

Academia » RRHH » Ciclo de RR.HH » Ciclo de vida

Ciclo de vida

Introducción al ciclo de RR.HH

LibreDTE · 28/10/2025

Ciclo de vida del RR.HH

En esta parte veremos y explicaremos las etapas e importancias de reconocer y aplicar un correcto ciclo de RR.HH o la gestión de personas.

¿Por qué diseñar una estrategia de ciclo de vida de los empleados?

Cuando analiza el ciclo de vida de sus empleados con la misma precisión y cuidado con el que analizaría el customer journey map (Mapa del recorrido del cliente), se encuentra con los siguientes beneficios:

- Podrá retener mejor el talento.
- Mejorará la reputación de su marca.
- Será más fácil reclutar nuevos talentos.

Tanto la construcción de la reputación de una empresa como el reclutamiento de nuevos empleados es un trabajo enorme y muy costoso. Cuando encuentre una manera de retener a sus empleados y la reputación de su marca crezca orgánicamente, puede dirigir los recursos que ahorró en esas áreas a otras partes del negocio.

Las siete etapas del ciclo de vida del empleado

El clásico ciclo de vida del empleado se compone de cinco etapas:

- Reclutamiento
- Onboarding o incorporación laboral
- Desarrollo
- Retención
- Salida

Sin embargo, consideramos necesario añadir otras dos etapas:

- Atracción, que se sitúa al inicio del ciclo
- Apoyo o “customer branding” al final.



Atracción hacia la marca

El ciclo de vida del empleado comienza en el momento en que este es consciente de una marca, tiene una experiencia positiva con esta y considera empezar una carrera con ella. De esta forma, construir una marca con la imagen adecuada, fiel a su misión, visión y valores, e idealmente una marca que cumpla con la idea de equidad, atraerá a los mejores candidatos a su empresa.

Sin ese análisis previo, no podremos tener una identidad clara y atractiva para nuevos integrantes. Sin olvidar, que será más difícil atraer nuevas personas talentosas y que calcen de manera idónea con el rumbo de la empresa.

Reclutamiento

Esta etapa cubre todos los procesos que llevan a la contratación de nuevos empleados. Comienza con anunciar el puesto de trabajo y su página web, la cual debe mostrar que es lo que hace su organización, su propósito y la marca. Para poder atraer a los mejores, necesitará una excelente **propuesta de valor al empleado**, EVP por sus siglas en inglés. Un EVP es el paquete que se le ofrece a los empleados actuales y futuros que lo convierte en un empleador deseable. Un buen EVP se compone de:

- Oportunidades: cómo los empleados pueden crecer y desarrollar sus carreras en su organización
- Personas: cómo de buena es la gerencia, jefaturas y compañeros de trabajo en el ambiente de trabajo en general.
- Organización: el prestigio de la empresa y su cultura como “excelente empleador”, en su mercado particular.

- Trabajo: cómo de significativo, desafiante y satisfactorio es el trabajo.
- Recompensa: el salario y las bonificaciones y otros beneficios (CCAF, aguinaldo, días libres, etc).

Onboarding

El onboarding (Proceso de incorporación), es una parte crucial para la empresa, ya que es la primera vez que un nuevo empleado entra en contacto con ella, lo que supone que es la primera oportunidad de la empresa para estimular a sus empleados. Además, dentro del proceso de inducción laboral, es importante que los nuevos compañeros se familiaricen con el equipo y las estructuras corporativas. Cuanto más fluido sea el onboarding, más fácil será para los nuevos empleados conocer las expectativas que se tienen de ellos.

Dicho lo anterior, es una etapa que también requiere de cuidados por parte de la empresa, pues no hay segundas oportunidades para la primera impresión.

Por ejemplo:

- Inducción clara.
- Materiales y herramientas disponibles.
- Que todos los cercanos sepan del ingreso.
- Bienvenida por el jefe directo y colegas.

Desarrollo

El desarrollo del personal juega también un papel importante durante el proceso de onboarding. ¿En qué áreas los nuevos empleados tienen un talento especial? ¿Cómo se pueden promover mejor sus habilidades? Durante la fase de desarrollo, es importante encontrar respuestas a estas preguntas e implementar las medidas adecuadas para aprovechar todo el potencial de los empleados a largo plazo.

Desde el día uno, se debe observar el desempeño y las aptitudes del nuevo empleado. Ese decir, podemos tener un excelente cajero, pero si además, este tiene habilidades blandas y herramientas de docencia, sería un excelente futuro relator de capacitaciones entre sus pares o nuevos ingresos.

Retención

En el contexto del ciclo de vida del empleado, el concepto de retención hace referencia al mantenimiento. En esta fase, el objetivo es vincular al empleado que ahora está integrado a la empresa a largo plazo mediante su desarrollo individualizado. La capacitación adicional, las oportunidades de avance y el apoyo integral aumentan este vínculo por un lado y el compromiso del empleado por el otro. En esta fase, las inversiones mutuas realizadas por los empleados y la empresa se amortizan en el mejor de los casos para ambas partes.

Es por ello, que no solo se debe ser una empresa atrayente, sino que también una empresa que de estabilidad y entregue oportunidades. Por ejemplo, una capacitación acertada, son cosas que pueden

marcar la diferencia. El empleado se siente apreciado y la empresa, mejora el **know how**, que va en directo beneficio de la empresa.

Salida

La insatisfacción a largo plazo por una o ambas partes puede provocar la salida de un empleado de la empresa, pero puede que haya otras razones. Independientemente de la motivación detrás de esto, la salida de un empleado siempre debe ser profesional y constructiva. Con la ayuda de una encuesta de salida o una entrevista con el empleado, en esta fase se puede descubrir el potencial de optimización. También es importante que la empresa evite posibles incertidumbres dentro del equipo.

Debemos recordar, que una salida no solo afecta a la persona que se va. Sino que también, genera toques en la parte emocional de las personas que se mantienen al interior, sobre todo cuando las salidas son abruptas y no se indica el motivo por parte de la gerencia.

Apoyo empresarial

En un mundo ideal la experiencia del empleado durante todo el ciclo de vida del empleado en la organización, debería ser tan buena que cada empleado que se haya ido seguirá siendo un embajador activo de la marca. Los empleados cuya experiencia de salida es positiva, tienen casi tres veces más probabilidades de recomendar su organización que los que están descontentos o en estado neutral.

Por otro lado, los empleados que se marchan descontentos de la empresa pueden:

- Dañar la imagen de la marca y la empresa.
- Afectar a su capacidad para reclutar a los mejores talentos.
- Alterar la moral del equipo.
- Dañar la reputación con los clientes.

Última actualización el 11/09/2026