



MARCA EMPLEADOR

¿Qué hay detrás de un

Talento Comprometido?

En el contexto actual de guerra de talentos, una propuesta de valor inteligentemente articulada es clave para **eleva el compromiso de los trabajadores y retener al talento**. Conozca cómo construirla.



EL MERCADO DEL TALENTO EN EL PERÚ



50% de las empresas más grandes tienen dificultades para contratar mano de obra calificada. **1**



20% cuenta con un sistema de identificación de trabajadores con alto potencial. **1**



50% de empresas no cuentan con un sistema de retención de talento. **1**



15% es el promedio anual de rotación del talento. **1**



En el caso de los jóvenes, por su deseo de adquirir experiencia en distintas empresas.



Nacidos entre 1982 y 1995.
Representan el 25% de la fuerza laboral. **3**

Un plan que les ofrezca un balance entre trabajo y vida personal

Metas, retos y línea de carrera

Coaching y mentoring constantes

Conocer su aporte a la empresa

Feedback constructivo de forma regular

¿QUÉ VALORAN? **2**

TALENT IQ

3 PASOS PARA QUE SU MARCA EMPLEADOR NO PASE DESAPERCIBIDA

1

INVESTIGUE

QUÉ PIENSAN, PERCIBEN Y SIENTEN LOS COLABORADORES ACTUALES Y POTENCIALES

- Analice las encuestas de salida, averigüe por qué la gente se va.
- Desarrolle entrevistas y focus groups para determinar qué los motiva a quedarse y qué los hace decidir dónde trabajar.



2

DEFINA UNA PROPUESTA

QUE SINTONICE CON EL TARGET

- Identifique los atributos diferenciadores y más valorados (qué atrae y retiene).
- Identifique cómo se alinean con los objetivos estratégicos de la empresa (cuál es la fórmula ganadora para empresa y colaboradores).
- Comunique su marca empleador de manera que genere motivación efectiva y monitoreable.

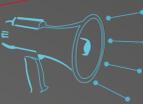


3

COMUNIQUE Y EVALÚE

SU CUMPLIMIENTO CONTINUAMENTE Y SEGÚN LOS TARGETS A LOS QUE SE DIRIJA

- A nivel interno: a través de campañas, inducción, programas de reconocimiento, y los líderes de la organización.
- A nivel externo: página web, publicidad, redes sociales, durante el proceso de selección (entrevista y cierre) y a través de los colaboradores.



BENEFICIOS de comunicar la marca empleador

20% más productividad **4**

37% más compromiso en los trabajadores **5**

Más **ORGULLO, LEALTAD Y CONEXIÓN** entre trabajadores.

INCREMENTO DEL VALOR percibido de los beneficios, los atributos de la organización y la cultura corporativa.

REDUCCIÓN de niveles de rotación.

8 DRIVERS QUE IMPACTAN EN EL COMPROMISO DEL TRABAJADOR

EN EL COMPROMISO DEL TRABAJADOR



1 IPSOS Perú

2 APOYO Consultoría

3 Estudio ESE Business School

4 insidedge

5 Corporate Leadership Council – Human Resources EVP Design

INICIATIVAS

Cada vez más, las empresas están implementando iniciativas enfocadas al desarrollo de sus trabajadores.



APOYO COMUNICACION

A Weber Shandwick affiliate

Más información en:
www.apoyocomunicacion.com
Teléfono: 205 3900



Lo que realmente retiene a un colaborador, y que además genera compromiso y lealtad, es el bienestar emocional que siente al permanecer en la empresa.”

Úrsula Franco – Directora de Proyectos de Comunicación Interna

APOYO Comunicación