

employer
brand research
2019



informe de país:
españa.



 randstad

human forward.

índice.

- 1 introducción
- 2 resultados del país
- 3 datos del sector
- 4 las empresas mejor valoradas
- 5 deep dive
- 6 metodología



introducción.



por qué es importante el employer branding.



Las empresas con buena imagen reciben el doble de solicitudes que aquellas con una imagen negativa e invierten menos dinero en sus empleados.¹

50%

de los candidatos afirma que no trabajaría para una empresa con mala reputación, ni siquiera con una subida de sueldo¹

96%

piensa que tener valores personales en consonancia con la cultura de la empresa es clave para sentirse satisfecho en ella³

80%

de los líderes de RRHH coinciden en que una employer brand potente aumenta significativamente su capacidad de contratar a los empleados adecuados². Tanto los seleccionadores como los candidatos mencionan la cultura empresarial como uno de los factores que más influyen en la elección de la empresa final, así como la transparencia de dicha cultura. Si un aspirante encuentra reseñas positivas en Internet sobre experiencias de empleados y candidatos de esa empresa, se sentirá más seguro al enviar su currículum y dar un paso profesional.

70%

Las compañías que invierten en una buena experiencia del candidato mejoran en un 70% la calidad de la contratación⁸

62%

de los aspirantes se informa sobre las empresas en redes sociales antes de enviar su candidatura⁵



Las empresas con mala reputación pagan un 10% más por contratación⁴

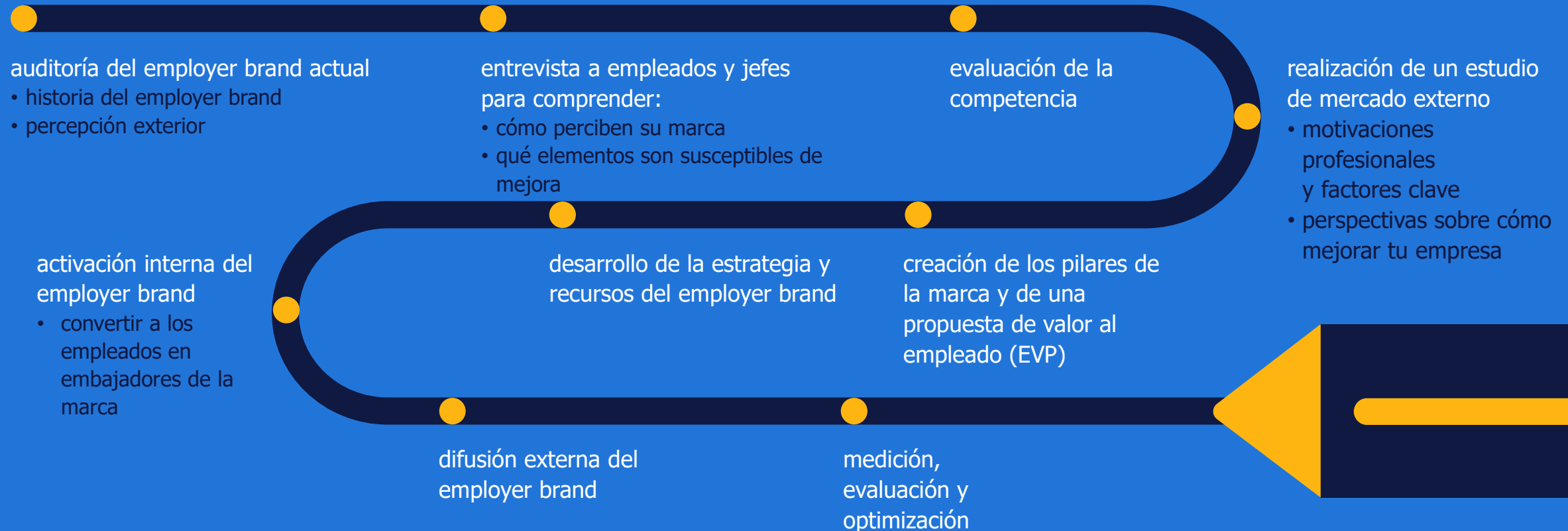
67%

Las empresas que aplican una estrategia para fomentar el compromiso del empleado tienen un 67% más de probabilidades de aumentar sus ingresos en comparación con un equivalente a tiempo completo cada año⁶

76%

Un empleado que observa que lo que la empresa dice sobre sí misma concuerda con su propia experiencia en ese trabajo tiene más probabilidades de recomendarla como un buen lugar para trabajar⁷

la hoja de ruta del employer brand.



¿qué es el employer brand research de randstad?

- un employer brand research representativo, basado en la percepción del público general, con 19 años de experiencia en el análisis de datos sobre employer branding.
- un estudio independiente con más de 200.000 participantes de 32 países en todo el mundo.
- un reflejo del atractivo de las mayores empresas del país, conocidas por, al menos, un 10% de la población.
- una fuente de información valiosa para que las empresas conozcan su employer brand.



32 países encuestados, que representan más del 75% de la economía global.

Austria
Australia
Argentina
Bélgica
Brasil
Canadá
China
República Checa
Francia
Alemania
Grecia
Hong Kong
Hungría
Italia
India
Japón
Luxemburgo
Malasia
Nueva Zelanda
Países Bajos
Noruega
Polonia
Portugal
Rumanía
Rusia
Singapur
España
Suecia
Suiza
Reino Unido
Ucrania
Estados Unidos



alcance mundial

- más de 200.000 participantes
- 6.162 empresas sondeadas

muestra

- edades comprendidas entre los 18 y los 65 años
- representación de género
- representación mayor en el rango de edad 25-44
- estudiantes, empleados y desempleados

país

- 10.939 participantes

ámbito del estudio

- entrevistas online
- entre el 15 y el 23 de enero de 2019

duración de la entrevista

- 16 minutos

estructura del employer brand research.

30 empresas por participante

«¿conoce esta empresa?»: esto determina el conocimiento.

por cada empresa conocida

«¿le gustaría trabajar para esta empresa?»: esto determina el atractivo.

de cada empresa conocida

se evalúan ciertos elementos clave: esto determina los motivos del atractivo.

muestreo inteligente

A cada participante se le presentan 30 empresas. Los participantes solo evalúan las empresas cuya marca conocen.

Para garantizar que las marcas menos conocidas son evaluadas por un volumen adecuado de público general, utilizamos un método de muestreo inteligente.

Este método consiste en mostrar las empresas menos conocidas a más participantes, para obtener una muestra lo suficientemente representativa. De este modo, el Employer Brand Research de Randstad aporta datos fiables sobre marcas reconocidas y sobre aquellas con menor notoriedad.

elementos clave

de cada empresa se evalúan los siguientes elementos:

- 01 salud financiera
- 02 últimas tecnologías
- 03 buena reputación
- 04 seguridad laboral
- 05 oportunidades de carrera
- 06 preocupación por el medio ambiente
- 07 trabajo interesante
- 08 ambiente de trabajo agradable
- 09 buena conciliación laboral-personal
- 10 salario atractivo y beneficios sociales



KANTAR TNS.

Para este estudio, Randstad colabora con Kantar TNS, una de las mayores redes de datos, información y consultoría del mundo.



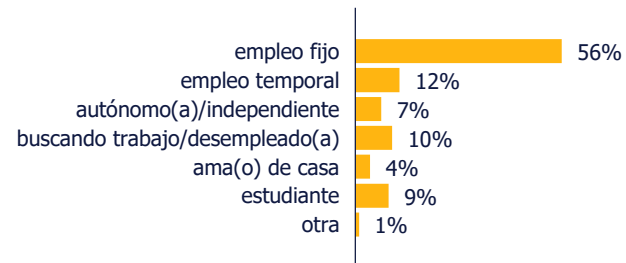
composición de la muestra en españa

elementos sociodemográficos, situación laboral, región.

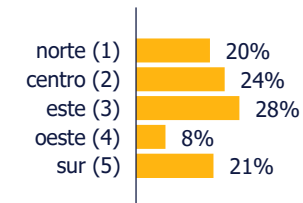
sexo



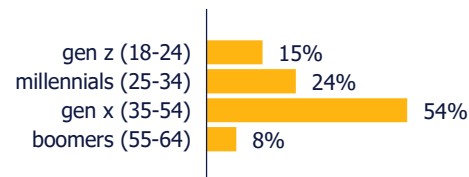
situación laboral



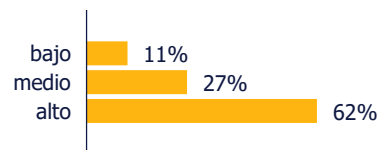
región



edad



educación



1. Álava, Asturias, Cantabria, La Coruña, Guipúzcoa, Huesca, Lugo, Navarra, Ourense, Pontevedra, La Rioja, Teruel, Vizcaya, Zaragoza
2. Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Madrid, Toledo
3. Alicante, Islas Baleares, Barcelona, Castellón, Girona, Lleida, Murcia, Tarragona, Valencia
4. Ávila, Badajoz, Burgos, Cáceres, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid, Zamora
5. Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Sevilla

muestra total: 10.939

realización del estudio: entre el 15 y el 23 de enero de 2019



composición de la muestra en españa

sector



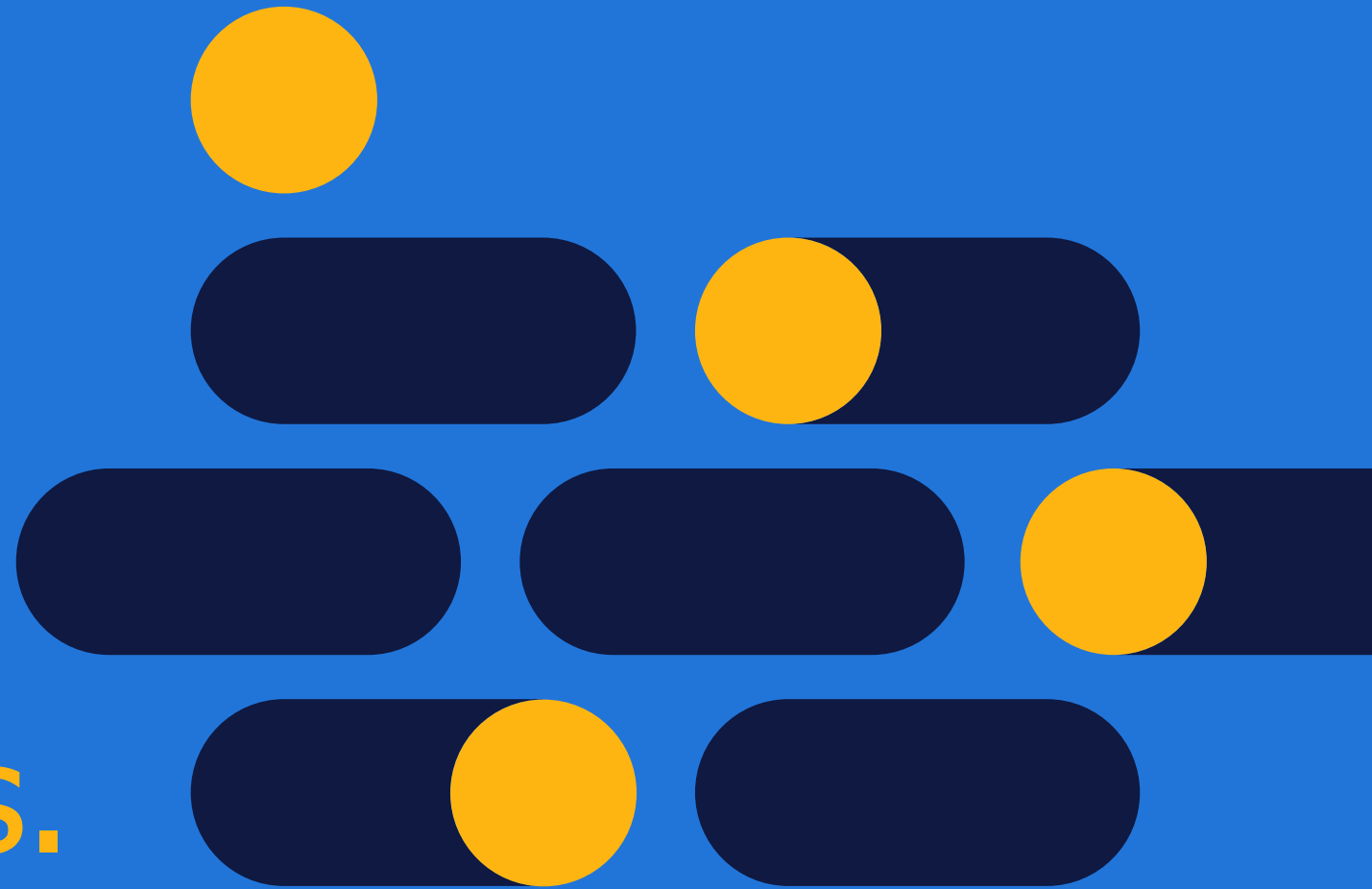
función



base: con trabajo actualmente (n = 8.273)

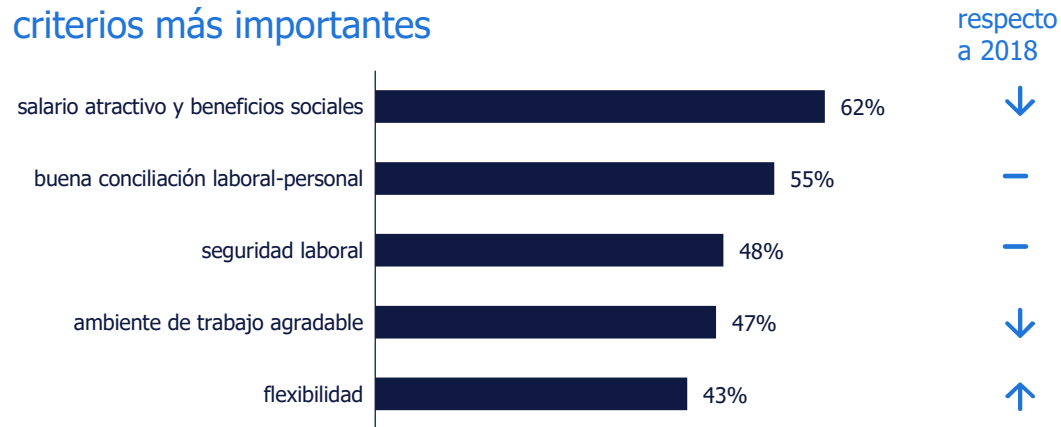
país:

EVP drivers.

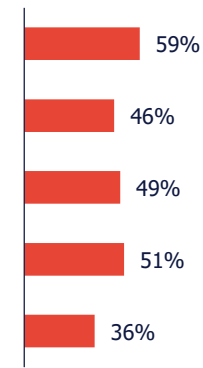


qué buscan los posibles empleados al elegir a una empresa.

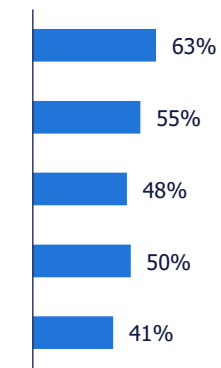
critérios más importantes



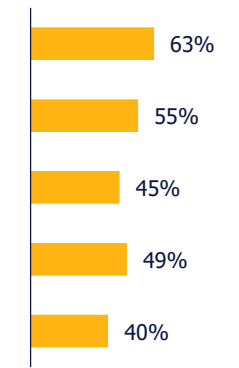
europa



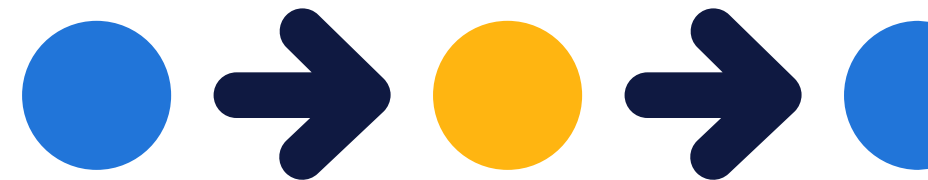
2018



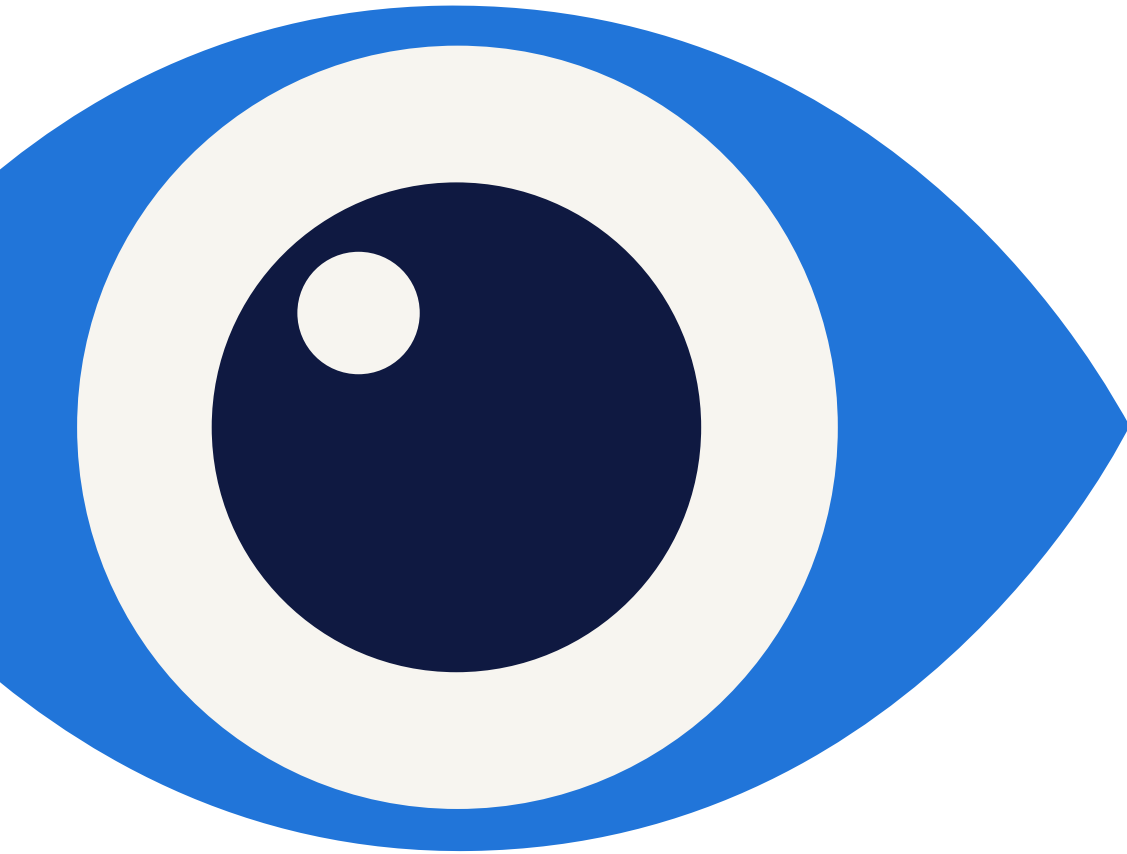
2017



[haga clic aquí](#) para ver un desglose de los resultados por perfil sociodemográfico y las tendencias de los últimos 5 años.



percepción de lo que ofrecen las empresas en españa y europa.



Comprender la diferencia entre lo que los empleados desean y lo que piensan que las empresas ofrecen en España permite obtener información muy útil para la creación del employer brand.

lo que se percibe que las empresas españolas ofrecen.

- 1 salud financiera
- 2 últimas tecnologías
- 3 buena reputación
- 4 seguridad laboral a largo plazo
- 5 oportunidades de carrera
- 6 trabajo interesante
- 7 ambiente de trabajo agradable
- 8 salario atractivo y beneficios sociales
- 9 buena conciliación laboral-personal
- 10 preocupación por el medio ambiente

lo que se percibe que las empresas europeas ofrecen.

- 1 salud financiera
- 2 últimas tecnologías
- 3 buena reputación
- 4 seguridad laboral
- 5 oportunidades de carrera
- 6 trabajo interesante
- 7 salario atractivo y beneficios sociales
- 8 ambiente de trabajo agradable
- 9 buena conciliación laboral-personal
- 10 preocupación por el medio ambiente

diferencia entre lo que los (posibles) empleados buscan y lo que perciben de las empresas en españa.

Puede que las empresas no sean percibidas por aquello que ofrecen. A continuación, se enumeran las 3 principales características que los empleados buscan pero que, según ellos, las empresas no ofrecen lo suficiente.

3 principales diferencias

- 1 salario atractivo y beneficios sociales
 - 2 buena conciliación laboral-personal
 - 3 seguridad laboral
-



qué buscan los posibles empleados según su generación.

gen z (18-24)

27%

de los miembros de la gen z buscan una empresa que aporte a la sociedad. Este porcentaje es mayor que en generaciones de edad más avanzada.

gen x (35-54)

60%

de los miembros de la gen x coinciden en que la conciliación familiar y profesional es un factor importante para decidirse por una empresa. Otras generaciones no confieren tanta importancia a este aspecto.

millennials (25-34)

48%

de los millennials consideran importante que la empresa contratante ofrezca un ambiente de trabajo agradable. Para la gen z, este aspecto no es tan relevante.

boomers (55-64)

53%

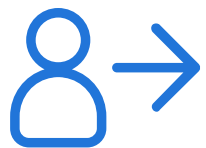
de los boomers estiman que la seguridad laboral es un factor de importancia a la hora de elegir a su empresa ideal. Este porcentaje disminuye entre los millennials y gen z.



[haga clic aquí](#) para ver un desglose de los resultados por perfil sociodemográfico y las tendencias de los últimos 5 años.



características importantes según el tipo de contrato.

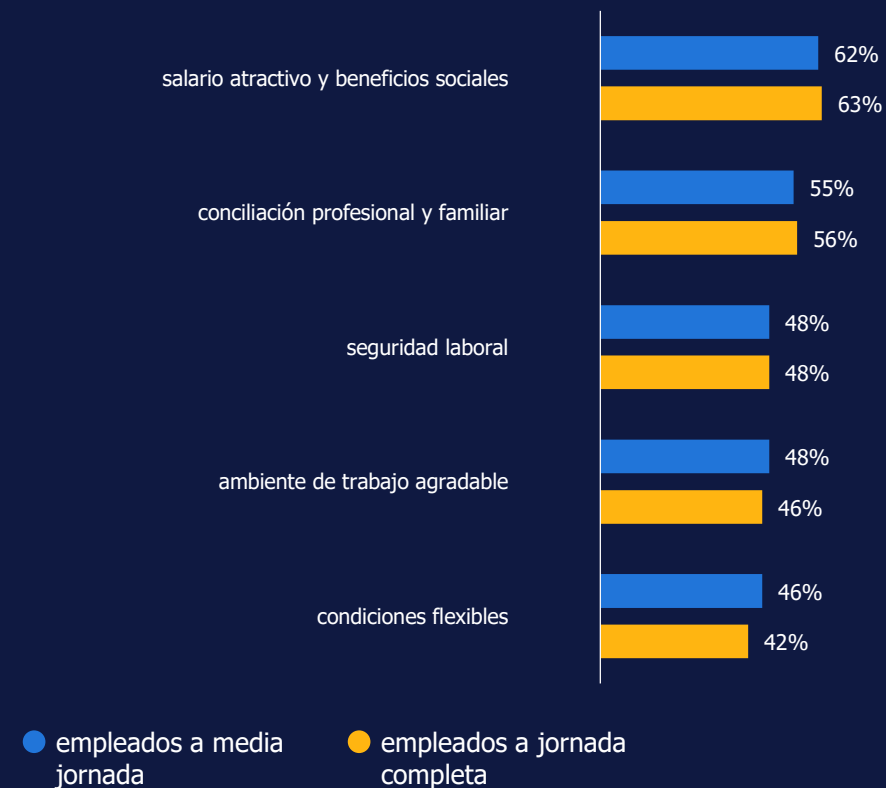


15%

de la mano de obra trabaja a tiempo parcial hoy en día.

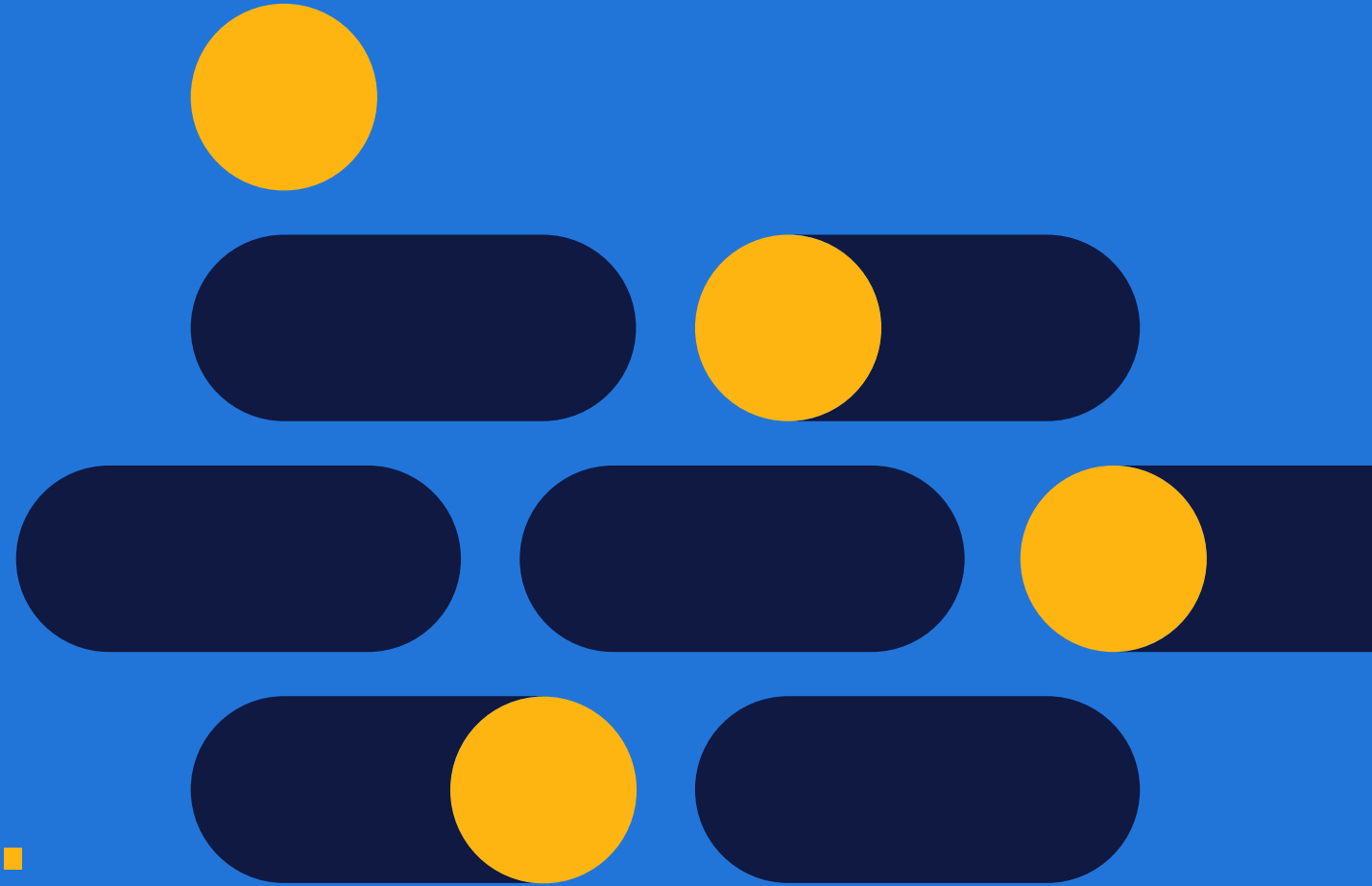


características más importantes



tendencias de rotación

voluntaria.



cambio de empresa

diferencias entre españa y europa.

los que cambiaron de empresa el año pasado.



los que permanecieron en la misma empresa el año pasado.



los que piensan cambiar de empresa a lo largo de los próximos 12 meses.



motivos por los que los españoles se quedan o se van.

principales razones para permanecer en la empresa

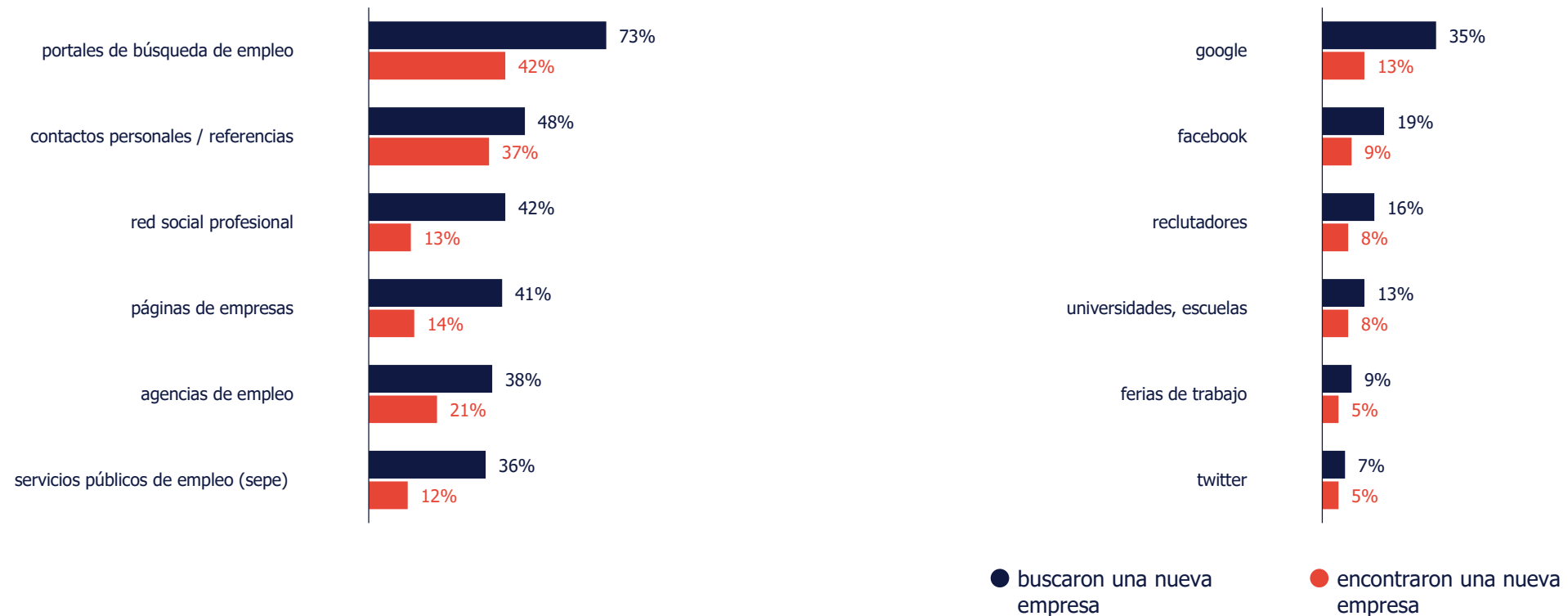


principales razones para abandonar la empresa

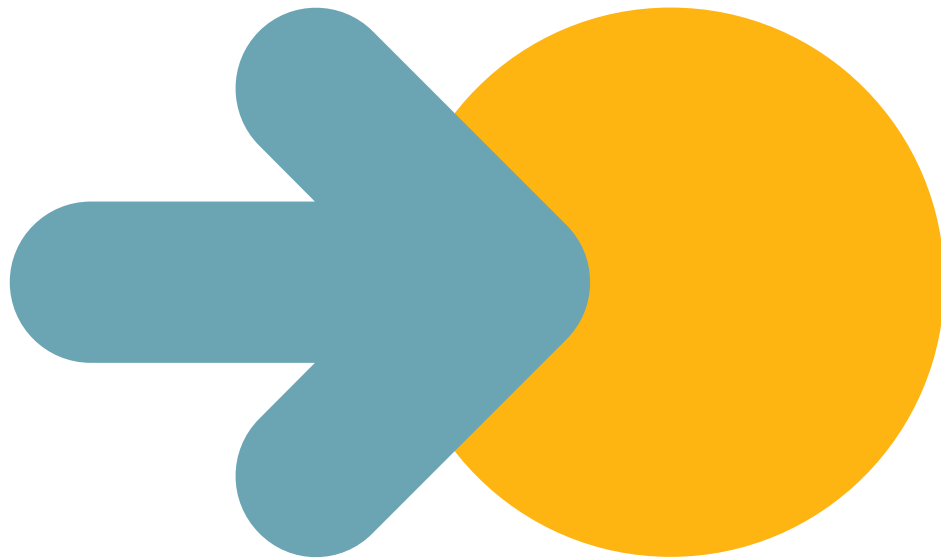


cómo buscan y encuentran empresas los trabajadores españoles.

canales utilizados para buscar y encontrar empresas



qué motiva a los españoles a quedarse por perfil.



gen z (18-24)

31%

de los miembros de la gen z permanecen con su empresa si les ofrece formación de calidad. Este porcentaje es mayor que en generaciones de edad más avanzada.

millennials (25-34)

25%

de los millennials permanecen con empresas que tienen buena reputación, mientras que las generaciones mayores no se interesan tanto por esto.

gen x (35-54)

39%

de los miembros de la gen x permanecen con la empresa que les permita trabajar en condiciones flexibles. Otras generaciones no confieren tanta importancia a este aspecto.

boomers (55-64)

52%

de los boomers tienen más probabilidad de permanecer con su empresa actual si les aporta seguridad laboral. Este porcentaje disminuye entre millennials y gen z.

[haga clic aquí](#) para ver un desglose de todos los resultados.

qué motiva a los españoles a dejar la empresa por perfil.

gen z (18-24)

32%

de los miembros de la gen z piensan dejar a su empresa si sus funciones no les aportan retos. Este porcentaje es mayor que en generaciones de edad más avanzada.

millennials (25-34)

41%

de los millennials abandonan si consideran que sus perspectivas profesionales son limitadas. Para los boomers, este aspecto no es tan relevante.

gen x (35-54)

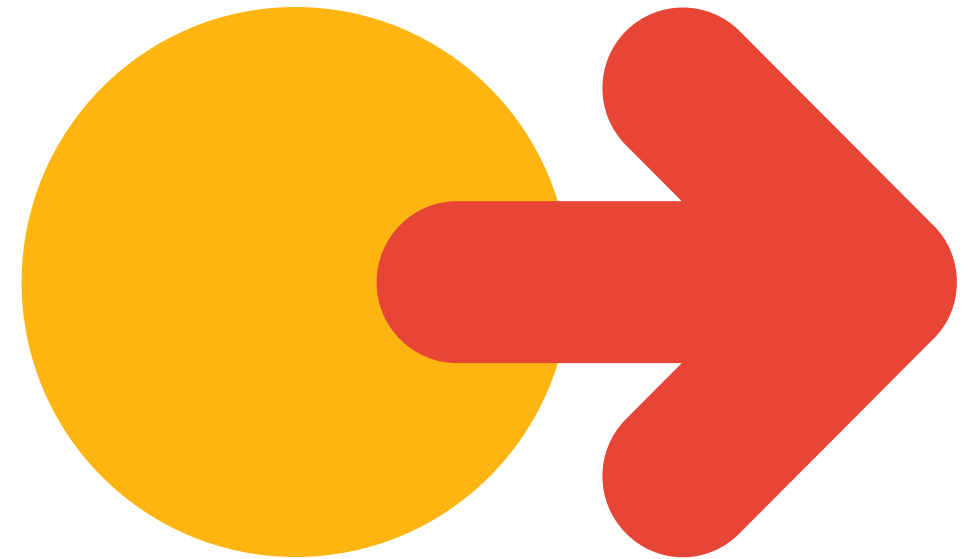
39%

de la gen x abandonan a su empresa si encuentran problemas de conciliación profesional y familiar. Otras generaciones no confieren tanta importancia a este aspecto para permanecer o no.

boomers (55-64)

30%

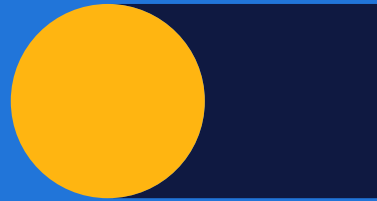
de los boomers tienen más probabilidades de dejar su empresa si esta no es económicamente estable. Este porcentaje disminuye en la gen z y la gen x.



[haga clic aquí](#) para ver un desglose de todos los resultados.



la empresa ideal

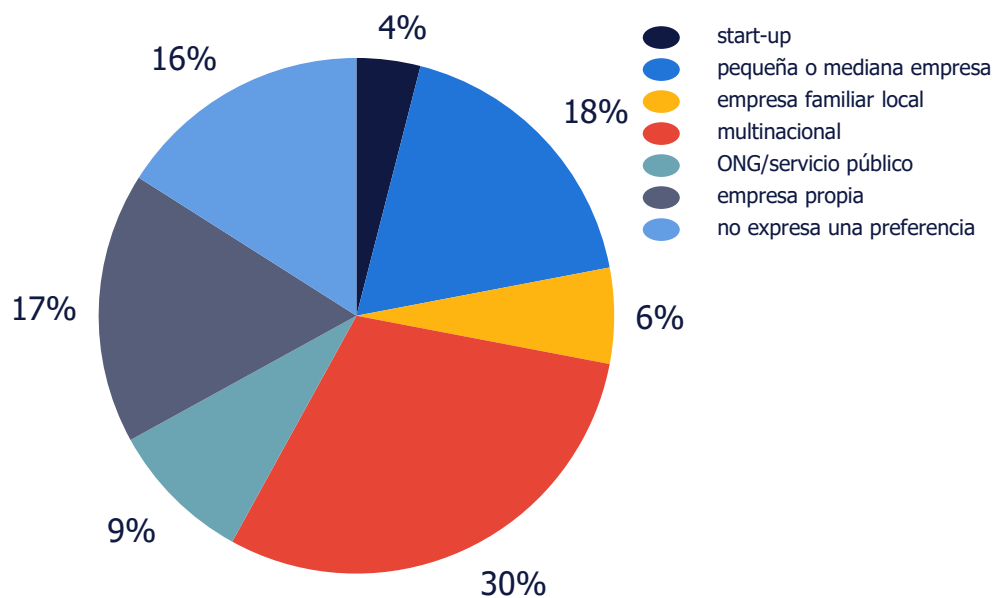


primer plano.



el 30% de los españoles prefieren trabajar para grandes empresas (multinacionales).

tipo de empresa preferida



gen z (18-24)

21%

preferiría trabajar para una pequeña o mediana empresa

millennials (25-34)

16%

preferiría crear su propio negocio

gen x (35-54)

10%

preferiría trabajar para una organización sin ánimo de lucro o en los servicios públicos

boomers (55-64)

22%

no manifiesta ninguna preferencia

preferencias de tipo de empresa: motivos.

multinacional
(30%)

seguridad laboral

oportunidades de carrera

salud financiera

organización sin ánimo de
lucro/gubernamental (9%)

seguridad laboral

buena conciliación laboral-personal

trabajo interesante

pequeña o mediana empresa
(18%)

ambiente de trabajo agradable

seguridad laboral

buena conciliación laboral-personal

empresa familiar
(6%)

ambiente de trabajo agradable

buena conciliación laboral-personal

seguridad laboral

negocio propio
(17%)

buena conciliación laboral-personal

ambiente de trabajo agradable

flexibilidad

start-up
(4%)

trabajo interesante

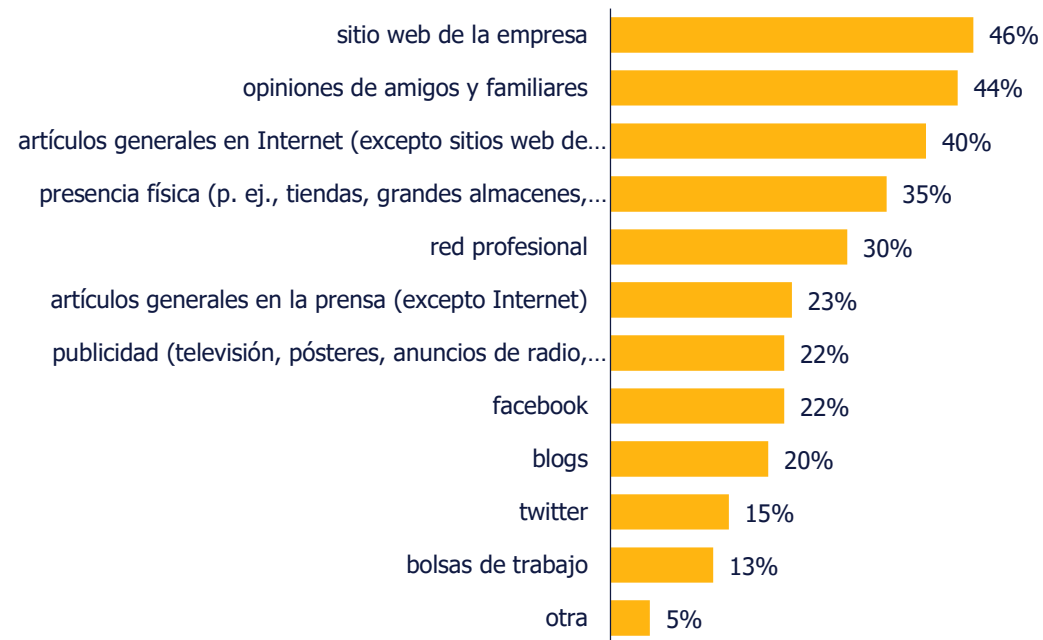
oportunidades de carrera

ambiente de trabajo agradable



el 89% de los españoles comprueba la reputación de la empresa.

canales para comprobar la reputación



los más utilizados

gen z (18-24)

51%

opiniones de amigos y familiares

millennials (25-34)

34%

red profesional

gen x (35-54)

24%

artículos generales en prensa (excepto Internet)

boomers (55-64)

19%

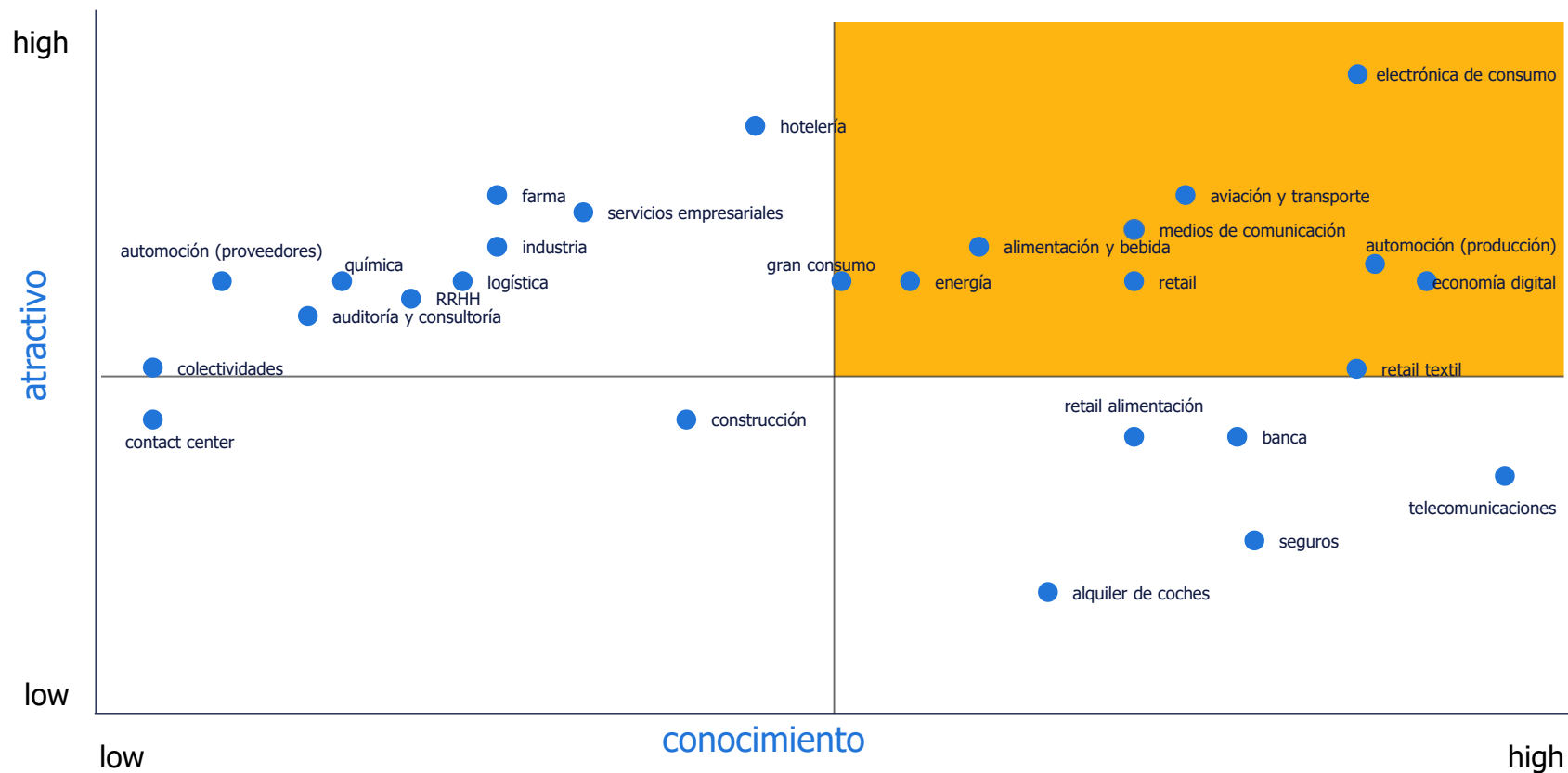
no comprueba la reputación de la empresa

sector



datos.

los sectores con mejores resultados de españa según los niveles de conocimiento y atractivo.



elevado conocimiento

Un conocimiento elevado significa que las empresas del sector son muy populares.

gran atractivo

Un sector con gran atractivo comprende más empresas atractivas que otros sectores.



los 3 EVP drivers en los que los sectores españoles son más valorados.

1/3

sector	los 3 EVP drivers principales		
	1	2	3
01 electrónica de consumo	últimas tecnologías	salud financiera	buena reputación
02 hotelería	salud financiera	buena reputación	trabajo interesante
03 farma	salud financiera	últimas tecnologías	buena reputación
04 aviación y transporte	salud financiera	últimas tecnologías	trabajo interesante
05 servicios empresariales	últimas tecnologías	salud financiera	oportunidades de carrera
06 medios de comunicación	últimas tecnologías	salud financiera	trabajo interesante
07 alimentación y bebidas	salud financiera	buena reputación	últimas tecnologías
08 industria	últimas tecnologías	salud financiera	buena reputación
09 automoción (producción)	salud financiera	últimas tecnologías	buena reputación
10 energía y utilities	salud financiera	últimas tecnologías	seguridad laboral



los 3 EVP drivers en los que los sectores españoles son más valorados.

2/3

sector	los 3 EVP drivers principales		
	1	2	3
11 logística	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
12 economía digital	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
13 retail	buena salud financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
14 gran consumo	buena salud financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
15 química	uso de las tecnologías más recientes	buena salud financiera	muy buena reputación
16 automoción (proveedores)	uso de las tecnologías más recientes	buena salud financiera	muy buena reputación
17 RR.HH.	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	evolución profesional
18 auditoría y consultoría	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	evolución profesional
19 colectividades	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	evolución profesional
20 retail textil y moda	buena salud financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo agradable



los 3 EVP drivers en los que los sectores españoles son más valorados.

3/3

	los 3 EVP drivers principales		
sector	1	2	3
21 construcción	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	evolución profesional
22 contact center	uso de las tecnologías más recientes	buena salud financiera	evolución profesional
23 retail alimentación	buena salud financiera	muy buena reputación	seguridad laboral
24 banca	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	evolución profesional
25 telecomunicaciones	uso de las tecnologías más recientes	buena salud financiera	muy buena reputación
26 seguros	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
27 alquiler de coches	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación



las empresas



más
atractivas.

las empresas mejor valoradas de españa.

las 10 empresas más atractivas para trabajar en 2019

- 01 Nestlé
- 02 Sony
- 03 Marriott International
- 04 BSH Bosch
- 05 Mercedes-Benz
- 06 Amazon
- 07 Meliá Hotels International
- 08 IBM
- 09 Correos
- 10 HP Inc.

las 10 empresas más atractivas para trabajar en 2018

- 01 Amazon
- 02 Sony
- 03 Nestlé
- 04 HP Inc.
- 05 Hewlett Packard Enterprise
- 06 BSH Bosch
- 07 Volkswagen Group Distribución España
- 08 Glaxosmithkline
- 09 Mercedes-Benz
- 10 Marriott International

las empresas más atractivas para trabajar de españa

los 3 EVP drivers principales.

	los 3 EVP drivers principales		
las 5 mejores empresas	1	2	3
1 Nestlé	buena salud financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
2 Sony	uso de las tecnologías más recientes	buena salud financiera	muy buena reputación
3 Marriott International	buena salud financiera	muy buena reputación	contenido laboral interesante
4 BSH Bosch	uso de las tecnologías más recientes	buena salud financiera	muy buena reputación
5 Mercedes-Benz	buena salud financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación

las empresas mejor valoradas en función de los EVP drivers.

EVP driver	1	2	3
salarios atractivos y beneficios sociales	IBM	Pfizer	Mercedes-Benz
oportunidades de desarrollo profesional	IBM	Oracle	HP Inc.
buena salud financiera	Amazon	Coca Cola	Mercadona
aporta a la sociedad	Calidad Pascual	Ebro Foods	Compass group
contenido laboral interesante	IBM	Aernnova	Sony
seguridad laboral	Correos	Bayer	Nestlé
ambiente de trabajo agradable	Marriott International	Calidad Pascual	Nestlé
uso de las tecnologías más recientes	HP Inc.	Huawei	Sony
muy buena reputación	Mercedes-Benz	BSH Bosch	Nestlé
conciliación profesional y familiar	Correos	Ibermática	Compass group

deep dive

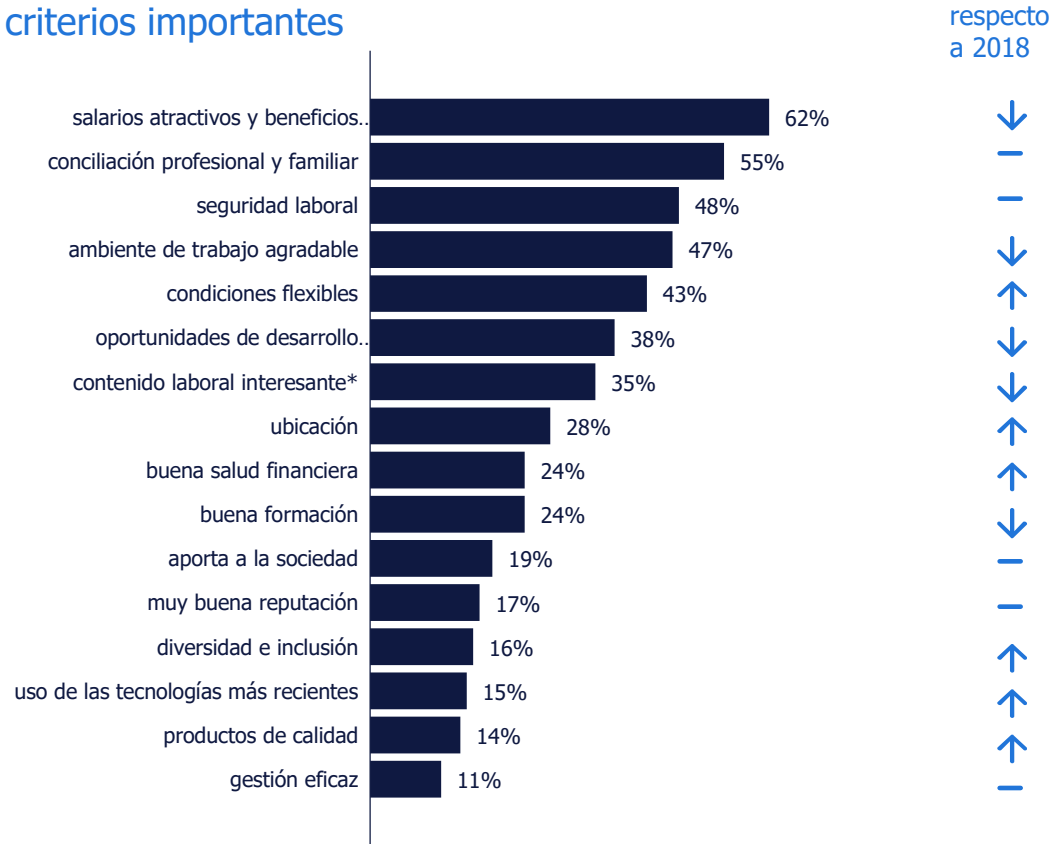
anexo 1.



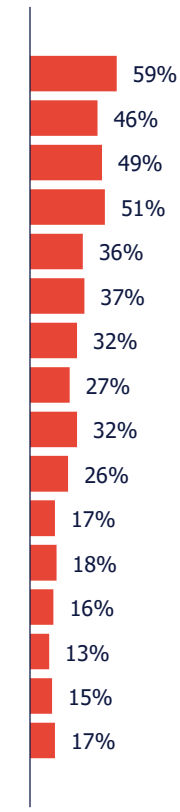
qué buscan los empleados

los criterios más importantes para elegir a una empresa.

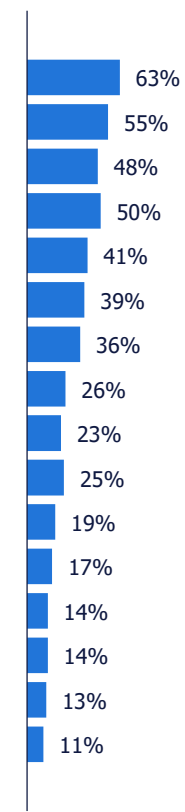
criterios importantes



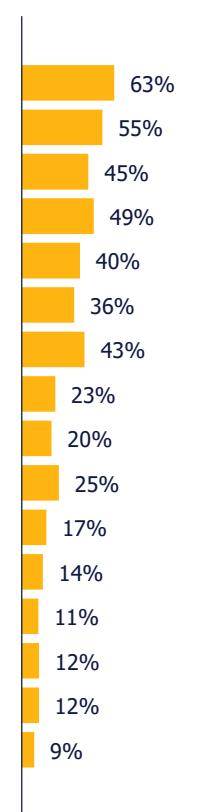
europa



2018



2017

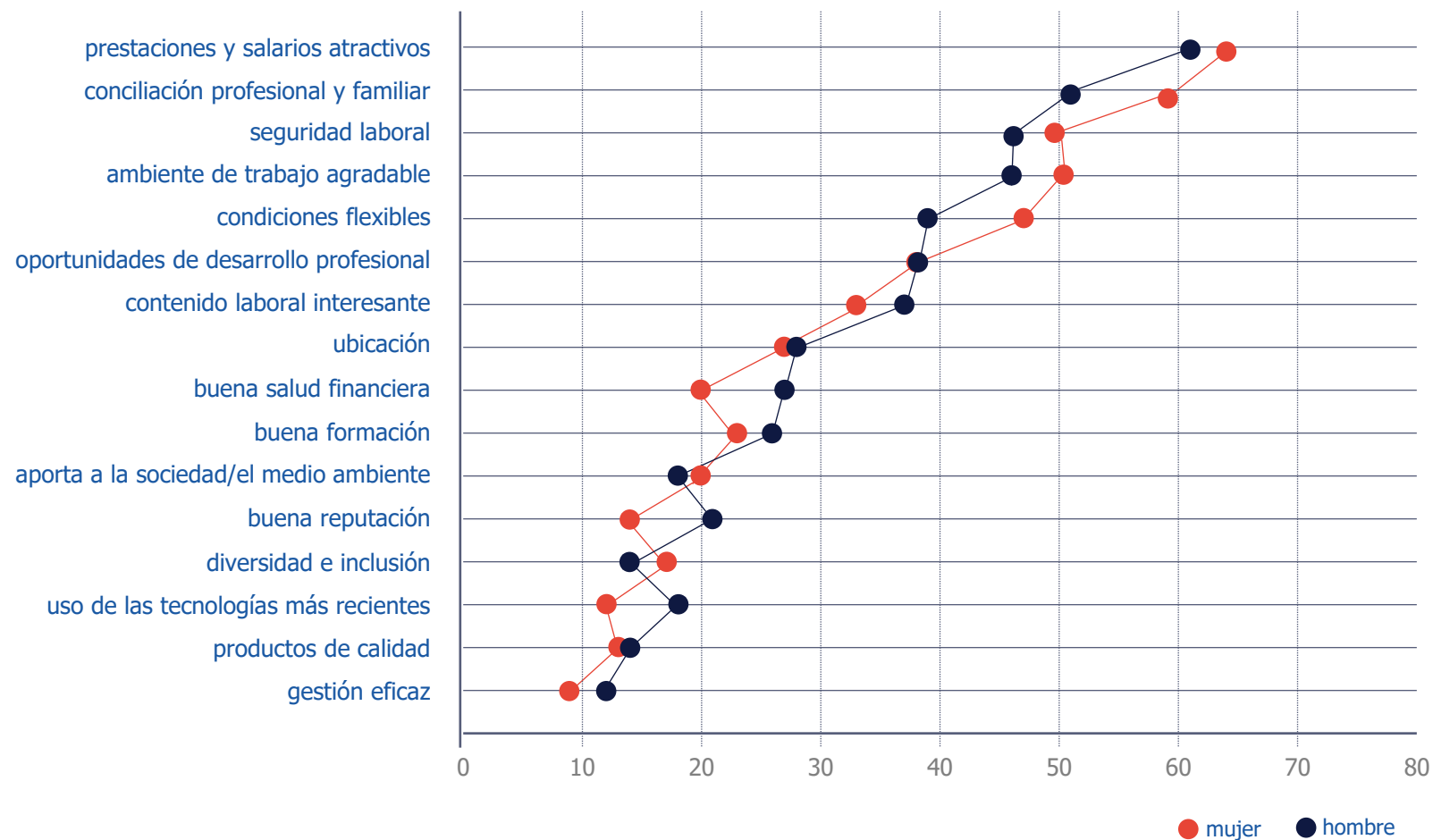


*2017: trabajo intelectualmente estimulante y motivador

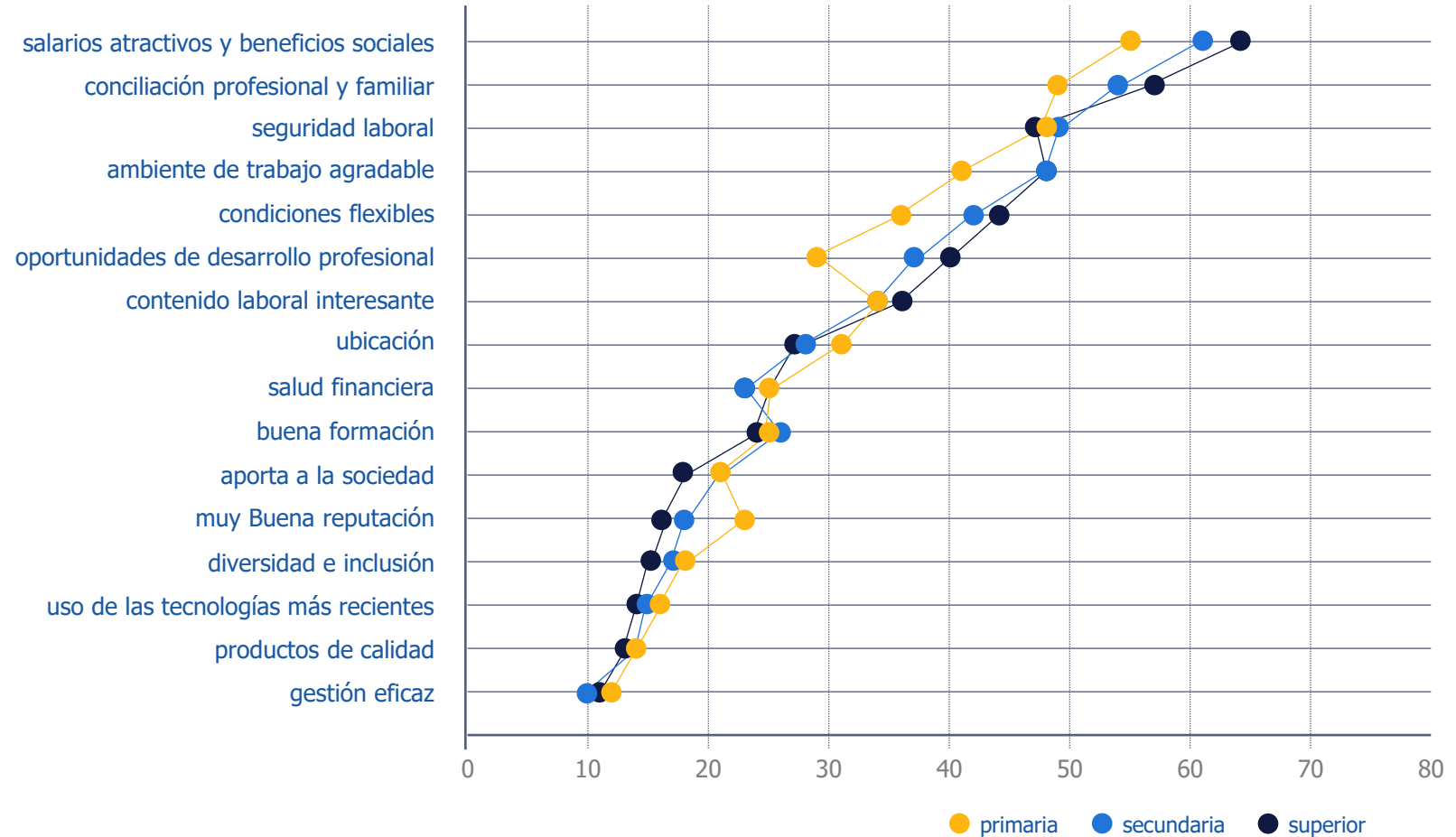
Estos son los aspectos más relevantes para los potenciales empleados. Es esencial desarrollarlos o potenciarlos para mejorar su propuesta de valor al empleado, pues son los que más contribuyen a fortalecer su employer brand.



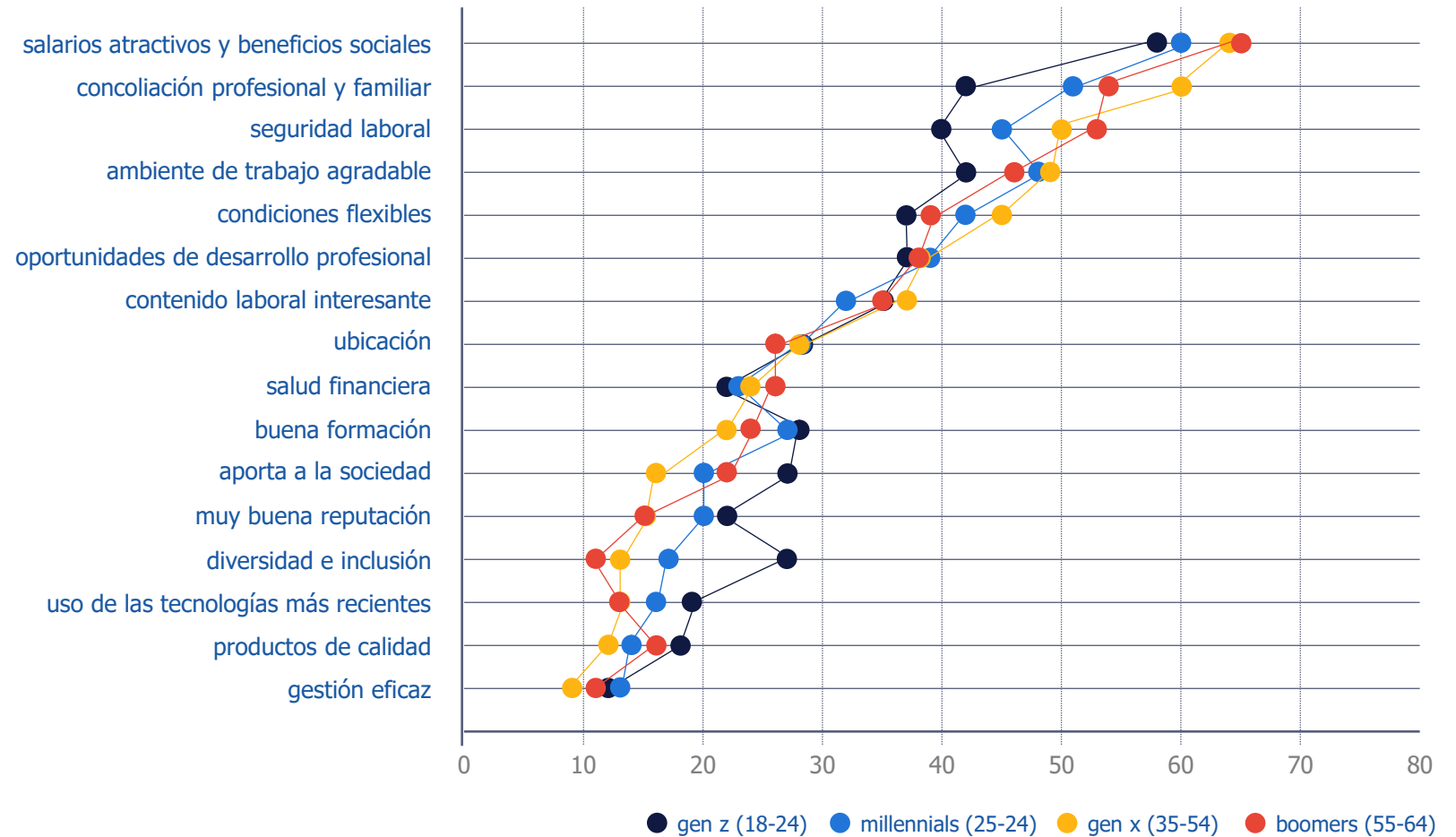
importancia de los EVP drivers en función del género.



importancia de los EVP drivers por nivel educativo.



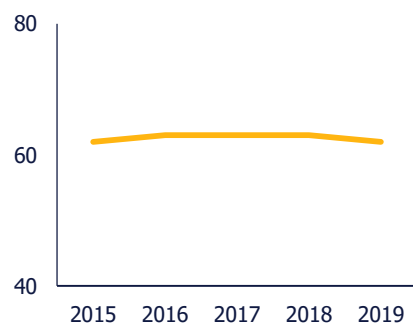
importancia de los EVP drivers en función de la edad.



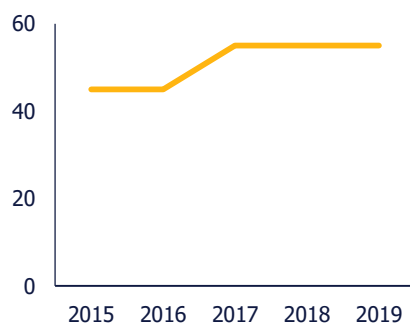
importancia de los EVP drivers tendencias generales.

1/2

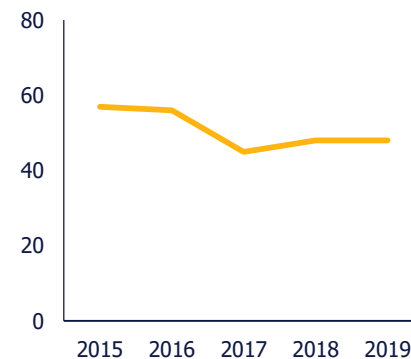
salarios atractivos y
beneficios sociales



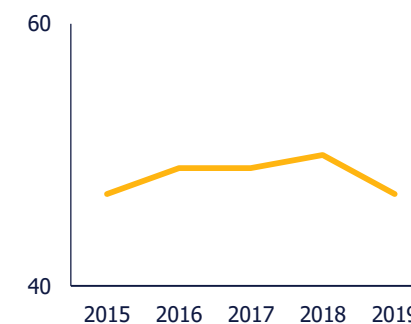
conciliación profesional
y familiar



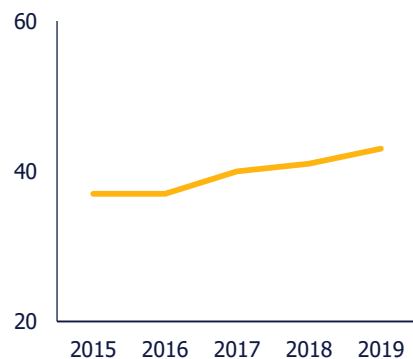
seguridad laboral



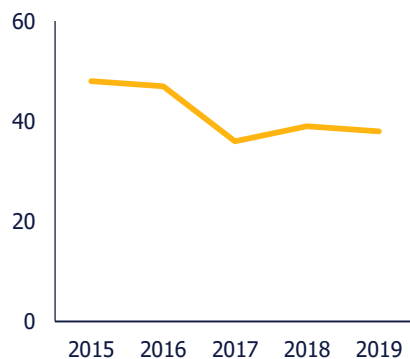
ambiente de trabajo
agradable



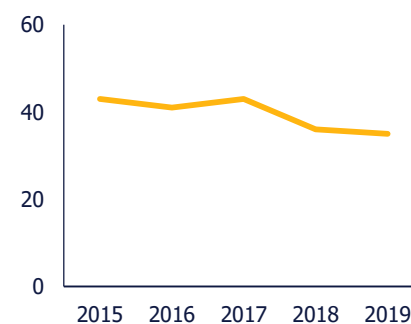
condiciones flexibles



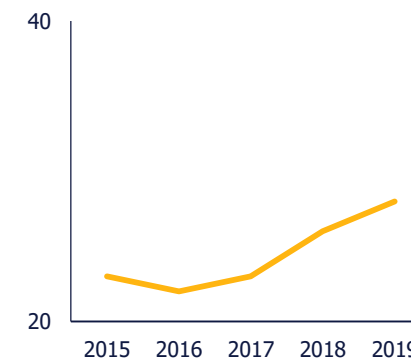
evolución profesional



contenido laboral
interesante*



ubicación



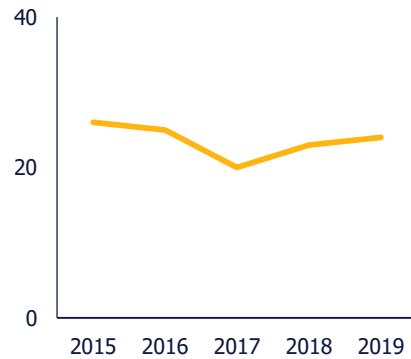
*2017: trabajo intelectualmente estimulante y motivador



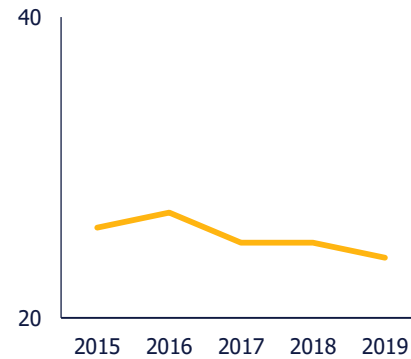
importancia de los EVP drivers tendencias generales.

2/2

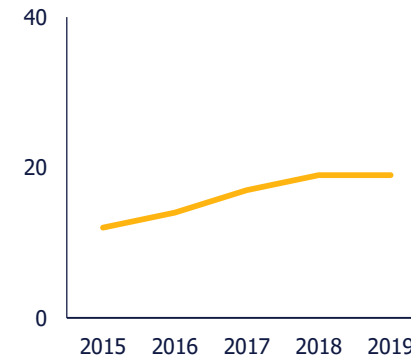
salud financiera



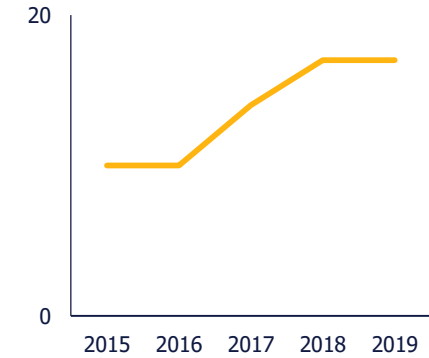
buena formación



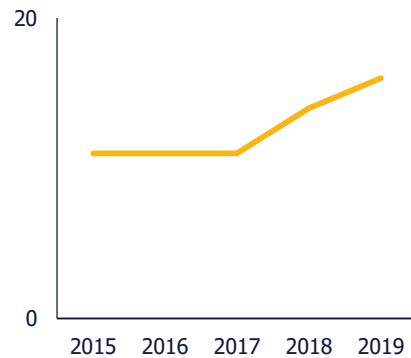
aporta a la sociedad



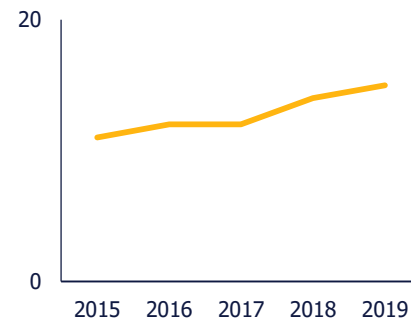
muy buena reputación*



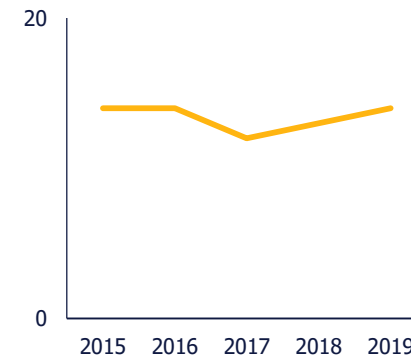
diversidad e inclusión



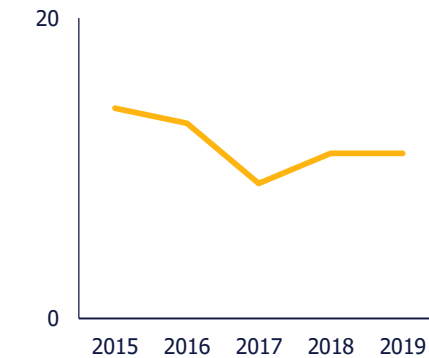
uso de las tecnologías más recientes



productos de calidad



gestión eficaz

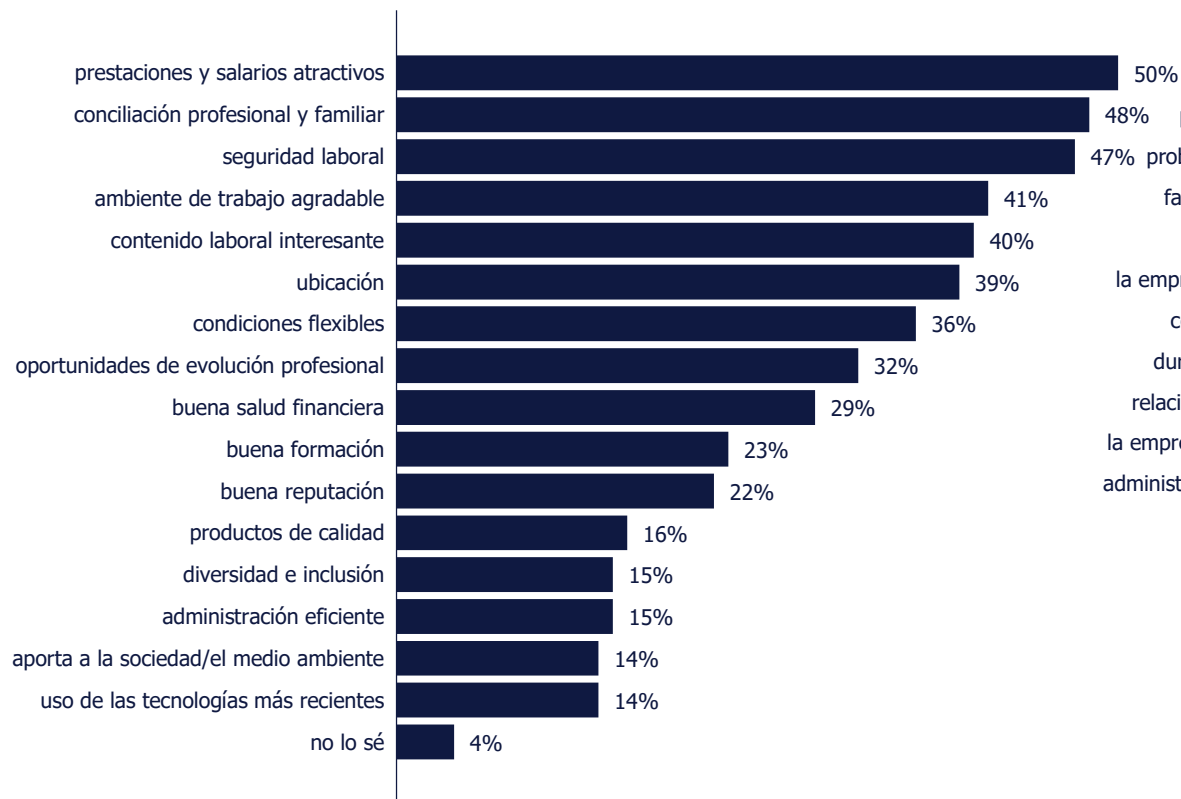


*antes de 2017: imagen y valores sólidos

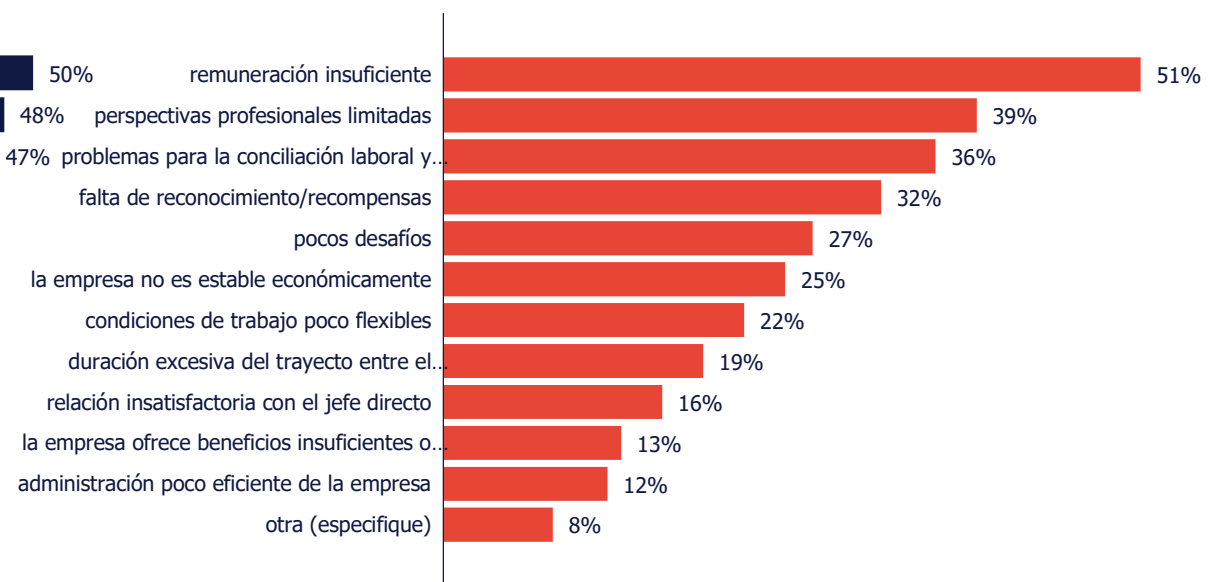


qué motiva a los españoles a quedarse o a irse de su empresa.

razones para permanecer en la empresa



razones para abandonar la empresa



metodología

anexo 2.



metodología

¿por qué aplicar el muestreo inteligente?

Desde la edición de 2017 de REBR, entre 140 y 400 participantes evalúan a las empresas. El número real de evaluaciones por empresa depende del conocimiento que el público tenga sobre esta.

El margen de error se define mediante el porcentaje de participantes que dan una determinada respuesta a una pregunta y el tamaño de la muestra que ha respondido a esa misma pregunta. El margen de error aumenta al máximo cuando el 50 % de los participantes coincide en una respuesta y disminuye cuando coincide el 30% (o el 70%).

ejemplo

140 participantes han evaluado la empresa X. De estos 140, el 50 % considera que es un buen lugar para trabajar en ella. Si establecemos el margen de error en $n=140/50\%$, la respuesta real varía entre el 42% y el 58%.

400 participantes han evaluado la empresa Y. De estos 400, el 50 % considera que es un buen lugar para trabajar en ella. Si establecemos el margen de error en $n=400/50\%$, la respuesta real varía entre el 45% y el 55%.

1.200 participantes han evaluado la empresa Z. De estos 1.200, el 50% considera que es un buen lugar para trabajar en ella. Si establecemos el margen de error en $n=1.200/50\%$, la respuesta real varía entre el 47% y el 53%.

Por lo tanto, la diferencia del margen de error es mínima entre $n=1.200$ y $n=400$ evaluaciones por empresa (diferencia de margen entre el 5% y el 3% como máximo). Así, se puede concluir que un máximo de 400 evaluaciones por empresa es una cantidad suficiente para determinar de manera fiable el atractivo.

En la práctica, esto se traduce en que una empresa con conocimiento superior al 35% habrá sido evaluada por el máximo de 400 participantes, y las empresas con conocimiento inferior al 35% habrán recibido entre 140 y 400 evaluaciones (según su conocimiento).



fuentes bibliográficas.

1 Blog Betterteam

<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>

2 PwC, «A marketplace without boundaries? Responding to disruption» (¿Un mercado sin fronteras? Respuesta a las interrupciones)

<https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>

3 JWTInside, «The Evolving Culture-scape and Employee Expectation» (El paisaje cultural en evolución y la expectativa del empleado)

Estudio de investigación de 2014 sobre empleados de alto rendimiento
<https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>

4 Harvard Business Review, «A Bad Reputation Costs a Company at Least 10% More Per Hire» (Una mala reputación cuesta a la compañía, al menos, un 10% adicional por contratación)

<https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>

5 HR in Asia, «Do You Think Your Employer Brand Can Be Ruined by Social Media?» (Cree que las redes sociales pueden arruinar su imagen?)

www.hrinasia.com/employer-branding/do-you-think-your-employer-brand-can-be-ruined-by-social-media/

6 «The role of engagement» (La función del compromiso)

<https://www.aberdeens.com/hcm-essentials/role-engagement-performance-management/>

7 «The Employer Brand Credibility Gap» (La brecha de credibilidad en la imagen)

<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

8 «The true cost of a bad hire» (El coste real de una mala contratación)

http://go.brandanhall.com/the_true_cost_of_a_bad_hire

randstad

human forward.

