

## Employer Branding: tu reputación como empleador

¿Alguna vez te has preguntado si tu empresa es un lugar donde los empleados más destacados ansían estar y permanecer durante años?



MAYO 22, 2017

No existe una sola empresa que no aspire a la excelencia, es decir, a ser la mejor en su ramo (y si existe alguna, está destinada a desaparecer pronto... muy pronto). Asimismo, todo líder de una compañía sabe que para destacar en su mercado requiere **atraer al mejor talento disponible** y establecer una cultura laboral sólida.

¿Alguna vez te has preguntado si estás haciendo todo lo que está en tus manos por tener a los mejores profesionistas en su ramo? ¿Si tu empresa es un lugar donde los empleados más destacados ansíen estar y permanecer durante años?

Así como las empresas invierten en estrategias de marketing para promocionar sus productos y servicios, es importante que implementen una **estrategia para convertirse en un lugar atractivo para trabajar**. A esto se le conoce como Employer Branding.

La Employer Branding es, básicamente, la reputación que tiene una empresa como empleador. El término fue acuñado en Estados Unidos a principios de los noventa, y ha sido adoptado por

la comunidad global para convertirse en un término básico del glosario de los Recursos Humanos.

### **¿Por qué es importante tener buena reputación?**

Ser un lugar de trabajo atractivo para los trabajadores es mucho más que un capricho. Es, en gran medida, lo que permite atraer, reclutar y retener a los empleados más valiosos, lo que en última instancia permitirá **alcanzar los objetivos de la empresa**. Esta estrategia para presentarse como una empresa “deseable” debe ir dirigida no sólo a futuros colaboradores, sino también a los trabajadores actuales, a clientes y posibles inversionistas.

Para que una empresa pueda atraer el mejor talento no basta que ofrezca sueldos altos: debe esforzarse por construir una identidad **sólida, confiable, distintiva y aspiracional**. Estas son algunas claves para mejorar el Employer Branding de un negocio:

- Establece la misión, visión, objetivos y valores de tu empresa. Formula una estrategia para comunicarlos con claridad a todo tu personal.
- Encuentra qué es lo que distingue a tu empresa de las demás, cuál es el valor que ofrece a sus empleados actuales y potenciales.
- Pregúntate si tu empresa se preocupa por **asegurar un balance de vida** a sus empleados, así como posibilidades de crecimiento profesional.
- Define cuáles son las acciones de responsabilidad social que realiza tu compañía.
- Realiza mediciones constantes para medir el desempeño y la motivación de tus empleados. Establece **indicadores clave de rendimiento** (KPI) y haz un seguimiento con el fin de realizar mejoras continuas.
- Formula un plan integral para asegurar que la compañía esté contratando y reteniendo el mejor talento. El papel del área de recursos humanos es encontrar al mejor candidato posible para un puesto, y el del área de marketing y comunicación, posicionar la empresa como un lugar con una **excelente cultura organizacional**.

Fuente: <https://www.entrepreneur.com/article/268894>