

## **Claves prácticas en la selección, evaluación y desarrollo de Talento Internacional**





## **FASES**

**Planificación  
Estrategia**

**Atracción**

**Selección**

**Negociación e  
Incorporación**

## 1- Planificación Estrategia

**Cambio de paradigma. Competir globalmente exige estrategia, adaptación cultural y propuesta de valor diferenciada**

### España

#### Situación del mercado laboral

- Mercado más variable según sector
- Mayor disponibilidad relativa de talento en ciertos perfiles
- Menor movilidad geográfica

#### Relación empresa – empleado

- Relación más estable
- Mayor sensación de lealtad y permanencia
- Cultura de comodidad y continuidad

#### Employer Branding

- Marca empleadora consolidada
- Reconocimiento en el mercado local
- Reputación sectorial construida

#### Entorno cultural

- Conocimiento cultural compartido
- Expectativas laborales similares
- Menor fricción comunicativa

#### Foco estratégico

👉 El reto está en la **Selección**

Identificar al mejor perfil dentro de un mercado conocido.

### Internacional

#### Situación del mercado laboral

- Mayor tasa de empleo en muchos países desarrollados
- Escasez estructural de talento cualificado
- Competencia global por los mismos perfiles
- Relación empresa – empleado

#### Mayor rotación

- Cultura menos orientada a la permanencia
- Movilidad profesional más alta

#### Employer Branding

- Marca desconocida en el mercado destino
- Necesidad de construir awareness desde cero
- Mayor inversión en posicionamiento

#### Entorno cultural

- Desconocimiento de códigos culturales
- Diferencias en comunicación, liderazgo y negociación
- Expectativas salariales y beneficios muy distintas

#### Foco estratégico

👉 El reto está en la **Atracción**

Primero debes ser relevante y atractivo antes de poder seleccionar.

## 2- Atracción

*El foco y el éxito en la selección internacional, pasa por fortalecer la Búsqueda y Atracción de candidatos*

### 1. VISIBILIDAD

**Si no te conocen, no te eligen**

- ✓ Nuestra empresa no es conocida en el país
- ✓ Necesidad de construir Brand Awareness local
- ✓ Adaptar mensaje a cultura y mercado
- ✓ Posicionarnos como empresa internacional atractiva

### 2. CREDIBILIDAD

**Apoyarse en buenos aliados**

- ✓ Consultoras y headhunters
- ✓ Partners estratégicos como embajadores
- ✓ Presencia en universidades y escuelas de negocio
- ✓ Networking profesional en el mercado destino

### 3. PROPUESTA DE VALOR

**No sólo se vende un puesto. Se vende un proyecto.**

- ✓ Proyección internacional real
- ✓ Impacto y autonomía en el rol
- ✓ Visión a medio y largo plazo
- ✓ Diferencial frente a competidores locales

### 4. ACTIVACIÓN DE CANALES

**La atracción es marketing**

- ✓ Inversión en anuncios y canales locales
- ✓ Estrategias conjuntas con Marketing
- ✓ Generación de contenido (Inbound Recruitment)
  - Cultura
  - Casos reales
  - Testimonios internacionales
  - Presencia activa en LinkedIn



Búsqueda  
de candidatos



### **3- Selección**

#### **Adaptar el criterio, no exportar el modelo**

##### **Comprender el entorno cultural**

- ✓ No buscar “españoles hablando alemán y rubios”
- ✓ Evaluar adaptación cultural real y mentalidad internacional
- ✓ Entender diferencias en comunicación, liderazgo y expectativas profesionales
- ✓ Incluir personal local en el proceso y en la decisión final

##### **Identificar los perfiles con mayor probabilidad de éxito**

- ✓ Profesionales que hayan estudiado o trabajado en el extranjero
- ✓ Perfiles de multinacionales con matrices fuera de su país
- ✓ Personas extranjeras abiertas a la adaptación cultural
- ✓ Perfiles con vínculo con España o Latinoamérica (plus diferencial)
- ✓ Profesionales motivados por una carrera internacional

##### **Vender el proyecto con transparencia**

- ✓ Job Description detallada y clara
- ✓ Salario definido o banda salarial transparente
- ✓ Estudio riguroso del mercado retributivo local
- ✓ Comprensión de beneficios habituales (401(k), health coverage, etc.)
- ✓ Variable cuantitativo y orientado a objetivos claramente definidos
- ✓ Feedback frecuente durante el proceso

##### **Cumplimiento, ética y diversidad**

- ✓ La selección internacional exige rigor legal y respeto cultural
- ✓ Entrevistas respetuosas con la diversidad (género, raza, casta, religión, etc.)
- ✓ Respeto absoluto a la privacidad (edad, situación familiar, estado civil...)
- ✓ No preguntar sobre domicilio u otros datos personales sensibles
- ✓ En algunos países es obligatorio responder a todos los candidatos que aplican

## 4- Negociación e Incorporación

Competitividad real + Integración estratégica

### NEGOCIACIÓN

Cada país juega distinto

- India → negociación intensa
- Europa → poca negociación, pero oferta inicial debe ser atractiva
- USA → fuerte peso del variable
- ✓ No funciona el “ya crecerás dentro”
- ✓ La primera oferta debe ser competitiva y estratégica



### COMPENSACIÓN LOCAL

No exportes las bandas españolas

- Entender beneficios obligatorios (401(k), Health coverage...) y conocer prácticas habituales (transporte, comidas,..)
- Ofrecer mínimo igual que mercado
- Desmarcarse del marco retributivo español
- Variable con objetivos de Grupo, medibles y claros
- Incluir Home Office y flexibilidad real
- Potenciar carrera internacional
- 👉 El salario sigue siendo decisivo.

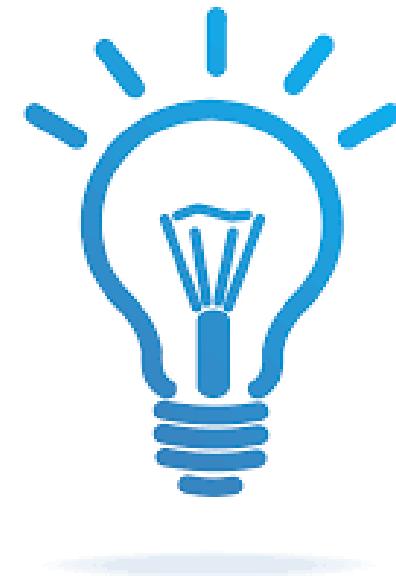
### INTEGRACIÓN

El éxito no está en la firma, está en el onboarding

- Onboarding estructurado y explicado desde el proceso
- Mentor local
- Estancia inicial en la matriz si es posible

## ***TIPS PARA COMPETIR GLOBALMENTE***

- Cuidado con los estereotipos. Muchos se cumplen.
- Respeta la cultura antes de intentar cambiarla.
- Usa la tecnología, pero no sustituyas la relación humana.
- Adáptate a sus horarios, no impongas los tuyos.
- Invita a los finalistas a conocer la matriz.
- Ficha talento local y fórmalo en España.
- Invierte en un onboarding excelente.
- Ofrece integración real: idioma, cultura, acompañamiento.
- Apóyate en headhunters de confianza cuando no conozcas el mercado.



**Thanks!!!**

*a human touch*

