

NOTICIAS

Los planes de Employer Branding aumentarán este año por encima del 50%

Según PeopleMatters, los programas se centrarán en atraer al talento de perfiles STEM



28/03/2017 Los programas de Employer Branding en las empresas españolas crecerán por encima del 50% este año, según las previsiones de PeopleMatters. La mayor tensión se centra en la atracción y retención de los perfiles STEM, que se encuentran claramente en auge, y que servirán para tratar de ganar la guerra de talento que existe a día de hoy en las empresas, ya que será la capacidad que éstas tengan para atraerlo, retenerlo y profesionalizarlo, la que defina los resultados de éxito de las organizaciones.

“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**”, indica Alfonso Jiménez, socio director de [PeopleMatters](#), consultora especializada en Gestión de Personas. “Hace un tiempo **la ventaja competitiva podría estar en otras fuentes** -capital, recursos financieros, materias primas, la disposición de tecnología- que hoy son accesibles”, señala el directivo, al tiempo que revela que la clave de la competitividad “es el talento”.

España hoy está sufriendo una inversión demográfica y, además, **la capacitación de los jóvenes no siempre está alineada con las necesidades del sistema productivo**. Así, el número de jóvenes españoles ha pasado a ser del 14% de la población general y, de ellos, **apenas el 35% cuenta con titulaciones que les habilitan para el mercado laboral**. Sin embargo, además de las competencias técnicas, muchos empleadores se quejan de las competencias profesionales clave como la capacidad de comunicación, el trabajo en equipo, etc., y la brecha es aún mayor con **el compromiso, entre lo que los jóvenes aportan y lo que al empleador le gustaría**.

En ese ámbito, **el Employer Branding** ha transformado las políticas de Gestión de las Personas y su Talento. “**Tener los mejores profesionales es y debe ser una obsesión del management moderno**”, apunta Jiménez. “Ya hay escasez de talento en muchas áreas, por lo que **tener a los mejores en cada nivel, puesto y actividad es una clara ventaja competitiva**”, concluye.

Por ello, según las previsiones de PeopleMatters, **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 y de ámbito internacional.

En la obra se abordan cuestiones como **las principales tendencias internacionales dentro del Employer Branding**; cómo cambia la gestión de personas con la digitalización de los negocios; **la gestión del compromiso y del talento senior**; **claves para atraer y retener a la Generación del Milenio**, y reflexiones sobre la Generación Z; **monitores de reputación corporativa** para la atracción de personas, **el retorno de la inversión en Employer Branding** o las [10 palancas que posibilitan tener una buena imagen de marca como empleador](#), entre otras.