

employer branding

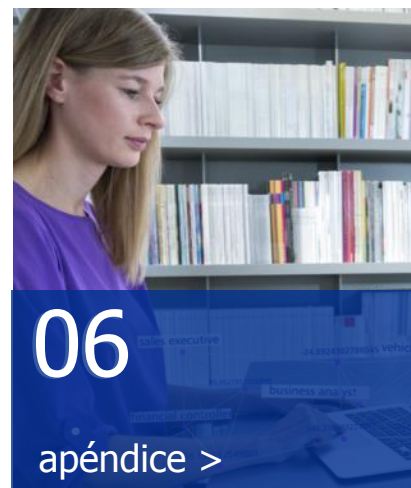
cuando la percepción puede
convertirse en realidad

España

Resultados Randstad Award 2016

índice

Randstad Award resultados 2016: España





introducción

¿qué es el
Randstad Award?

¿qué es el Randstad Award?

es el mayor estudio independiente de employer branding a nivel mundial

estudio realizado de forma independiente con más de 200.000 encuestados en todo el mundo

verdadero reflejo del employer branding para las mayores empresas del país

información valiosa para ayudar a las empresas a dar forma a su marca



25 países

cubren el 75% de la economía mundial



Australia Argentina Bélgica
Canadá China Francia
Alemania Hong Kong Hungría
India Italia Japón Luxemburgo
Malasia Países Bajos Nueva
Zelanda Polonia Portugal Rusia
Singapur España Suiza Suecia
Reino Unido EE.UU.

muestra
representativa de
18 a 65 años,
basada en región,
edad y sexo

muestra compuesta
por estudiantes,
trabajadores en
activo y
desempleados

entrevistas
llevadas a cabo
entre el 23 de
septiembre y el 8
de diciembre de
2015



employer branding



importancia del employer branding

los costes laborales se reducen un

10%

para las empresas con una buena estrategia de employer branding

la rotación se reduce en un

28%

en empresas con una sólida estrategia de employer branding

«Los países, las empresas y los empleados poseen necesidades sutilmente diferentes. Por tanto, el employer branding de una compañía debe ser capaz de transmitir aquellos rasgos que hacen única a cada empresa».

Jacques van den Broek,
CEO Randstad

el coste por contratación es un

46%

menor en empresas con una marca atractiva

la imagen de marca es importante para el

84%

de trabajadores a nivel mundial

4 pasos para obtener el máximo partido de su marca de empleador



paso n.º 1

medir lo que ofrece y comparar con lo que sus empleados desean



paso n.º 2

especificar su PVE - tener en cuenta al público de destino



paso n.º 3

comunicar sus ofertas a sus (posibles) empleados - reflejo de la realidad



paso n.º 4

mirar hacia el futuro - plan de 3 años para anticiparse a las necesidades de sus empleados

para conseguir una sólida marca como empleador, cree una propuesta de valor para el empleado (PVE) creíble y maximice su efecto sobre la atracción, retención y captación de talento en 4 pasos



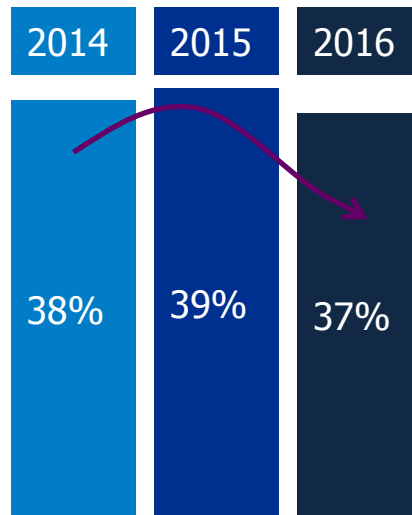
perspectivas globales

a pesar de la frágil recuperación económica de 2015, el atractivo general de las empresas en los 25 países muestra un descenso en este 2016

atractivo de la marca de empleador: basado en el porcentaje de talento que desearía trabajar para uno de los principales empleadores de su país

descenso en 17 países. en EE.UU., Francia y Rusia un 5% menos.

tendencia negativa mundial en el atractivo de las compañías



al 37% de trabajadores a nivel mundial le gustaría trabajar para uno o varios de los mayores empleadores de su país

Portugal y Malasia poseen una puntuación respectiva del 37% y el 45%

Nueva Zelanda, Japón, Canadá y China permanecen estables. pequeño incremento en Alemania: del 32% en 2015 al 33% en 2016.

el salario sigue siendo una prioridad importante en los trabajadores de todo el mundo, seguido de la seguridad laboral; pero los empleadores tienen un menor rendimiento en estos y otros valores fundamentales, como ambiente de trabajo y conciliación

valores fundamentales buscados por el talento potencial en 25 países

los trabajadores potenciales buscan...

- 1. condiciones económicas**
- 2. seguridad laboral a largo plazo**
- 3. ambiente de trabajo agradable**
4. conciliación entre vida y trabajo
5. salud financiera
6. perspectivas de carrera profesional
7. contenido del puesto de trabajo
8. buena formación
9. sólida gestión
10. responsabilidad social corporativa

valores fundamentales atribuidos a los mayores empleadores de 25 países

los empleadores puntúan mejor en...

1. salud financiera
2. sólida gestión
3. buena formación
- 4. condiciones económicas**
5. perspectivas de carrera profesional
- 6. seguridad laboral a largo plazo**
7. contenido del puesto de trabajo
- 8. ambiente de trabajo agradable**
9. responsabilidad social corporativa
10. conciliación entre vida y trabajo

disonancia entre lo que el talento potencial cree importante y su clasificación entre los empleadores

los 3 valores fundamentales son salario, seguridad laboral y ambiente, que solo tienen el puesto 4, 6 y 8 entre los empleadores

los empleadores puntúan mejor en salud financiera, sólida gestión y formación, que solo tienen el puesto 5, 9 y 8 en los valores buscados por los potenciales trabajadores

los empleadores tienen un mal resultado en los impulsores ambiente y conciliación entre trabajo y vida privada

top 3 de sectores más atractivos por zona

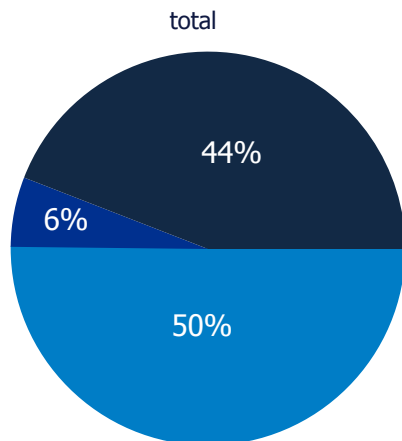
	1 ^{er} puesto	2 ^o puesto	3 ^{er} puesto
Américas	TI	salud	consultoría
APAC	consultoría	TI	salud
Europa	TI	automoción	salud

el 55% de los trabajadores a nivel mundial preferiría un horario laboral flexible

qué opinan sobre el horario laboral actual

el % de los trabajadores está

- satisfecho con el horario actual
- dispuesto a trabajar menos
- dispuesto a trabajar más



el 44% de las personas estaría dispuesta a trabajar más por...

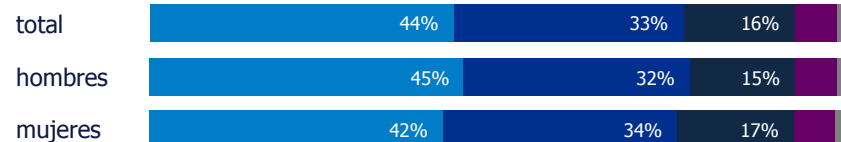
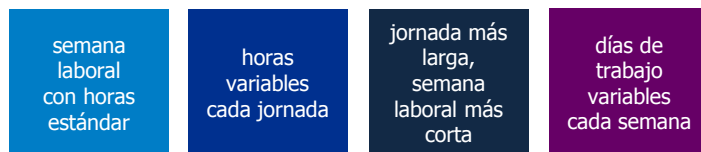
	hombres	mujeres
incremento de los ingresos	86%	88%
promoción en la carrera profesional	38%	33%
completar el desarrollo potencial/personal	30%	27%

el 6% de las personas estaría dispuesta a trabajar menos para...

	hombres	mujeres
tiempo libre para uno mismo	74%	65%
mejor equilibrio entre vida y trabajo	63%	68%
deporte, ocio, aficiones	44%	36%

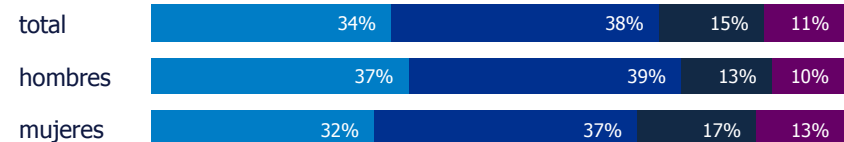
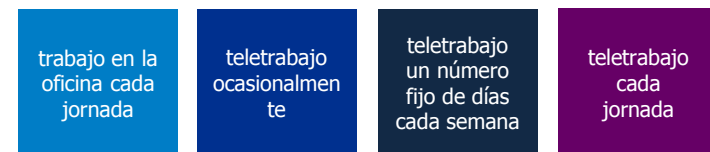
preferencia por tener más flexibilidad en el trabajo

el % de los trabajadores en el mundo prefiere...



preferencia por el teletrabajo

el % de los trabajadores en el mundo prefiere...





resultados España

¿qué desean los
trabajadores
españoles?

¿qué desean los trabajadores españoles?

factores más importantes que se buscan en un empleador

63%

indica que el salario es uno de sus 5 principales factores

56%

busca seguridad laboral a largo plazo

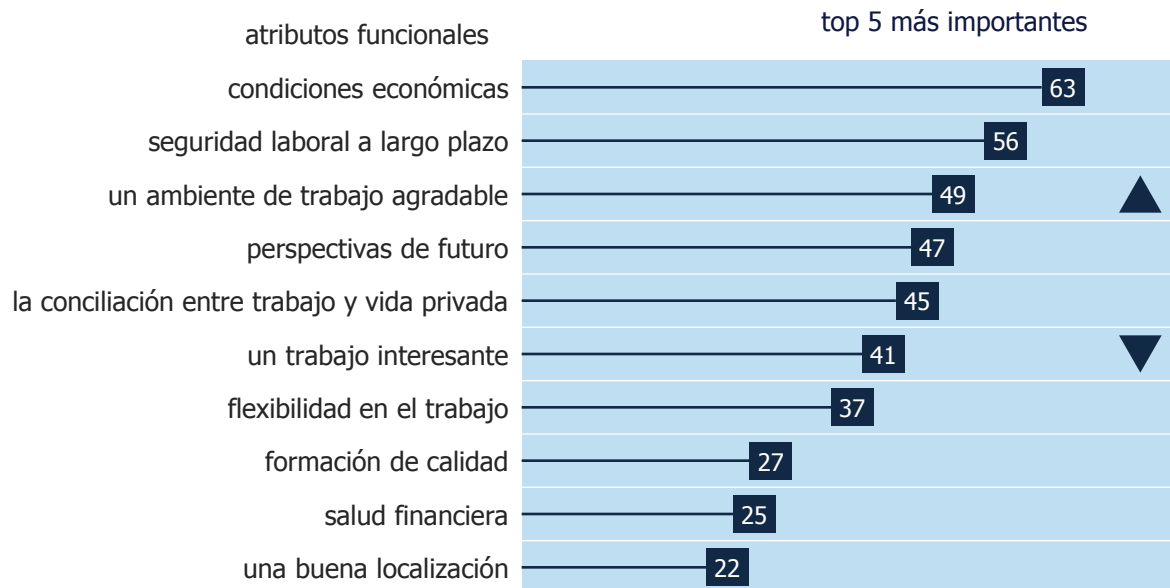
49%

busca un ambiente de trabajo agradable

el **salario** es el factor más importante para los trabajadores españoles al elegir una empresa, al igual que el año pasado

el **ambiente** ha ganado importancia respecto al año pasado

el **contenido** interesante del puesto de trabajo es menos importante que el año pasado



distintos perfiles, distintas necesidades

diferencias demográficas

mujeres

buscan más ambiente, conciliación, organizaciones laborales flexibles y gestión de la diversidad

VS

jóvenes

talento más orientado hacia la buena formación, concienciación medio ambiental, gestión de la diversidad, oportunidades de carrera internacionales e innovación

VS

universitarios

trabajadores más orientados hacia el contenido del puesto de trabajo, la conciliación y la sólida gestión

VS

hombres

buscan más oportunidades de carrera profesional internacional, formación, estabilidad económica e innovación



más mayores

las personas de 25-44 años de edad busca más conciliación, mientras que el salario, la seguridad laboral y la estabilidad económica cobran importancia pasados los 45 años



menos formados

buscan más seguridad laboral, una buena formación y gestión de la diversidad



función

los factores del top 5 se incluyen son también prioritarios en todas las categorías funcionales

una buena formación es más valorada por empleados con funciones de ingeniería, TI, derecho, salud, producción o servicios

la buena ubicación del empleador es lo más importante para los perfiles administrativos

¿qué resultado obtienen las compañías españolas en atributos importantes?

lo que buscan los candidatos frente a aquello en lo que mejor puntúan las empresas

el talento en España busca...

- 1. condiciones económicas**
- 2. seguridad laboral a largo plazo**
- 3. ambiente de trabajo agradable**
4. perspectivas de futuro
5. conciliación entre el trabajo y la vida privada
6. trabajo interesante
7. buena formación
8. salud financiera
9. preocupación por el medio ambiente
10. gestión eficaz

los empleadores de España puntúan mejor en...

1. salud financiera
2. perspectivas de futuro
3. gestión eficaz
4. trabajo interesante
5. buena formación
- 6. seguridad laboral a largo plazo**
- 7. ambiente de trabajo agradable**
- 8. condiciones económicas**
9. conciliación entre el trabajo y la vida privada
10. preocupación por el medio ambiente

CONOZCA lo que los candidatos desean

refuerce las prioridades del talento que busca

valide las hipótesis y **articule** los atributos de su organización

Randstad Award

empresas más
atractivas



las 20 empresas más conocidas

alcance del nombre: conocer la empresa lo bastante bien como para tener una opinión/percepción de ella

1.	Ikea	93.63%	2.	El Corte Inglés	93.41%	3.	BBVA	93.22%
4.	Mercadona	92.84%	10.	IBERIA	92.03%	16.	Renfe	90.45%
5.	Carrefour	92.57%	11.	Decathlon	91.91%	17.	Correos	90.32%
6.	Coca Cola	92.50%	12.	Renault	91.58%	18.	Ford	90.16%
7.	Nestlé	92.44%	13.	Media Markt	91.39%	19.	Hiperacor-El Corte Inglés	90.12%
8.	Telefónica Movistar	92.33%	14.	Vodafone	91.05%	20.	Orange	90.07%
9.	Repsol	92.10%	15.	Danone	90.86%			

las 20 empresas más atractivas

atractivo: entre los participantes que conocen la empresa (mín. 10% de alcance del nombre de la empresa); ¿qué % desearía trabajar para la empresa?

1.	IBM	65.12%
2.	Mercedes Benz	64.77%
3.	Atresmedia	64.26%
4.	Nestlé	64.24%
5.	Airbus group	60.98%
6.	Hewlett Packard	60.77%
7.	Bayer	60.72%
8.	Siemens	60.70%
9.	Danone	60.58%
10.	Procter & Gamble	59.04%
11.	Coca Cola	58.76%
12.	Glaxosmithkline	58.35%
13.	IBERIA	58.10%
14.	Grupo BSH Bosch	58.07%
15.	Renfe	57.97%
16.	Correos	57.47%
17.	RTVE	56.65%
18.	Vincci Hoteles	56.49%
19.	Meliá hoteles International	55.95%
20.	AC hoteles	55.77%

las 3 empresas más atractivas por factor

	1a posición	2a posición	3a posición
salud financiera	Inditex	Bayer	Ikea
formación de calidad	IBM	Glaxosmithkline	Bayer
seguridad laboral a largo plazo	Correos	Bayer	IBM
perspectivas de futuro	IBM	Bayer	Hewlett Packard
una gestión eficaz	Mercedes Benz	Inditex	Bayer
un trabajo interesante	Atresmedia	IBM	Airbus group
un ambiente de trabajo agradable	Atresmedia	IBM	Ikea
condiciones económicas	IBM	Mercedes Benz	Airbus group
conciliación entre trabajo y vida privada	Correos	Danone	Bayer
preocupación por el medio ambiente	Ikea	Danone	Nestlé

las 3 empresas más atractivas por sexo, edad y nivel de estudios

	1a posición	2a posición	3a posición
hombres	Mercedes Benz	IBM	Airbus group
mujeres	Nestlé	Atresmedia	L'Oreal
18 - 24 años	Atresmedia	Mercedes Benz	Vincci Hoteles
25 - 44 años	IBM	Nestlé	Mercedes Benz
45 - 65 años	Bayer	IBM	Renfe
básicos o sin estudios	Correos	Procter & Gamble	Nestlé
medios	IBM	Mercedes Benz	Atresmedia
licenciado o superior	IBM	Airbus group	Mercedes Benz

las 3 empresas más atractivas por región*

	1a posición	2a posición	3a posición
Norte	IBM	Atresmedia	Siemens
Centro	Mercedes Benz	Glaxosmithkline	Atresmedia
Este	Bayer	Nestlé	Mercedes Benz
Oeste	Correos	Bayer	NH Hotel Group
Sur	IBM	Airbus group	Nestlé

* véase la diapositiva núm. 37 para conocer más detalles

Randstad Award

sectores más
atractivos



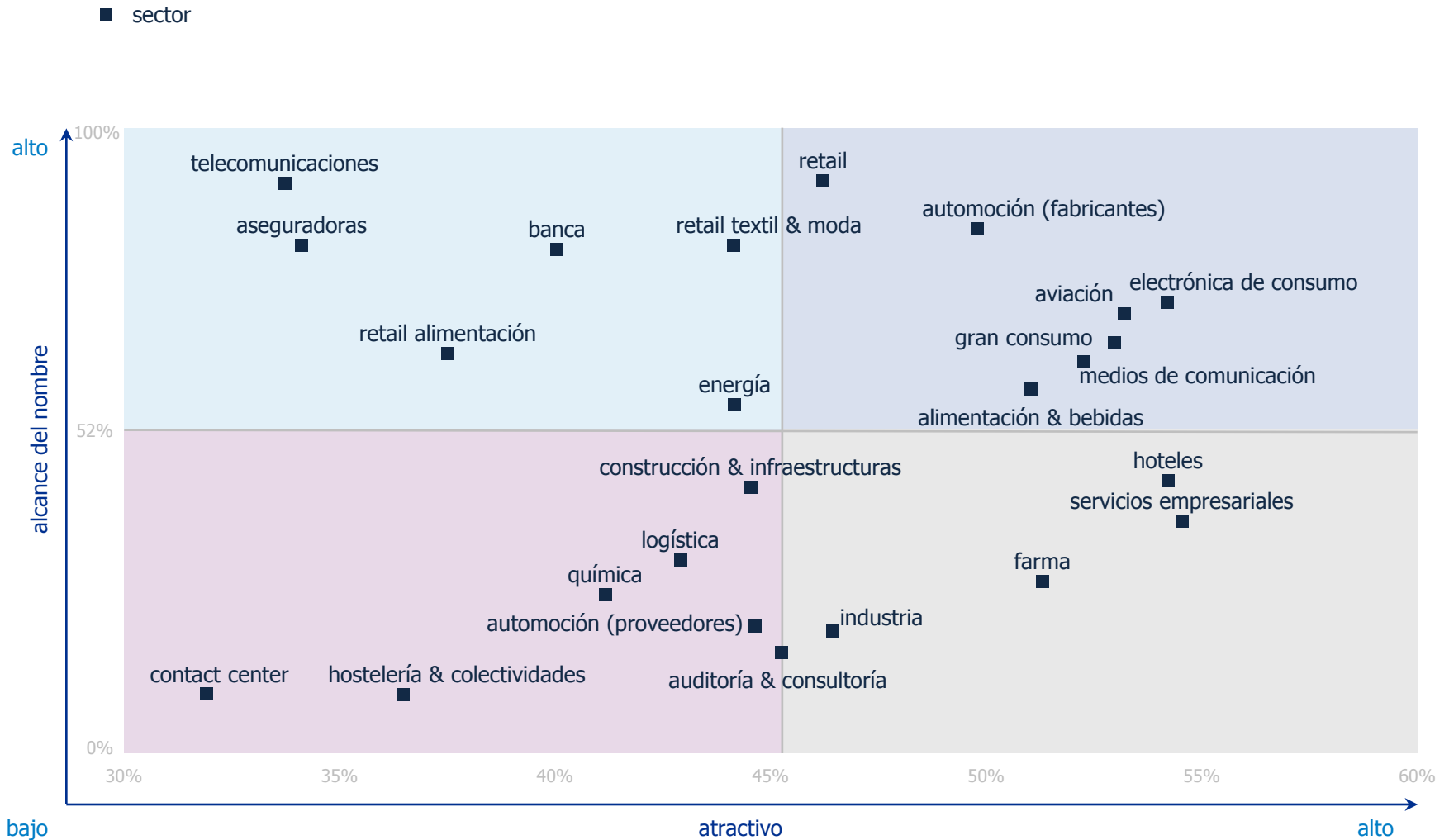
matriz Randstad de niveles de atractivo

atractivo por alcance del nombre



sectores más atractivos

trabajadores que conocen una o más compañías en un sector particular



los 10 sectores más atractivos

atractivo: entre los participantes que conocen el sector (mín. 10% de alcance del nombre de la empresa); ¿qué % desearía trabajar para el sector?



sectores por atractivo

atractivo: participantes que conocen la empresa; el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa

	2016	2015	2014
1. servicios empresariales	54.54% ▲	39.23%	38.03%
2. hoteles	54.21%	53.09%	NA
3. electrónica de consumo	54.20% ▼	63.22%	62.24%
4. aviación	53.20%	54.38% ▲	51.18%
5. medios de comunicación	52.97%	52.32% ▼	57.40%
6. gran consumo	52.27%	53.19%	NA
7. farma	51.30% ▼	56.16%	NA
8. alimentación & bebidas	51.03%	50.53% ▼	55.27%
9. automoción (fabricantes)	49.78% ▼	52.76%	NA
10. retail	46.21%	44.94%	NA

NA: sector no estudiado

sectores por atractivo

atractivo: participantes que conocen la empresa; el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa

	2016	2015	2014
11. industria	46.19%	47.02%	48.49%
12. auditoría & consultoría	45.17% ▲	43.10% ▼	46.60%
13. automoción (proveedores)	44.64%	42.89%	NA
14. construcción & infraestructuras	44.53%	42.77% ▼	46.56%
15. energía	44.17% ▼	47.00% ▼	49.63%
16. retail textil & moda	44.13%	43.97%	43.24%
17. logística	42.90% ▲	39.46%	39.96%
18. química	41.16%	39.70%	NA
19. banca	40.04% ▲	37.79%	39.71%
20. retail alimentación	37.51% ▲	34.97%	NA

NA: sector no estudiado

sectores por atractivo

atractivo: participantes que conocen la empresa; el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa

	2016	2015	2014
21. hostelería & colectividades	36.48%	34.80%	NA
22. aseguradoras	34.12%	35.88%	34.55%
23. telecomunicaciones	33.73% ▼	41.85%	42.20%
24. contact center	31.91%	NA	NA

NA: sector no estudiado

los 3 sectores más atractivos por factor

	1a posición	2a posición	3a posición
salud financiera	farma	retail	servicios empresariales
formación de calidad	servicios empresariales	farma	electrónica de consumo
seguridad laboral a largo plazo	farma	servicios empresariales	electrónica de consumo
perspectivas de futuro	servicios empresariales	farma	electrónica de consumo
una sólida gestión	servicios empresariales	farma	gran consumo
un trabajo interesante	medios de comunicación	servicios empresariales	farma
un ambiente de trabajo agradable	servicios empresariales	retail	hoteles
condiciones económicas	servicios empresariales	farma	electrónica de consumo
la conciliación entre trabajo y vida privada	servicios empresariales	electrónica de consumo	gran consumo
preocupación por el medio ambiente	alimentación & bebidas	retail	electrónica de consumo

los 3 sectores más atractivos por sexo, edad y nivel de estudios

	1a posición	2a posición	3a posición
hombres	servicios empresariales	electrónica de consumo	automoción (fabricantes)
mujeres	hoteles	gran consumo	medios de comunicación
18 - 24 años	hoteles	retail textil & moda	aviación
25 - 44 años	servicios empresariales	electrónica de consumo	gran consumo
45 - 65 años	farma	aviación	hoteles
básicos o sin estudios	retail	hoteles	auditoría & consultoría
medios	servicios empresariales	medios de comunicación	hoteles
licenciado o superior	servicios empresariales	electrónica de consumo	hoteles

los 3 sectores más atractivos por región*

	1a posición	2a posición	3a posición
Norte	electrónica de consumo	servicios empresariales	aviación
Centro	servicios empresariales	aviación	medios de comunicación
Este	hoteles	servicios empresariales	electrónica de consumo
Oeste	farma	servicios empresariales	gran consumo
Sur	electrónica de consumo	hoteles	medios de comunicación

* véase la diapositiva núm. 37 para conocer más detalles

apéndice - índice

Resultados Randstad Award 2016: España



01

diseño de la encuesta



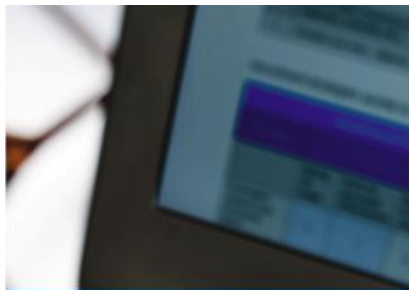
02

descripción de los
participantes



03

atributos más
importantes



04

perspectivas
adicionales



05

REMAS >



06

employer branding >

diseño de la encuesta

cuestionario

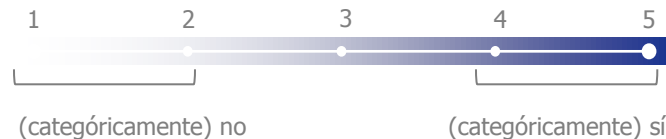
01 ¿qué aspectos considera importantes a la hora de decidirse a trabajar para una empresa determinada?

los participantes clasifican sus 5 atributos principales, de más a menos importante, de una lista de 17 opciones

02 ¿cuál de las siguientes empresas conoce?

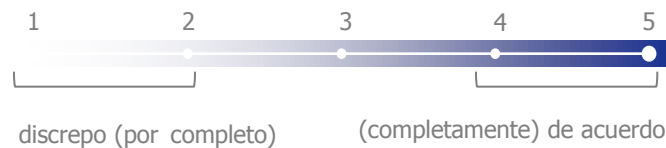
los participantes seleccionan a las empresas que conocen en una lista aleatoria de 30 empresas por participante

03 según su percepción de esta empresa, ¿le gustaría trabajar para ella?



04 ¿cómo clasifica esta empresa según 10 atributos específicos?

condiciones económicas
perspectivas de futuro
conciliación entre trabajo y vida privada
seguridad laboral a largo plazo
ambiente de trabajo agradable
saneada a nivel financiero
trabajo interesante
formación de calidad
sólida gestión
preocupación por el medio ambiente



se muestra una lista aleatoria de empresas a todos los encuestados con la pregunta: «¿conoce esta empresa?»

a continuación, solo se pregunta a los que conocen la empresa: «¿le gustaría trabajar para esta empresa?» = pregunta que determina al empleador más atractivo

a continuación, los encuestados puntúan a cada empresa con respecto a 10 atributos funcionales

se concede un galardón anual para reconocer al empleador más atractivo

diseño de la encuesta

ideas adicionales

01 ¿cuántas horas semanales debe trabajar según su contrato/acuerdo de trabajo actual?

02 ¿cuántas horas semanales trabaja realmente, incluyendo cualquier tipo de horas extra?

03 ¿cuál es su opinión sobre su calendario laboral actual?

- estoy contento/a con el calendario de trabajo que tengo actualmente
- estoy dispuesto/a a trabajar más horas si recibo una remuneración adicional
- estoy dispuesto/a a trabajar más horas aunque no reciba una remuneración adicional
- estoy dispuesto/a a trabajar menos horas, aun ganando menos

04 ¿por qué motivos desearía trabajar menos horas semanales?

los encuestados seleccionan varias opciones de una lista

05 ¿por qué motivos desearía trabajar más horas semanales?

los encuestados seleccionan varias opciones de una lista

06 ¿cuál es su opinión sobre el horario flexible y la capacidad de seleccionar usted mismo su horario laboral?

Prefiero...

- tener una semana de trabajo estándar con el mismo horario de trabajo todos los días
- trabajar distintas horas todos los días según mi conveniencia
- trabajar menos días a la semana y más horas al día
- trabajar más días a la semana y tener más tiempo libre otra semana

07 ¿qué opina sobre el trabajo remoto?

Prefiero...

- trabajar en la oficina
- teletrabajar en ocasiones cuando sea más conveniente
- teletrabajar un número fijo de días a la semana
- teletrabajar todo el día

descripción de los participantes

séptima edición del Randstad Award en España

sexo

hombres	5.170
mujeres	5.177



edad

18 - 24 años	1.333
25 - 44 años	6.148
45 - 65 años	2.866



10.347 potenciales empleados de 18 a 65 años

se basa en las percepciones de los participantes acerca de los 217 empleadores más importantes

entrevistas realizadas entre septiembre y diciembre de 2015

nivel de estudios

básicos o sin estudios	1.231
medios	3.359
licenciado o superior	5.744



actividad profesional

trabajo manual	1.009
trabajo de oficina	3.594
ejecutivos	1.724



descripción de los participantes

detalles

sector

agricultura, silvicultura, pesca	134
automovilístico / vehículos	119
construcción	399
bancario / financiero / seguros	265
bienes de consumo	131
RRHH	109
industrial / producción	385
informática	397
consultoría	293
minería y recursos	23
sin ánimo de lucro	251
administración pública	540
educación	591
ciencias / farmacia	196
químico	127
energía / telecomunicaciones / agua	250
inmobiliario / alquiler / leasing	98
comercio minorista / detallista	412
comercio mayorista	196
servicios	404
medios de comunicación	54
transportes / logística / almacén	293
turístico / ocio / hostelería	374
otro	485

total muestra
trabajadores en
activo 6.526



función

comercio, marketing	669
economista, consultor	241
educación	514
ingeniero, arquitecto	396
finanzas, seguros, contabilidad	331
funcionario público	407
RRHH y consultor de selección	107
especialista en TI	315
legal	102
profesional de ciencias	143
trabajador de logística	229
profesionales de la salud	325
producción, fabricación	594
compras	114
administrativos	893
servicios	584
trabajador de servicios sociales	137
otro	425

total muestra
trabajadores en
activo 6.526



región

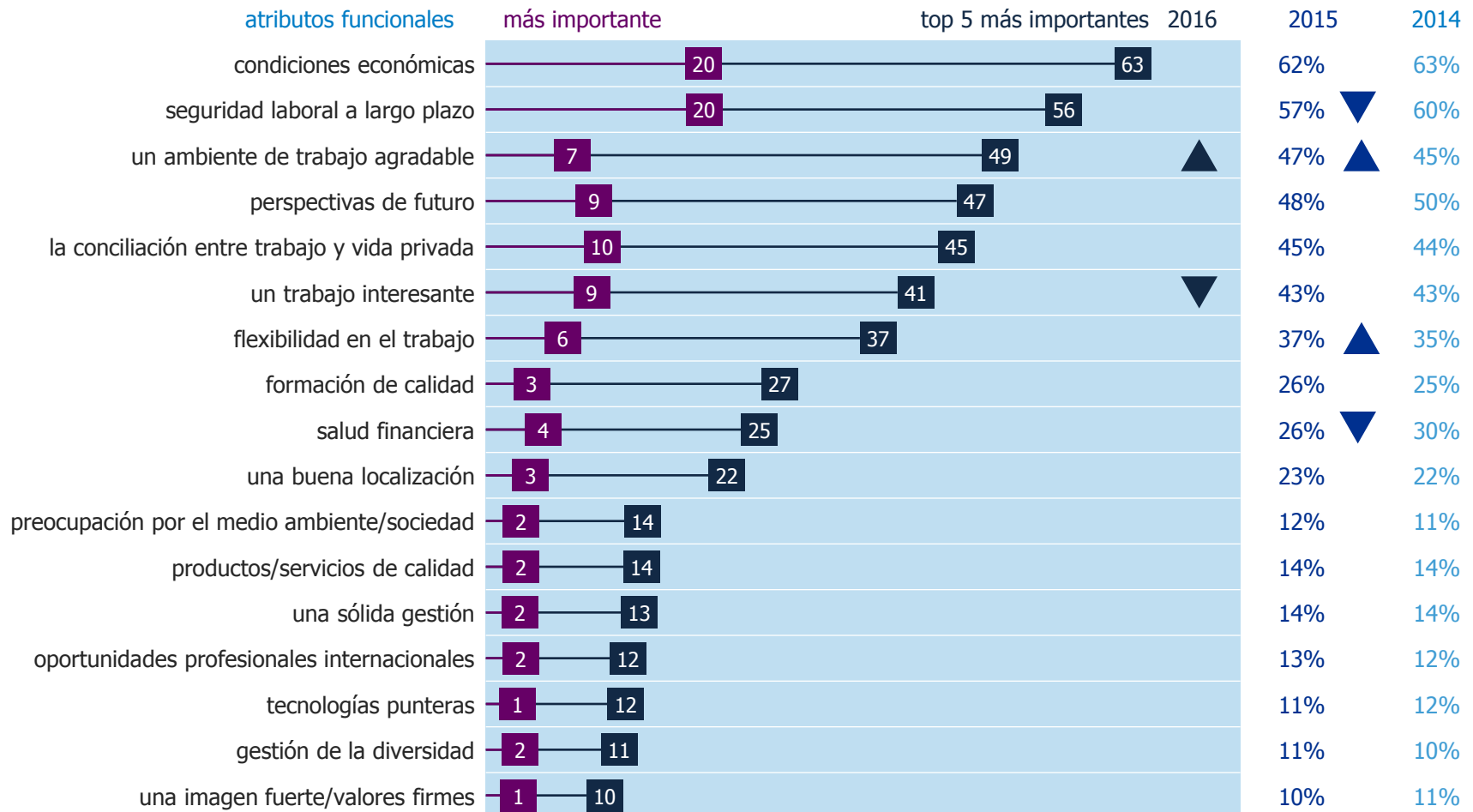
Norte:	2.109
Álava, Asturias, Cantabria, La Coruña, Guipúzcoa, Huesca, Lugo, Navarra, Ourense, Pontevedra, Rioja (La), Teruel, Vizcaya, Zaragoza	
Centro:	1.790
Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Madrid, Toledo	
Este:	3.276
Alicante, Islas Baleares, Barcelona, Castellón, Girona, Lleida, Murcia, Tarragona, Valencia/València	
Oeste:	869
Ávila, Badajoz, Burgos, Cáceres, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid, Zamora	
Sur:	2.303
Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Palmas (Las), Santa Cruz de Tenerife, Sevilla	

total 10.347



atributos laborales más importantes desde el punto de vista de los empleados potenciales en España

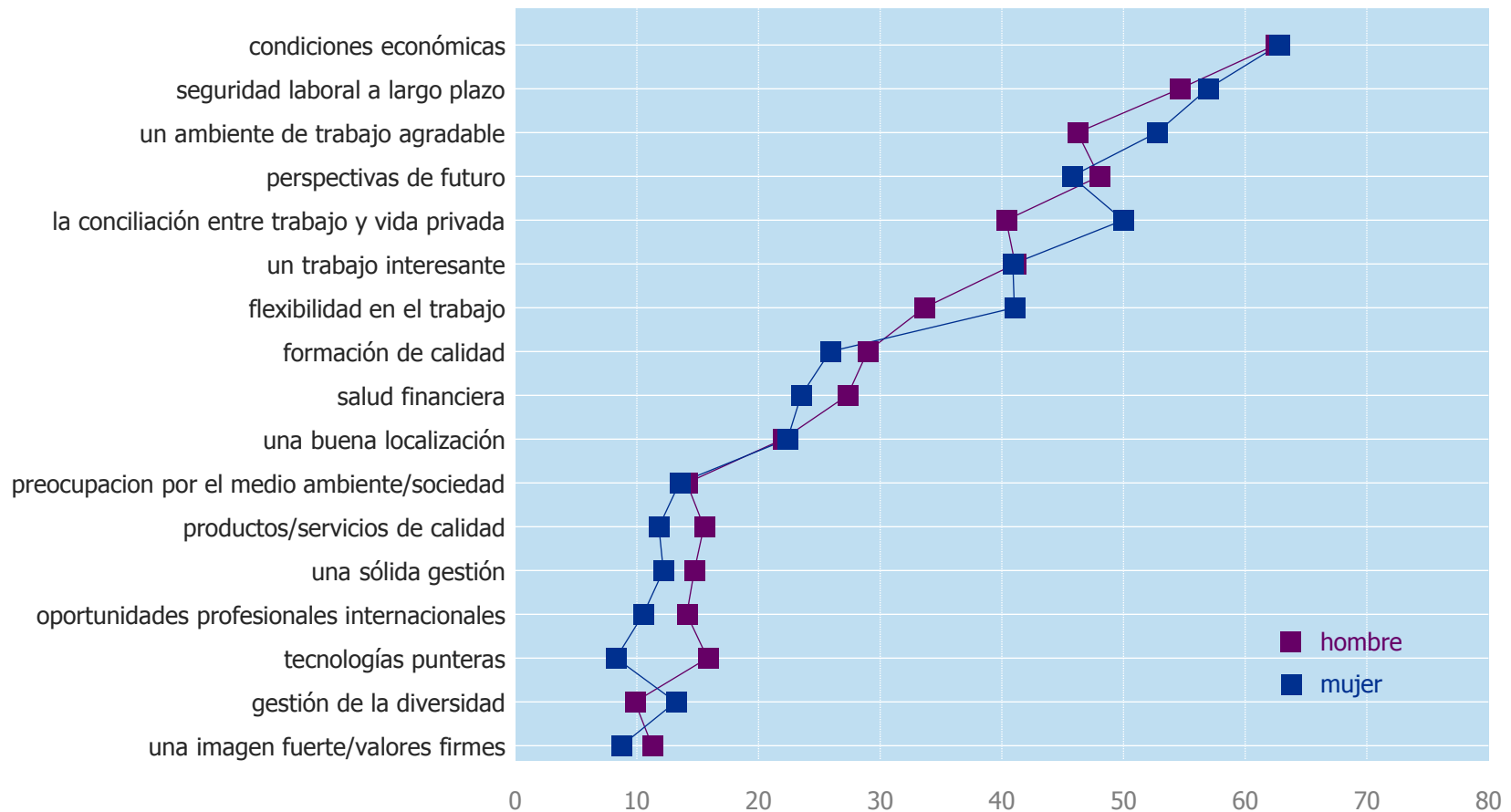
¿qué atributos constituyen los criterios más importantes a la hora de elegir a un empleador?



atributos por sexo

¿qué atributos constituyen los criterios más importantes a la hora de elegir a un empleador?

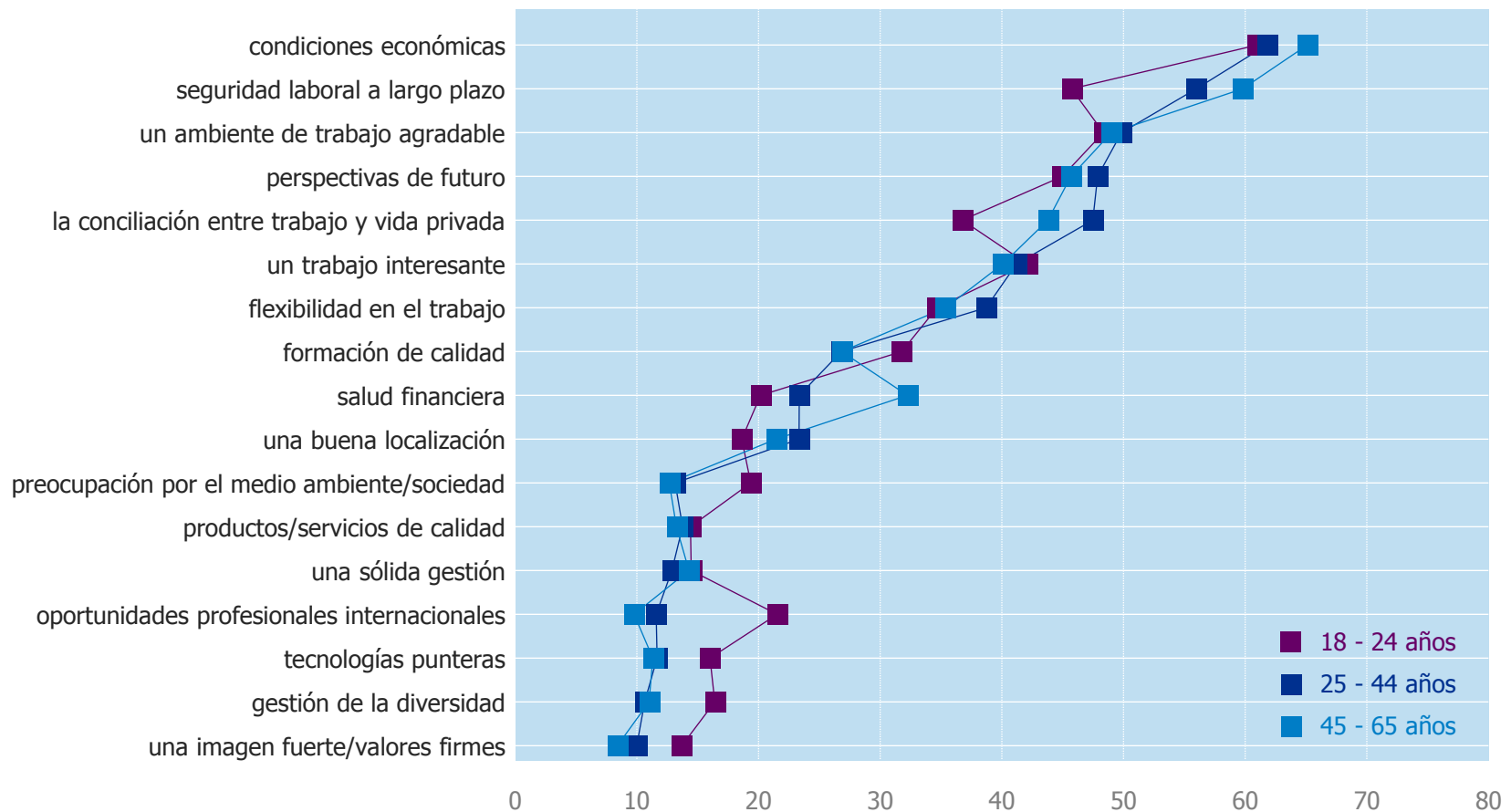
atributos clasificados por sexo – clasificados por frecuencia entre los 5 primeros



atributos por edad

¿qué atributos constituyen los criterios más importantes a la hora de elegir a un empleador?

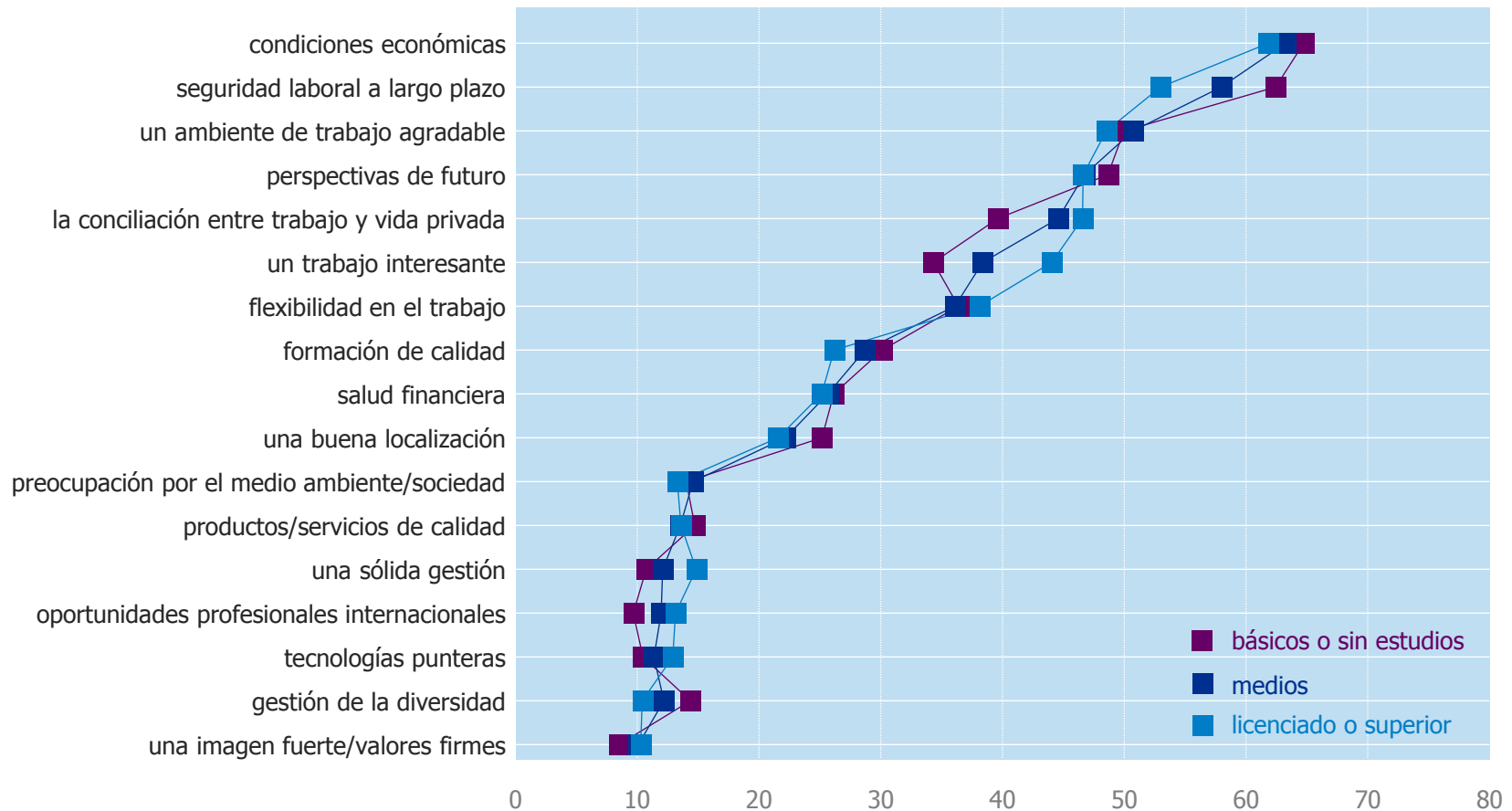
atributos clasificados por grupo de edad – clasificados por frecuencia entre los 5 primeros



atributos por nivel educativo

¿qué atributos constituyen los criterios más importantes a la hora de elegir a un empleador?

atributos clasificados por nivel educativo – clasificados por frecuencia entre los 5 primeros





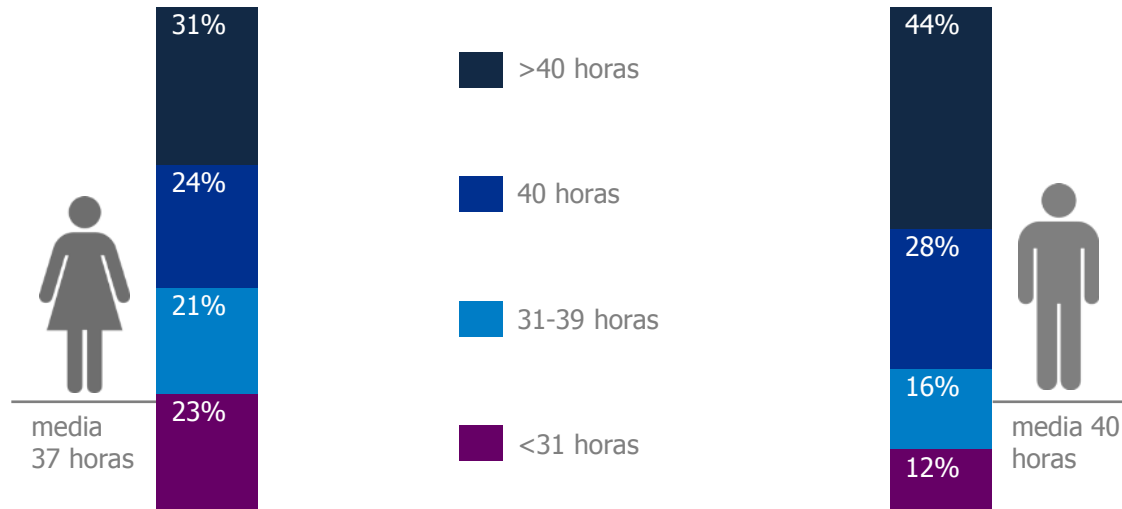
perspectivas
adicionales

flexibilidad en el
lugar de trabajo

¿cuánto trabajan realmente los empleados españoles?

el 39% de los empleados españoles afirma trabajar más de 40 horas semanales

promedio de horas semanales trabajadas por género



según su contrato (tiempo completo, parcial), los empleados españoles deben trabajar respectivamente 41 y 29 horas de media semanalmente

en realidad, los trabajadores españoles afirman trabajar una media de 44 y 32 horas semanales (tiempo completo, parcial)

promedio de horas semanales trabajadas por otros subgrupos

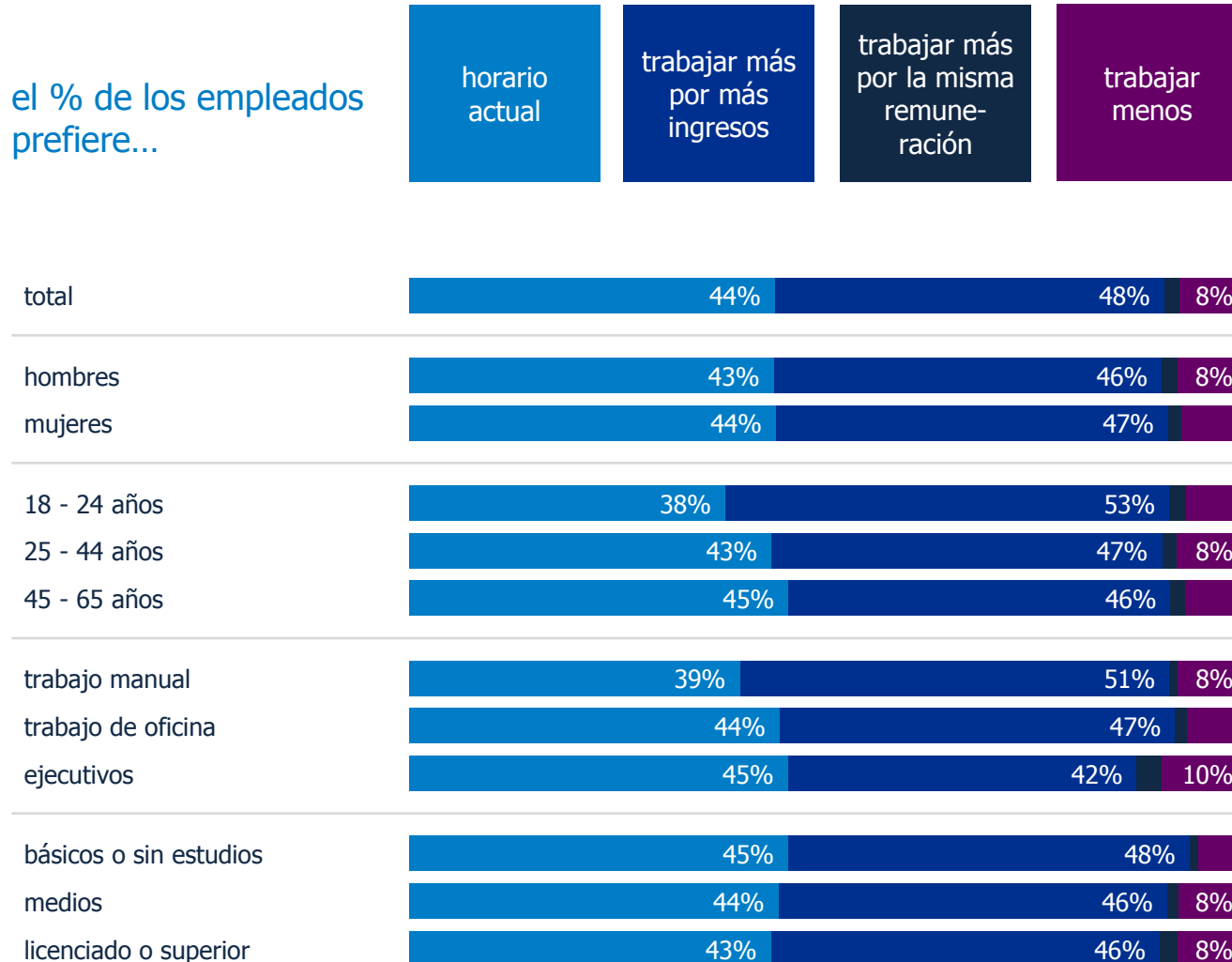
ejecutivos	42 horas	45 - 65 años	39 horas	licenciado o superior	39 horas
trabajo de oficina	38 horas	25 - 44 años	39 horas	medios	39 horas
trabajo manual	37 horas	18 - 24 años	36 horas	básicos o sin estudios	39 horas

el 38% afirma trabajar más de 40 horas semanales

nota: subgrupos ordenados por puntuación (de mayor a menor)

¿cómo perciben los españoles su horario de trabajo?

a los jóvenes y los trabajadores de producción les gustaría trabajar más por una mayor remuneración



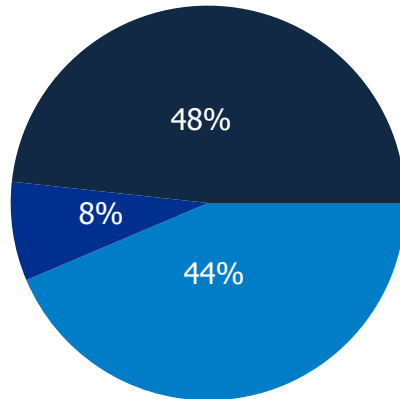
el 44% de los empleados españoles está satisfecho con su horario laboral actual

el 48% desearía trabajar y ganar más

el 8% desearía trabajar menos y está dispuesto a ganar menos

¿qué motiva a los empleados a trabajar más?

una mayor remuneración y la promoción son factores de motivación importantes para trabajar más entre trabajadores y trabajadoras



puntos de vista sobre el horario laboral actual

- felices con el horario actual
- dispuestos a trabajar menos
- dispuestos a trabajar más

el 44% de españoles estaría dispuesto a trabajar más por..

	general
incremento de los ingresos	87%
dar un paso más hacia una promoción	28%
completar el desarrollo potencial/personal	16%
tener más influencia en el trabajo	11%
desarrollar una mayor autoestima	6%
escapar de las actividades diarias del hogar	2%

sexo

las mujeres trabajarían más para incrementar los ingresos; los hombres por la promoción o por tener mayor influencia en el trabajo



edad

los trabajadores más jóvenes están motivados para trabajar más por promocionar, el desarrollo personal o aumentar su influencia; los más mayores por el incremento de los ingresos



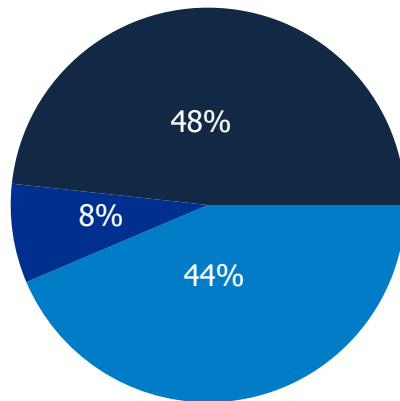
actividad profesional

los trabajadores de producción están más motivados para trabajar más para incrementar los ingresos; los directivos por la promoción, el desarrollo o el aumento de su influencia



¿qué motiva a los empleados a trabajar menos?

la conciliación entre la vida y el trabajo y el ocio son los principales factores de motivación para trabajar menos



puntos de vista sobre el horario laboral actual

- felices con el horario actual
- dispuestos a trabajar menos
- dispuestos a trabajar más

el 8% de españoles está dispuesto a trabajar menos para...

	general
tiempo libre para uno mismo	69%
mejor conciliación entre vida y trabajo	65%
pasar más tiempo con los hijos	47%
deporte, ocio, aficiones	37%
educación, estudio, formación	23%
cuidado de un familiar	12%
iniciar o dirigir un negocio propio	5%
voluntariado (fines sociales)	3%

sexo

lo que más motiva a los hombres para trabajar menos es tener más tiempo libre y de ocio; a las mujeres, dedicar más tiempo al estudio



edad

lo que más motiva a los trabajadores más jóvenes para trabajar menos es disponer de tiempo para el estudio; a las personas mayores de 45 años, la conciliación



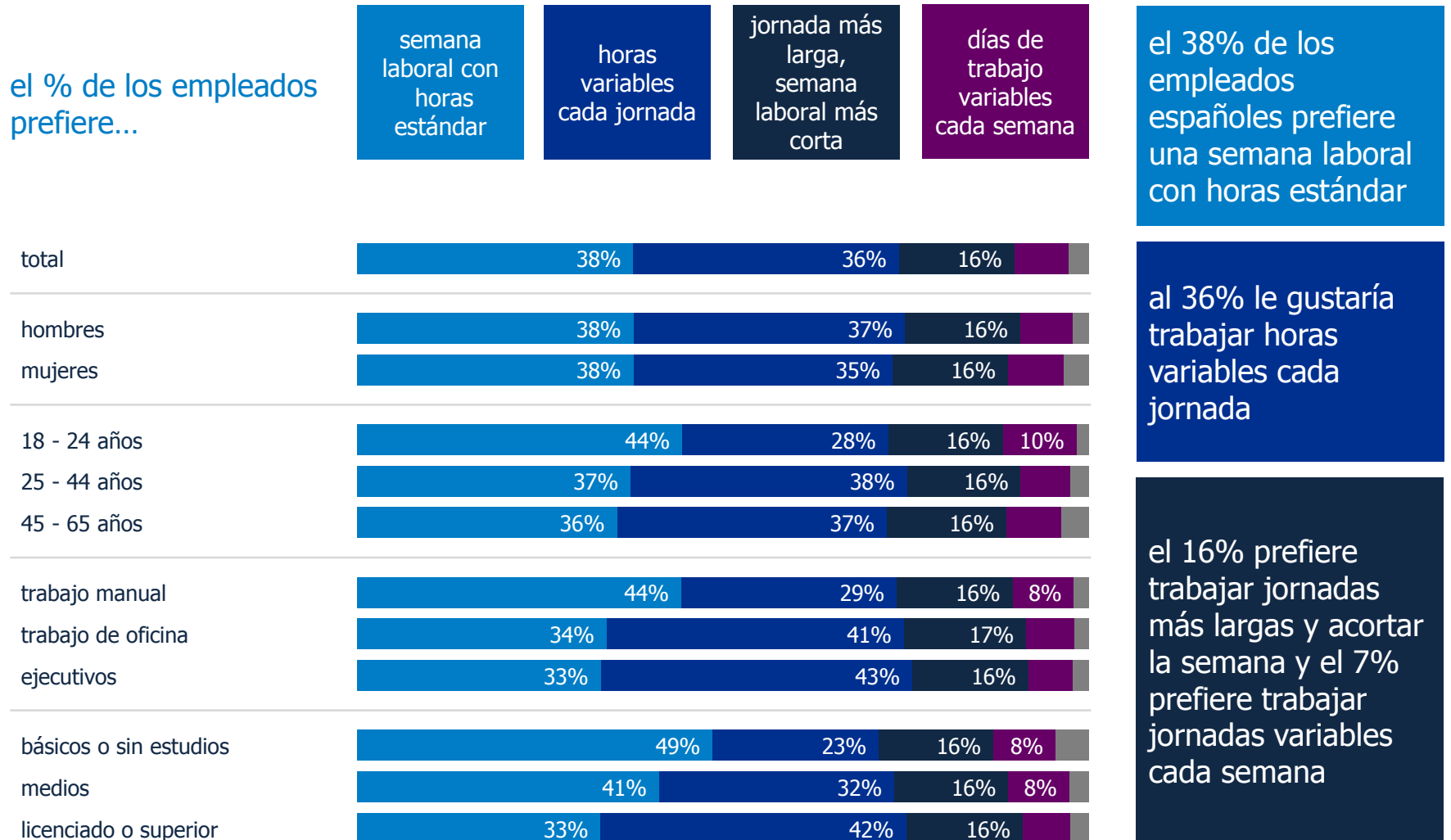
educación

lo que más motiva a las personas con menor formación para trabajar menos es el voluntariado; a las personas con educación superior, el tiempo para el ocio y el estudio



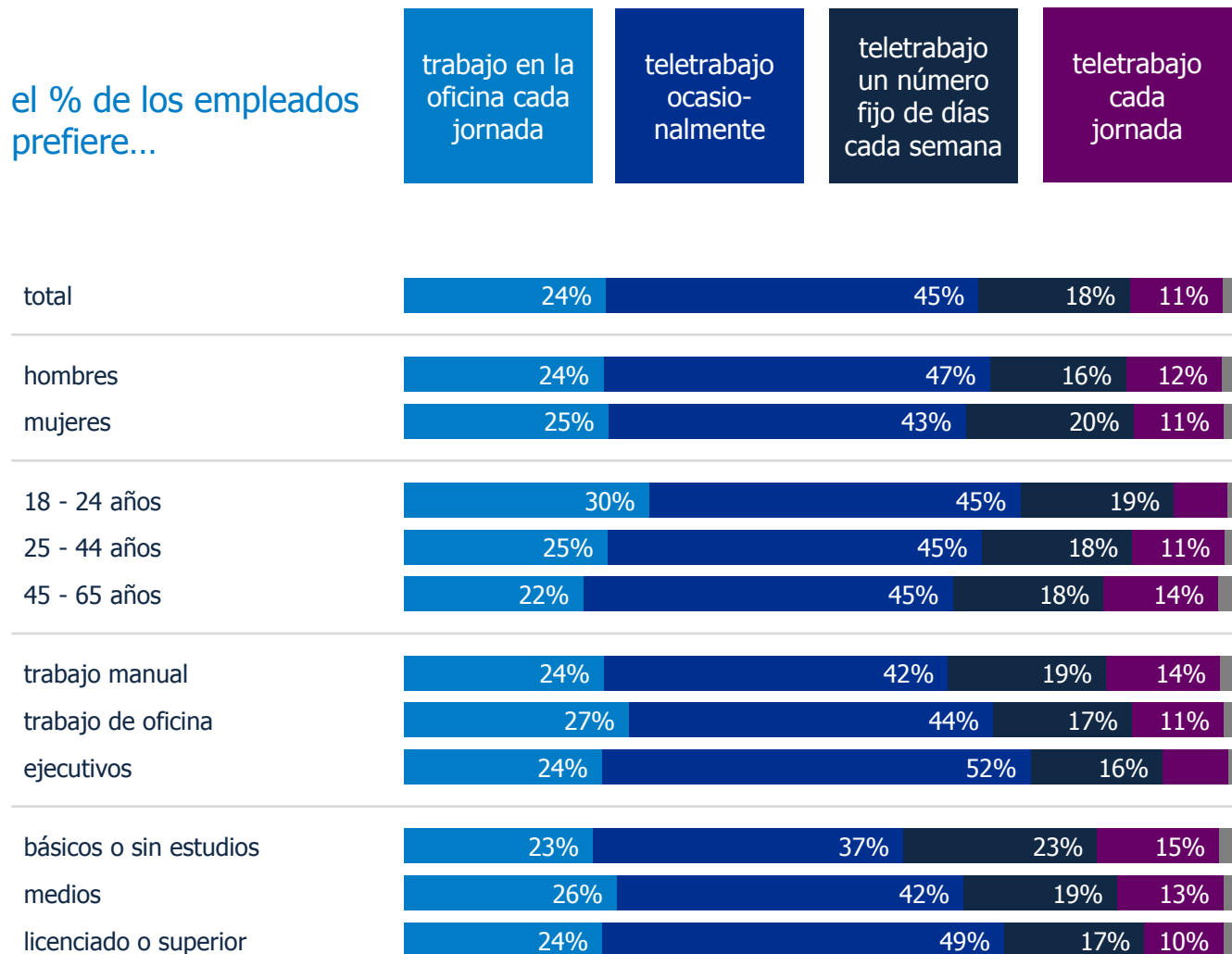
¿los horarios de trabajo flexibles se están convirtiendo en la norma?

los trabajadores más jóvenes, los de producción y aquellos con menor formación están satisfechos con la semana laboral estándar



teletrabajo, ¿beneficio o carga?

el 45% de los empleados españoles desea teletrabajar al menos parte del tiempo



el 24% de los empleados prefiere trabajar en la oficina todos los días, mientras que el 75% prefiere algún tipo de teletrabajo

el 45% prefiere el teletrabajo ocasional y el 18% prefiere un número fijo de días

el 11% prefiere el teletrabajo cada jornada

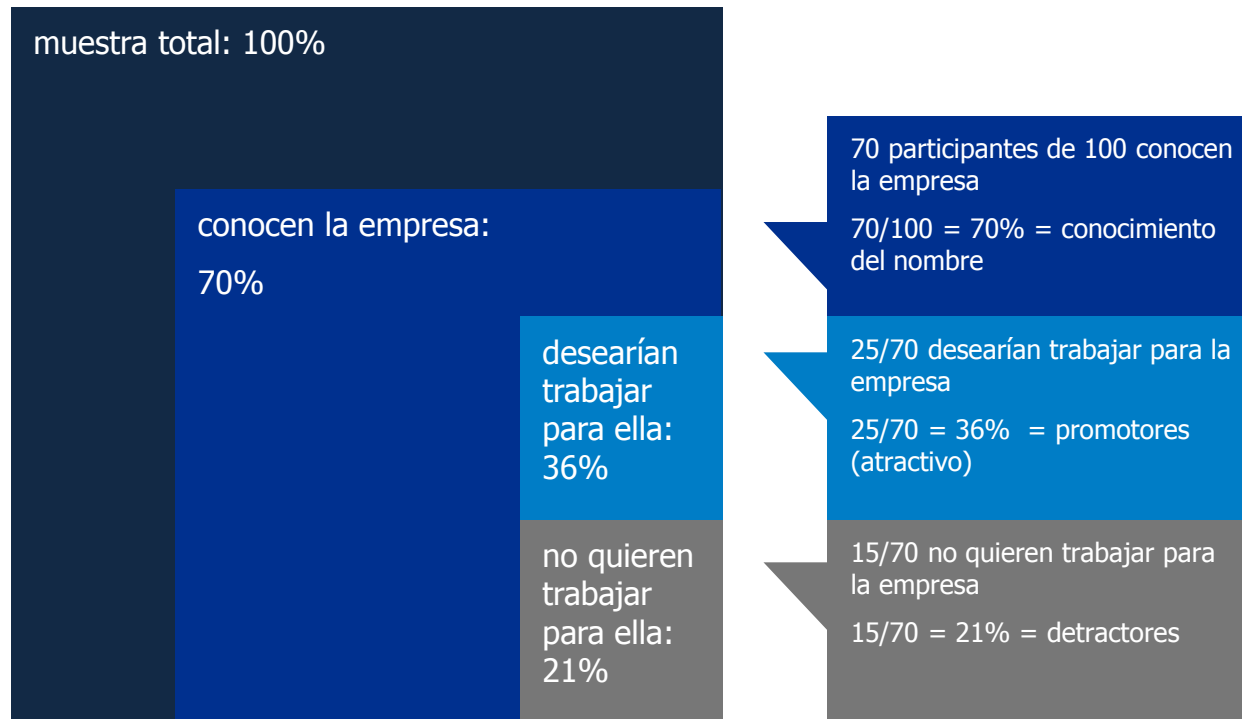
REMAS

Randstad Employer Attractiveness Score



Randstad Employer Attractiveness Score (REMAS)

concepto



REMAS = atractivo – detractores = 15%

Randstad Employer Attractiveness Score (REMAS)

un indicador único de employer branding

¿qué es REMAS?

- Randstad Employer Attractiveness Score: puntuación Randstad del atractivo como empleador
- entre los participantes que conocen la empresa, el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa menos el porcentaje de quienes no quieren hacerlo
- parámetro alternativo para determinar el atractivo de las empresas, teniendo en cuenta no solamente a los promotores (el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa), sino también los detractores (el porcentaje de quienes no quieren trabajar para la empresa)

¿por qué REMAS?

- para fomentar un indicador único de marcas de empleador
- para permitir una comparativa sencilla entre todas las empresas

top 20 empresas más atractivas por REMAS

REMAS: entre los encuestados que conocen la empresa (mín. 10% de alcance del nombre de la empresa); porcentaje de los participantes que desearían trabajar para las empresas menos el porcentaje de quienes no quieren trabajar para ella

1.	Atresmedia	52.42%	2.	Nestlé	52.01%	3.	Mercedes Benz	51.71%
4.	IBM	51.70%	10.	Airbus group	46.03%	16.	Vincci Hoteles	41.36%
5.	Hewlett Packard	49.78%	11.	IBERIA	43.95%	17.	Correos	40.34%
6.	Siemens	48.92%	12.	Procter & Gamble	43.69%	18.	AC hoteles	39.86%
7.	Danone	47.41%	13.	Renfe	42.12%	19.	Glaxosmithkline	39.06%
8.	Bayer	46.48%	14.	Coca Cola	42.08%	20.	Accor Hoteles	38.70%
9.	Grupo BSH Bosch	46.04%	15.	H10 hoteles	41.62%			

sectores por REMAS

REMAS: entre los participantes que conocen la empresa; el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa menos el porcentaje de los que no quieren trabajar para ella

	2016	2015	2014
1. electrónica de consumo	39.21% ▼	52.34%	51.79%
2. hoteles	37.68% ▲	35.60%	NA
3. servicios empresariales	37.58% ▲	13.69% ▲	10.33%
4. aviación	35.51% ▼	37.55% ▲	33.82%
5. gran consumo	33.55% ▼	35.72%	NA
6. alimentación & bebidas	32.09%	31.84% ▼	40.55%
7. farma	31.99% ▼	40.90%	NA
8. medios de comunicación	31.60%	30.17% ▼	39.66%
9. automoción (fabricantes)	30.18% ▼	36.26%	NA
10. industria	25.65% ▼	27.74% ▼	30.48%

NA: sector no estudiado

sectores por REMAS

REMAS: entre los participantes que conocen la empresa; el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa menos el porcentaje de los que no quieren trabajar para ella

	2016	2015	2014
11. automoción (proveedores)	24.04%	22.16%	NA
12. retail	23.58% ▲	21.48%	NA
13. auditoría & consultoría	21.19%	20.06% ▼	26.84%
14. construcción & infraestructuras	19.83%	18.50% ▼	27.02%
15. logística	19.73% ▲	15.87%	17.81%
16. energía	19.23% ▼	24.08% ▼	30.47%
17. retail textil & moda	17.60%	19.07%	18.96%
18. química	16.19%	15.93%	NA
19. banca	6.56% ▲	2.11% ▼	6.23%
20. retail alimentación	6.29% ▲	2.78%	NA

NA: sector no estudiado

sectores por REMAS

REMAS: entre los participantes que conocen la empresa; el porcentaje de quienes desearían trabajar para la empresa menos el porcentaje de los que no quieren trabajar para ella

	2016	2015	2014
21. hostelería & colectividades	6.08%	5.94%	NA
22. aseguradoras	2.57% ▼	8.22% ▲	5.51%
23. contact center	-1.99%	NA	NA
24. telecomunicaciones	-2.31% ▼	14.97%	16.65%

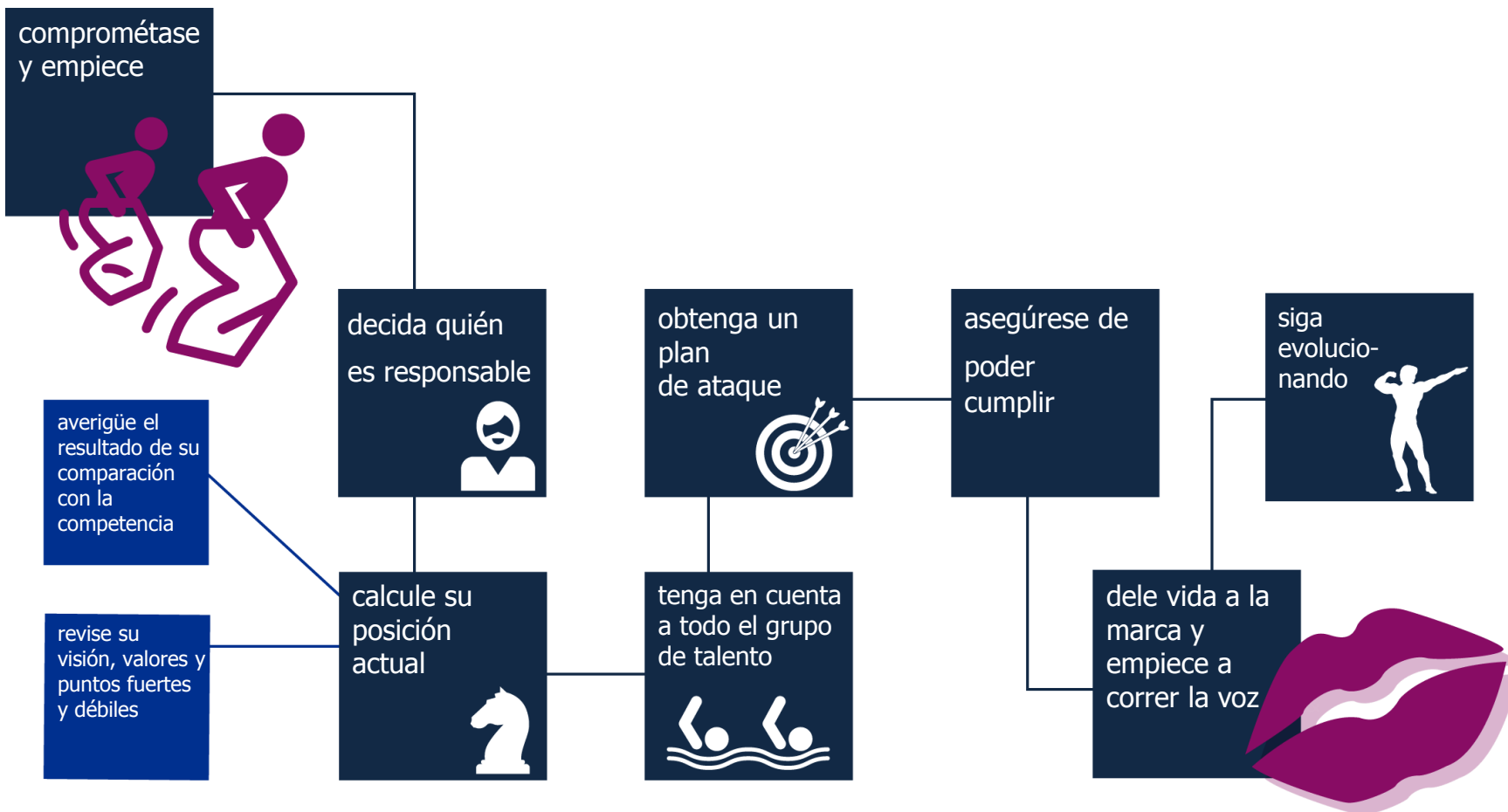
NA: sector no estudiado



employer branding

mejore su poder de captación

guía paso a paso para desarrollar una sólida marca de empleador



5 consejos para desarrollar una marca de empleador sobresaliente

1. se trata de una estrategia, no de una tarea: el desarrollo de una marca de empleador atractiva es una tarea específica, como la planificación de una campaña en redes sociales, pero se trata de una estrategia a largo plazo, así que asegúrese de enfocarla con una visión clara.

2. defina claramente su PVE: la definición de la propuesta de valor para el empleado requiere una clara comprensión de sus valores y cultura corporativos y de los factores que motivan a sus empleados. dedique tiempo a invertir en información para las personas interesadas.

3. asignación de propiedad: ¿quién es el responsable del employer branding? asegúrese de que su organización tenga claro quién es el último responsable; la mayoría de las veces, deberá ser dirigido por el CEO en todos los niveles de la empresa.

4. aplicar y medir: una vez que haya desarrollado la estrategia, asegúrese de medir sus esfuerzos de employer branding y de evaluar los resultados para asegurarse de ir por buen camino.

5. pregunte a los expertos: si no ve los resultados deseados o no está seguro de cómo empezar, considere incorporar los conocimientos especializados de empleadores externos para ayudar a detectar las lagunas.

garantía del presupuesto

¿Cómo puede garantizar el presupuesto para permitirle iniciar un proyecto de PVE? Los líderes empresariales esperarán un conjunto medible de resultados, cuanto más clara sea su definición, mayor será la probabilidad de que la dirección superior dé su aprobación. Por tanto, su PVE debería centrarse en el atractivo y el compromiso, el área que le proporcionará un retorno sobre la inversión (RSI).

ejemplo de RSI de PVE

- Incremento de las visitas a sitios web de empleo
- Tamaño del flujo de candidatos
- Número de seguidores/«me gusta» en medios sociales
- Solicitudes en sitios de empleo/% conversión
- Aumento de referencias
- Proporción entre oferta y aceptación
- Número de contrataciones realizadas a través de contratación directa
- Disminución del tiempo de contratación
- Disminución del coste de contratación/reclutamiento
- Satisfacción de los recién contratados
- Número de contratados que supera el periodo de prueba
- Incremento de la retención
- Cumplimiento de la diversidad

datos interesantes sobre employer branding

fuentes: 2016 Randstad Source Right Talent Trends Survey

67%

de los directivos de RR.HH. cree tener buena capacidad para atraer talento

53%

piensa que se debe a su sólida reputación/ marca de empleador

74%

de los empleados planea invertir en tratar de mejorar la experiencia del candidato

top 3 de áreas de inversiones en experiencia de candidatos

1. formación a responsables de contratación

2. mejora de los mecanismos de feedback y estándares de comunicación internos y externos

3. mejora de la experiencia de los trabajadores de empleo en los sitios web de empleo

el 82% está más concentrado en desarrollar su employer branding con respecto a hace dos años

¿en qué se concentran?

