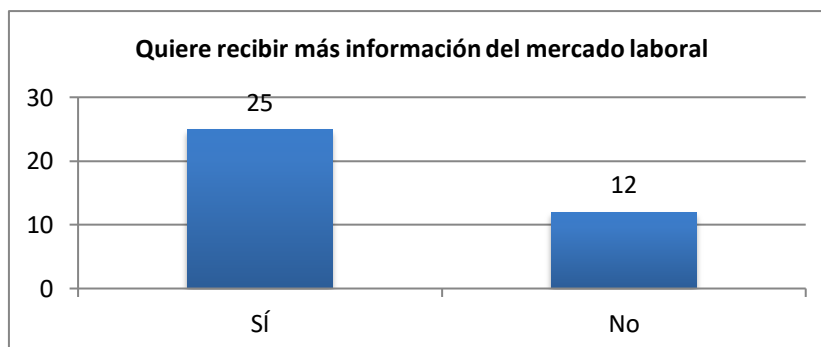
- Desarrollo de software
- Robótica y automoción
- Formación para la búsqueda de empleo y realización de CV
- Las diferentes especialidades a las que se puede optar desde cada ingeniería
- Proyectos novedosos en ingeniería
- Ingeniería relacionada con el medioambiente

### 5. ¿Tiene conocimientos del mercado laboral de Ingenieros/as en España?



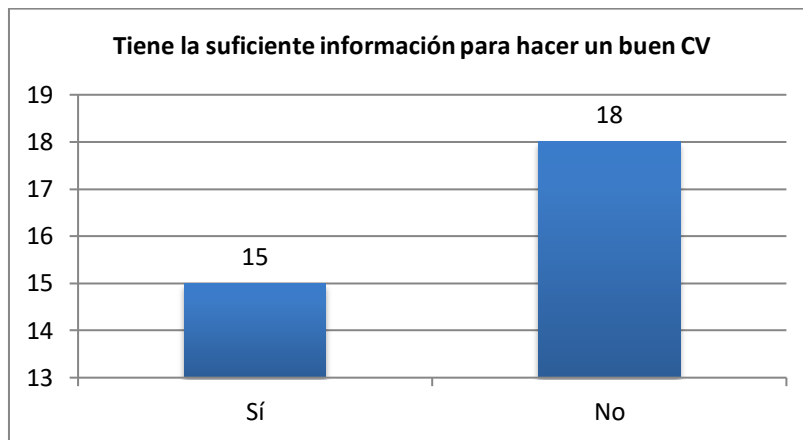
Más de un 60% de los/las encuestados/as tiene conocimientos de la situación actual del mercado laboral de ingeniería en España.

### 6. ¿Le gustaría recibir más información de la situación del mercado laboral?

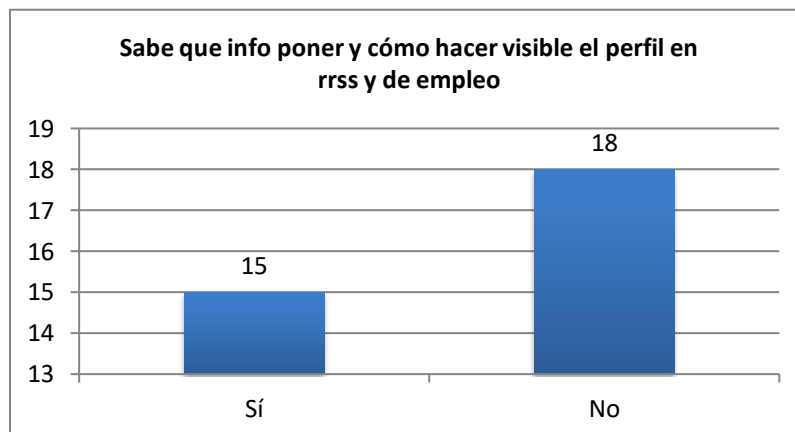


Un 76% de los encuestados y las encuestadas afirma que le gustaría recibir más información sobre el mercado laboral.

**7. ¿Tiene la suficiente información para realizar un buen CV?**



**8. ¿Sabe cómo poner de forma adecuada y visible la información de su perfil en las redes y plataformas de empleo?**



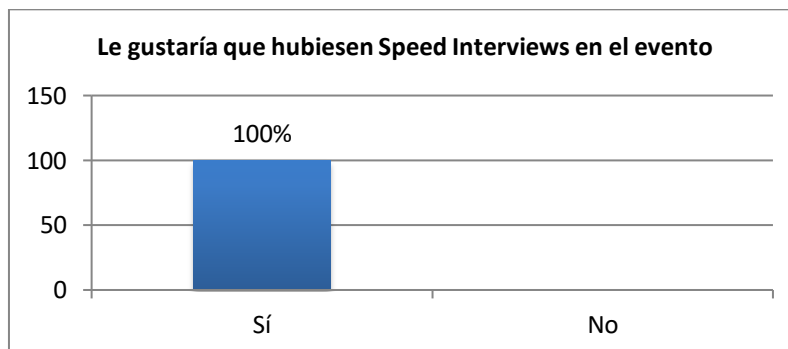
Un 59% de los y las estudiantes no tienen toda la información necesaria para realizar un buen CV y que tampoco saben cómo deben poner su perfil y toda su información de forma visible y adecuada tanto en las redes sociales como en las plataformas de empleo.

### 9. ¿Le gustaría recibir información sobre cómo y dónde buscar empleo?



A más de un 81% de los y las participantes les gustaría recibir más información relacionada con dónde y cómo deben buscar empleo.

### 10. ¿Le gustaría que hubiese un espacio dedicado para realizar entrevistas express con consultores/as especializadas en ingeniería durante el *Engineering Talent Day*?



Tal y como indicábamos en el apartado de metodología, la encuesta se llevó a cabo para poder hacer un pequeño estudio y obtener información que ratificase si el enfoque que habíamos planteado para las conferencias y el *Talent Day* era el adecuado, o por contra, si la necesidad de los y las estudiantes era diferente a nuestro enfoque y debíamos modificarlo. Tras observar y analizar los resultados, consideramos que nuestro enfoque está bien encaminado, la mayoría de encuestados/as afirman que les gustaría conocer más actualidad sobre el mercado laboral, que no tienen la suficiente información sobre cómo han de poner su perfil en las redes de empleo, etc.

Así las conferencias propuestas cubren estas necesidades y deberán estar adaptadas a ellas para dar respuesta a todas las dudas que sean interesantes para todo el público.

## X - CONCLUSIONES Y ASPECTOS DE MEJORA

El buen futuro laboral de las carreras de ingeniería es innegable. Ranstad, por ejemplo, afirma que en 2017, los perfiles más demandados serán los provenientes de ingeniería y los perfiles IT. Ante este hecho, ha surgido una competencia feroz entre las empresas y consultorías que reclutan dichos perfiles, en una competición por la búsqueda y retención del talento. Las organizaciones tienen como objetivo atraer, vincular y desarrollar los activos humanos que aporten valor a su empresa.

Pero, aunque el pronóstico del mercado laboral en este sector sea bueno, existe un desajuste entre las competencias que demandan las empresas y las que se imparten en las universidades y centros educativos especializados en este área. A pesar de la alta preparación técnica que tienen los y las alumnos/as cuando finalizan los estudios, para las empresas hay una carencia competencial en aspectos de carácter más personal como podrían ser la capacidad de liderazgo o las habilidades comunicativas, obligando a los/las estudiantes a continuar su formación.

Teniendo en cuenta esta situación y sabiendo que el talento es escaso comparado con las necesidades de las empresas, las consultorías especializadas en los perfiles de ingeniería e IT deben posicionarse en este mercado mediante la innovación y la creatividad, buscando dicho talento de forma original. Una opción para ello podría ser la organización de un *Engineering Talent Day*. Es decir, una jornada para que los y las estudiantes de ingeniería que vayan a incorporarse al mercado laboral tengan información de cómo hacerlo, así como aportar un beneficio a la consultoría organizadora a través de nuevos candidatos y candidatas que puedan formar parte de sus procesos de selección y dar mayor renombre y presencia a su empresa. Las ganancias que supone la realización de un evento de estas magnitudes supera con creces el coste que pueda constituir su planificación y ejecución, por lo que lo hace un proyecto viable y rentable.

Como aspectos a mejorar en nuestro trabajo creemos que una parte muy importante de éste son los objetivos, ya que guían su rumbo. En este caso, los objetivos principales del evento los estableció la consultoría X, por lo que sería un punto positivo que se hubieran planteado en conjunto. Durante el desarrollo del documento nos encontramos con ciertas limitaciones a la hora de medir el retorno de la inversión. Consideramos que el número de seguidores en las redes sociales no aporta una información valiosa, ya que puedes tener muchos seguidores pero que ninguno interactúe con los contenidos publicados. Por lo que este objetivo debería concretarse y subdividirse para aportar información que realmente sea sustancial. Por ejemplo, se podría establecer que en los meses colindantes al evento debería aumentar un 30% las interacciones por parte de los/las seguidores/as con los contenidos de la empresa o que se comparta dicho contenido un 10% más.

A parte de los objetivos, la encuesta dirigida a estudiantes de ingeniería podría haber sido realizada por un mayor número de participantes para aportar una información más representativa y habernos ayudado a dirigir mejor el evento.

Por último, otra limitación con la que nos hemos encontrado a la hora de redactar el presente trabajo es el hecho de no haber llevado a cabo el Engineering Talent Day. Al no tener datos reales de los resultados alcanzados con el evento, todos los cálculos y consecuencias establecidas en el trabajo son totalmente hipotéticos. Aunque, a pesar de no tener los datos reales, todos los cálculos del trabajo se han basado en datos contrastados.

## XI- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Al Ariss, A.; Cascio, W.F.; Paauwe, J. (2014). *Talent management: Current theories and future research direction*. Journal of World Business, 49(2), 173-179.
2. Arroyo, G.; Martin-Sanz C.S.; Hinchado, S. y Priego, E. (2016). *Informe sobre la situación del mercado laboral de graduados en ingeniería de la rama industrial 2016 y perspectivas para el 2017*. Consejo General del Colegio de Graduados de la Ingeniería de la Rama industrial e Ingenieros Técnicos Industriales de España (COGITI).
3. CareerBuilder (2017). *Candidate Experience From End-to-End: What's Your Weakest Link?*. EEUU: Chicago.
4. Cañete, A. (2013). *Cómo adaptar tu estrategia de reclutamiento para ser un imán de talento IT junior*. Talent Clue. Recuperado de <http://blog.talentclue.com/bid/349557/c-mo-reclutar-perfiles-it-4-pasos-clave-para-tener-xito>
5. Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá: Mc Graw Hill.
6. Ernst&Young Consultores (2011): *Manual del director de Recursos Humanos*. Madrid, España: Cinco días.
7. Frey, C. B.; y Osborne, M. (2016). *Technology at Work v2.0: The future is not what it used to be*. CITI GPS: Global Perspectives and Solutions (University of Oxford), 1-156.
8. Gamondès, E.; Jover, M.L.; Napoli, F.; Verde, M. y Casanovas, I. (2015). *Requerimientos y competencias para la formación de ingenieros*. Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, 1-8.

9. Kehinde, J. (2012). *Talent Management: Effect on Organization Performances*. *Journal of Management Research*, 4(2): 178-186.
10. Lévy – Leboyer, C. (2001). *Gestión de las competencias, cómo analizarlas, cómo evaluarlas, cómo desarrollarlas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
11. L'Observatori de l'Enginyeria (2017). *Colegios y Asociaciones de Ingenieros de Cataluña*.
12. Lynne, M. (2005). *Talent Management Value Imperatives: Strategies for Execution*. The Conference Board.
13. Marzo, M.; Pedraja, M. y Rivera, P. (2006). *Las competencias profesionales demandadas por las empresas: el caso de los ingenieros*. *Revista de Educación*, 341, 643-661.
14. Michavila, F.; Martínez, J. M.; Martín-González, M.; García-Peñalvo, F. J. y Cruz-Benito, J. (2016). *Barómetro de Empleabilidad y Empleo de los Universitarios en España, 2015 (Primer informe de resultados)*. Madrid: Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios.
15. Mir, P.; Rosell, A. y Serrat, À. (2002). *La Asociación de Amigos de Amigos de la UPC: Hacia un Modelo Dinámico de Relación con las Empresas*. XI Congreso de Innovación Educativa en las Enseñanzas Técnicas, Vilanova y la Geltrú (Barcelona).
16. Organización Internacional de Directivos de Capital Humano (2017). *El barómetro de la Organización Internacional de Directivos de Capital Humano (DCH) sobre gestión del talento en España*. *Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*, 318, 100-104.



17. Randstad (2017). *Ingenieros, profesionales de IT y especialistas en Big Data serán los perfiles más demandados en 2017*. Euro Press. Recuperado de : <http://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-ingenieros-profesionales-it-big-data-perfiles-mas-demandados-2017-20170102120847.html>
18. Randstad Research (2016). *¿La digitalización: crea o destruye empleo?* Informe anual sobre la flexibilidad laboral y el empleo, 1-108.
19. Rivero, S. (2017). *Conoce cuáles serán los profesionales más demandados del 2017*. Universia España. Recuperado de: <http://noticias.universia.es/practicas-empleo/noticia/2017/01/04/1148094/conoce-cuales-profesionales-demandados-2017.html#>
20. Villena, J.; González, J.C. y Gallego, J.A. (2016). *TALENT+ Tecnologías avanzadas para la Gestión del Talento*. Revista del Lenguaje Natural, 57, 159-162.



## XII- ANEXOS

### ANEXO 1. ENCUESTA REALIZADA.

1. ¿Cuál es su edad?
2. ¿Qué ingeniería está cursando? Industrial, Mecánica, Civil, Telecomunicaciones, Informática, Aeronáutica, Química, Eléctrica/Electrónica, Otras (especifique).
3. ¿Qué curso realizará durante el año lectivo 2017-2018? 1º, 2º, 3º, 4º o 5º.
4. ¿Qué necesidades/temática le gustaría que se tratasen en el *Engineering Talent Day* en su Universidad?(Pregunta abierta).
5. ¿Tiene conocimiento sobre la situación actual del mercado laboral de ingenieros en España? Sí, No.
6. ¿Le gustaría recibir más información sobre el mercado laboral? Sí, No.
7. ¿Considera que tienen la suficiente información y conocimientos para realizar un buen CV? Sí, No.
8. ¿Sabe cómo poner de forma adecuada y visible la información de su perfil en las redes y plataformas de empleo? Sí, No.
9. ¿Le gustaría recibir información sobre cómo y dónde buscar empleo? Sí, No.
10. ¿Le gustaría que hubiese un espacio dedicado para realizar entrevistas express con consultores especializados en ingeniería durante el *Engineering Talent Day*? Sí, No.

### ANEXO 2. LOGO DISEÑADO PARA EL EVENTO.



### ANEXO 3. CARTEL DISEÑADO PARA EL EVENTO.



05 - OCTUBRE



¿Conoces la situación del mercado laboral de Ingeniería en España?

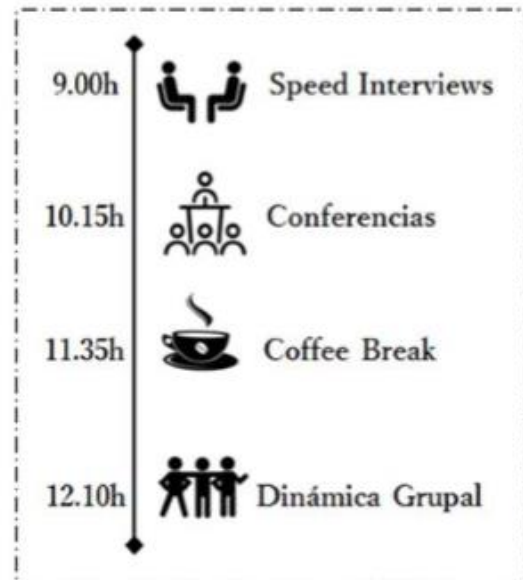
¿Te gustaría saber cómo funciona una consultoría de selección de ingenieros y perfiles tecnológicos?

¿Sabes cómo preparar tu CV para llamar la atención de las empresas?

¿Te preguntas qué buscan las empresas?

Y, ¿qué les puedes ofrecer tú?

¡VEN AL ENGINEERING TALENT DAY Y RESPONDEREMOS A TODAS ESTAS PREGUNTAS!



Colabora:  
Universidad X



¡ESCANEA PARA VER TODA LA INFORMACIÓN!