



[En Bausch+Lomb buscamos a personas líderes en innovación y que sean motores de cambio](#)

## Glassdoor: A través de la puerta de cristal



- 
- 
- 
- 
- 
- 

**Miriam Aguado,**  
Directora  
**PeopleMatters**

25/07/2017 · Las empresas necesitan atraer nuevo talento y, para ello, han comenzado a potenciar su imagen de marca a través del employer branding. Una estrategia que pasa por generar buenas opiniones -de empleados, ex empleados y potenciales aspirantes a un puesto de trabajo y clientes- tanto en su público interno como externo. Y es sobre esta cuestión de la que habla Miriam Aguado, Directora de PeopleMatters, una consultora que recientemente visitó las instalaciones de una de las compañías que han permitido contribuir a este fin: Glassdoor. De este modo, Aguado nos habla de la evolución que ha tenido el papel -más o menos activo- de los usuarios en esta materia y de cómo a ido incrementando en importancia estas valoraciones sobre las empresas en materia de empleo y talento.

Es la **era de la transparencia, del acceso a la información, de la inmediatez y la accesibilidad** en cualquier momento y en cualquier lugar. **Nuestros hábitos han cambiado**, primero **en el modo de comunicarnos y relacionarnos entre nosotros**, en el ámbito personal y en el laboral (¿cuántos números de teléfono sabe de memoria una persona media, hoy? ¿hablamos o nos escribimos? ¿existen las distancias?), e inmediatamente después **en el modo en que accedemos al consumo**, combinando el mundo offline con el online y, por el camino, participando de “la conversación” y estableciendo relaciones más o menos intensas y duraderas con las marcas.

Lo anterior ha supuesto un profundo cambio en las expectativas y en el modo en que se toman las decisiones, hoy, a nivel global. Según un estudio de Retailing Today, ya en 2013, **los consumidores online consultábamos al menos tres páginas web antes de realizar una compra**. La oferta es cada vez mayor y, sobre todo, lo es la información a disposición del usuario. En estos años **hemos interiorizado el acceso a la información** que, de modo proactivo, emite una marca, un establecimiento, al mismo tiempo que la que ofrecen otros usuarios, que comparten su experiencia con los mismos, poniéndola a disposición de quienes vengan detrás. Lo que inicialmente se percibió como una amenaza, que de hecho ocurría en plataformas alternativas a las oficiales de las marcas, se ha convertido en un ecosistema de transparencia en el que **la información existe y es el usuario quien debe aplicar su propio criterio** y tomar sus decisiones a partir de dicha información. Portales como Trip Advisor, en el mundo de la hostelería, el Tenedor, en el mundo de la restauración, han marcado el estándar para la creación de contenidos de opinión sobre diferentes ámbitos y áreas de consumo.

Y, al igual que ya ocurrió con la entrada de las marcas y las empresas en el mundo de las redes sociales, a la que se incorporó la dimensión de marca empleadora en un momento posterior, **el mundo de los portales de valoración de usuarios**, desarrollados desde la filosofía de “experiencia cliente” **se ven ahora ampliados por la llegada de un portal exclusivamente centrado en la “experiencia empleado”**. Y ese portal es Glassdoor.

**Glassdoor ve la luz en 2008**, en California, con el objetivo de “reunir valoraciones e información salarial aportada por empleados de grandes compañías, para mostrarlas de modo anónimo de modo que todos los usuarios puedan visualizarlas” (TechCrunch, via Wikipedia). Y ha cumplido su promesa. **Hoy, en el mercado norteamericano, Glassdoor se ha convertido en referencia obligada** para todas aquellas personas en búsqueda de empleo en el mundo corporativo. Ya no basta con la información publicada en la web ni con los datos del puesto ofertado; ni siquiera con la posibilidad de contactar con empleados actuales a través de plataformas como LinkedIn. El usuario espera más y combina toda la información a su alcance.

A través de Glassdoor, una persona que desea informarse sobre una empresa en particular como potencial empleador, podrá acceder a la siguiente información, a partir de la cual formarse su propia opinión:

- **Descripción general:** incluye una ficha inicial que ofrece una visión global sobre la compañía, su negocio, sede, página web, facturación anual, etc., así como el acceso al resto de los apartados de su página de empresa.
- **Valoraciones:** uno de los apartados fundamentales, recoge las valoraciones de empleados reales de la compañía, actuales o pasados, sobre su experiencia y en relación a diversos aspectos como “pros”, “contras” (cultura, equilibrio, oportunidades de carrera, compensación y beneficios y alta dirección), recomendaciones a la dirección, perspectivas de futuro y valoración sobre el CEO.
- **Empleos:** ofertas de trabajo disponibles y publicadas por la propia organización, a las que pueden acceder y postularse los posibles candidatos.
- **Salarios:** información reportada por los empleados sobre sus salarios, presentadas a nivel de puesto.
- **Entrevistas:** otro apartado muy interesante y de valor para las personas que se plantean la posibilidad de entrar en contacto con la empresa, ofrece información relativa al proceso de selección y las entrevistas realizadas (tipo de puesto, impresiones generales sobre la experiencia, resultado de la entrevista, facilidad o dificultad de la misma, e incluso preguntas específicas a tener en cuenta).
- **Beneficios:** comentarios sobre los distintos beneficios que componen el paquete de recompensa total en la compañía, y para un puesto específico, detallando su valoración positiva o negativa al respecto, así como sus comentarios al respecto. En el mercado norteamericano, principal lugar de implantación del portal, este bloque es especialmente importante, relevante y determinante para la decisión final de un candidato.
- **Fotos:** fotografías ilustrativas de la compañía, su negocio, instalaciones, personas, etc.

De lo anterior queda claro que ya no existen los secretos. **La compañía no es dueña única de la información** sobre lo que ocurre en su interior y en el día a día, sino que lo son los empleados y, finalmente, el mercado de talento. Esta nueva dinámica genera nuevas relaciones entre las organizaciones y las personas, sean empleados, familiares, amigos o candidatos, y un nuevo flujo de la información.

Desde el punto de vista de la empresa, **Glassdoor supone una oportunidad de aprovechar un canal existente para conocer, gestionar y reforzar la marca empleadora de modo proactivo**. La compañía puede elegir entre simplemente observar desde fuera lo que otros opinan sobre ella e incluso incorporar la información en sus procesos de mejora, o tomar un rol más activo a través del desarrollo y gestión de la página de empresa oficial (de modo similar a como ocurre, por ejemplo, en LinkedIn) a través de la versión de pago.

**PeopleMatters** tuvo la oportunidad de visitar recientemente las oficinas de **Glassdoor** en San Francisco, California, y conocer de primera mano el alcance y posibilidades potenciales de su plataforma, tanto para el usuario particular como para las empresas. De aquella experiencia surgió la idea de invitarles a escribir un capítulo sobre Glassdoor para su inclusión en nuestro libro “Empresas que dejan huella: Employer Branding en una sociedad conectada”, disponible online en nuestra página web.

Glassdoor aún no ha desembarcado en España, pero ya **son numerosas las compañías españolas o con sede en España que se cuentan entre las valoradas** y sobre las que posibles candidatos están opinando. Desde aquí, os invitamos a consultar su portal, comprobar si es vuestro caso y, sea cual sea la respuesta, ir conociendo la dinámica e incorporándola en vuestros procesos de atracción y gestión del talento, estrategias de Employer Branding e incluso, de estilo directivo y de gestión.

Muy probablemente, **Glassdoor se convertirá en el lugar de referencia para obtener información sobre una compañía como lugar para trabajar** y, por tanto, el principal escaparate de empleo, complementario a las secciones correspondientes en la web corporativa de una compañía.

## CONOCE MÁS:



TAGS: [employer branding](#) | [atracción de talento](#) | [PeopleMatters](#) | [empresas](#)



## ENVIAR ENTREVISTA:

tu e-mail\*

e-mail destino\*

comentario\*

## VISUAL COMPANIES

Conoce las mejores empresas en las que trabajar.