



# Randstad Award 2016

country report

El poder de la atracción trabajando para tu empresa.

 randstad





**el estudio más importante  
a nivel mundial de  
employer branding.**

**Argentina**

**randstad award resultados 2016**



# tabla de contenido

01	 <p>introducción</p>	04	 <p>perspectivas del país</p>
02	 <p>employer branding</p>	05	 <p>Randstad Award</p>
03	 <p>perspectivas globales</p>	06	 <p>apéndice</p>

01

## introducción

¿qué es el Randstad Award?



# tabla de contenido

el estudio más importante a nivel mundial de employer branding.

estudio realizado de manera independiente con más de 200.000 participantes en todo el mundo.

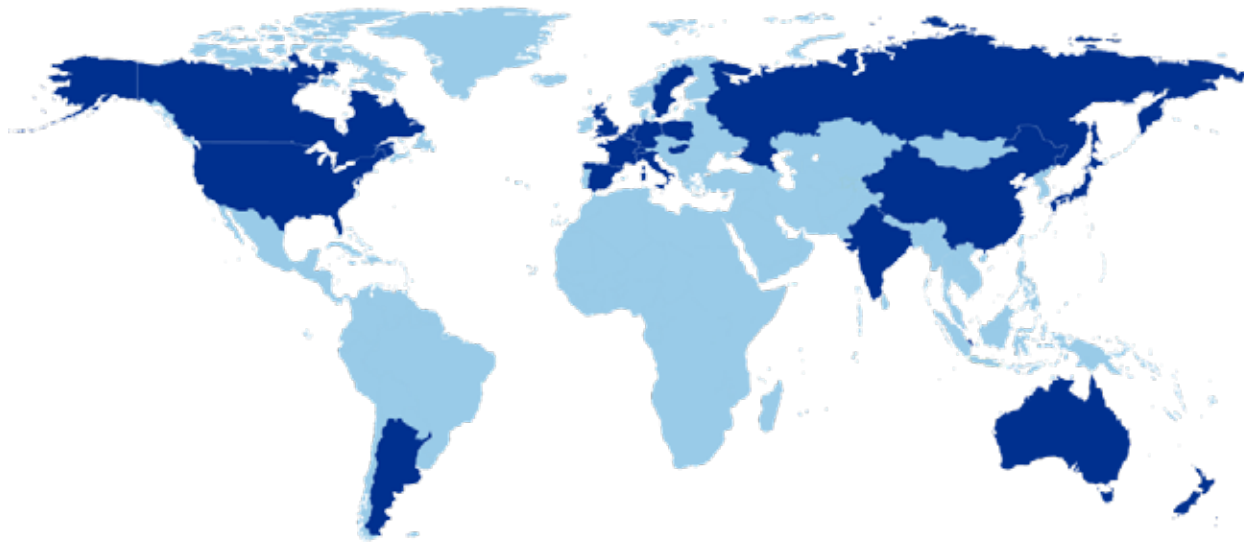
el reflejo más auténtico del atractivo como empleador para los empleadores más grandes de cada país.

información valiosa para ayudar a las empresas a construir su marca.



# 25 países

representantes del 75% de la economía mundial



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

muestra compuesta por estudiantes, trabajadores activos y desempleados

entrevistas realizadas en línea entre el 23 de septiembre y el 8 de diciembre de 2015

Alemania  
Argentina  
Australia  
Bélgica  
Canadá  
China  
EE. UU.

España  
Francia  
Hong Kong  
Hungría  
India  
Italia  
Japón

Luxemburgo  
Malasia  
Nueva Zelanda  
Países Bajos  
Polonia  
Portugal  
Reino Unido

Rusia  
Singapur  
Suecia  
Suiza





02

**employer branding**

# por qué el employer branding es importante

**10%**

reducción de los costos de la nómina para las empresas con buen employer brand

**28%**

menor rotación de personal en las empresas con un employer brand sólido

el costo por contratación indexado es

**46%**

menor en las empresas con branding sólido/bueno

**84%**

dejaría su empleo actual para trabajar en una empresa con una mejor reputación corporativa

“Los países, las empresas y los empleados tienen necesidades ligeramente diferentes. Por ello, el employer brand -la marca como empleador- debería tratar de articular y transmitir las características ricas y variadas que hacen que una organización sea única.”

Jacques van den Broek,  
CEO Randstad

# 4 pasos para sacar el máximo provecho de su marca empleadora



paso #1  
mida lo que usted  
ofrece vs. lo que sus  
empleados realmente  
quieren



paso #2  
especifique su PVE –  
tenga en cuenta al  
público objetivo



paso #3  
comunique sus ofertas  
a sus empleados (po-  
tenciales) - refleje la  
realidad



paso #4  
mire hacia el futu-  
ro - plan de 3 años  
para anticipar futuras  
necesidades de sus  
empleados.

para un Employer Brand sólido, cree una Propuesta de Valor al Empleado (PVE) convincente y maximice su efecto sobre la atracción, retención y compromiso del talento en 4 pasos.

A globe of the Earth is shown from a high-angle perspective, with a dense network of thin, glowing yellow lines crisscrossing the surface. These lines represent global connectivity, such as satellite orbits or data transmission paths. The globe is centered in the frame, and the lines are most concentrated over the Americas and Europe. The background is a dark, deep blue, suggesting the vastness of space or the depth of the ocean.

03

**perspectivas globales**

# a pesar de una frágil recuperación económica en 2015, el atractivo del employer brand global en 25 países muestra una disminución en 2016

atractivo del employer brand: basado en el porcentaje de talento que quisiera trabajar para el empleador



disminución en 17 países. En los EE.UU., Francia y Rusia, un 5% inferior.

los países nuevos, Portugal y Malasia, tienen una puntuación de 37% y 45%, respectivamente.

Nueva Zelanda, Japón, Canadá y China se mantienen estables. Pequeño aumento en Alemania: de 32% en 2015 a 33% en 2016.

el salario sigue siendo la prioridad absoluta para las personas que buscan empleo en todo el mundo, seguido de la seguridad laboral; se observa que los empleadores tienen un desempeño más pobre en estos y otros valores fundamentales como el **ambiente laboral y el equilibrio entre trabajo & vida privada**

valores fundamentales que busca el talento potencial en 25 países

los empleados potenciales buscan...

1. salario competitivo & beneficios
2. seguridad laboral a largo plazo
3. ambiente de trabajo agradable
4. equilibrio entre trabajo y vida privada
5. empresa saneada a nivel financiero
6. oportunidades de crecimiento profesional
7. trabajo interesante
8. formación de calidad
9. gestión eficaz
10. se preocupa por el medio ambiente/ sociedad (RSC)

los 3 valores fundamentales son el salario, la seguridad laboral y el ambiente de trabajo - que sólo se clasifican en las posiciones 4, 6 y 8 entre los empleadores. el ambiente laboral y el equilibrio entre trabajo y vida privada

valores fundamentales atribuidos a los empleadores más importantes en 25 países

los empleadores tienen la mejor puntuación en...

1. empresa saneada a nivel financiero
2. gestión eficaz
3. formación de calidad
4. salario competitivo & beneficios
5. oportunidades de crecimiento profesional
6. seguridad laboral a largo plazo
7. trabajo interesante
8. ambiente de trabajo agradable
9. se preocupa por el medio ambiente/ sociedad (RSC)
10. equilibrio entre trabajo y vida privada

los empleadores obtienen su mejor puntuación en la salud financiera, la gestión eficaz y la formación - que sólo se encuentran en las posiciones 5, 9 y 8 entre los valores fundamentales que buscan los empleados potenciales

falta de armonía entre lo que el talento potencial considera importante y cómo califica a los empleadores en relación con estos atributos

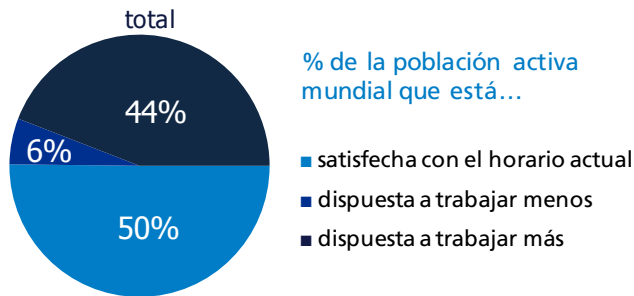
los empleadores tienen un desempeño pobre en atributos importantes, como el ambiente laboral y el equilibrio entre trabajo y vida privada

# los 3 sectores globales más atractivos por zona

	1ª posición	2ª posición	3ª posición
<b>América</b>	tecnología de la información (IT)	ciencias biológicas	consultoría
<b>Asia Pacífico</b>	consultoría	tecnología de la información (IT)	ciencias biológicas
<b>Europa</b>	tecnología de la información (IT)	automotriz	ciencias biológicas
<b>Rusia</b>	industrial	tecnología	automotriz

# el 55% de la población activa mundial preferiría un horario de trabajo flexible y el 64% quisiera trabajar a distancia de alguna manera

## sensaciones acerca del horario de trabajo actual



## top 3 factores de motivación para trabajar más

	hombres	mujeres
aumentar los ingresos	86%	88%
dar un siguiente paso en la carrera (promoción)	38%	33%
cumplir con el desarrollo personal/potencial	30%	27%

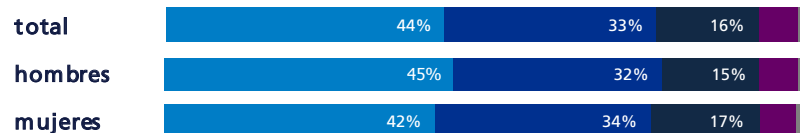
## top 3 factores de motivación para trabajar menos

	hombres	mujeres
tiempo libre para mí	74%	65%
equilibrio saludable entre trabajo y vida privada, menos estrés	63%	68%
deportes, ocio, pasatiempos	44%	36%

## preferencia por tener una mayor flexibilidad en las horas de trabajo

% de la población activa mundial que prefiere...

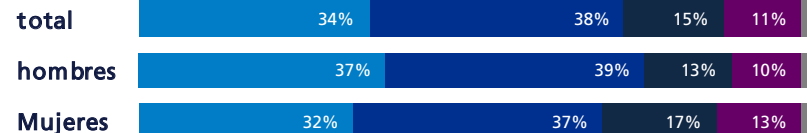
- semana de trabajo de horas estándar
- jornada laboral más larga, semana de trabajo más corta
- horas variables todas las jornadas laborales
- jornadas laborales variables todas las semanas



## preferencia por el trabajo a distancia

% de la población activa mundial que prefiere...

- trabajar en la oficina todas las jornadas laborales
- trabajar a distancia un determinado número de días por semana
- trabajar a distancia ocasionalmente
- trabajar a distancia todas las jornadas laborales







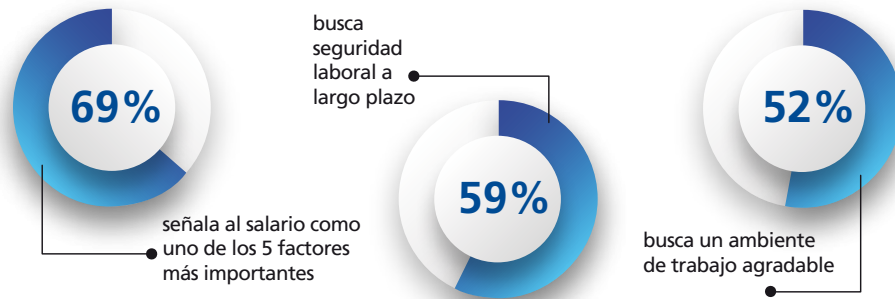
04

## resultados de Argentina

¿qué quieren los trabajadores argentinos?

# ¿qué quieren los trabajadores argentinos?

los factores más importantes buscados en un empleador



el **salario** es el factor principal para determinar la preferencia del mercado argentino por una empresa en particular.

la **seguridad laboral** sigue siendo el factor #2 y **el ambiente de trabajo** el #3, pero ha ganado importancia en el último año.

## critério top 5 más importantes



en términos generales, una clasificación muy estable de estos factores en comparación con el año pasado.

# diferentes perfiles, diferentes necesidades

diferencias demográficas

## las mujeres

buscan con mayor frecuencia seguridad laboral, un ambiente de trabajo agradable, y condiciones de trabajo flexibles

VS.

## los hombres

buscan con mayor frecuencia salud financiera, oportunidades de crecimiento profesional y formación de calidad

## el talento joven

se inclina más hacia la flexibilidad y las oportunidades profesionales internacionales

VS.

## a los trabajadores mayores

les interesa más un salario elevado y la seguridad laboral

## las personas con mayor nivel educativo

se sienten más atraídas por las oportunidades de crecimiento profesional, la flexibilidad y el contenido del trabajo

VS.

## menor nivel educativo

buscan mayor estabilidad financiera y fácil acceso al trabajo

## función

el salario tiene claramente mayor importancia entre los trabajadores de las áreas de finanzas y de compras.

la seguridad laboral es más valorada entre los trabajadores sociales y del área de compras.

el ambiente laboral es especialmente importante para los trabajadores sociales y comunitarios.

# ¿cómo se desempeñan los empleadores en relación con atributos importantes?

lo que los candidatos buscan versus los atributos en los que los empleadores tienen la mejor puntuación

## el talento potencial en Argentina busca...

1. salario competitivo & beneficios
2. seguridad laboral a largo plazo
3. ambiente de trabajo agradable
4. oportunidades de crecimiento profesional
5. trabajo interesante
6. equilibrio entre trabajo y vida privada
7. empresa saneada a nivel financiero
8. formación de calidad
9. se preocupa por el medio ambiente/sociedad
10. gestión eficaz

## los empleadores en Argentina tienen la mejor puntuación en...

1. empresa saneada a nivel financiero
2. gestión eficaz
3. salario competitivo & beneficios
4. formación de calidad
5. seguridad laboral a largo plazo
6. oportunidades de crecimiento profesional
7. trabajo interesante
8. ambiente de trabajo agradable
9. equilibrio entre trabajo y vida privada
10. se preocupa por el medio ambiente/sociedad

### entienda

lo que los candidatos/  
empleados quieren

### reafirmar

las prioridades del talento  
que está buscando

**valide** los supuestos y  
**articule** los atributos  
de su organización



05

## Randstad Award

los empleadores más atractivos

# Mercedes Benz en el “Hall of Fame” de los Randstad Award

ingresó al “Hall of Fame” en 2016 como el empleador más atractivo en 2013, 2014 y 2015 en Argentina

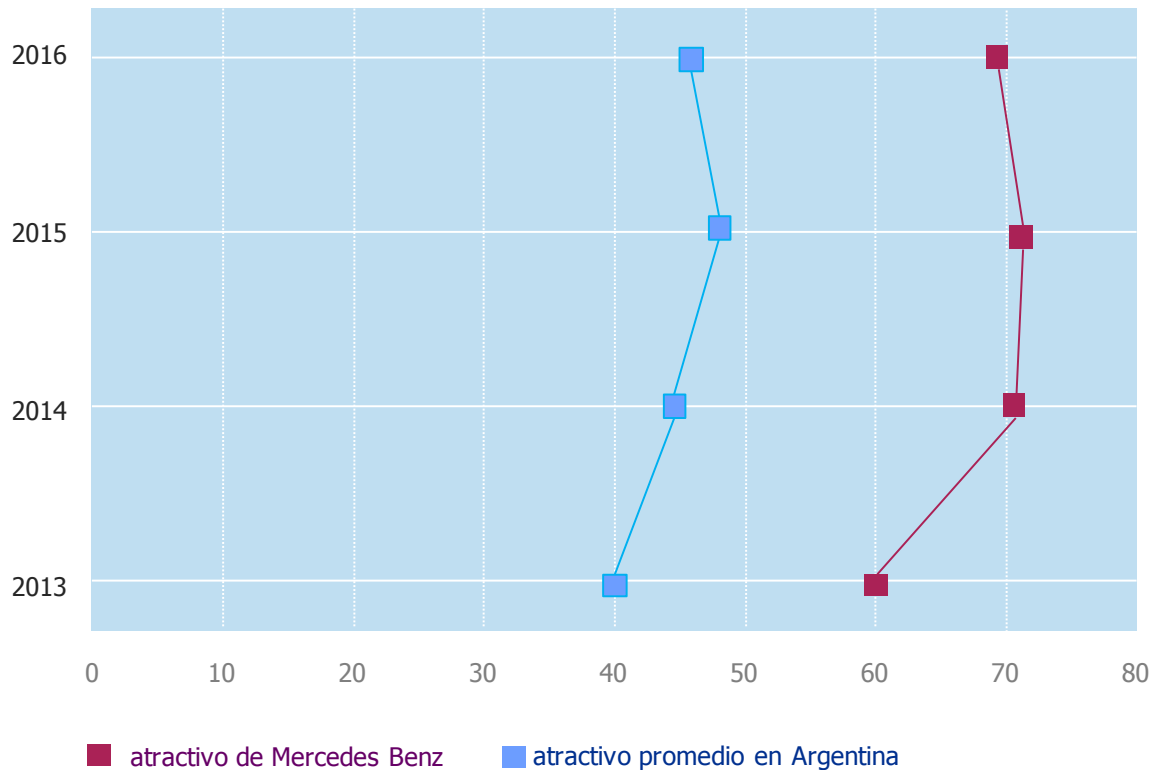
el “Hall of Fame” de los Randstad Award celebra el logro de employer brand destacado entre los empleadores más importantes de su país

es el mayor honor en Employer Branding debido a que el empleador galardonado ha sido elegido en reiteradas ocasiones como el más atractivo por un público numeroso, de todos los grupos demográficos, en su país

es una distinción concedida sólo a 2 empresas en todo el mundo hasta 2016 - estos empleadores merecen una distinción más allá del premio anual Randstad Award debido a que ganaron tres veces en cinco años



# Mercedes Benz ha sido galardonada con el "Hall of Fame" desde 2016 hasta 2018



con 77% de conciencia del nombre y 70% de atractivo, Mercedes Benz mantiene el atractivo más elevado entre los empleadores más importantes de Argentina

Mercedes Benz podrá ser elegida nuevamente en los Randstad Award 2019

# las 20 empresas más atractivas

atractivo: entre los participantes que conocen la empresa (mín. 10% de conciencia del nombre);  
porcentaje que desearía trabajar para la empresa

**1** **Hewlett Packard**  
65.63%

**2** **Toyota**  
65.61%

**3** **LAN Argentina**  
63.60%

4. IBM 63,05%

5. Aerolíneas Argentinas 62,46%

6. Bayer 62,35%

7. Honda 62,27%

8. General Motors 62,09%

9. Arcor 62,09%

10. Ford 62,04%

11. Tenaris 61,52%

12. Aeropuertos Argentina  
2000 61,46%

13. BBVA Banco Francés 61,16%

14. Laboratorios Bagó 61,04%

15. Volkswagen 60,89%

16. Roemmers 60,85%

17. ICBC 60,66%

18. Banco Nación 60,07%

19. Banco Santander Río 59,72%

20. PSA 59,30%



# las 20 empresas más conocidas

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

**1** **YPF**  
65.63%

**2** **Carrefour**  
65.61%

**3** **Aerolíneas Argentinas**  
63.60%

4. Garbarino 86,24%

5. Correo Argentino 86,10%

6. Mc Donalds 85,98%

7. Claro 85,91%

8. DirecTV 85,62%

9. Arcor 85,60%

10. Frávega 85,45%

11. La Serenisima 85,45%

12. Musimundo 85,16%

13. Banco Nación 85,16%

14. Mercado Libre 85,01%

15. Avon 84,81%

16. Ford 84,19%

17. OCA 83,49%

18. SanCor 83,28%

19. Wal-Mart 83,14%

20. Banco Santander Río 83,05%

# las 3 empresas más atractivas por atributo

	1ª posición	2ª posición	3ª posición
empresa saneada a nivel financiero	Coca-Cola FEMSA	Toyota	Bayer
formación de calidad	Bayer	IBM	Laboratorios Bagó
seguridad laboral a largo plazo	Banco Nación	Bayer	Toyota
oportunidades de crecimiento profesional	IBM	Bayer	Laboratorios Bagó
gestión eficaz	Toyota	Bayer	Laboratorios Bagó
trabajo interesante	IBM	Hewlett Packard	Bayer
ambiente de trabajo agradable	Toyota	Bayer	Banco Santander Río
salario competitivo & beneficios	Toyota	Bayer	Laboratorios Bagó
equilibrio entre trabajo y vida privada	Toyota	Bayer	Banco Nación
se preocupa por el medio ambiente/sociedad (RSC)	La Serenisima	Bayer	SanCor

# las 3 empresas más atractivas por género, edad y nivel educativo

	1ª posición	2ª posición	3ª posición
hombres	Toyota	Honda	Hewlett Packard
mujeres	Roemmers	BBVA Banco Francés	LAN Argentina
18 - 24 años	Hewlett Packard	Televisión Federal	Honda
25 - 44 años	Toyota	Tenaris	BBVA Banco Francés
45 - 65 años	Hewlett Packard	Honda	Bayer
secundaria e inferior	Aeropuertos Argentina 2000	Aerolíneas Argentinas	Toyota
terciaria	LAN Argentina	Hewlett Packard	Banco Santander Río
universitaria y superior	Toyota	Hewlett Packard	Tenaris

# las 3 empresas más atractivas por ubicación geográfica

	1ª posición	2ª posición	3ª posición
Buenos Aires & GBA	LAN Argentina	Bayer	Roemmers
Centro	Tenaris	Arcor	Banco de la Provincia de Córdoba
Cuyo	Honda	Toyota	Banco Hipotecario
Noreste	Hewlett Packard	LAN Argentina	Banco Santander Río
Noroeste	Banco Macro	ICBC	Ford
Patagonia	Hewlett Packard	Banco Patagonia	Honda





05

2015 Randstad Award

**Randstad Award**

transporte y logística

los sectores más atractivos

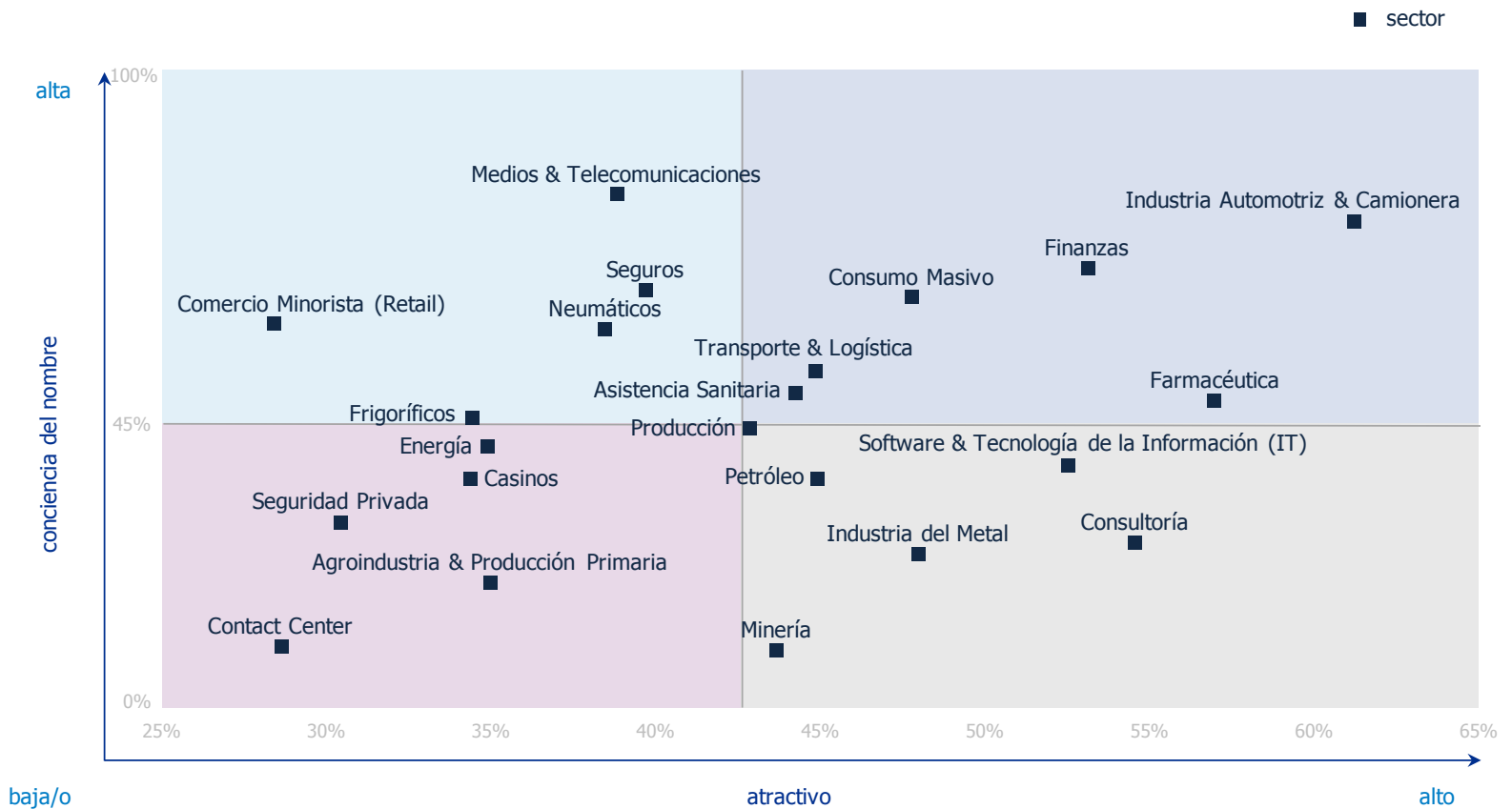
# matriz Randstad Award de niveles de atractivo

atractivo por conciencia del nombre



# atractivo de los sectores locales

participantes que conocen una o más empresas que operan en un sector determinado



# los 10 sectores más atractivos

atractivo: entre los participantes que conocen una o más empresas que operan en un sector determinado; porcentaje que quisiera trabajar para las empresas del sector

**1** industria automotriz & camionera  
61.22%

**2** farmacéutica  
56.97%

**3** consultoría  
54.57%

---

4. finanzas 53,11%

---

5. software & tecnología de la información (IT) 52,49%

---

6. industria del metal 47,98%

---

7. consumo masivo 47,78%

---

---

8. petróleo 44,92%

---

9. transporte & logística 44,84%

---

10. asistencia sanitaria 44,21%

---



# los 3 sectores más atractivos por atributo

	1ª posición	2ª posición	3ª posición
empresa saneada a nivel financiero	industria automotriz & camionera	farmacéutica	finanzas
formación de calidad	farmacéutica	industria automotriz & camionera	consultoría
seguridad laboral a largo plazo	farmacéutica	industria automotriz & camionera	finanzas
oportunidades de crecimiento profesional	consultoría	farmacéutica	industria automotriz & camionera
gestión eficaz	industria automotriz & camionera	farmacéutica	consultoría
trabajo interesante	industria automotriz & camionera	farmacéutica	consultoría
ambiente de trabajo agradable	industria automotriz & camionera	farmacéutica	finanzas
salario competitivo & beneficios	industria automotriz & camionera	farmacéutica	finanzas
equilibrio entre trabajo y vida privada	industria automotriz & camionera	farmacéutica	finanzas
se preocupa por el medio ambiente/sociedad (RSC)	farmacéutica	industria automotriz & camionera	consumo masivo

# los 3 sectores más atractivos por género, edad y nivel educativo

	1ª posición	2ª posición	3ª posición
hombres	industria automotriz & camionera	software & tecnología de la información (IT)	farmacéutica
mujeres	farmacéutica	finanzas	consultoría
18 - 24 años	industria automotriz & camionera	consultoría	finanzas
25 - 44 años	industria automotriz & camionera	farmacéutica	finanzas
45 - 65 años	industria automotriz & camionera	farmacéutica	software & tecnología de la información (IT)
secundaria e inferior	industria automotriz & camionera	consultoría	farmacéutica
terciaria	industria automotriz & camionera	finanzas	farmacéutica
universitaria y superior	industria automotriz & camionera	farmacéutica	consultoría

# los 3 sectores más atractivos por ubicación geográfica

	1ª posición	2ª posición	3ª posición
Buenos Aires & GBA	farmacéutica	industria automotriz & camionera	software & tecnología de la información (IT)
Centro	industria automotriz & camionera	consultoría	farmacéutica
Cuyo	industria automotriz & camionera	finanzas	consultoría
Noreste	industria automotriz & camionera	finanzas	software & tecnología de la información (IT)
Noroeste	consultoría	industria automotriz & camionera	finanzas
Patagonia	minería	industria automotriz & camionera	consultoría

# apéndice - tabla de contenido





**diseño de la encuesta**

# diseño de la encuesta

## encuesta principal

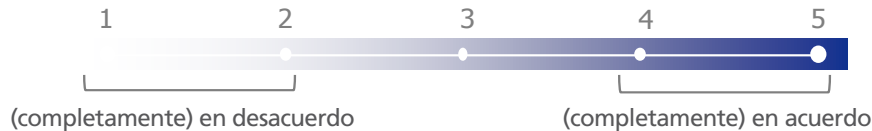
### 1 ¿qué atributos considera importantes a la hora de decidir trabajar para una empresa determinada?

los participantes clasifican los 5 atributos principales, de mayor a menor importancia, a partir de una lista de 17 opciones

### 2 ¿cuál de las siguientes empresas conoce?

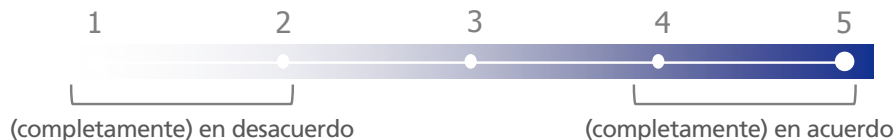
los participantes seleccionan las empresas que conocen a partir de una lista aleatoria de 30 empresas por participante

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



### 4 ¿cree que esta empresa tiene un buen desempeño en relación con estos atributos?

empresa saneada a nivel financiero formación de calidad seguridad laboral a largo plazo oportunidades de crecimiento profesional gestión eficaz trabajo interesante ambiente de trabajo agradable salario competitivo & beneficios equilibrio entre trabajo y vida privada se preocupa por el medio ambiente/sociedad (RSC)



se muestra a los participantes una lista aleatoria de empresas con la siguiente pregunta: "¿Conoce a esta empresa?"

a continuación, se le pregunta únicamente a quienes conocen la empresa: "¿Le gustaría trabajar para esta empresa?" = pregunta que determina el empleador más atractivo

a continuación, los participantes clasifican a cada empresa de acuerdo con 10 atributos funcionales

se otorga un premio anual para reconocer al empleador más atractivo

# diseño de la encuesta

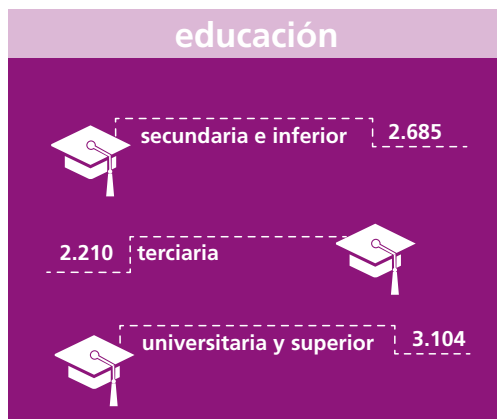
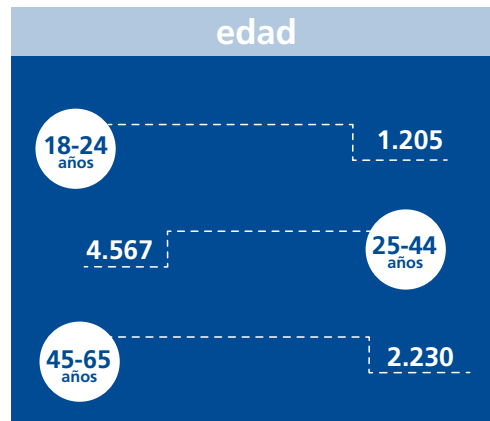
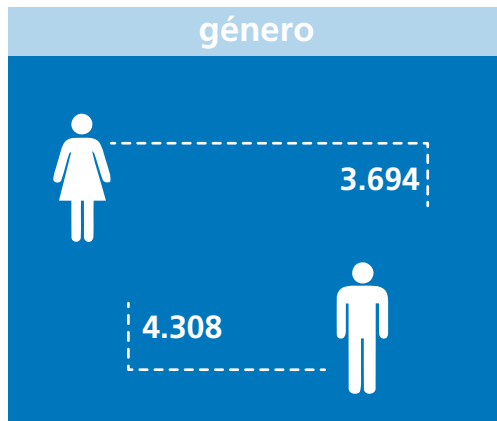
perspectivas adicionales

- 1** ¿cuántas horas por semana tiene que trabajar, de acuerdo a su actual contrato laboral?
- 2** ¿cuántas horas por semana realmente trabaja, incluyendo horas extra?
- 3** ¿cómo se siente acerca de su horario de trabajo actual?
  - estoy satisfecho con el horario de trabajo que tengo actualmente
  - estoy dispuesto a trabajar más horas si recibo pago adicional
  - estoy dispuesto a trabajar más horas, aún si no recibo pago adicional
  - estoy dispuesto a trabajar menos horas, pero también a ganar menos dinero
- 4** ¿por qué motivos quisiera trabajar menos horas por semana?  
los participantes seleccionan varias opciones de una lista
- 5** ¿por qué motivos quisiera trabajar más horas por semana?  
los participantes seleccionan varias opciones de una lista
- 6** ¿cómo se siente ante la posibilidad de tener un horario flexible y de elegir usted mismo sus horas de trabajo?
  - semana de trabajo estándar con las mismas horas de trabajo todos los días
  - trabajar diferentes horas cada jornada laboral cuando me resulte conveniente
  - trabajar menos días a la semana y más horas al día
  - trabajar más días a la semana y tener más tiempo libre otra semana
- 7** ¿cómo se siente acerca de trabajar a distancia?
  - trabajar en la oficina
  - trabajar a distancia en ocasiones, cuando sea más conveniente
  - trabajar a distancia un determinado número de días por semana
  - trabajar a distancia todo el tiempo



# descripción de los participantes en línea

4a edición del Randstad Award en Argentina



8.002 empleados potenciales de 18 a 65 años

se basa en las percepciones de los participantes acerca de los 175 empleadores más importantes

entrevistas realizadas en línea entre septiembre y diciembre de 2015



# descripción de los participantes en línea

## detalles

### sector

agricultura, pesca y forestación .....	79
automotriz .....	102
construcción .....	162
finanzas (banca y seguros) .....	159
consumo masivo .....	89
Recursos humanos .....	76
industria/producción .....	108
tecnología de la información (IT) .....	228
consultoría .....	80
minería y recursos .....	49
sin fines de lucro (ONG/servicios públicos) .....	31
administración pública .....	405
educación pública .....	445
farmacéutico, ciencias biológicas .....	39
químico .....	26
energía/servicios público/telecomunicaciones .....	116
bienes raíces y leasing .....	42
comercio minorista (retail) .....	207
comercio mayorista .....	113
servicios .....	122
medios de comunicación .....	100
transporte /logística / centros de distribución .....	135
turístico / ocio / hotelería .....	151
otro .....	389
salud pública .....	148
salud privada .....	181
administración privada .....	226
educación provada .....	157

total 4.165

### función

comercial marketing .....	587
economista, consultor .....	49
educación .....	530
ingeniero, arquitecto .....	204
finanzas, seguros, contabilidad .....	256
trabajador del gobierno .....	174
RR.HH., oficial de contratación .....	126
especialistas en tecnología (IT) .....	192
jurídico .....	77
profesional en ciencias bilógicas .....	48
trabajador de la logística .....	133
profesional de la salud .....	232
producción .....	305
compras .....	86
administrativo .....	586
servicios .....	210
servicio social, comunitario .....	55
otra .....	315

total 4.165

### región

Buenos Aires & GBA .....	3.814
Centro .....	1.528
Cuyo .....	652
Noreste .....	860
Noroeste .....	646
Patagonia .....	502

total 8.002





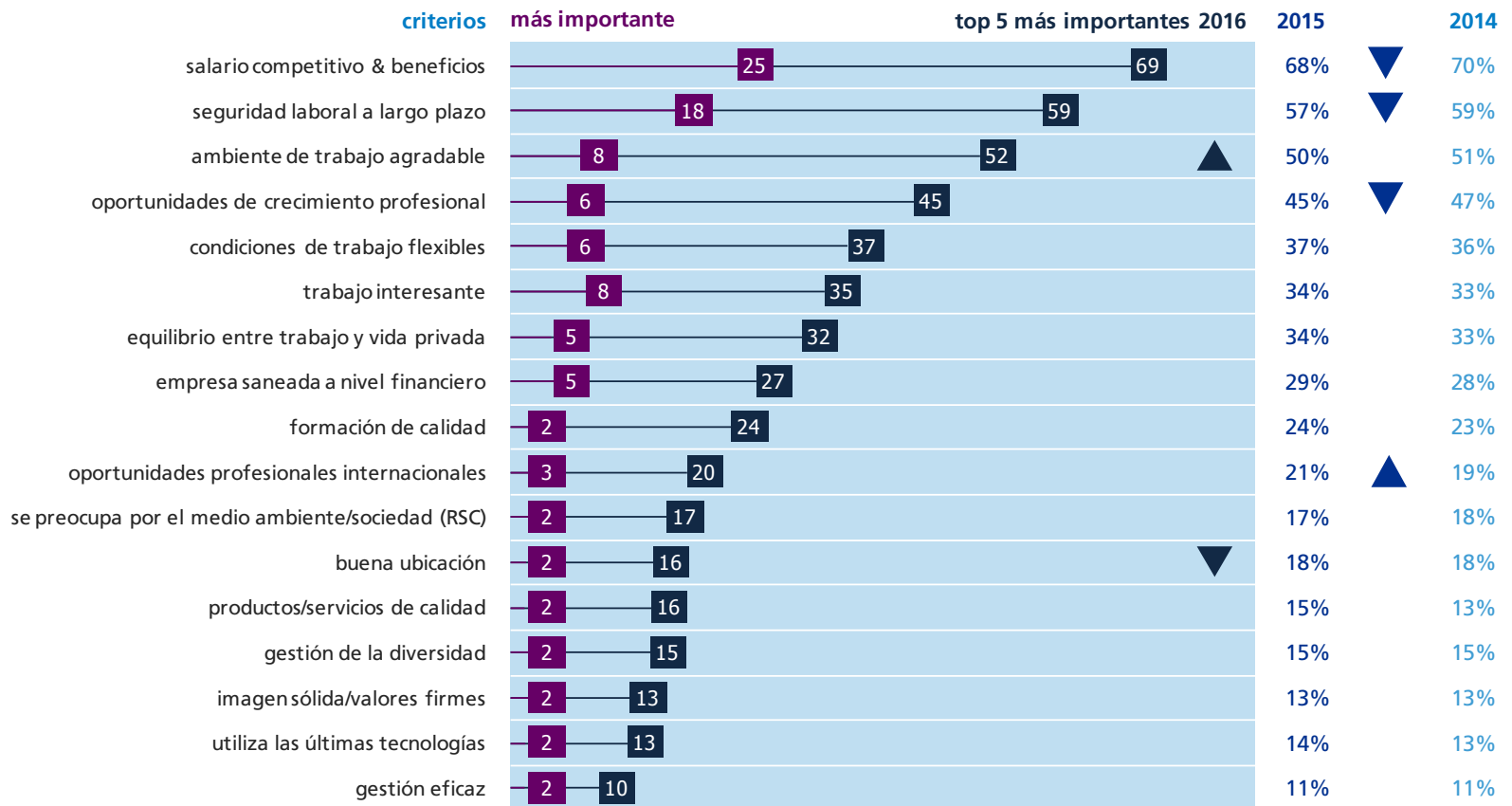
02

## perspectivas del país

¿qué quieren los trabajadores argentinos?

# los atributos del trabajo más importantes clasificados por empleados potenciales en Argentina

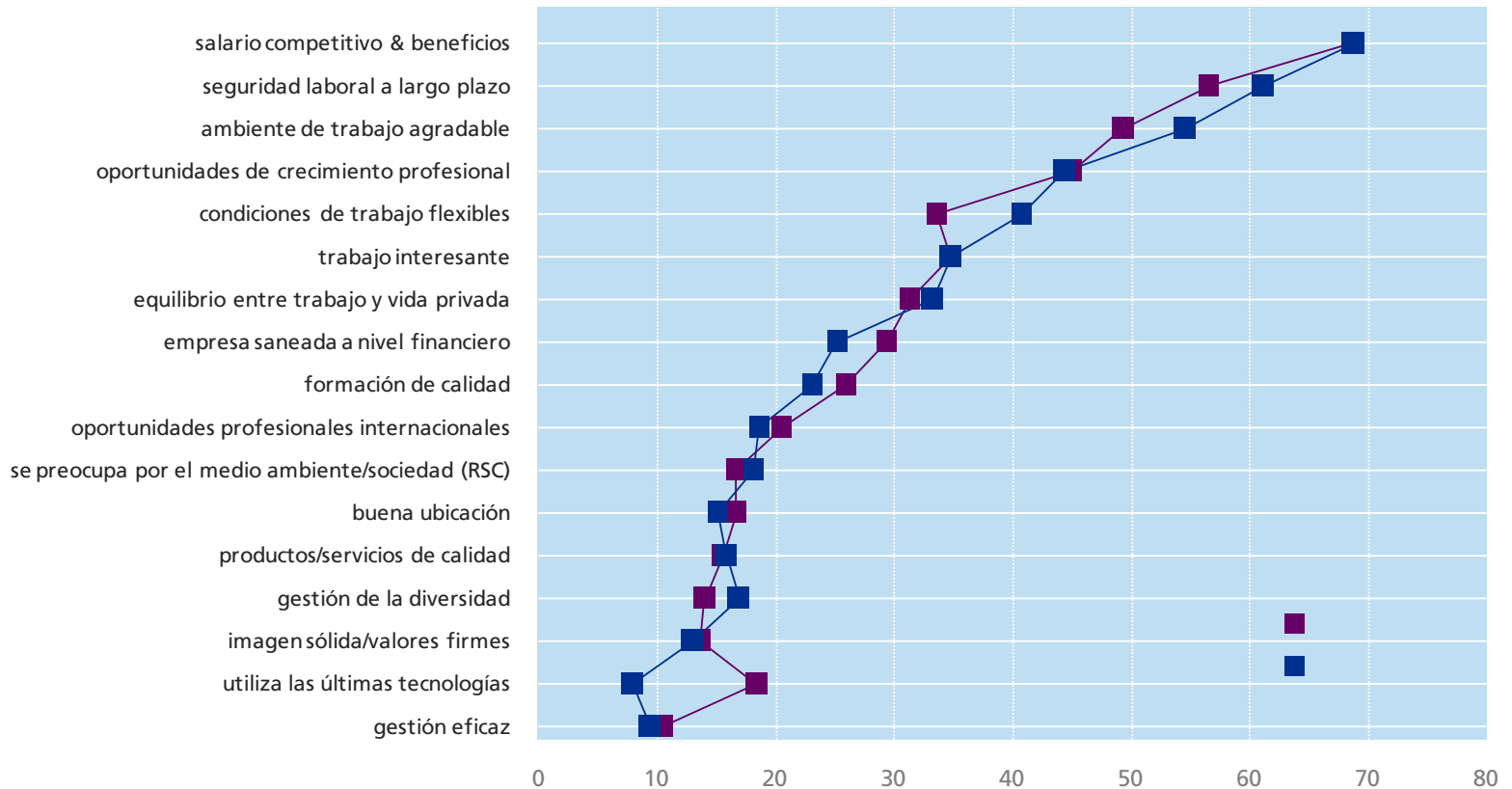
¿cuáles son los criterios más importantes para los empleados potenciales a la hora de elegir a un empleador?



# atributos clasificados por género

¿cuáles son los criterios más importantes para los empleados potenciales a la hora de elegir a un empleador?

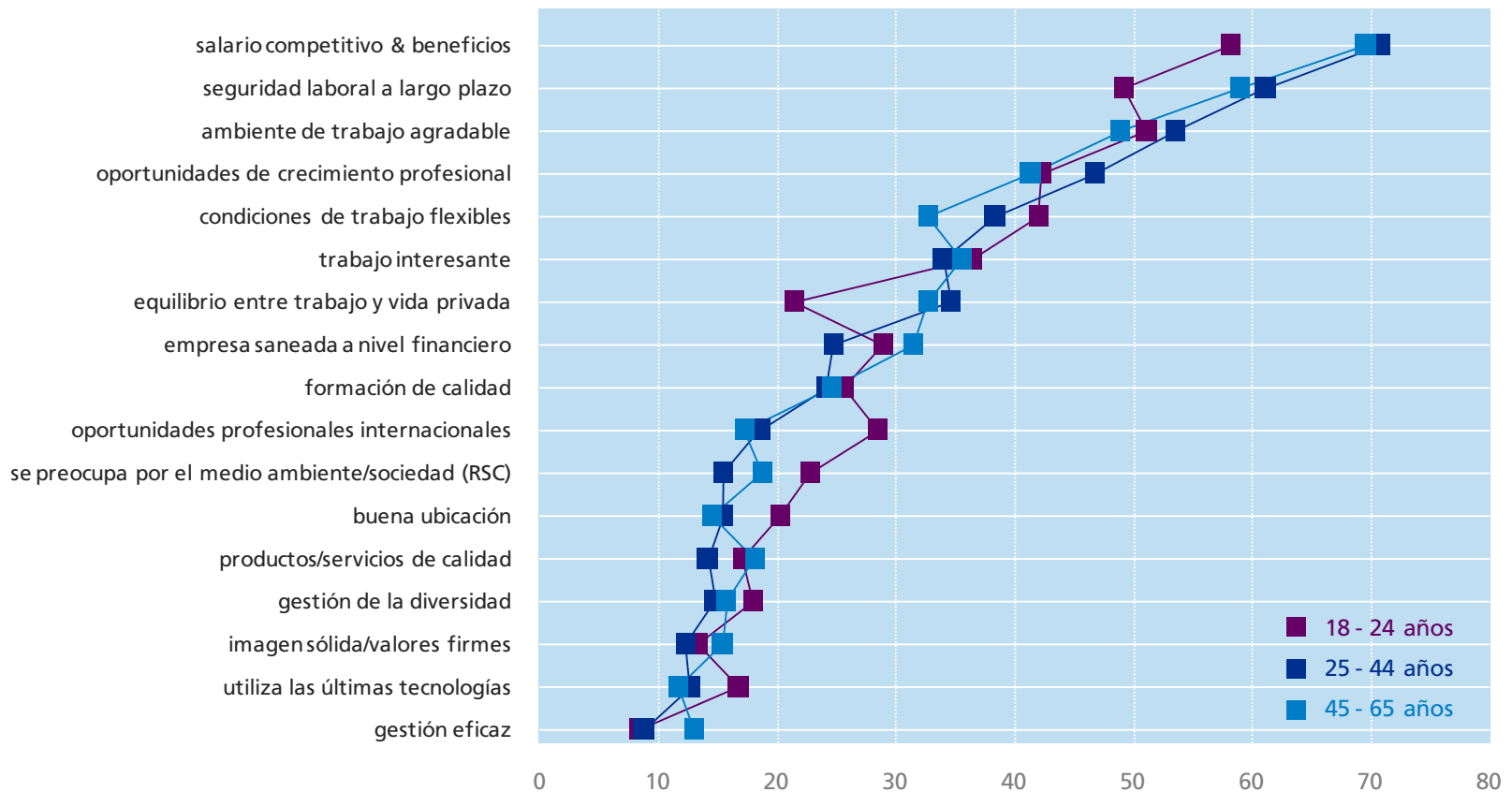
## critérios clasificados por género – clasificados por frecuencia entre los 5 primeros



# atributos clasificados por edad

¿cuáles son los criterios más importantes para los empleados potenciales a la hora de elegir a un empleador?

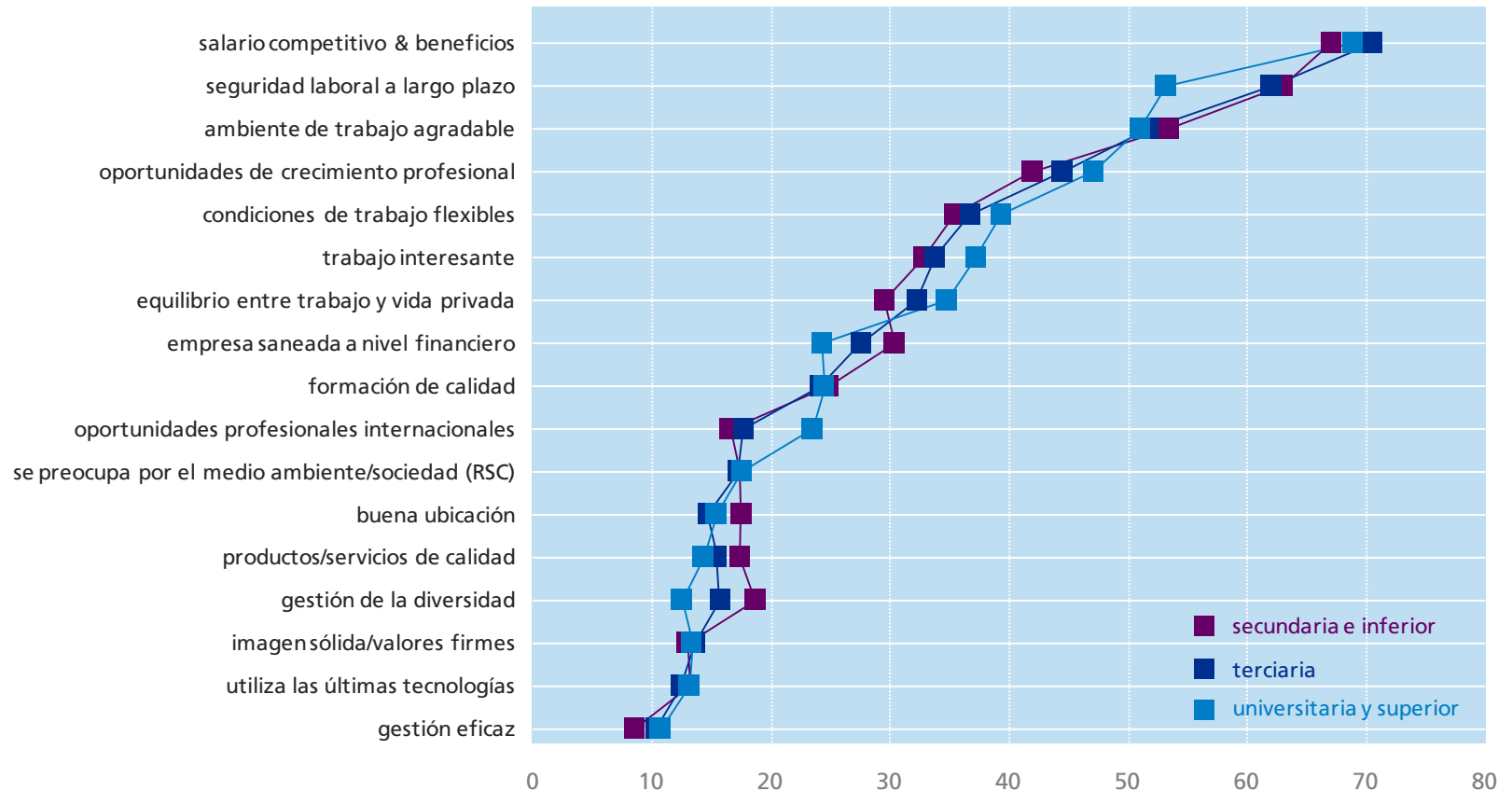
## critérios clasificados por edad – clasificados por frecuencia entre los 5 primeros



# atributos clasificados por nivel educativo

¿cuáles son los criterios más importantes para los empleados potenciales a la hora de elegir a un empleador?

## critérios clasificados por nivel educativo – clasificados por frecuencia entre los 5 primeros





**perspectivas adicionales**

flexibilidad laboral

# ¿cuánto tiempo trabajan las personas en Argentina?

la mitad de los empleados argentinos, en su mayoría hombres, dicen trabajar más de 40 horas por semana

## promedio de horas semanales trabajadas por género



según su contrato (de tiempo completo, de medio tiempo), los empleados argentinos tienen que trabajar, respectivamente, 48 y 30 horas en promedio por semana

en realidad, los trabajadores argentinos dicen trabajar un promedio de 50 y 35 horas por semana (de tiempo completo, de medio tiempo)

## promedio de horas semanales trabajadas por otros subgrupos



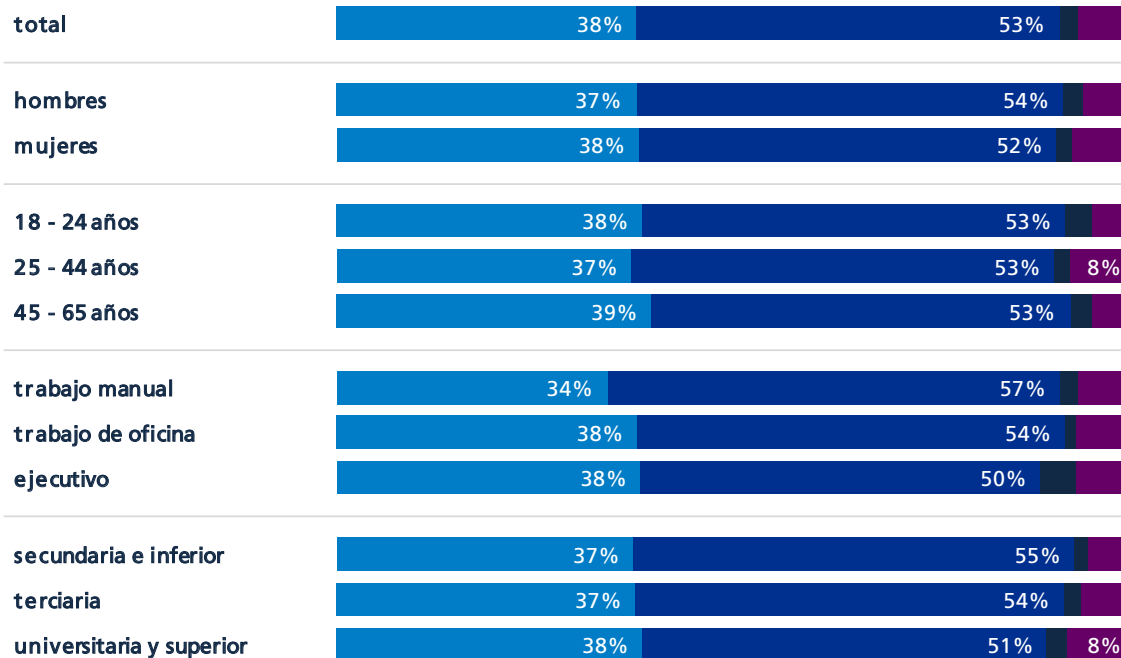
el 52% dice trabajar más de 40 horas por semana



# ¿cómo perciben los empleados su horario de trabajo?

el 55% de los empleados argentinos quisiera trabajar más

## % de empleados que prefieren...



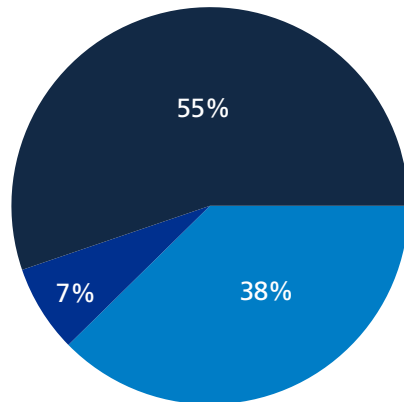
el 38% de los empleados argentinos están satisfechos con su horario de trabajo actual

el 53% quisiera trabajar y ganar más, mientras que el 2% trabajaría más por el mismo sueldo

el 7% quisiera trabajar menos y estaría dispuesto a ganar menos

# ¿qué motiva a los empleados a trabajar más?

el salario más elevado es, con diferencia, el principal factor de motivación para que los empleados argentinos trabajen más



## sensaciones acerca del horario de trabajo actual

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

## factores de motivación para trabajar más

factor	total
aumentar los ingresos	90%
dar un siguiente paso en la carrera (promoción)	33%
cumplir con el desarrollo personal/potencial	26%
tener mayor influencia en el trabajo	13%
desarrollar una mayor autoestima	9%
escapar de las actividades domésticas cotidianas	4%

## género

los hombres se sienten más motivados por la promoción y el desarrollo personal, mientras que las mujeres lo hacen por los mayores ingresos



## edad

los trabajadores más jóvenes se sienten, indudablemente, más motivados por la promoción, con mayor influencia y autoestima



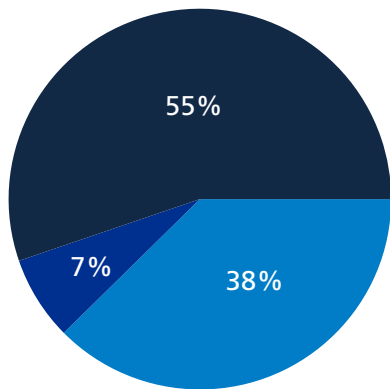
## educación

los ingresos motivan más a las personas con menor nivel educativo; el desarrollo personal y la promoción son factores de motivación más importantes para las personas con mayor nivel educativo



# ¿qué motiva a los empleados a trabajar menos?

el equilibrio entre trabajo & vida privada y el tiempo libre son los principales factores de motivación para trabajar menos



## sensaciones acerca del horario de trabajo actual

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

## factores de motivación para trabajar menos

factores de motivación para trabajar menos	total
equilibrio saludable entre trabajo y vida privada, menos estrés	68%
tiempo libre para mí	54%
pasar más tiempo con los hijos	47%
educación, estudio, formación	41%
deportes, ocio, pasatiempos	38%
emprender o dirigir mi propio negocio	24%
hacer trabajo voluntario (fin social)	10%
cuidar de un familiar/pariente	7%

## género

el mayor tiempo para sí mismos motiva más a los hombres que a las mujeres a trabajar menos; un mejor equilibrio entre trabajo y vida privada es valorado casi de la misma manera



## edad

las personas mayores de 45 años se sienten motivadas a trabajar menos por un mejor equilibrio entre trabajo & vida privada y el tiempo libre, mientras que a los empleados jóvenes, el tiempo de estudio



## educación

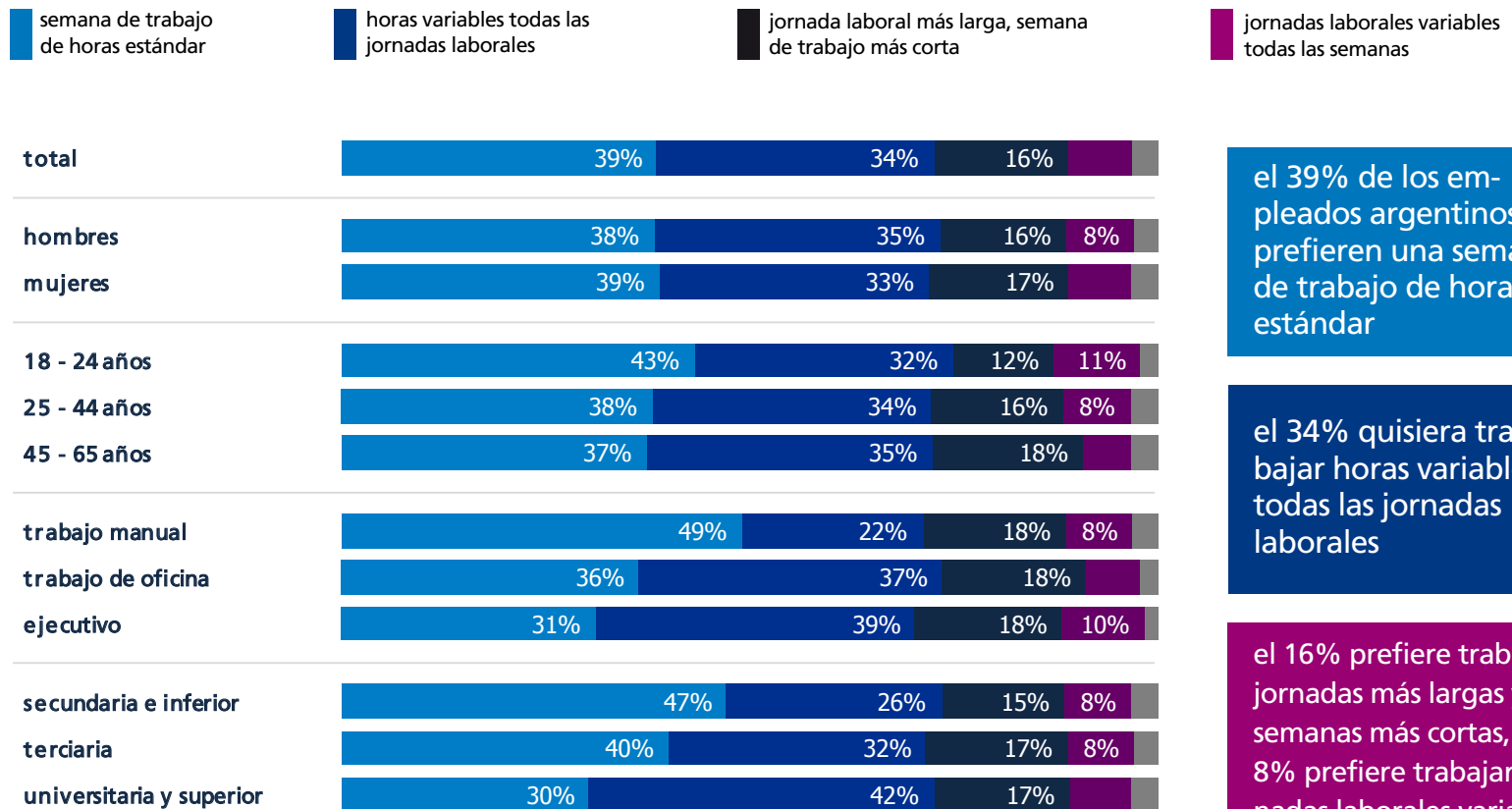
el equilibrio y los nuevos negocios motivan más a las personas con menor nivel educativo; los deportes y la educación motivan más a las personas con mayor nivel educativo a trabajar menos



# ¿los horarios de trabajo flexibles se han convertido en la regla?

el 58% de los empleados argentinos preferiría un horario de trabajo variable

## % de empleados que prefieren...



el 39% de los empleados argentinos prefieren una semana de trabajo de horas estándar

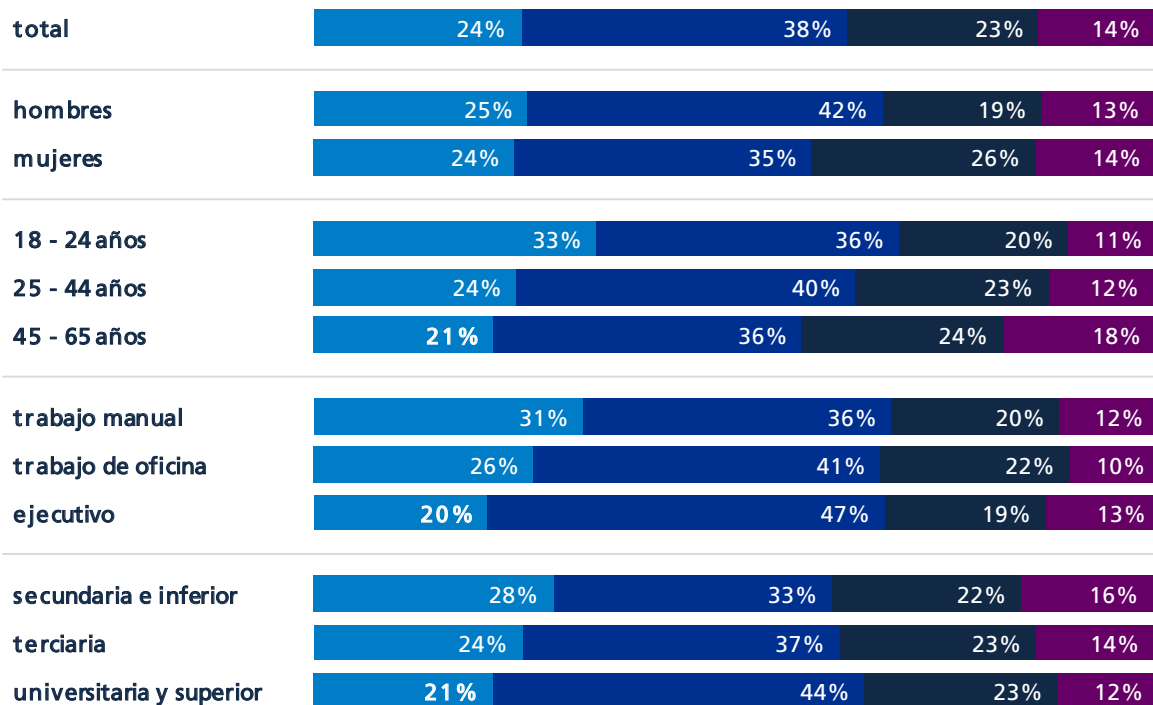
el 34% quisiera trabajar horas variables todas las jornadas laborales

el 16% prefiere trabajar jornadas más largas y semanas más cortas, y el 8% prefiere trabajar jornadas laborales variables todas las semanas

# el trabajo a distancia, ¿beneficio o carga?

el 75% de los empleados argentinos quiere trabajar a distancia, al menos ocasionalmente

## % de empleados que prefieren...



el 24% de los empleados argentinos prefiere trabajar desde la oficina todos los días, mientras que el 75% prefiere trabajar a distancia

el 38% prefiere trabajar a distancia ocasionalmente y el 23% prefiere hacerlo un determinado número de días

el 14% prefiere trabajar a distancia todas las jornadas laborales

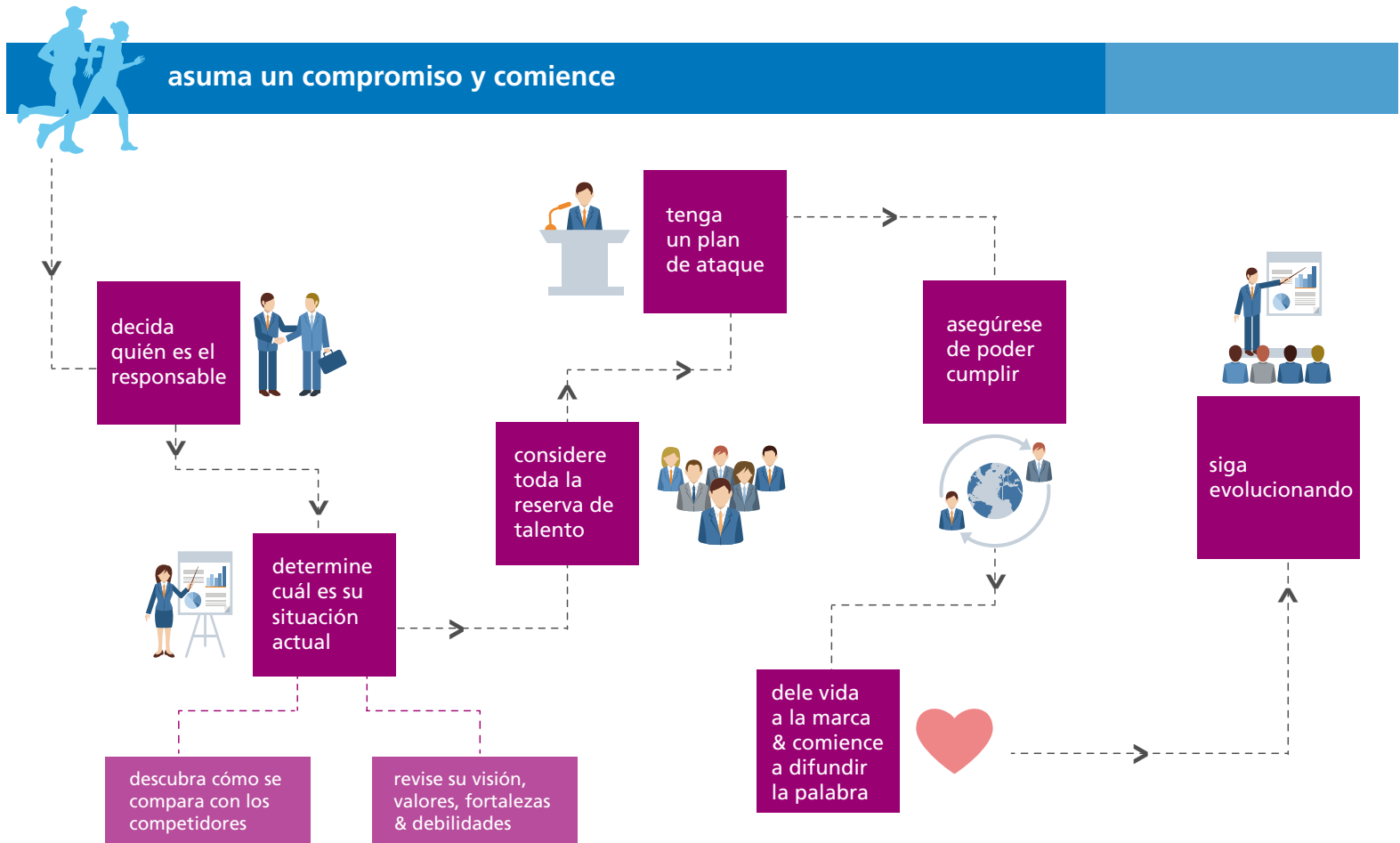


04

**employer branding**

# mejore su atractivo

una guía paso a paso para construir un employer brand poderoso



# 5 consejos para construir un employer brand destacado

el 58% de los empleados argentinos preferiría un horario de trabajo variable

**01**

es una estrategia, no una tarea: las organizaciones a menudo confunden la construcción de su employer brand con una tarea específica, como la planificación de una campaña en las redes sociales. Pero es una estrategia a largo plazo, así que asegúrese de abordarla con una clara visión en mente.

defina claramente su PVE: la definición de la propuesta de valor al empleado requiere una clara comprensión de su cultura y valores corporativos, y de los factores de motivación de sus empleados. Tómese el tiempo para invertir en la retroalimentación de las partes interesadas internas y externas

**02**

asigne la propiedad: ¿quién es el responsable de employer branding? Asegúrese de que en su organización quede claro quién es el propietario en última instancia - y por lo general debe ser dirigido por el CEO en todos los niveles de la empresa.

**03**

**04**

aplique y mida: una vez que haya desarrollado una estrategia, asegúrese de medir sus esfuerzos de marca (branding) y evalúe los resultados para verificar que está en el camino correcto.

consulte a los expertos: si no ve los resultados que desea o aún no está seguro de cómo y por dónde comenzar, considere la posibilidad de recurrir a la pericia externa en el campo del employer branding para obtener ayuda para identificar.

**05**



# asegurar el presupuesto

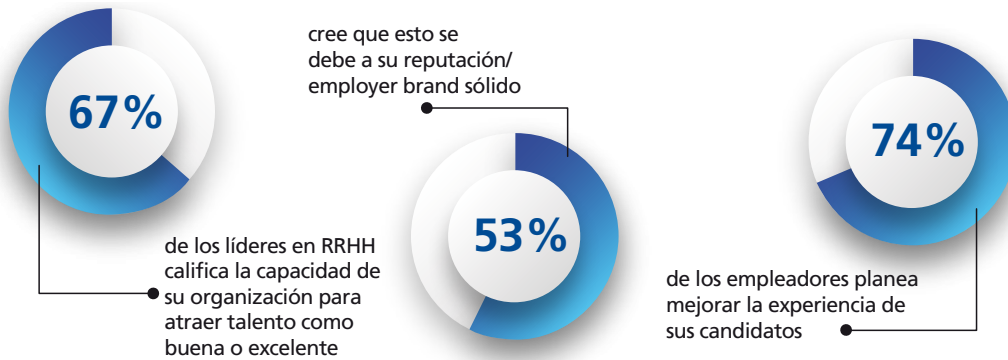
¿Cómo asegurar el presupuesto para poder comenzar un proyecto de PVE?  
 Los líderes de negocios esperan una rentabilidad apreciable - cuanto más claramente se defina, mayor será la posibilidad de que la alta dirección firme. Por lo tanto, su PVE debería centrarse en parte de la atracción y el compromiso - el área que le otorgará rentabilidad de la inversión (ROI).

- Aumento de las visitas al sitio web de la empresa
- Tamaño del "pipeline" de candidatos
- Número de seguidores/"me gusta" en los medios sociales
- Solicitudes de empleo en el sitio web de la empresa/% de conversión
- Aumento de las referencias
- Ratio de oferta a aceptación
- Número de contrataciones realizadas por medio de aprovisionamiento (sourcing) directo
- Reducción del tiempo para contratar
- Reducción del costo de contratación
- Satisfacción por las nuevas contrataciones
- Número de contrataciones que exceda el período de prueba
- Aumento de la retención
- Satisfacción de la diversidad

Ejemplo PVE ROI

# datos interesantes sobre employer branding

Fuente: 2016 Randstad Sourceright Talent Trends Survey



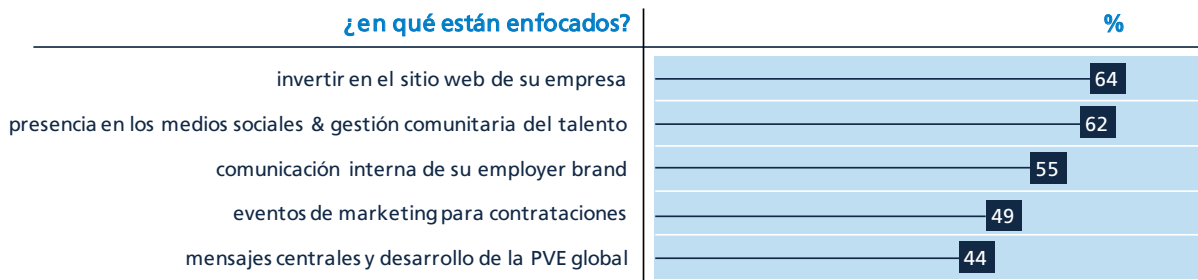
las 3 áreas más importantes de inversión en la experiencia de los candidatos

1. llevar a cabo capacitación para la contratación de ejecutivos

2. mejorar los mecanismos de retroalimentación y los estándares de comunicación interna y externa

3. mejorar la experiencia de los candidatos en el sitio web de la empresa

el 82% está más enfocado en construir su employer brand que hace dos años







## Randstad Award 2016

El "Employer Brand" es un concepto complejo, basado en la unión de varios factores intangibles, incluyendo la percepción, imagen versus identidad y la habilidad de diferenciar entre ambas. En pocas palabras: el employer brand, la marca como empleador, representa la imagen que una compañía proyecta a sus potenciales trabajadores. Si tenés una imagen fuerte como empleador, seguramente tu compañía será considerada un sitio para trabajar prestigioso y deseable, con valores atractivos y proyección de carrera.

En un mercado cada vez más competitivo, el employer branding es una herramienta crucial para atraer y retener talento. Ayuda a las compañías a seleccionar trabajadores bien calificados y a aumentar su compromiso. Además, incrementa la visibilidad de la organización en el mercado laboral y colabora para que se destaque por sobre la competencia.

Como todos los años, el Randstad Award presenta el estudio independiente más importante sobre Employer Branding a nivel global. Más de 200,000 encuestados en 25 países, incluido Argentina, respondieron sobre los factores que consideran más importantes a la hora de elegir una empresa para trabajar. Además, el Randstad Award distingue a las empresas más atractivas para trabajar en Argentina elegidas en 2016 por más de 8.000 encuestados.

abril 2016

[www.randstadaward.com.ar](http://www.randstadaward.com.ar)

