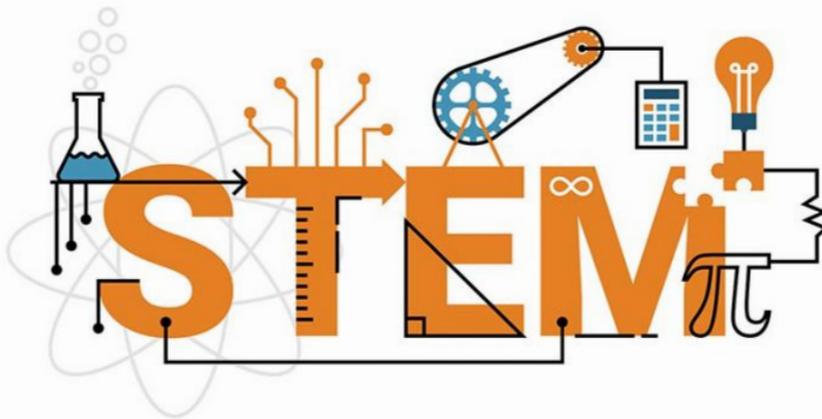




[Todo el mundo dispone de espacio para desarrollarse en Lilly](#)

La atracción de perfiles STEM centrará la atención del Employer Branding en 2017



•
•
•
•
•

31/03/2017 · ¿Cuáles son las claves que permiten atraer el talento? ¿Cuántos los factores que intervienen en las estrategias de Employer Branding? Las empresas cada vez están más inmersas en una guerra de talento, que según la consultora PeopleMatters será la calve que defina la competitividad de las empresas. Es por ello que, según sus predicciones, los programas de Employer Branding en las empresas españolas crecerán por encima del 50% este año, especialmente enfocados en el reclutamiento de perfiles STEM.

España está sufriendo una inversión demográfica, **apenas el 35% de los jóvenes españoles cuenta con titulaciones que les habilitan para el mercado laboral** y muchas empresas se quejan de **la brecha que existe entre lo que los jóvenes aportan y lo que al empleador le gustaría**, especialmente en materia de compromiso. Y en medio de esta caótica situación es donde entra el Employer Branding, una estrategia de búsqueda, atracción y retención de talento que ha transformado las políticas de gestión de las personas

En palabras de Alfonso Jiménez, socio director de [PeopleMatters](#), consultora especializada en RRHH, “en una economía digital, de servicios y del conocimiento, **la batalla entre los empleadores se libra fundamentalmente en el terreno del talento de sus profesionales**”. Un talento que Jiménez revela como la clave de la competitividad hoy día.

Fruto de esta situación, las previsiones de PeopleMatters señalan que **los planes de Employer Branding en la empresa española van a aumentar por encima del 50% este año**, especialmente para atraer a los perfiles STEM (ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas), donde existe la **mayor batalla por el talento, escasez de profesionales** -ya que los especialistas no superan el 30% de los licenciados- y **una auténtica inflación de salarios**.

Para ayudar a las organizaciones a alcanzar ese objetivo, la compañía acaba de publicar el libro “[Empresas que dejan huella. Employer Branding en una sociedad conectada](#)”, de [Miriam Aguado y Alfonso Jiménez](#), que cuenta con la colaboración de casi una veintena de expertos de diferentes organizaciones de referencia en España.

En la obra se abordan cuestiones como **las principales tendencias internacionales dentro del Employer Branding**; cómo cambia la gestión de personas con la digitalización; **la gestión del compromiso y del talento senior**; **claves para atraer y retener a la Generación Millennial**, entre otras.

No obstante, PeopleMatters también ha dado a conocer las **10 claves que posibilitan tener una buena imagen de marca** como empleador:

1. **La identidad corporativa.** El propósito de la organización y su capacidad de resultar atractiva tiene que estar orientada hacia el mercado de profesionales y suscitar un vínculo emocional con las personas que conforman la empresa.
2. **Los procesos de gestión de personas, desde el reclutamiento hasta la desvinculación.** El bienestar corporativo, el equilibrio, la salud, la felicidad en el trabajo o la conciliación son términos que cada día se escuchan más como fin último de unos procesos competitivos de gestión de personas. Todos ellos pueden **ser aprovechados para generar marca** y algunos de ellos formarán parte de la propuesta de valor para el empleado.
3. **La comunicación interna y la creación de una actitud positiva hacia el empleador.** La puesta en valor del resto de los pilares internos pasa la comunicación, ya que a través de ella se maneja y conforma las percepciones que las personas.
4. **La calidad de la estructura directiva y gerencial** de una empresa es importante por múltiples razones: diseñar estrategias, definir planes, establecer relaciones, alianzas, etc., pero lo más importante es dirigir personas, donde **destaca el papel que los directivos tienen en el refuerzo de la propuesta de valor de la empresa con sus empleados** y el apoyo a la puesta en valor de todo aquello que la empresa ofrece a su gente.
5. **Aprovechar todos los soportes de comunicación corporativa** para trasladar “contenidos relacionados con la experiencia de trabajo” en cualquier pieza de comunicación que el empleador lance (página web corporativa, memoria, información comercial o los mensajes de empleo que se pueden poner en una tienda para la captación de trabajadores).
6. **La definición e implantación de un plan específico de presencia en el mercado laboral** en el que la materia sea “la experiencia de trabajar en nuestra empresa” para ser reconocidos como buenos empleadores.
7. **La capacidad de prescripción en los centros formativos identificados como “caladeros de empleo”** para cada empresa, desarrollando un marketing de reclutamiento que genere experiencias memorables, como la oportunidad de hacer prácticas.
8. **La difusión de la marca** entre todos aquellos que pueden hacer de prescriptores en el mercado laboral de referencia. Hay colectivos que son clave como los referentes para cada profesión.
9. **La gestión del alumni.** La opinión de los exempleados es muy valiosa como generadores de marca, como “superembajadores”, ya que su juicio tiene fundamento, están desprovistos de intereses y son más imparciales.
10. **Las redes sociales, foros, blogs, canales de Youtube conforman el nuevo ágora**, un espacio virtual de relaciones en donde los futuros empleados interactúan con empleados, exempleados y en donde se fraguan opiniones. Manejar adecuadamente las redes sociales y el ciberespacio es clave para ser un buen empleador. De hecho, no es casualidad que las empresas más próximas a lo digital son, al mismo tiempo, las más deseadas por los jóvenes de todo el mundo, con Google a la cabeza.

TAGS: [employer branding](#) | [PeopleMatters](#) | [STEM](#)

-
-
-
-
-
-

DEJA TU COMENTARIO:

nombre*

e-mail

comentario*

No soy un robot reCAPTCHA

Privacidad - Condiciones

ENVIAR NOTICIA:

tu e-mail*

e-mail destino*

comentario*

VISUAL COMPANIES

Conoce las mejores empresas en las que trabajar.