

Ofertas de Vuelos



Elige tu destino o tu compañía preferida y vuela!



# RRHHDigital

EL PRIMER PERIÓDICO ONLINE DE RECURSOS HUMANOS

Buscador

BOLETIN RSS HEMEROTECA

- Portada
- Secciones
- Editorial
- Entrevistas
- Se rumorea
- Contratado y Despedido
- Empleo en RRHH
- RHPedia

Portada > Editorial

Alfonso Jiménez, Socio Director de PeopleMatters

Miércoles, 20 de Enero de 2010

## ¿Sirve para algo la imagen de marca hacia los empleados en estos momentos?

Actualizado Miércoles 20/01/2010 00:06

Alfonso Jiménez, Socio Director de PeopleMatters



Durante el periodo 2004-2008 se ha hablado mucho de Employer Branding. Pero se ha hecho como instrumento para la captación en el mercado laboral de un talento cada vez más escaso. La economía crecía por encima del 3% y en muchos sectores se vivía una locura de crecimiento y reclutamiento. Todo se ralentizó en 2008 y en 2009 se inició el proceso contrario. Muchos profesionales que eran buscados con vehemencia en esos años, salían de aquellas organizaciones que les habían atraído para englosar las internamente famosas listas del paro español.



Parecería que los esfuerzos por disponer de una marca reputada como empleador debían olvidarse. Sin embargo, considero que es un error pensar que el único sentido que tiene tener una determinada marca hacia los empleados es el facilitar el reclutamiento. La imagen de marca hacia los empleados tiene otros sentidos y otros públicos que el de los "potenciales empleados".

En este sentido, no puede ser lo mismo el compromiso que tienen los empleados con su empresa si esta es conocida en el mercado laboral y se le atribuyen unos determinados valores positivos a aquella otra que es desconocida o que se le atribuyen unos valores poco atractivos para sus empleados. Es evidente que no es lo mismo.

Una empresa está conformada por personas y éstas cada día más, son el elemento de diferencia respecto a otras marcas. El papel de las personas en una economía de servicios y del conocimiento es cada día más relevante. Cuando se ficha a un profesional para un equipo se asume todo su gasto, sin embargo, dependiendo de cómo se comprometa con el equipo, con el proyecto, con la empresa, su desempeño será uno u otro. El retorno de la inversión viene determinado en gran medida por su grado de compromiso. Y sobre éste tiene una gran importancia la imagen de marca como empleador.

Además, el mercado va tomando nota. Tal vez hoy no necesitemos contratar más personas, pero seguro que algún día necesitaremos hacerlo. Entonces disponer de una imagen de marca hacia las personas será nuevamente una importante ayuda. Hoy es más fácil diferenciarse que nunca ya que con menos haces más.

En estos momentos en los que es vital ser más competitivo (hacer más y mejor con menos coste) es preciso contar con la complicidad de aquellos que están en la trinchera. Por ello, no deberíamos deteriorar bajo ningún concepto la imagen de marca hacia los empleados en estos momentos, más al contrario, habría que reforzarla.

Tal vez en este momento habría que modificar el orden de prioridades en el términos de palancas de gestión de la marca hacia los empleados dando más importancia a las palancas internas que a las que están impactando en públicos externos, que aunque no pueden olvidarse si podrían pasar en estos momentos a un segundo plano.

Por palancas internas entendemos básicamente cuatro.

En primer lugar, es importante tener un "proyecto de empresa", una razón para trabajar, para existir. Algo que da sentido al proyecto empresarial para el que se trabaja. Más que nunca es importante reforzar el "propósito" de la empresa. Tal vez no es necesario redefinir la Misión, la Visión y los Valores de la empresa, pero es necesario disponer de un Propósito, un Manifiesto, una, en definitiva, "Razón de Ser".

En segundo lugar, hay que maximizar el conjunto de procesos de Gestión de Personas que, en muchas ocasiones (demasiadas) no son conocidos, utilizados, ni valorados adecuadamente.

En tercer lugar, hay que comunicar, comunicar y comunicar. La comunicación es un elemento clave en estas situaciones. Necesitamos comunicar más y mejor. Este punto será ampliamente desarrollado por una gran experta en comunicación en España como es nuestra colaboradora Pilar Trucios. Hace unos días me pasó un texto que próximamente se publicará que sintetiza perfectamente lo que debería ser una estrategia de comunicación hacia los empleados.

Y finalmente en cuarto lugar, y no por ello menos importante, alinear a la estructura directiva y gerencial de la compañía con el propósito, los procesos y la imagen de marca hacia los empleados. Son aquellos que tienen el mandato de dirigir a otros, los máximos responsables de mantener sus competencias y mantener su compromiso con el proyecto empresarial. En estos momentos, las estructuras directivas y gerenciales desde la primera línea de management hasta la última línea de responsabilidad, juegan un papel importantísimo para afrontar los niveles de competitividad (hacer más y mejor con menos coste) que se requieren para la sostenibilidad de los proyectos.

Por todo ello, ante la pregunta de si tiene sentido trabajar hoy la imagen de marca hacia los empleados, la respuesta correcta sería: sí, sin duda, más que nunca.

IMPRIMIR
 ENVIAR
 PDF
 RECOMENDAR
 
 Volver a sección
 Volver a portada

Ayúdanos con tus comentarios a completar esta noticia  
Los comentarios ofensivos serán borrados por el administrador...



### Lo último de la hemeroteca

- El fin de las vacaciones, el inicio de un reto para todos
- La vuelta de vacaciones y el ogro
- ¿Qué es Coaching Laboral?
- La vuelta al cole
- Hoy vuelvo al trabajo

[Ver todas las entradas](#)

### Directorio de RRHH

[Entrar al Directorio](#)

Sector: Software



A3 Software



Talenttools



NorthgateArinso

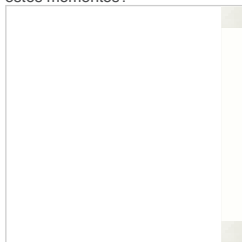
ANTERIOR | SIGUIENTE

### Lo más de la semana

- RRHH Digital desea una feliz Navidad y un próspero año nuevo al sector de los Recursos Humanos
- Los buenos candidatos y los mejores. El valor de la consultoría.
- Felicitación Navideña de Pilar Jericó

### Escribe tu comentario

Tema: ¿Sirve para algo la imagen de marca hacia los empleados en estos momentos?



Nombre (Obligatorio)

Correo Electrónico (Obligatorio)\*

Página Web (Si tienes)

*\*La dirección de correo no se hará pública en la web*

Introduce el número de la imagen (Código de verificación para prevenir envíos automáticos)



15c89

Enviar

YouTube y el Canal de RRHH Digital

Felicitación Navideña de Juan Mora, Director de Recursos Humanos de NH Hoteles

### Encuesta

¿Cree que el 2010 será mejor año para el empleo que el 2009?

- Si, se creará más empleo
- No, continuará creciendo el desempleo
- Igual

[Ver resultados](#) / [Votar](#)

#### [Curso Recursos humanos](#)

Programas certificados por la UAB.  
Curso online. ¡Inscríbete ya!

[www.ecol.edu.es](http://www.ecol.edu.es)

#### [NorthgateArinso RR.HH.](#)

Outsourcing de Nómina en España  
Integración de Aplicaciones HR

[www.northgatearinso.es](http://www.northgatearinso.es)

#### [Recursos humanos](#)

Aprende a Dirigir un Departamento de Recursos Humanos. Infórmate

[Cursos-Superiores.com/FormacionRRHH](http://Cursos-Superiores.com/FormacionRRHH)

Anuncios Google

### Recomendamos

Home English



Apple Store



Viajes Iberia



Foto.com



Skype



CCC



[Portada](#) | [Secciones](#) | [La Noticia más Actual](#) | [Entrevistas](#) | [Se rumorea](#) | [Contratado y Despedido](#) | [Empleo en RRHH](#) | [RHPedia](#) | [Suscríbete al boletín](#) | [Hemeroteca](#) | [Links](#) | [Aviso Legal](#)

COPYRIGHT 2008 RRHHDigital Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.

[DATOS DE CONTACTO](#)

Diseño y desarrollo web: [LEXTREND](#)