

country report argentina.

employer brand
research 2021.



 randstad

human forward.

tabla de contenidos.

- 1 introducción
- 2 atractivo del empleador
- 3 comportamiento ante el cambio
- 4 COVID-19 en el foco
- 5 lectura adicional



introducción.

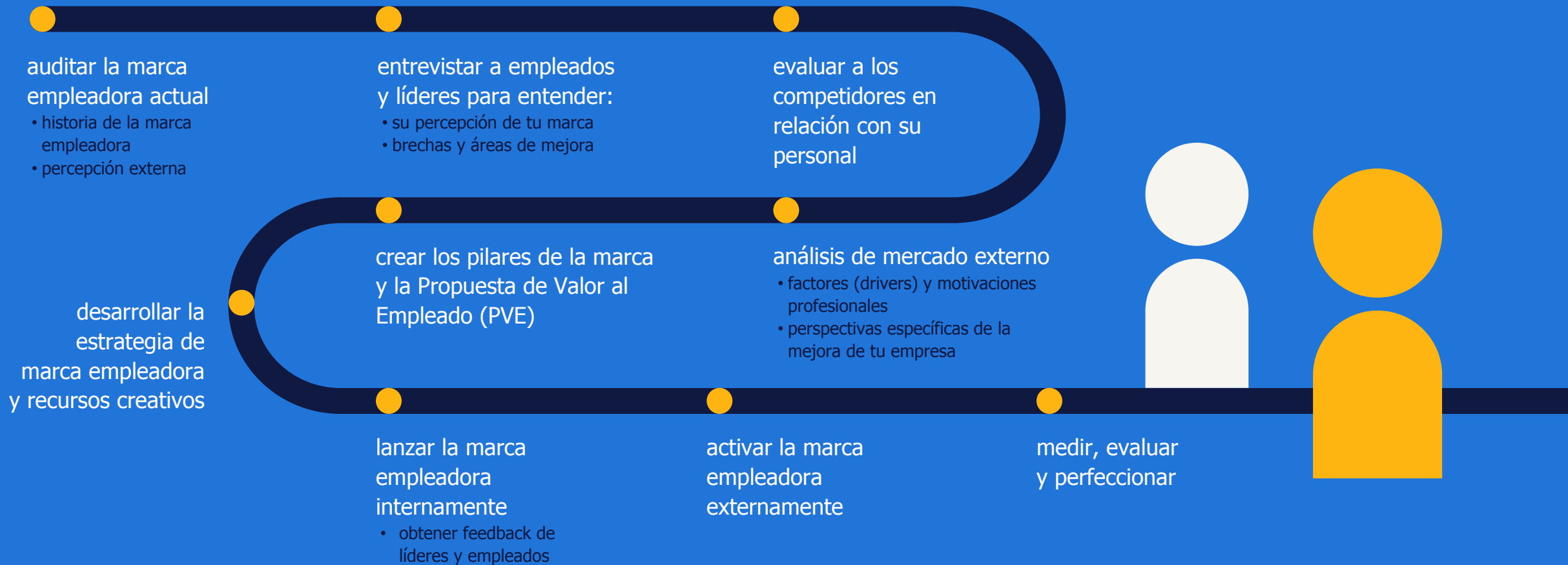


¿qué es el randstad employer brand research?

- una investigación representativa sobre marca empleadora basada en las percepciones del público en general, optimizando más de 21 años de ideas exitosas sobre employer branding.
- una encuesta independiente con más de 190.000 participantes en 34 mercados de todo el mundo.
- un reflejo del atractivo del empleador para los 150 empleadores más grandes del mercado conocidos por al menos el 10% de la población. brinda información valiosa para ayudar a los empleadores a darle forma a su marca empleadora.



pasos para la construcción de una marca empleadora destacada.



¿por qué es importante el employer branding?



Las empresas que no tienen una marca sólida están pagando hasta un 10% más en salarios.¹

50%

de los candidatos dicen que no trabajarían para una empresa con mala reputación, incluso con un aumento salarial.²

96%

conceden en que la alineación de los valores personales con la cultura de una empresa es un factor clave en su satisfacción al trabajar allí.³

80%

de los líderes de personal concuerdan en que una marca empleadora sólida tiene un impacto significativo en su capacidad para contratar un gran personal.⁴ Como las personas trabajan para culturas, no para empresas, la percepción que tengan de vos como empleador es de suma importancia. Tanto los reclutadores como los candidatos citan a la cultura de la empresa como uno de los factores determinantes más importantes en la elección del empleador. Además, si tu cultura es transparente: los candidatos investigan activamente la cultura de las empresas para saber si su perfil encuadrará dentro de la misma. Si los candidatos ven experiencias positivas de empleados y otros candidatos en los sitios de opiniones, se sienten más seguros a la hora de presentar su CV y realizar un cambio de trayectoria profesional.

¿por qué es importante el employer branding?

19%

Sólo el 19% de los empleados a nivel mundial perciben una fuerte alineación entre lo que su empleador dice sobre sí mismo y su experiencia trabajando allí.⁵

1-2x

Las empresas con una marca empleadora sólida tienen un tiempo de contratación de 1 a 2 veces más rápido.⁸

#1

El obstáculo #1 para los candidatos en el proceso de solicitud es no saber lo que significa trabajar en una organización.⁷

19%

Es más probable que los empleados que experimentan una fuerte alineación entre lo que su empleador dice sobre sí mismo y su experiencia trabajando allí recomienden a su empleador como un lugar para trabajar.⁹

52%

de los candidatos buscan primero en las redes sociales y el sitio web de la compañía para obtener más información sobre un empleador.⁶



34 mercados encuestados que representan más del 80% de la economía mundial.

● mercados encuestados
hacé clic aquí para obtener una metodología de investigación detallada

En todo el mundo

- más de 190.000 personas encuestadas
- 6.493 empresas encuestadas

Muestra

- de 18 a 64 años
- representatividad de género
- con una sobrerrepresentación en el grupo de edad: 25 - 44
- constituida por estudiantes, trabajadores activos y desempleados

País

- 4.721 personas encuestadas

Trabajo de campo

- entrevistas realizadas de forma online
- enero de 2021

Duración de la entrevista

- 16 minutos



- Alemania
- Argentina
- Australia
- Austria
- Bélgica
- Brasil
- Canadá
- China
- EE.UU.
- España
- Francia
- Grecia
- Hungría
- India
- Italia
- Japón
- Kazajstán
- Luxemburgo
- Malasia
- México
- Noruega
- Nueva Zelanda
- Países Bajos
- Polonia
- Portugal
- RAE de Hong Kong
- Reino Unido
- República Checa
- Rumania
- Rusia
- Singapur
- Suecia
- Suiza
- Ucrania

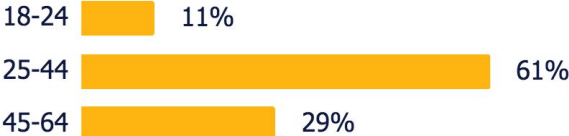


composición de la muestra en Argentina. datos sociodemográficos, situación laboral y región.

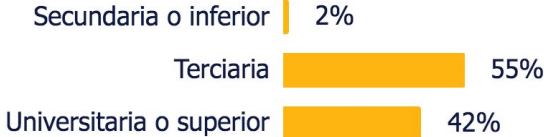
género



edad



educación



situación laboral



región

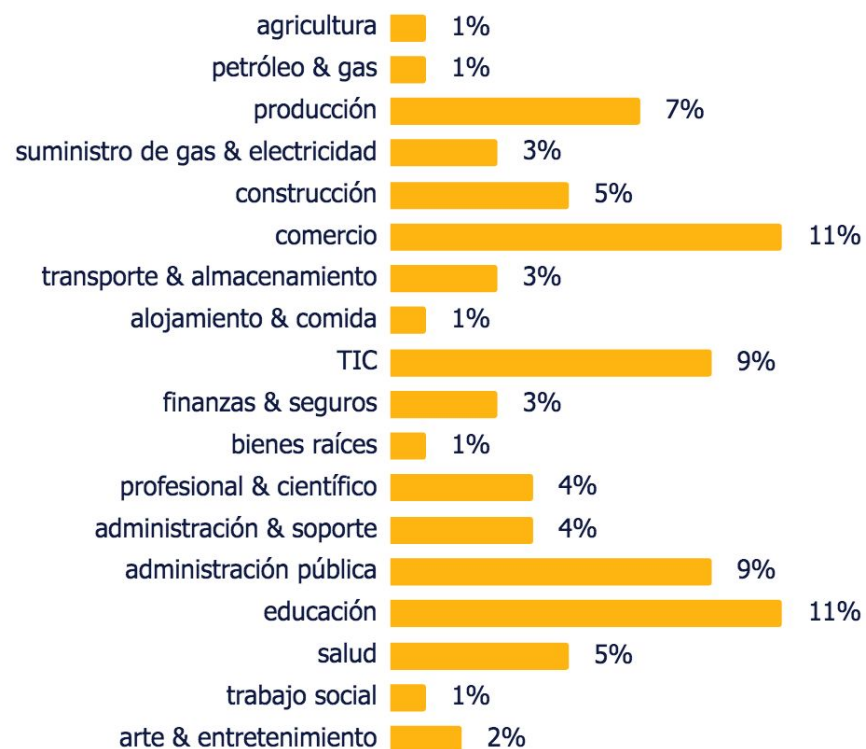


- 1. Buenos Aires (provincia), Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- 2. Córdoba, La Pampa, Santa Fe
- 3. Mendoza, San Juan, San Luis
- 4. Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Misiones
- 5. Catamarca, Jujuy, La Rioja, Salta, Santiago del Estero, Tucumán
- 6. Chubut, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur



composición de la muestra en Argentina. sector y función.

sector



función



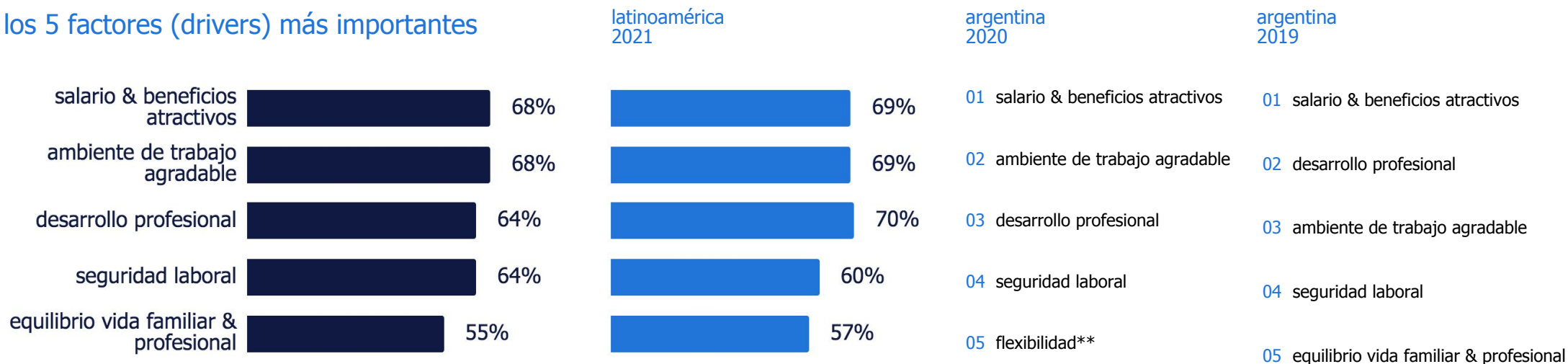


Argentina
atractivo
del empleador.

¿qué buscan los empleados potenciales?

los 5 factores (drivers) más importantes a la hora de elegir un empleador.

los 5 factores (drivers) más importantes



*al comparar 2021 con años anteriores, tené en cuenta que esta pregunta se ha modificado, ya que los encuestados ahora son libres de elegir tantos factores (drivers) como consideren importantes de una lista de 16, mientras que en años anteriores se vieron obligados a elegir exactamente 5 de estos 16.

***sólo investigado en 2021 **no investigado en 2021



¿qué buscan los empleados potenciales a la hora de elegir un empleador?

el factor (driver) más importante

ambiente de trabajo agradable y salario & beneficios.

El ambiente de trabajo agradable y los salarios & beneficios son los factores (drivers) más importantes entre los empleados en Argentina. Además, las empleadas mujeres y los empleados con educación universitaria o superior son un poco más exigentes en general, ya que consideran que casi 8 factores (drivers) son esenciales. Los empleados hombres y los empleados con educación terciaria consideran que, en promedio, 7 factores (drivers) son importantes, y los que tienen educación secundaria o inferior, alrededor de 4. El desarrollo profesional y la seguridad laboral también se consideran factores importantes. El desarrollo profesional es aún más importante para las empleadas mujeres, los empleados de entre 25 y 34 años, y los empleados con educación universitaria o superior. La seguridad laboral es igualmente importante entre hombres y mujeres, particularmente entre los empleados de 25 años o más y entre aquellos con educación terciaria, universitaria o superior. Un ambiente de trabajo libre de COVID-19 ocupa el séptimo lugar en importancia entre los empleados.

[hacé clic aquí](#) para obtener un desglose de los resultados de la importancia de la PVE por perfil sociodemográfico.

la propuesta de los empleadores

seguridad laboral a largo plazo.

Los empleados argentinos califican más alto a su propio empleador en cuanto a ofrecer seguridad laboral a largo plazo, seguido de un ambiente de trabajo libre de COVID-19 y una buena reputación. Las puntuaciones más bajas son otorgadas por los empleados en relación con la responsabilidad social, los salarios & beneficios, y el desarrollo profesional. Esto es especialmente cierto entre las empleadas mujeres y los empleados de entre 25 y 54 años. Al observar las diferencias regionales, los empleados que viven en la región de Cuyo son los menos satisfechos con su empleador en lo que respecta al desarrollo profesional.

[hacé clic aquí](#) para una inmersión profunda en los sectores y empleadores más atractivos en 2021.

el enfoque del empleador recomendado

ambiente de trabajo agradable y desarrollo profesional.

Existe una brecha entre lo que buscan los empleados en Argentina y lo que se percibe que ofrecen sus empleadores. Dos de ellos se preocupan por un ambiente de trabajo agradable y el desarrollo profesional, que son de los factores (drivers) más buscados y, sin embargo, no están entre los principales atributos para los empleadores argentinos. Es posible que los empleadores de Argentina deseen estar más atentos y ofrecer estrategias para salvar esta distancia. Además, los empleados califican su salario & beneficios como uno de los factores (drivers) más bajos ofrecidos por su empleador, a pesar de ser importante para la mayoría de los empleados. Como se trata de un factor (driver) constante que surge entre los empleados, vale la pena tener en cuenta este elemento al centrarse en las necesidades de los empleados.



¿qué buscan los empleados potenciales?

tipos de empleo en el foco.

administrativos

71%

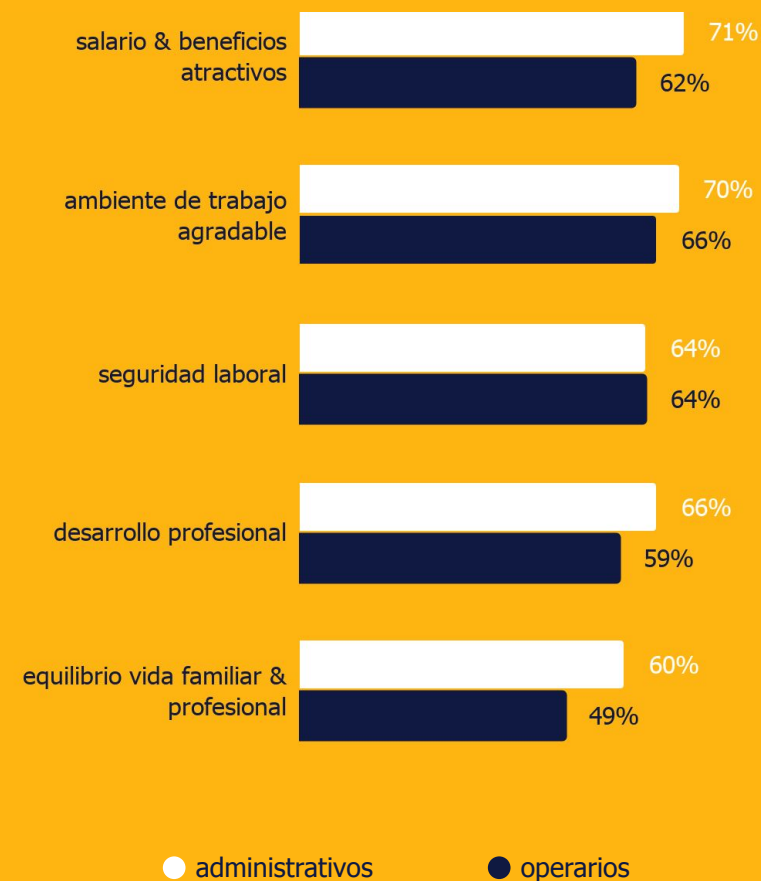
de los empleados administrativos consideran que el salario y los beneficios es el factor (driver) más importante, seguido de cerca por un ambiente de trabajo agradable. Ambos factores (drivers) son más importantes que para el empleado argentino promedio, lo que indica que los empleados administrativos son más exigentes con lo que buscan.

operarios

66%

de los operarios consideran que el ambiente de trabajo agradable es el factor (driver) más importante, seguido de cerca por la seguridad laboral. Los operarios consideran que la seguridad laboral es igualmente importante en comparación con los empleados administrativos.

los atributos más importantes



comportamiento ante
el posible cambio
de empleo



en el foco.

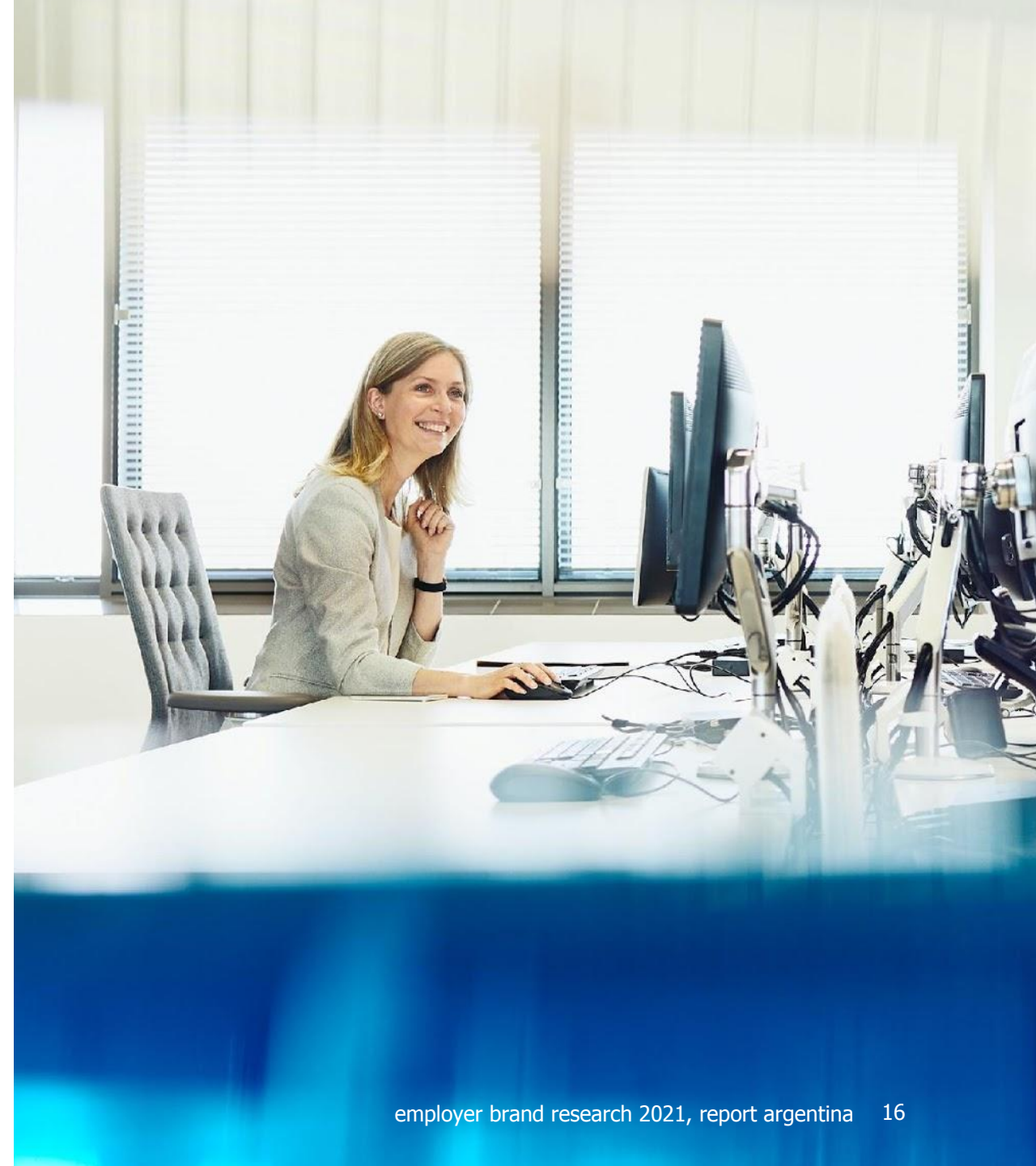
comportamiento ante el cambio encontrando otro empleador.

casi 1 de cada 3 empleados argentinos tiene la intención de cambiar de empleador.

El 8% de los empleados en Argentina cambió de empleador en la última mitad de 2020, más aún entre los empleados menores de 24 años. Además, otro 30% de los empleados tiene la intención de cambiar de empleador en la primera mitad de 2021, que ve un grupo similar de 18 a 34 años que también tiene la intención de hacerlo.

las redes sociales en la cima.

Las redes sociales (32%), las conexiones personales (29%) y los portales de empleo (29%) son los canales más utilizados entre las personas que cambiaron de empleador. Computrabajo (63%) es el portal de empleo líder y Facebook (73%) es la plataforma de redes sociales líder entre los empleados que cambiaron de trabajo.



los atributos más importantes.

empleados que cambian de empresa vs.
empleados que permanecen en su empresa actual.

2021
8%

cambió de empleador
en los últimos 6 meses.

2021
92%

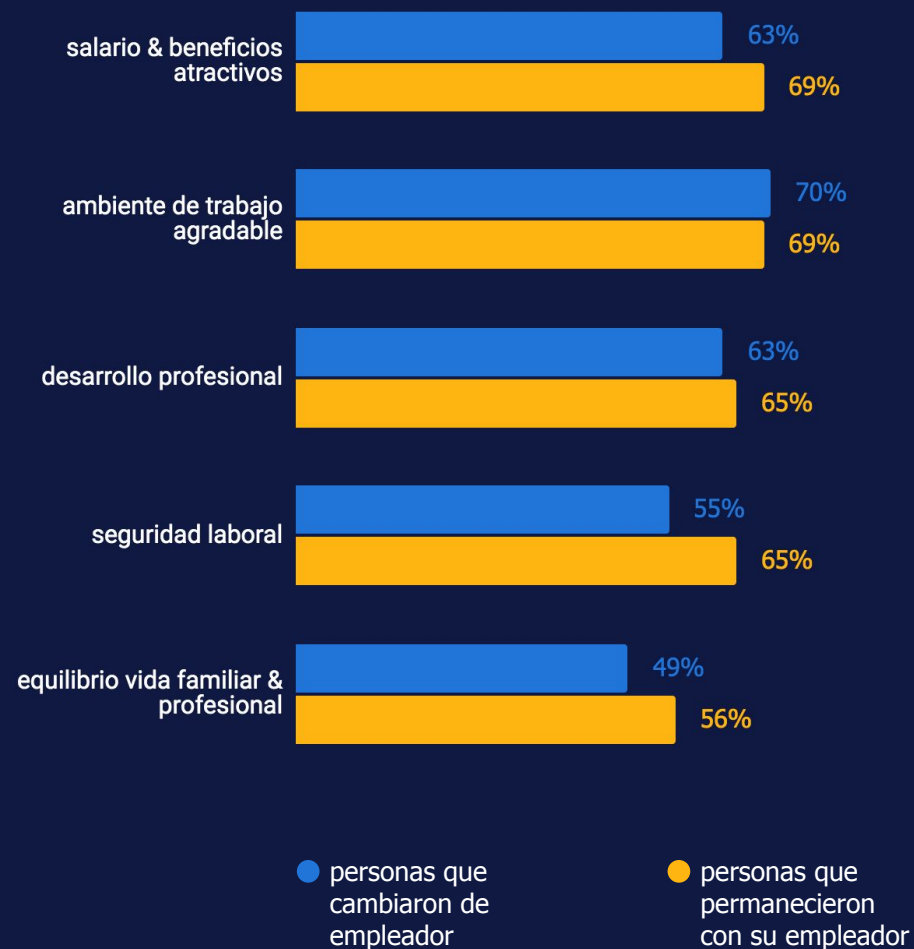
permaneció con su empleador
en los últimos 6 meses.

2021
11%

de los afectados por
COVID-19 cambió de
empleador en los últimos
6 meses.

*últimos 6 meses = última mitad
de 2020. El REBR 2021 abarca un
período de 6 meses (en lugar de
12 meses, como lo hacía en el
pasado) para captar mejor el
impacto del COVID-19.

los atributos más importantes



comportamiento ante el cambio. tipos de empleo en el foco.

administrativos
que cambiaron de empleador

5%

de los empleados administrativos cambiaron de empleador en la última mitad de 2020. Este porcentaje es inferior en comparación con el operario promedio que cambió de empleador durante la última mitad de 2020 (13%).

operarios
que planean cambiar de empleador

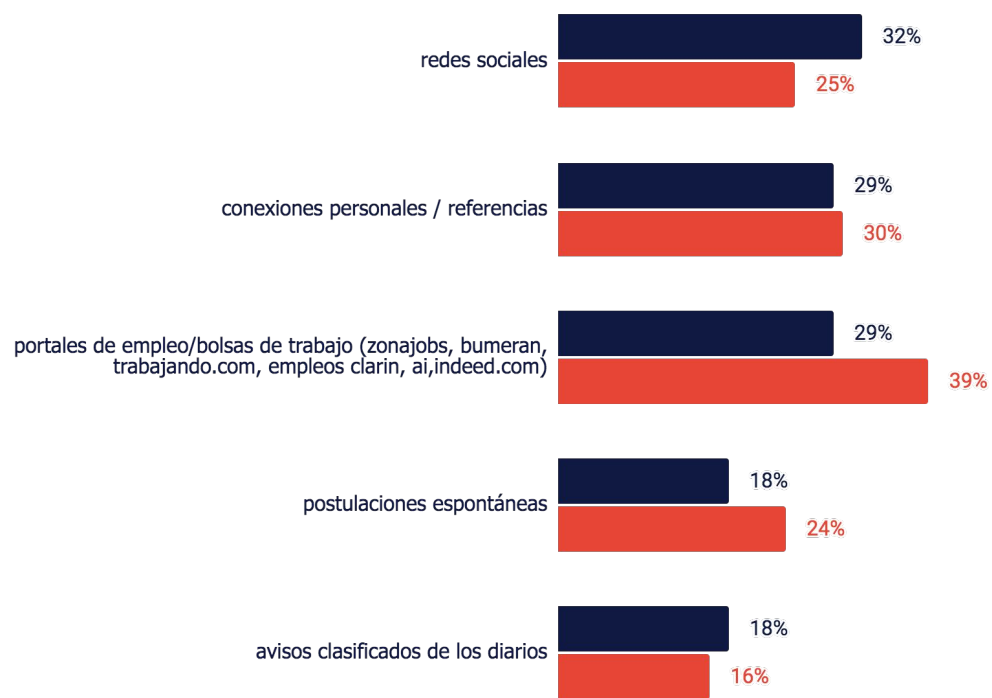
27%

de los operarios planean cambiar de empleador en el primer semestre de 2021. Esto no es muy diferente del empleado argentino promedio (30%) que tiene la intención de cambiar de empleador.

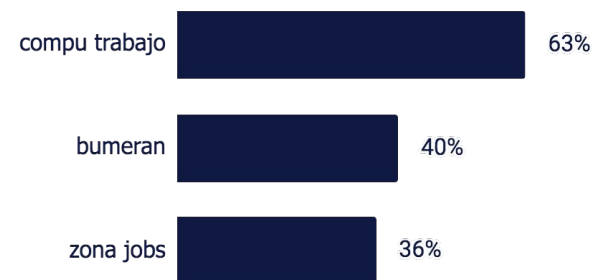


¿cómo los trabajadores en Argentina encuentran nuevas oportunidades laborales?

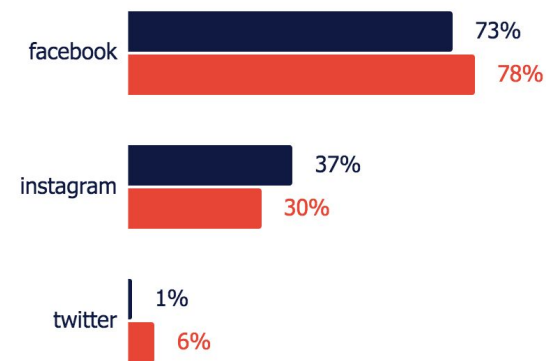
los 5 canales más importantes utilizados para encontrar nuevas oportunidades laborales



los 3 principales portales de empleo



los 3 principales canales de redes sociales



● 2021 ● 2020



COVID-19 en el foco.



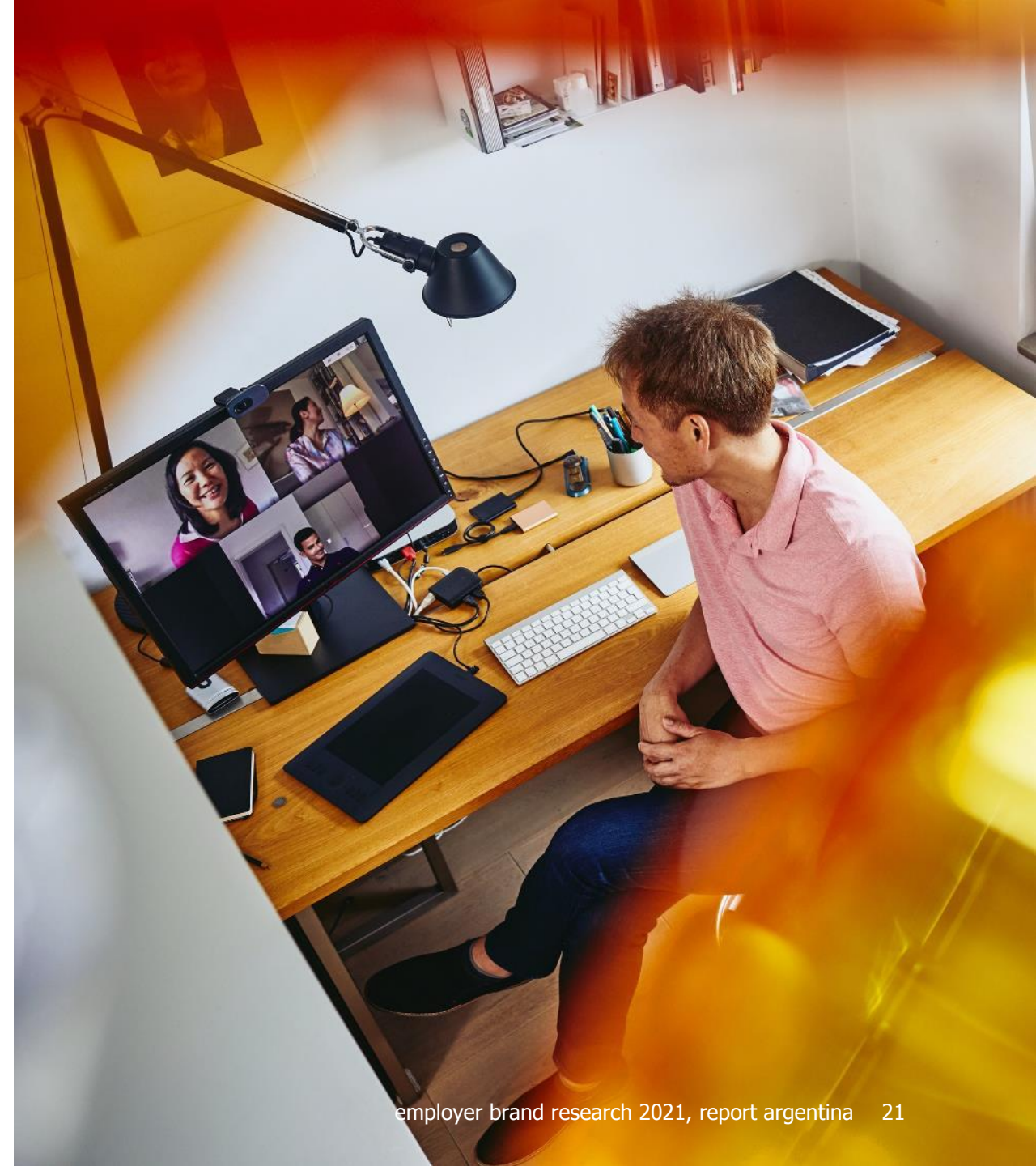
COVID-19 y su impacto en el mercado laboral.

posibilidad de trabajar de forma remota relativamente importante.

El 47% de los empleados en Argentina se sienten atraídos por la posibilidad de trabajar de forma remota, lo que hace que este factor (driver) sea relativamente importante para los empleados. Las empleadas mujeres y los empleados con educación universitaria o superior están más inclinados a calificar a este factor (driver) como importante. Sin embargo, todavía está detrás de los que les resultan más atractivos. No hay diferencia entre quienes trabajan de medio tiempo o tiempo completo en lo que respecta a la importancia de trabajar desde casa.

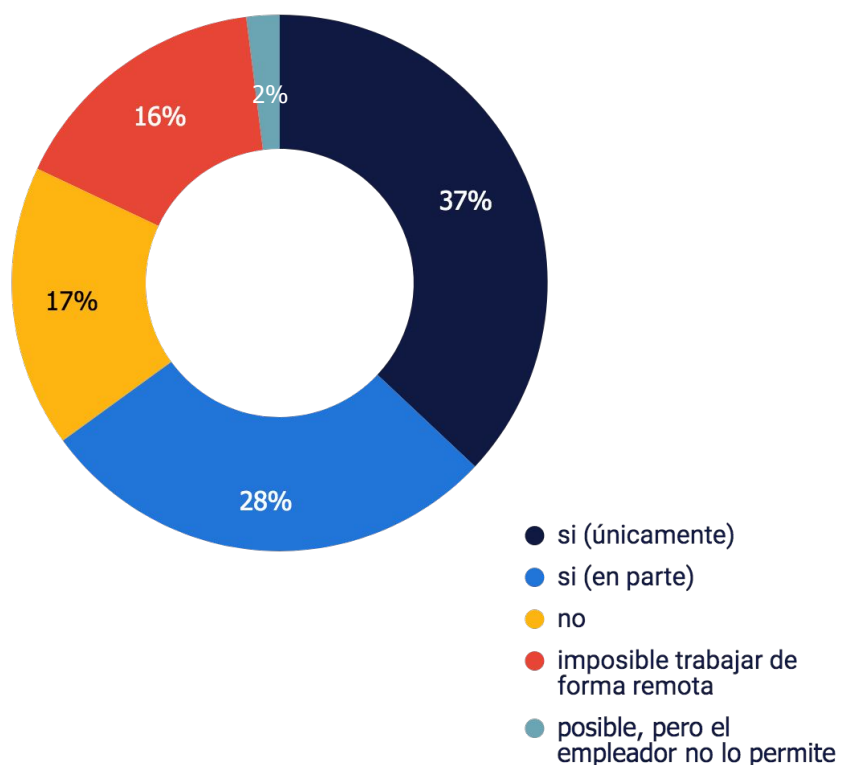
dos tercios de los empleados comenzaron a trabajar de forma (más) remota durante la pandemia de COVID-19.

Del 65% de los que empezaron a trabajar de forma más remota, el 50% participó en esa decisión, mientras que al otro 50% de los empleados la decisión les fue impuesta por su empleador y/o las autoridades. El 42% de los empleados continuó trabajando con normalidad, especialmente entre los hombres (51%) y los empleados con educación universitaria o superior (46%).



trabajo remoto debido al COVID-19.

¿comenzaste a trabajar de forma (más) remota / desde casa debido a la crisis del COVID-19?



argentina

23%

de los empleados que dijeron que trabajaban de forma remota, lo hacen por decisión propia.

latinoamérica

23%

de los empleados que dijeron que trabajaban de forma remota, lo hacen por decisión propia.

En general, los empleados de 24 años o menos y los de 55 años o más, tomaron su propia decisión de trabajar desde casa. Principalmente son las empleadas mujeres, los empleados mayores (de 55 años o más) y los empleados con educación universitaria o superior los que comenzaron a trabajar de forma más remota.

Al observar Latinoamérica, vemos que las personas de 18 a 24 años y mayores de 54 tuvieron más posibilidades de decidir trabajar de forma remota (29% y 34%, respectivamente). La mayoría de los empleados latinoamericanos (50%) fueron obligados a trabajar a distancia por su empleador y/o las autoridades.

Solo el 2% de los empleados que pueden trabajar desde casa no están autorizados a hacerlo por su empleador. Además, el 16% de los trabajos de los empleados están ligados a las instalaciones, lo que hace que trabajar desde casa o en otro lugar sea imposible.

Un porcentaje muy pequeño de latinoamericanos que podían trabajar de forma remota no fueron autorizados por su empleador (3%). Para el 17% de ellos, el trabajo a distancia es imposible, ya que sus labores están ligadas a las instalaciones, siendo éste el caso más frecuente de las personas con educación secundaria o inferior (28%).

la situación laboral cambia debido al COVID-19.

cómo el COVID-19 cambió la situación laboral de cada uno.



más de la mitad vio cambiar su situación laboral.

53% de los empleados fueron suspendidos, quedaron desempleados, trabajaron en horarios diferentes a los habituales o, por otras razones, vieron cambiar su situación laboral debido al COVID-19.

Las empleadas mujeres (17%) y los empleados menores de 24 años (25%) tenían más probabilidades de quedar desempleados que la población activa promedio.

Aquellos que comenzaron a trabajar más horas fueron especialmente las empleadas mujeres (18%), las personas de 35 a 54 años (19%) y los empleados con educación universitaria o superior (21%).

Más empleados hombres (51%) y empleados con educación universitaria o superior (46%) continuaron trabajando con normalidad.

latinoamérica

53%

ha visto cambiar su situación laboral debido al COVID-19.

temor a perder el empleo en 2021. intención de cambiar.

35%

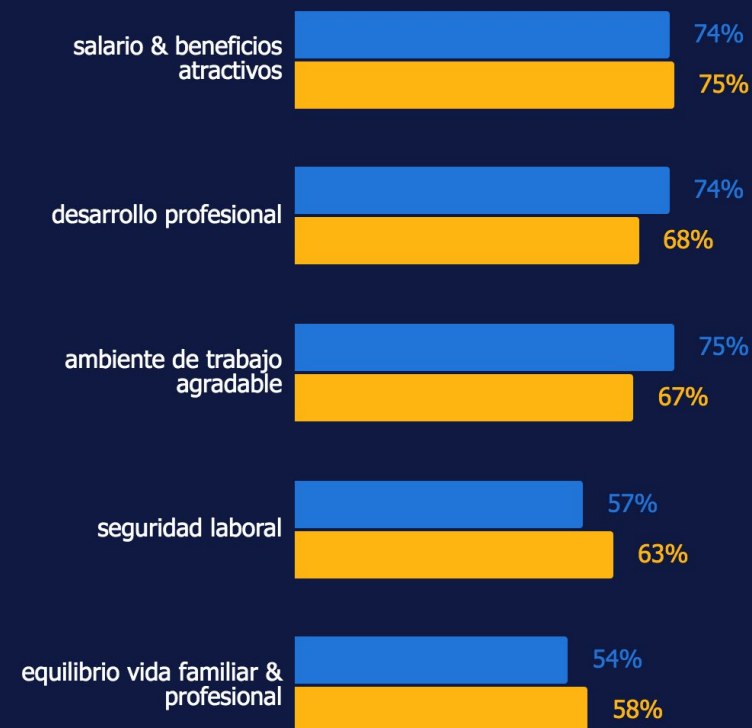
de los empleados que sienten temor a perder su trabajo planean cambiarlo en los próximos 6 meses.

15%

de los empleados que no temen perder su trabajo, planean cambiarlo en los próximos 6 meses.

*próximos 6 meses = primer semestre de 2021. El REBR 2021 abarca un período de 6 meses (en lugar de 12 meses, como lo hacía en el pasado) para captar mejor el impacto del COVID-19.

los atributos más importantes



● personas con temor a perder su empleo que planean cambiarlo

● personas sin temor a perder su empleo que planean cambiarlo



intención de cambiar entre los afectados por el COVID-19.

2021

30%

planea cambiar de empleador en los próximos 6 meses.

2021

39%

de los afectados por el COVID-19 planean cambiar de empleador en los próximos 6 meses.

*próximos 6 meses = primer semestre de 2021. El REBR 2021 abarca un período de 6 meses (en lugar de 12 meses, como lo hacía en el pasado) para captar mejor el impacto del COVID-19.

Si la situación laboral de un empleado se ha visto afectada debido al COVID-19, la intención de cambiar de empleo es mayor (39%) que en aquellos que solo pretenden cambiar de empleador (30%).

La forma en que los empleadores argentinos han apoyado a sus empleados y manejado la pandemia ha tenido un impacto positivo en la lealtad de los empleados. En general, el 58% de los empleados se sienten más leales a su empleador, en contraposición al 8% cuya lealtad hacia su empleador se vio disminuida. Las mujeres (10%) más que los hombres (7%) indicaron que ahora se sienten menos leales a su empleador.

Se puede observar un mayor nivel de lealtad entre los empleados que fueron obligados a trabajar desde casa (60%), en comparación con aquellos que tuvieron la posibilidad de decidir (50%).

temor a perder el empleo en 2021 debido al COVID-19.

algo de temor a perder el empleo.

La pandemia de COVID-19 ha causado mucha preocupación entre los empleados sobre la seguridad de sus puestos de trabajo. Se le preguntó a los empleados qué tan preocupados estaban de perder su empleo en 2021 debido al COVID-19.

En Argentina, el 34% de los empleados indicó que siente temor a perder su empleo. Además, se observa un mayor número entre las personas de 35 a 54 años (36%).

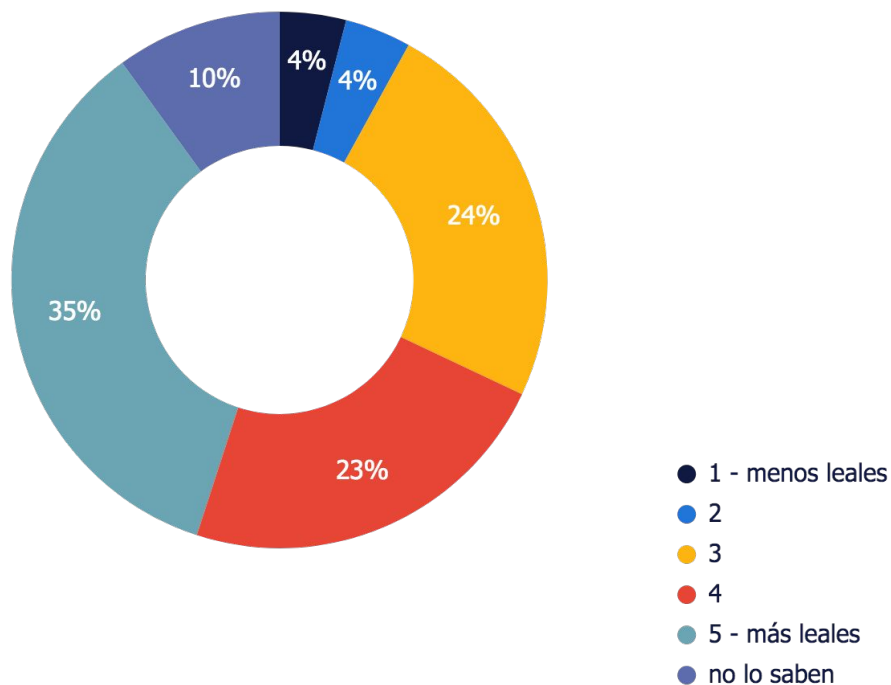
El 35% de los empleados que planean cambiar de trabajo en la primera mitad de 2021 sienten temor a perder su empleo, mientras que al 15% de los empleados que tienen la intención de cambiar de trabajo no les preocupa quedarse desempleados.

Por otro lado, el 43% de los empleados en Argentina no siente temor a perder su trabajo este año.



lealtad hacia los empleadores durante la pandemia.

lealtad al empleador basada en qué tan bien apoyados se sintieron los empleados durante la pandemia de COVID-19.



trabaja únicamente de forma remota

61% de los empleados que trabajan únicamente desde casa se sienten más leales a su empleador debido a cómo manejó la situación del COVID-19.

trabaja en parte de forma remota

53% de los empleados que trabajan en parte desde casa se sienten más leales hacia su empleador debido a cómo manejó la situación del COVID-19.

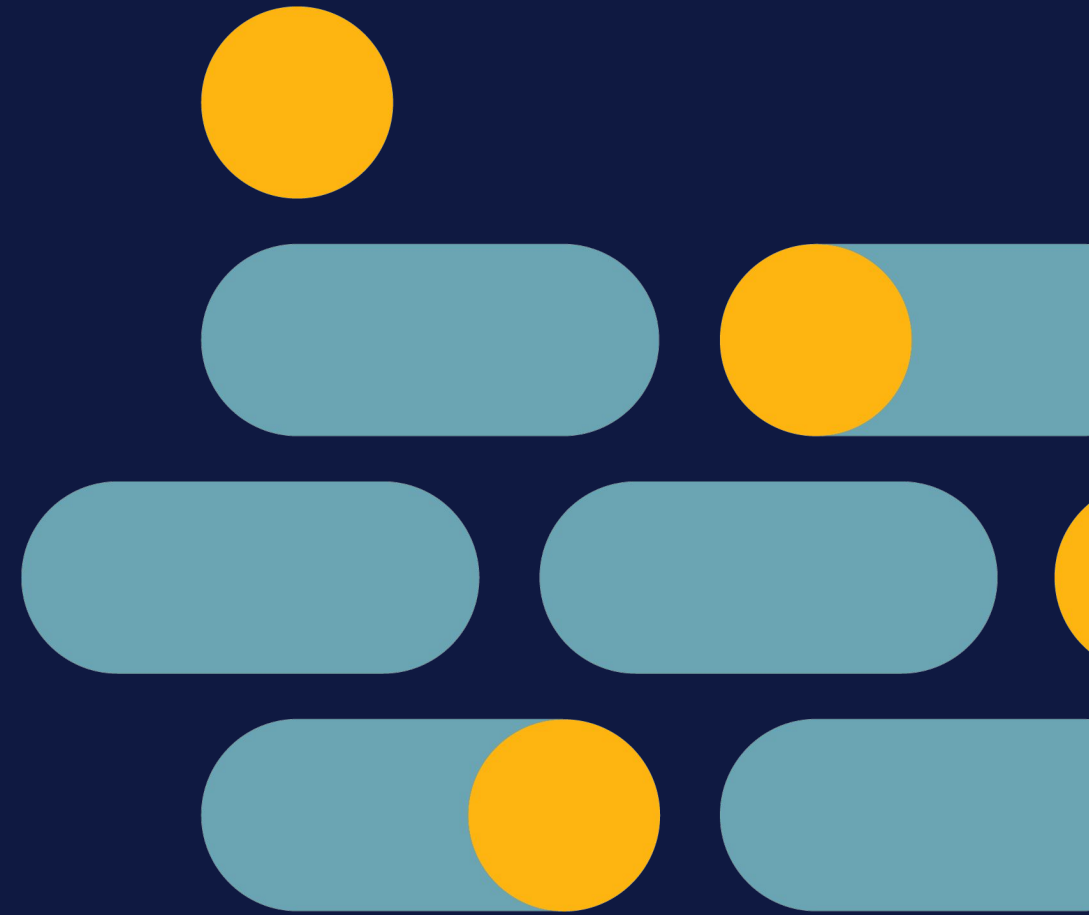
obligado a trabajar de forma remota

60% de los empleados que fueron obligados por su empleador o las autoridades a trabajar desde casa se sienten más leales hacia su empleador debido a cómo manejó la situación del COVID-19.

decide trabajar de forma remota

50% de los empleados que decidieron trabajar desde casa se sienten más leales hacia su empleador debido a cómo manejó la situación del COVID-19.

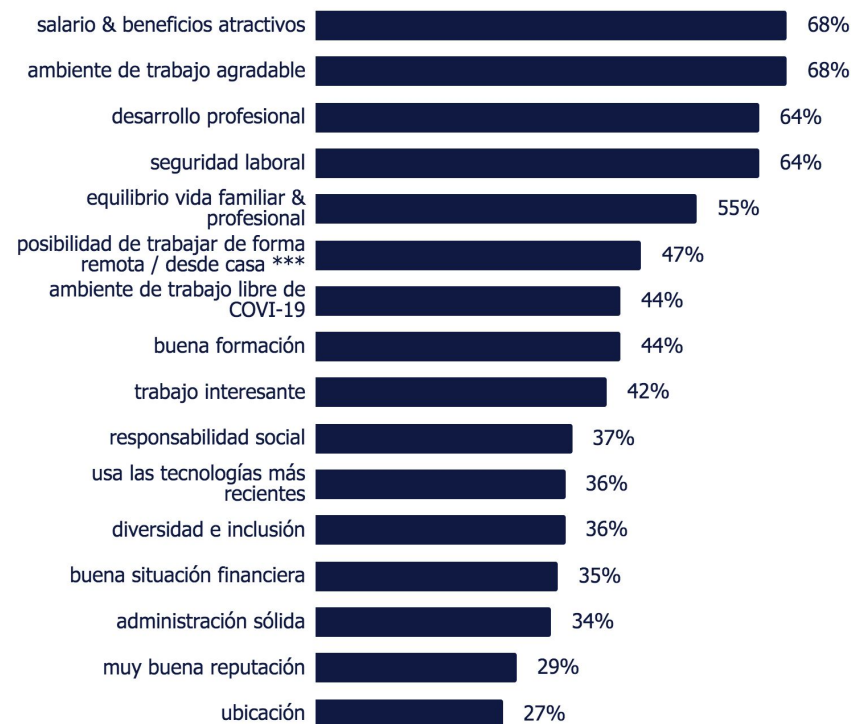
inmersión
profunda
factores (drivers)
de la PVE.



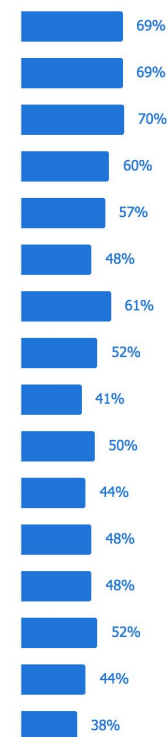
qué buscan los empleados potenciales.

los criterios más importantes a la hora de elegir un empleador.

critérios importantes



Latinoamérica 2021



Argentina 2020

- 01 salario & beneficios atractivos
- 02 ambiente de trabajo agradable
- 03 desarrollo profesional
- 04 seguridad laboral
- 05 flexibilidad**
- 06 equilibrio vida familiar & profesional
- 07 responsabilidad social
- 08 trabajo interesante
- 09 buena formación
- 10 buena situación financiera
- 11 diversidad e inclusión
- 12 ubicación
- 13 uso de tecnologías más recientes
- 14 administración sólida
- 15 muy buena reputación
- 16 productos de calidad**

Argentina 2019

- 01 salario & beneficios atractivos
- 02 desarrollo profesional
- 03 ambiente de trabajo agradable
- 04 seguridad laboral
- 05 equilibrio vida familiar & profesional
- 06 flexibilidad**
- 07 trabajo interesante
- 08 buena formación
- 09 buena situación financiera
- 10 responsabilidad social
- 11 uso de tecnologías más recientes
- 12 ubicación
- 13 diversidad & inclusión
- 14 muy buena reputación
- 15 administración sólida
- 16 productos de calidad**

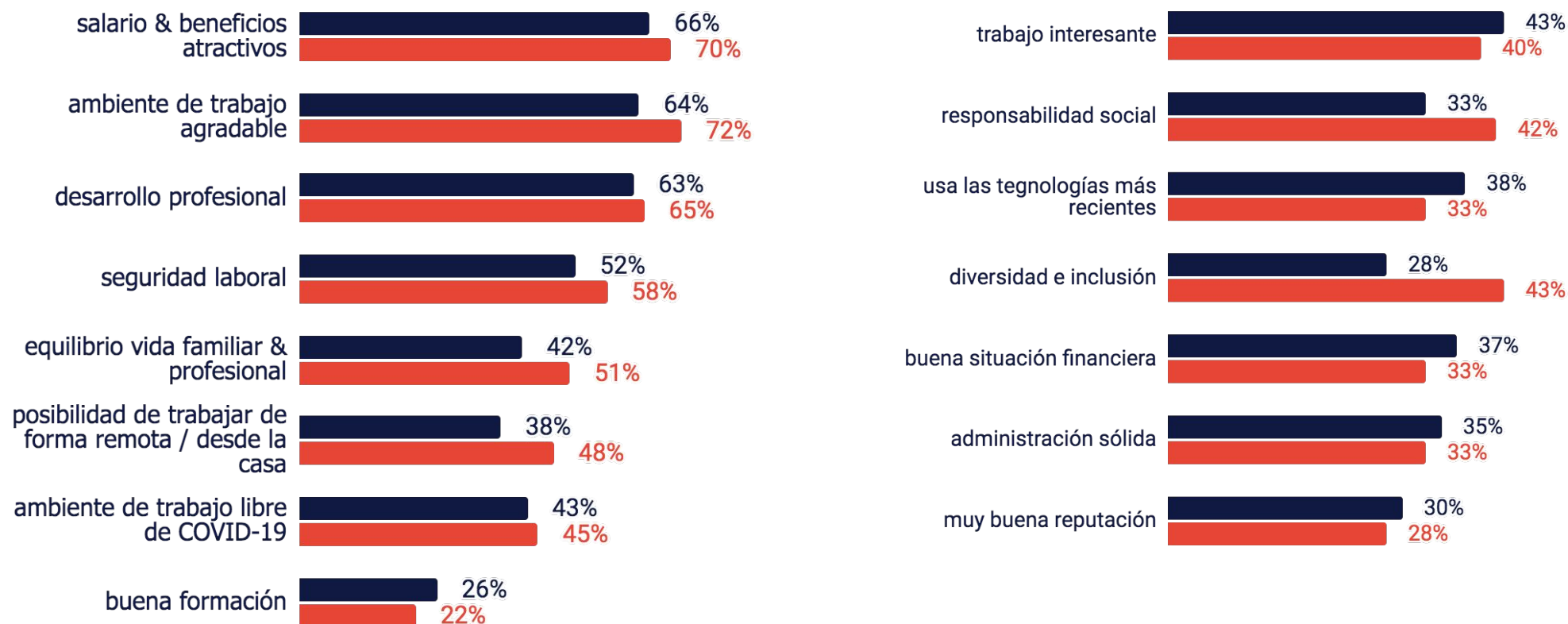
*al comparar 2021 con años anteriores, tené en cuenta que esta pregunta se ha modificado, ya que los encuestados ahora son libres de elegir tantos factores (drivers) como consideren importantes de una lista de 16, mientras que en años anteriores se vieron obligados a elegir exactamente 5 de estos 16.

***solo investigado en 2021 **no investigado en 2021

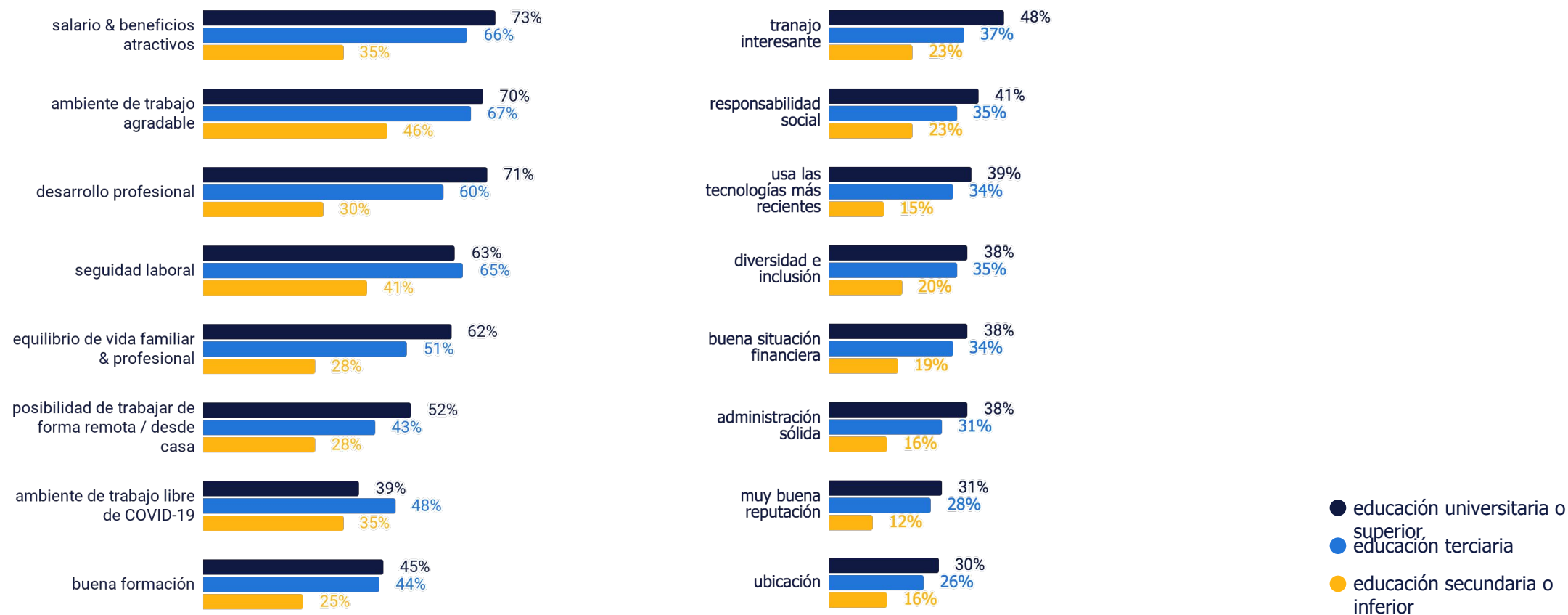


importancia de los factores (drivers) de la PVE según el género.

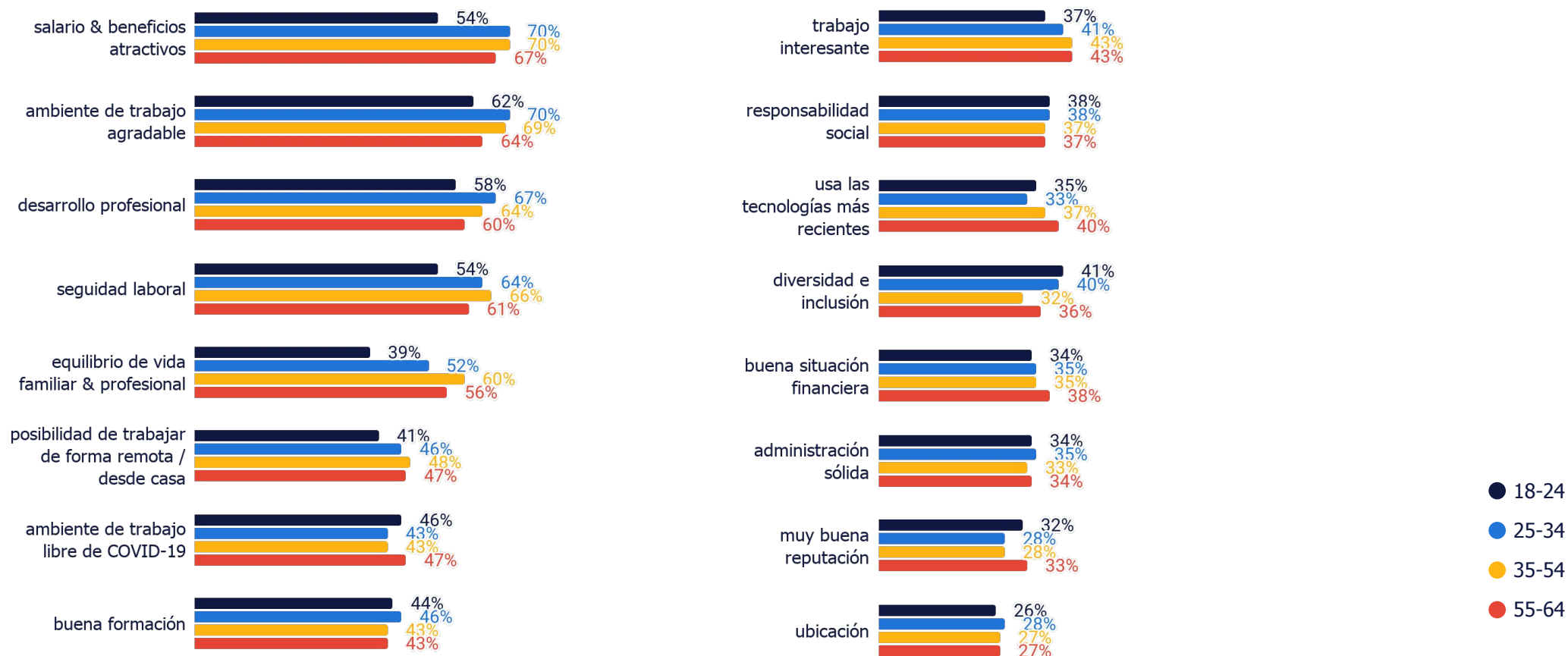
● masculino
● femenino



importancia de los factores (drivers) de la PVE según el nivel educativo.



importancia de los factores (drivers) de la PVE según la edad.

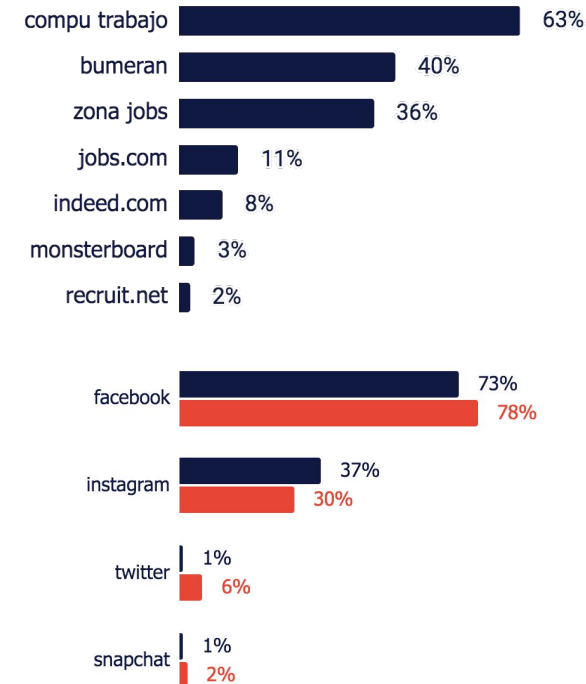


cómo los trabajadores en Argentina encuentran nuevas oportunidades laborales.

canales utilizados para encontrar nuevas oportunidades laborales.



canales utilizados para encontrar nuevas oportunidades laborales
inmersión profunda: redes sociales y portales de empleo.



● 2021

● 2020



inmersión
profunda
empleadores.



percepción de la oferta del empleador en Argentina.

Comprender la brecha entre lo que los empleados quieren y lo que piensan que ofrecen los empleadores proporciona información valiosa para construir una marca empleadora. Además, la evaluación comparativa (benchmarking) de lo que los empleados perciben que les ofrece su empleador actual brinda un mayor contexto a las diferencias que deben superarse.

evaluación del empleador actual.

- 01 seguridad laboral
- 02 ambiente de trabajo libre de COVID-19
- 03 muy buena reputación
- 04 buena situación financiera
- 05 equilibrio vida familiar & profesional
- 06 ambiente de trabajo agradable
- 07 posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa
- 08 desarrollo profesional
- 09 salario & beneficios atractivos
- 10 responsabilidad social

percepción general de los empleadores en Argentina.

- 01 buena situación financiera
- 02 muy buena reputación
- 03 ambiente de trabajo libre de COVID-19
- 04 salario & beneficios atractivos
- 05 seguridad laboral
- 06 desarrollo profesional
- 07 ambiente de trabajo agradable
- 08 equilibrio vida familiar & profesional
- 09 posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa
- 10 responsabilidad social

perfil del empleador ideal.

- 01 salario & beneficios atractivos
- 02 ambiente de trabajo agradable
- 03 desarrollo profesional
- 04 seguridad laboral
- 05 equilibrio vida familiar & profesional
- 06 posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa
- 07 ambiente de trabajo libre de COVID-19
- 08 responsabilidad social
- 09 buena situación financiera
- 10 muy buena reputación



percepción de la oferta del empleador en Argentina y la región.



Comprender la brecha entre lo que los empleados quieren y lo que piensan que ofrecen los empleadores en Argentina y en la región, proporciona información valiosa para construir una marca empleadora.

se considera que los empleadores en Argentina ofrecen:

- 01 buena situación financiera
 - 02 muy buena reputación
 - 03 ambiente de trabajo libre de COVID-19
 - 04 salario & beneficios atractivos
 - 05 seguridad laboral
 - 06 desarrollo profesional
 - 07 ambiente de trabajo agradable
 - 08 equilibrio vida familiar & profesional
 - 09 posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa
 - 10 responsabilidad social
-

se considera que los empleadores en Latinoamérica ofrecen:

- 01 buena situación financiera
 - 02 muy buena reputación
 - 03 ambiente de trabajo libre de COVID-19
 - 04 desarrollo profesional
 - 05 seguridad laboral
 - 06 ambiente de trabajo agradable
 - 07 salario & beneficios atractivos
 - 08 equilibrio vida familiar & profesional
 - 09 responsabilidad social
 - posibilidad de trabajar de forma remota
 - 10 / desde casa
-

perspectivas
de los sectores.



los sectores con mejor desempeño en Argentina según el awareness y el nivel de atractivo.



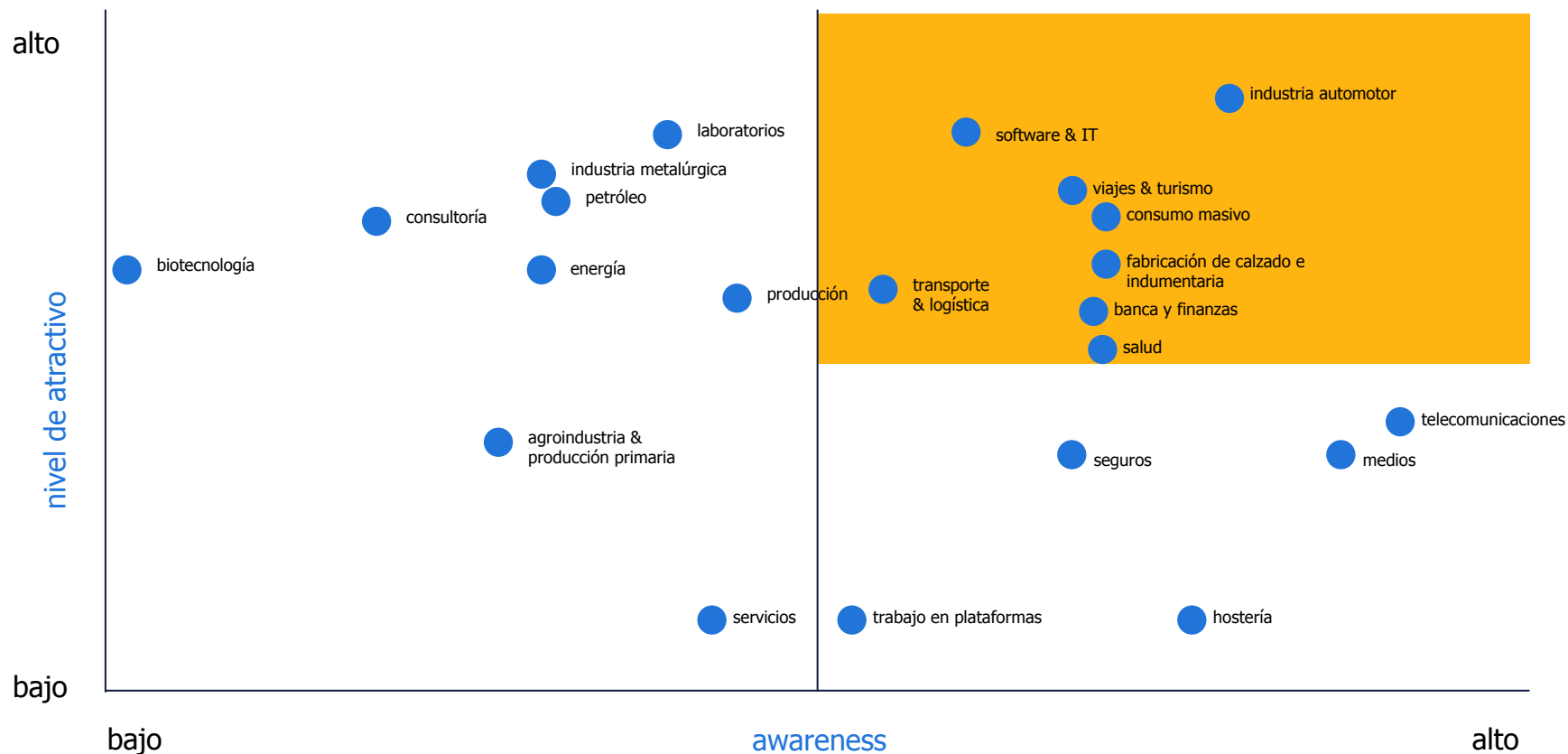
awareness alto

significa que el nombre de los empleadores en el sector es ampliamente conocido por los trabajadores.

atractivo alto

un sector con alto nivel de atractivo está conformado por empresas más atractivas que otros sectores.

los sectores con mejor desempeño en Argentina según el awareness y el nivel de atractivo.



awareness alto

significa que el nombre de los empleadores en el sector es ampliamente conocido por los trabajadores.

atractivo alto

un sector con alto nivel de atractivo está conformado por empresas más atractivas que otros sectores.

las empresas con mejor desempeño en Argentina según el sector.

1/3

las 3 mejores empresas

sector

01 industria automotriz

02 software & IT

03 laboratorios

04 industria metalúrgica

05 petróleo

06 viajes & turismo

07 consultoría

08 consumo masivo

09 energía

10 fabricación de calzado e indumentaria

1

Toyota

Mercado Libre

Bayer

Tenaris

YPF

Aerolíneas Argentinas

IBM

Unilever (Dove, Hellmann's, Ades, Knorr, Savora, Ala, Skip, Rexona, Lux, Axe, Sedal)

YPF

Alpargatas (Topper)

2

Mercedes Benz

Hewlett Packard

Roemmers

Techint

Pan American energía

Despegar.com

Accenture

Arcor

Pan American energía

Blue Star Group (Todo Moda, Isadora)

3

Honda

IBM

Laboratorios Bagó

Ternium

Pampa Energía

Deloitte

Nestlé

Pampa Energía

las empresas con mejor desempeño en Argentina según el sector.

2/3

sector	las 3 mejores empresas		
	1	2	3
11 transporte & logística	Aeropuertos Argentina 2000	Aerolíneas Argentinas	Correo Argentino
12 producción	Tenaris	Techint	Ternium
13 banca & finanzas	Banco Nación	HSBC	Banco Santander
14 salud	Osde	Swiss Medical	Galeno
15 telecomunicaciones	Telefónica (Telefonica, Movistar)	Telecom (Flow & Personal)	Claro
16 agroindustria & producción primaria	Bunge	Nidera	Louis Dreyfus
17 medios	Televisión Federal (Telefe)	Telecom (Flow & Personal)	Grupo Clarín (Clarín, Artear, Mitre)
18 seguros	Grupo Sancor (Sancor Seguros - Prevención ART)	Grupo San Cristobal (San Cristobal Seguros, Asociart, iúnigo)	Provincia Seguros
19 retail	Mercado Libre	Alpargatas (Topper)	Farmacity
20 hotelería	Havana	Alsea (Burger King, Starbucks)	Mc Donalds



las empresas con mejor desempeño en Argentina según el sector.

3/3

	las 3 mejores empresas		
sector	1	2	3
21 trabajo en plataformas	Pedidos Ya SA	Prosegur	Securitas
22 servicios	Sodexo		

los sectores de Argentina obtienen la mejor puntuación en estos 3 factores (drivers) de la PVE.

1/3

los 3 factores (drivers)
más importantes de la PVE

sector	1	2	3
01 industria automotriz	buena situación financiera	muy buena reputación	salario & beneficios atractivos
02 software & IT	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
03 laboratorios	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
04 industria metalúrgica	buena situación financiera	muy buena reputación	salario & beneficios atractivos
05 petróleo	buena situación financiera	muy buena reputación	salario & beneficios atractivos
06 viajes & turismo	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación	posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa
07 consultoría	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
08 consumo masivo	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
09 biotecnología	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación
10 energía	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19



los sectores de Argentina obtienen la mejor puntuación en estos 3 factores (drivers) de la PVE.

2/3

los 3 factores (drivers) más importantes de la PVE

sector	1	2	3
11 fabricación de calzado e indumentaria	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
12 transporte & logística	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	seguridad laboral
13 producción	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
14 banca & finanzas	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación
15 salud	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación
16 telecomunicaciones	buena situación financiera	posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa	ambiente de trabajo libre de COVID-19
17 agroindustria & producción primaria	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación
18 medios	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación
19 seguros	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación
20 retail	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19



los sectores de Argentina obtienen la mejor puntuación en estos 3 factores (drivers) de la PVE.

3/3

	los 3 factores (drivers) más importantes de la PVE		
sector	1	2	3
21 hotelería	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
22 trabajo en plataformas	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación
23 servicios	buena situación financiera	ambiente de trabajo libre de COVID-19	muy buena reputación

los
mejores



empleadores.

los mejores empleadores para trabajar en Argentina.

los 10 mejores empleadores en 2021.

- 01 Mercado Libre
 - 02 Unilever (Dove, Hellmann's, Ades, Knorr, Savora, Ala, Skip, Rexona, Lux, Axe, Sedal)
 - 03 Toyota
 - 04 Arcor
 - 05 Aeropuertos Argentina 2000
 - 06 Mercedes Benz
 - 07 Aerolíneas Argentinas
 - 08 Bayer
 - 09 Hewlett Packard
 - 10 Tenaris
-

los 10 mejores empleadores en 2020.

- 01 Aeropuertos Argentina 2000
 - 02 Toyota
 - 03 Aerolíneas Argentinas
 - 04 Mercedes Benz
 - 05 LATAM
 - 06 IBM
 - 07 Gobierno de la Nación
 - 08 Tenaris
 - 09 Nestlé
 - 10 Mercado Libre
-

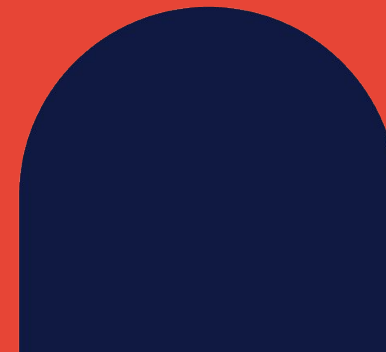
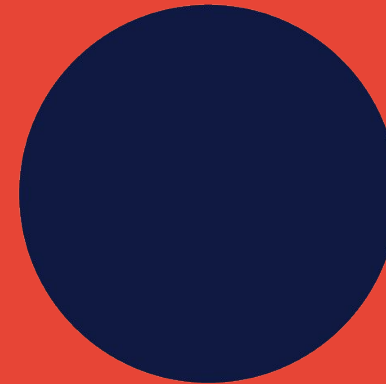
los 3 factores (drivers) más importantes de la PVE de las 5 mejores empresas de Argentina.

las 5 mejores empresas	1	2	3
1 Mercado Libre	buena situación financiera	muy buena reputación	posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa
2 Unilever (Dove, Hellmann's, Ades, Knorr, Savora, Ala, Skip, Rexona, Lux, Axe, Sedal)	buena situación financiera	muy buena reputación	desarrollo profesional
3 Toyota	buena situación financiera	muy buena reputación	salario & beneficios atractivos
4 Arcor	buena situación financiera	muy buena reputación	ambiente de trabajo libre de COVID-19
5 Aeropuertos Argentina 2000	ambiente de trabajo libre de COVID-19	salario & beneficios atractivos	buena situación financiera

los mejores empleadores de Argentina según el factor (driver) de la PVE.

factor (driver) de la PVE	1	2	3
salario & beneficios atractivos	Mercedes Benz	Toyota	Laboratorios Bagó
ambiente de trabajo agradable	Mercado Libre	Globant	Unilever (Dove, Hellmann's, Ades, Knorr, Savora, Ala, Skip, Rexona, Lux, Axe, Sedal)
desarrollo profesional	IBM	Globant	Mercedes Benz
seguridad laboral	Banco Nación	Unilever (Dove, Hellmann's, Ades, Knorr, Savora, Ala, Skip, Rexona, Lux, Axe, Sedal)	Banco Provincia de Bs. As.
posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa	Mercado Libre	Globant	Avon
ambiente de trabajo libre de COVID-19	Globant	Mercado Libre	Accenture
responsabilidad social	Mercedes Benz	Mercado Libre	Roemmers
buena situación financiera	Laboratorios Bagó	Nestlé	Mercado Libre
muy buena reputación	Mercado Libre	Mercedes Benz	Unilever (Dove, Hellmann's, Ades, Knorr, Savora, Ala, Skip, Rexona, Lux, Axe, Sedal)

metodología.



organización del employer brand research.

30 empresas por encuestado

"¿conocés a esta empresa?":
determina el awareness.

por cada empresa conocida

"¿te gustaría trabajar para esta empresa?":
determina el atractivo.

cada empresa conocida

clasificación de acuerdo a una serie de factores (drivers):
determina la razón del atractivo.

muestreo inteligente

A cada participante se le muestra una lista de 30 empresas. Cada empresa es evaluada sólo por aquellos que conocen esa marca en particular.

Para garantizar que las marcas menos conocidas sean evaluadas por un número suficiente de encuestados, utilizamos un método de muestreo inteligente.

Este método asegura que un mayor número de encuestados pueda evaluar a las empresas menos conocidas para obtener una muestra lo suficientemente sólida. De ese modo, el Randstad Employer Brand Research brinda información confiable para las marcas empleadoras más y menos conocidas.

es (drivers)

cada empresa es evaluada en cuanto a:

- 01 buena situación financiera
- 02 ambiente de trabajo libre de COVID-19
- 03 muy buena reputación
- 04 seguridad laboral
- 05 desarrollo profesional
- 06 responsabilidad social
- 07 posibilidad de trabajar de forma remota / desde casa
- 08 ambiente de trabajo agradable
- 09 equilibrio vida familiar & profesional
- 10 salario & beneficios atractivos



KANTAR

Para esta investigación, Randstad se asocia con Kantar, una de las redes de consultoría, información y asesoramiento más grandes del mundo.



bibliografía.

- 1 <https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>
- 2 <https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>
- 3 <https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>
- 4 <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>
- 5 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>
- 6 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf
- 7 https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf
- 8 <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand>
- 9 <https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

randstad

human forward.

