

¿quién ganará los
Randstad Award 2016?



4 de mayo 7ª edición

[más info >](#)



Grupo  Blc

EDITORIAL



Nacho Mirón

¿Por qué si SÍ, al final nos gana la partida el NO?

RRHH Digital

EL PRIMER PERIÓDICO ONLINE DE RECURSOS HUMANOS

10 AÑOS

[PORTADA](#) [SECCIONES](#) [EDITORIAL](#) [ENTREVISTA](#) [SE RUMOREA](#) [THE ENGLISH CORNER](#) [FORMACIÓN EN RRHH](#) [EMPLEO](#)

[VOLVER](#)

TAMAÑO DE LA LETRA 

PeopleMatters analizó las nuevas claves para atraer el mejor talento

POR [RRHH Digital](#), 05:00 | 14 de Abril del 2016

PeopleMatters, consultora especializada en Gestión de Personas, organizó la jornada "10 conversaciones sobre Employer Branding", en la que se analizaron las últimas tendencias en materia de imagen de marca de empleador (Employer Branding), en España y a nivel internacional.

Grandes expertos abordaron, en un formato de conversación, cuestiones como las estrategias de Employer Branding en un entorno digital, diferentes monitores y rankings existentes (Universum, MERCO Talento, Top Employers) y la información que éstos aportan a las empresas, la perspectiva internacional o estrategias de creación de marca en las "factorías de talento", entre otros temas de interés.

A lo largo de la jornada participaron, entre otros, Carlos Morán, director de Recursos Humanos y Organización de Cepsa; Rafael Garavito, International Business Development Manager de Universum; Alfonso Garrán, director de Marketing Corporativo de MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa); Salvador Ibáñez, country manager para España de Top Employers Institute; Amparo Boria, directora de Operaciones de Recursos Humanos de Accenture en España, Portugal e Israel; José M^o Cubillo, director del Departamento de Marketing de ESIC; María de Santos, responsable de Atracción de talento y movilidad de CEPESA; Pablo Flores, Leadership & Development Manager de Heineken España; Lourdes Sarmiento, secretaria técnica del Grupo de Empleo de la CRUE, Asuntos Estudiantiles; e información para medios Almudena Rodríguez Tarodo, decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación de la Universidad Europea de Madrid.

A lo largo de la jornada se expusieron varios casos de éxito. Algunos datos interesantes:

Accenture, por Reyes Sanz, Responsable de Employer Branding en España, Portugal e Israel:

- o Un modelo de medición del ROI alrededor de la experiencia del candidato. KPIs de eficacia y eficiencia del proceso: nº CVs válidos por fuente, nº ofertas por fuente, nº aceptaciones/rechazos por fuente, nº contrataciones, coste por contratación final, posicionamiento en rankings...

Altadis, a cargo de Luis Blas, su director de Recursos Humanos:

- o Invertir en el mejor talento para alcanzar los mejores resultados, especialmente en tiempos de crisis. Hacer más con menos, pero más enfocados.

Banco Sabadell, por Emilio Pascual, director de Employer Branding de la entidad:

o "Una buena política de gestión de personas es el mejor Employer Branding posible"



Gas Natural Fenosa, con la participación de Carmen Fernández, equipo de Personas, Organización y Cultura:

o "Un mundo por descubrir". Mejora de 13 posiciones en el ranking de Universum desde 2012, año en que se empezó a trabajar explícitamente sobre la marca como empleador.

MSD, presentado por Alfonso Mostacero, director ejecutivo de Recursos Humanos de la farmacéutica:

o "Employer branding no es un destino, es un viaje al que ha de sumarse toda la organización". Más de 100 profesionales de MSD han participado en la construcción de su estrategia "Está en mí".

Santander, a cargo de Carmen Rodríguez, responsable de Recursos Humanos de Santander España:

o El monitor Merco Talento como herramienta de monitorización de percepciones: interna (% de empleados satisfechos con el Banco) y externa (perspectiva multi-stakeholder), como input para la gestión.

Securitas Direct, por Sergio Moreno director de Recursos Humanos y Javier Serrano, director de Comunicación de la compañía, respectivamente:

o "Personas que protegemos a personas" y cómo una compañía ha de actuar para acercar percepciones y realidades. La marca como empleador, como herramienta para la competitividad.

y **LinkedIn** como herramienta de Employer Branding, con la intervención de Borja Vara, Sales Manager Iberia de la red profesional:

o En un momento en el que el 97,3% de los demandantes de empleo en España realiza sus búsquedas a través de internet, y un 42,6% lo hace sólo online, el 90,8% utiliza LinkedIn como herramienta de búsqueda profesional (36,2% usa Twitter, 31% usa Facebook). LinkedIn cuenta con casi 8 millones de usuarios en España.

o La metodología "Build, Engage, Sell" apoya los esfuerzos de las empresas al posicionar su marca como empleador a través de LinkedIn.

o "Elevate", una nueva plataforma para dar voz a los Brand ambassadors de cada compañía.

El cierre de la jornada lo realizó Alfonso Jiménez, socio director de PeopleMatters, que entrevistó a un grupo de jóvenes de la Generación Z sobre su visión del mundo de la empresa.

Se denomina Generación Z a los jóvenes nacidos entre 1996 y 2000, que empezarán a incorporarse al mercado laboral a partir de 2018. Las organizaciones necesitan comprender y ser capaces de atraer a estos jóvenes, la generación de súper nativos digitales más puros y que componen el talento que impulsará el crecimiento y la innovación en la próxima década.

A continuación el link al **video resumen de la jornada**:

<http://www.peplematters.com/category/peplematters-tv?fwpcategories=peplematterstv>

<https://www.youtube.com/watch?v=WhpCqoMGThY>

*Si te ha resultado interesante este artículo, te animamos a seguirnos en **Twitter**.

RRHHDigital



Twitter



Facebook



Menéame



Linkedin

Noticias Relacionadas:

PeopleMatters analiza con expertos en Employer Branding las nuevas claves para atraer el mejor talento

El 68,35% de las empresas españolas han decidido aplicar subidas salariales, según PeopleMatters

Las empresas del Ibex 35 esperan una caída del 31% en la contratación, según PeopleMatters



PeopleMatters, consultora especializada en Gestión de Recursos Humanos, publicó el artículo "El estudio de PeopleMatters sobre el uso de LinkedIn en España" el lunes, 14 de marzo, en [ampliar](#)

El 84,16% de las empresas españolas ha realizado subidas de salario durante el año 2015, según el "Estudio de PeopleMatters sobre el uso de LinkedIn en España" publicado el lunes, 14 de marzo, en [ampliar](#)

Las empresas del Ibex 35 vaticinan una caída del 31,5% en los planes de contratación en el segundo semestre de 2015, según el "Estudio de PeopleMatters sobre el uso de LinkedIn en España" publicado el lunes, 14 de marzo, en [ampliar](#)



Tags: recursos humanos, rrhh, empleo, laboral, ,

Enviar a un amigo

(0) COMENTARIOS

ENVÍE SU COMENTARIO

SU NOMBRE:

SU EMAIL:

SU COMENTARIO:

Form fields for name, email, and comment, with a large text area for the comment and a vertical scrollbar on the right.

ENVIAR



RRHH Digital

El periódico online de recursos humanos y empleo

Otros periódicos del Grupo Ediciones Digitales Siglo 21

- AltoDirectivo
- LobbyWorld
- PadelSpain
- GolfConfidencial
- El Diario del Bebé
- SerComercial

Suscríbete a nuestro boletín



Secciones

- Portada
- Secciones
- Editorial
- Entrevista
- Se Rumorea
- The English Corner
- Formación en RRHH
- Empleo en RRHH
- Contacto
- Publicidad
- Aviso Legal

© CopyRight 2015 RRHHDigital