

employer brand
research 2020.

country report Argentina.

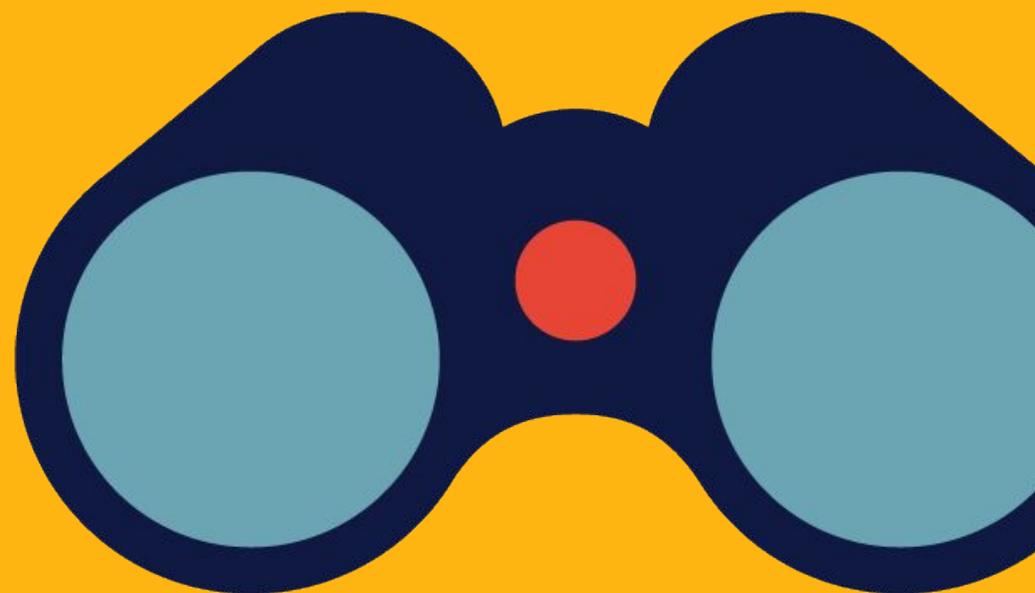
tiempos
de talento.

 randstad

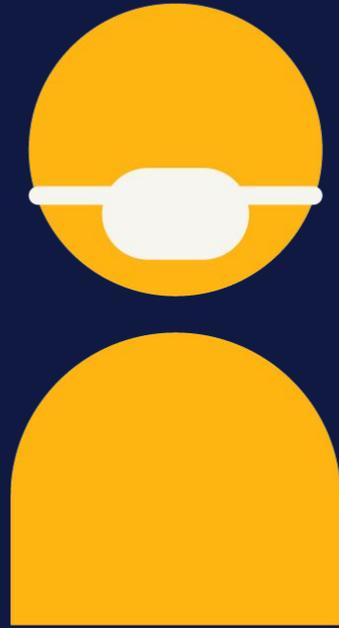


tabla de contenidos.

- 1 tiempos de talento
- 2 employer branding en tiempos de coronavirus
- 3 resultados del país
- 4 perspectivas de los sectores
- 5 los mejores empleadores
- 6 inmersión profunda
- 7 metodología



pandemia,
employer
branding



y el día
después.

se vienen tiempos de talento.

Teníamos un plan a dos años. El plan del año. La planificación trimestral y hasta un plan mensual. Y luego, de repente, a poco de andar el 2020 la pandemia echó por tierra todos nuestros planes de un plumazo, dejándonos sin GPS.

En este contexto en el que el mundo entero debió adaptarse por la crisis sanitaria, en Randstad nos vimos en la necesidad de ajustar el formato y la presentación del Randstad Employer Brand Research, nuestro estudio anual de marca empleadora.

Si bien la gran mayoría de los conocimientos recopilados y los resultados que arroja la investigación siguen siendo muy relevantes, dado que el mundo se ha transformado desde enero, cuando terminó la recopilación de datos del estudio de este año, consideramos la necesidad de sumarle herramientas para reflejar, aunque sea en forma preliminar, el impacto de la pandemia en el employer branding.

Con la mirada puesta en ayudar a las organizaciones a construir su marca empleadora durante y después de la pandemia, este reporte incluye un capítulo

adicional en el que recopilamos la opinión de candidatos y trabajadores por un lado, y de responsables de RRHH y compensaciones de empresas líderes por el otro, a través de encuestas realizadas durante el periodo de aislamiento preventivo y obligatorio.

La información adicional generada por los sondeos sumados a nuestro estudio da cuenta del pulso de una coyuntura teñida por los efectos de la pandemia, pero a la vez permiten mirar un poco más allá y pensar en el día después.

Tenemos por delante un contexto económico complejo y aún muchos interrogantes sobre el saldo final, en términos de impacto, que dejará la pandemia.

De lo que no hay dudas es que serán tiempos en los cuales el employer branding cobrará una relevancia importantísima. En los cuales el talento marcará la diferencia y será la clave para potenciarnos y salir adelante. Serán Tiempos de Talento.

Andrea Ávila,
CEO de Randstad para Argentina y Uruguay



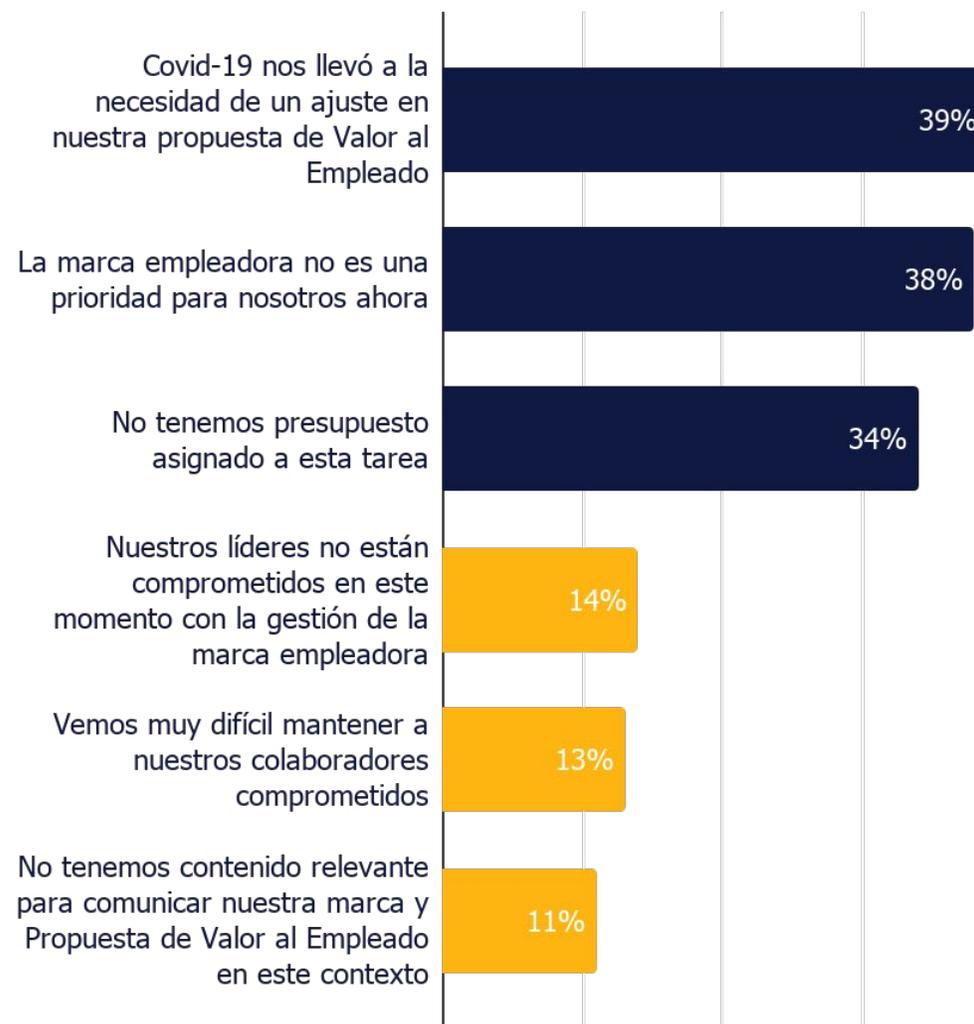
employer branding en tiempos de coronavirus.
panel de empresas

mayores desafíos para gestionar la marca empleadora.

¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta su compañía en este momento para gestionar su marca empleadora durante la pandemia?

Ajustes en la propuesta de valor y baja prioridad y presupuesto se destacan como los principales desafíos de la gestión de la marca empleadora durante la pandemia.

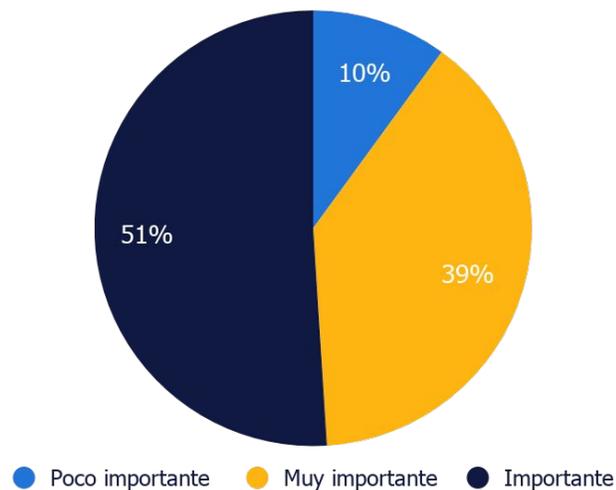
Respuesta múltiple guiada.



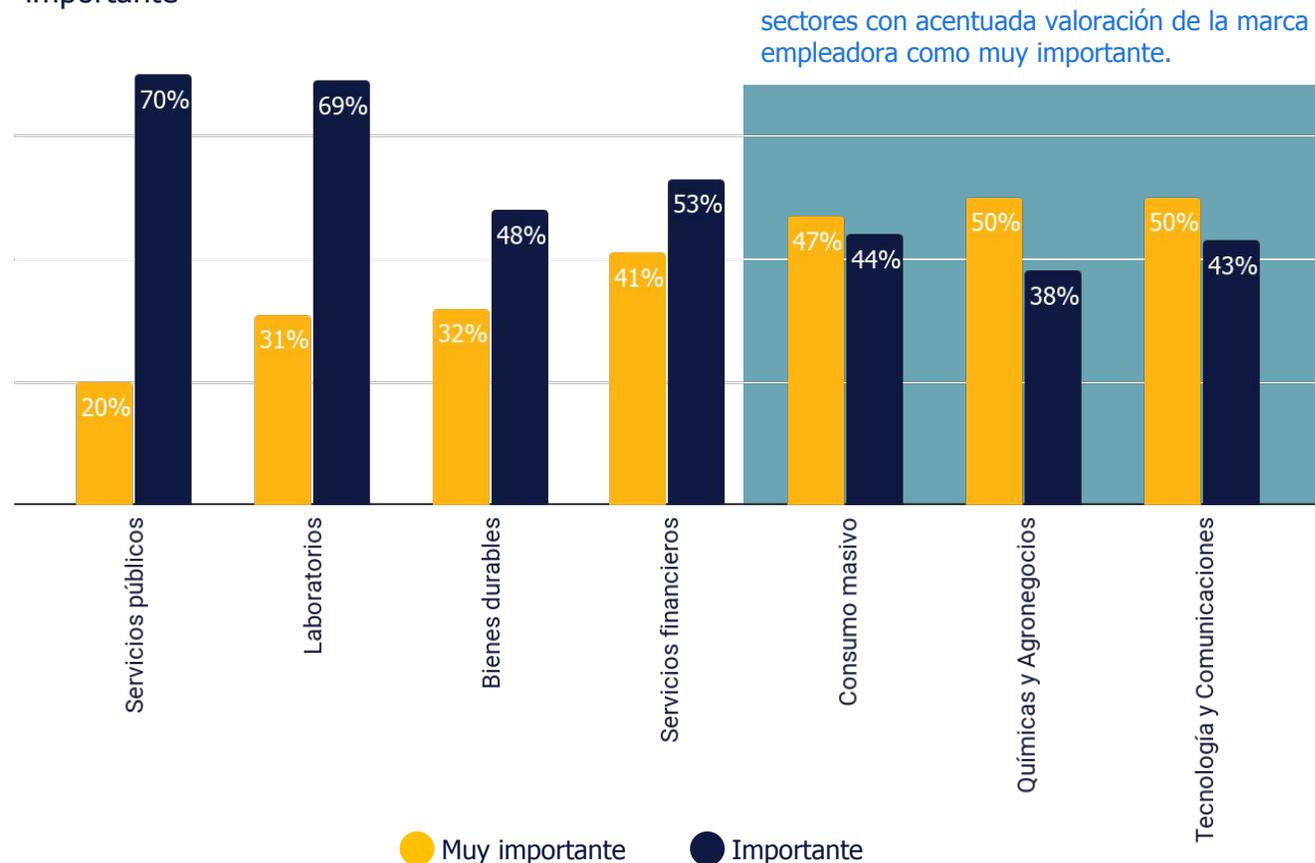
employer branding en tiempos de coronavirus.
panel de empresas

importancia asignada a marca empleadora para la atracción de talento.

¿Qué tan relevante es para la compañía la gestión de su marca empleadora como herramienta de atracción de talentos?



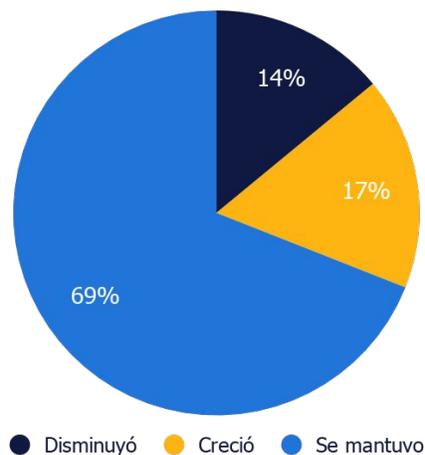
Fuerte valoración de la marca empleadora como herramienta para la atracción de talentos. Solo 1 de cada 10 compañías líderes no la consideran importante



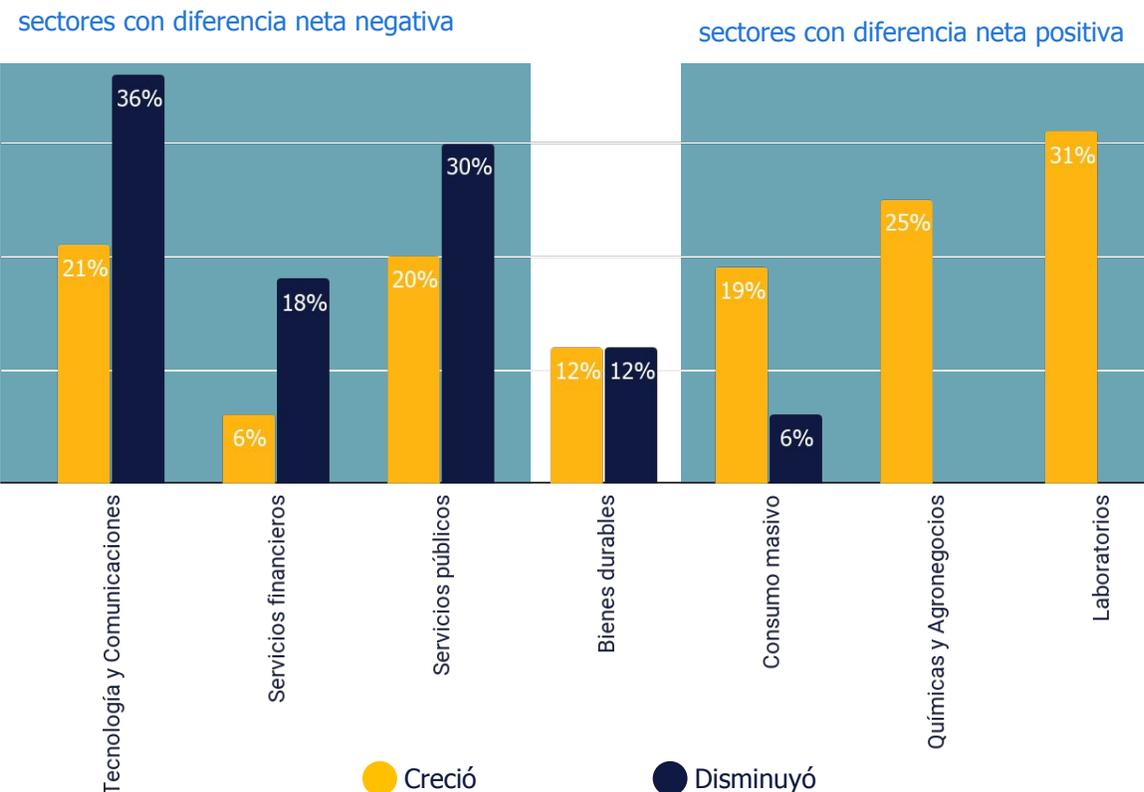
employer branding en tiempos de coronavirus.
panel de empresas

importancia asignada a marca empleadora en medio de la pandemia.

La importancia asignada al desarrollo estratégico de la marca empleadora en la gestión de la compañía, ¿ha crecido o a disminuido en medio de la pandemia?



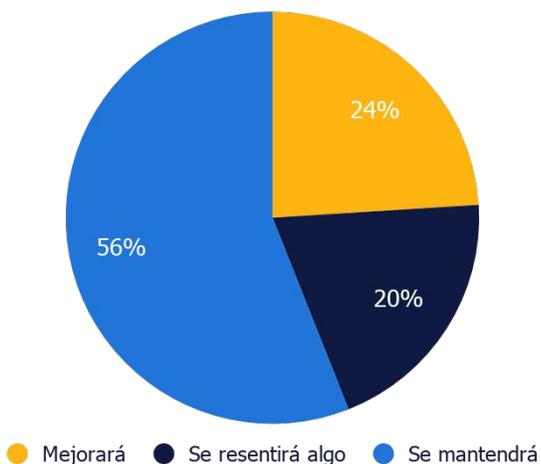
Mayoritaria mantención de la importancia asignada al desarrollo de la marca empleadora en medio de la pandemia
7 de cada 10 compañías líderes la mantuvieron



employer branding en tiempos de coronavirus.
panel de empresas

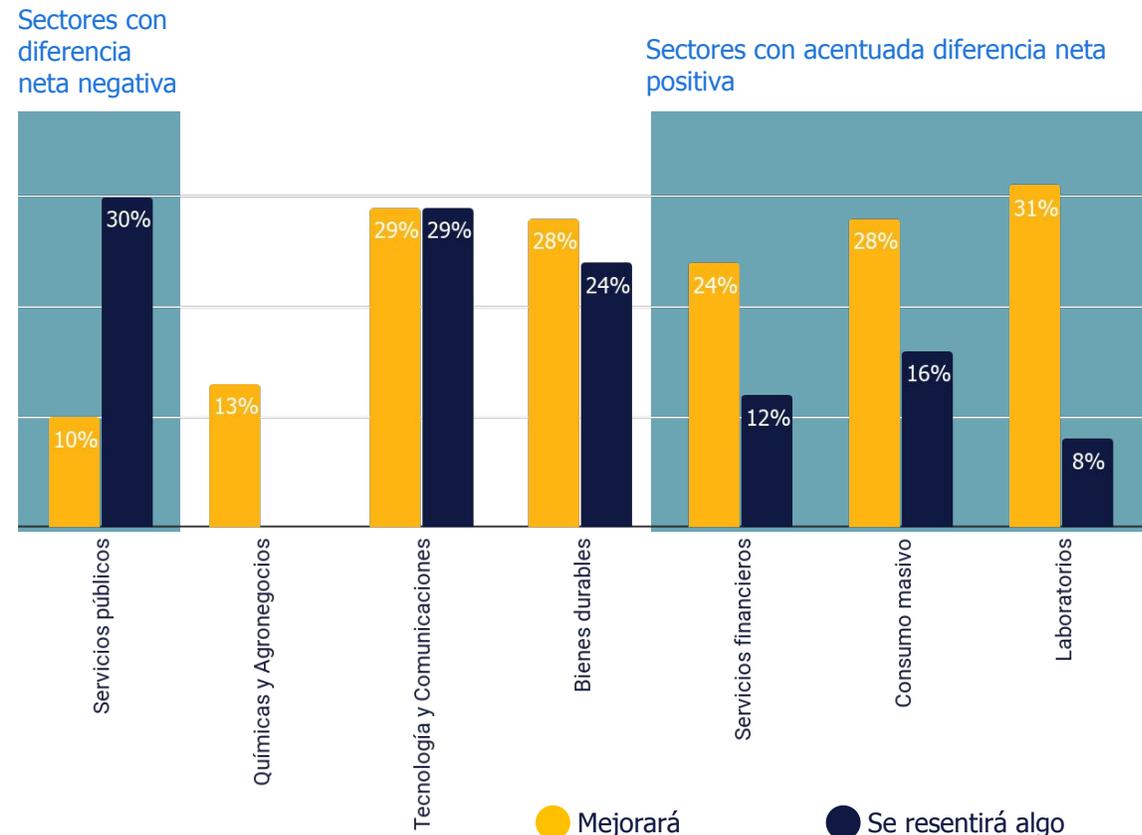
impacto de la pandemia en el atractivo empleador de las empresas.

Pensando en el accionar en general de las compañías durante la pandemia, ¿cómo cree que evolucionará el nivel general de atractivo empleador de las empresas?



Opiniones divididas del impacto de la pandemia en el atractivo empleador de las compañías.

Más de la mitad no vislumbra cambios y la diferencia neta entre el impacto positivo y negativo es de sólo 4 puntos



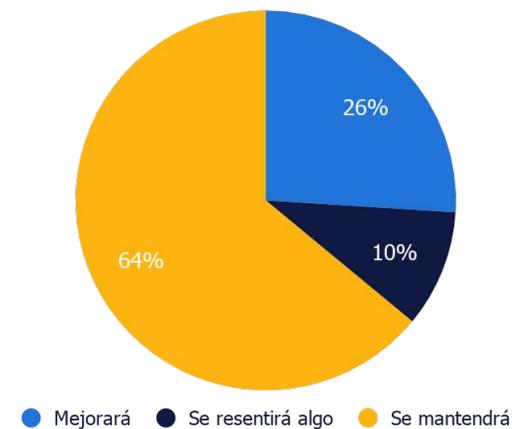
employer branding en tiempos de coronavirus.
panel de empresas

comparativo del impacto de la pandemia en la performance de la marca empleadora en los públicos externos vs. internos.

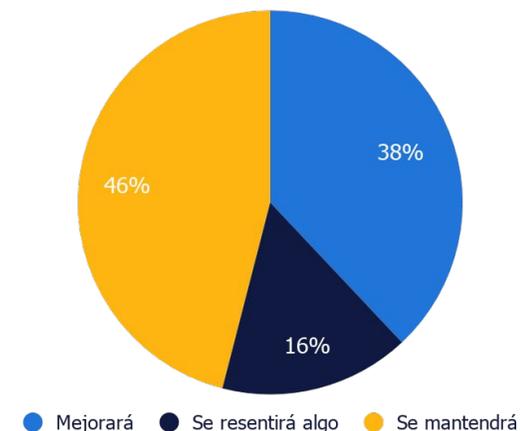
Acentuado impacto de la pandemia en la performance de la marca empleadora en públicos internos.

Potenciado impacto positivo en el comparativo. el impacto positivo aumenta 12 puntos y el negativo 6 puntos.

Pensando en el accionar de la compañía durante la pandemia, ¿cómo cree que afectará la performance de su marca empleadora en sus públicos externos?



Pensando en el accionar de la compañía durante la pandemia, ¿cómo cree que afectará la performance de su marca empleadora en sus públicos internos?



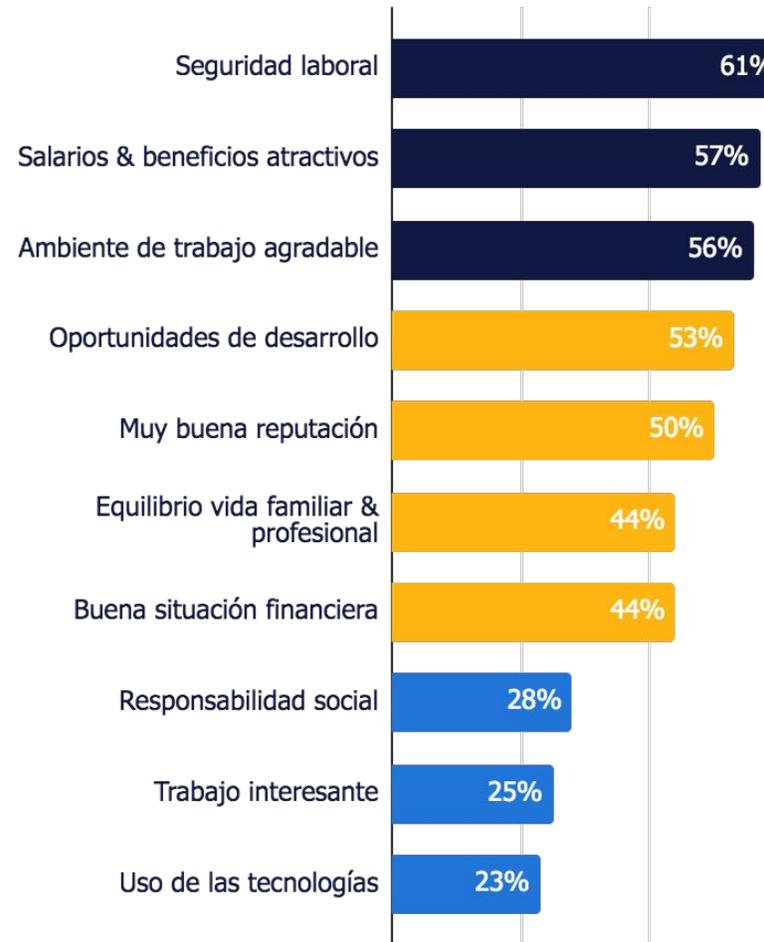
employer branding en tiempos de coronavirus.
panel de empresas

incidencia de factores en la propuesta de valor de la compañía para atraer talentos post pandemia.

Pensando en la coyuntura y el contexto de crisis económica que dejará la pandemia, ¿en cuáles de estos factores será más sólida la propuesta de valor de la compañía para atraer talento?

Liderada por:
seguridad laboral, salarios y beneficios y buen ambiente de trabajo.

respuesta múltiple guiada.



employer branding en tiempos de coronavirus.

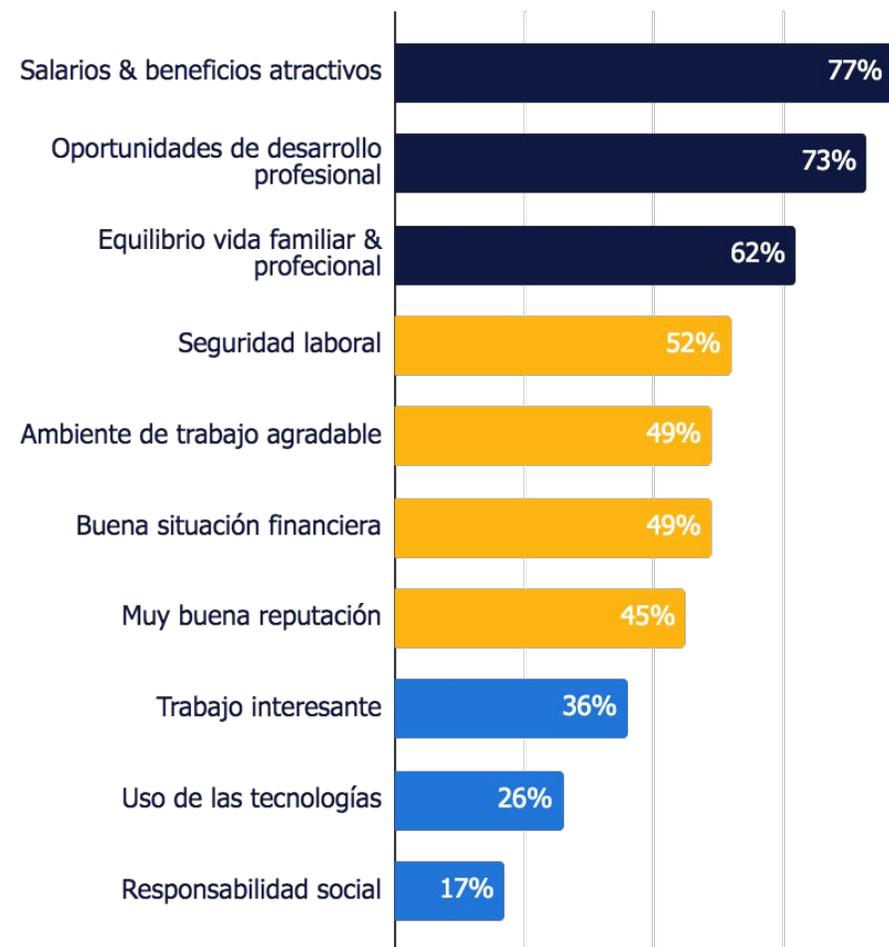
panel de empresas

incidencia de factores más valorados por los candidatos a la hora de elegir una empresa para trabajar post pandemia.

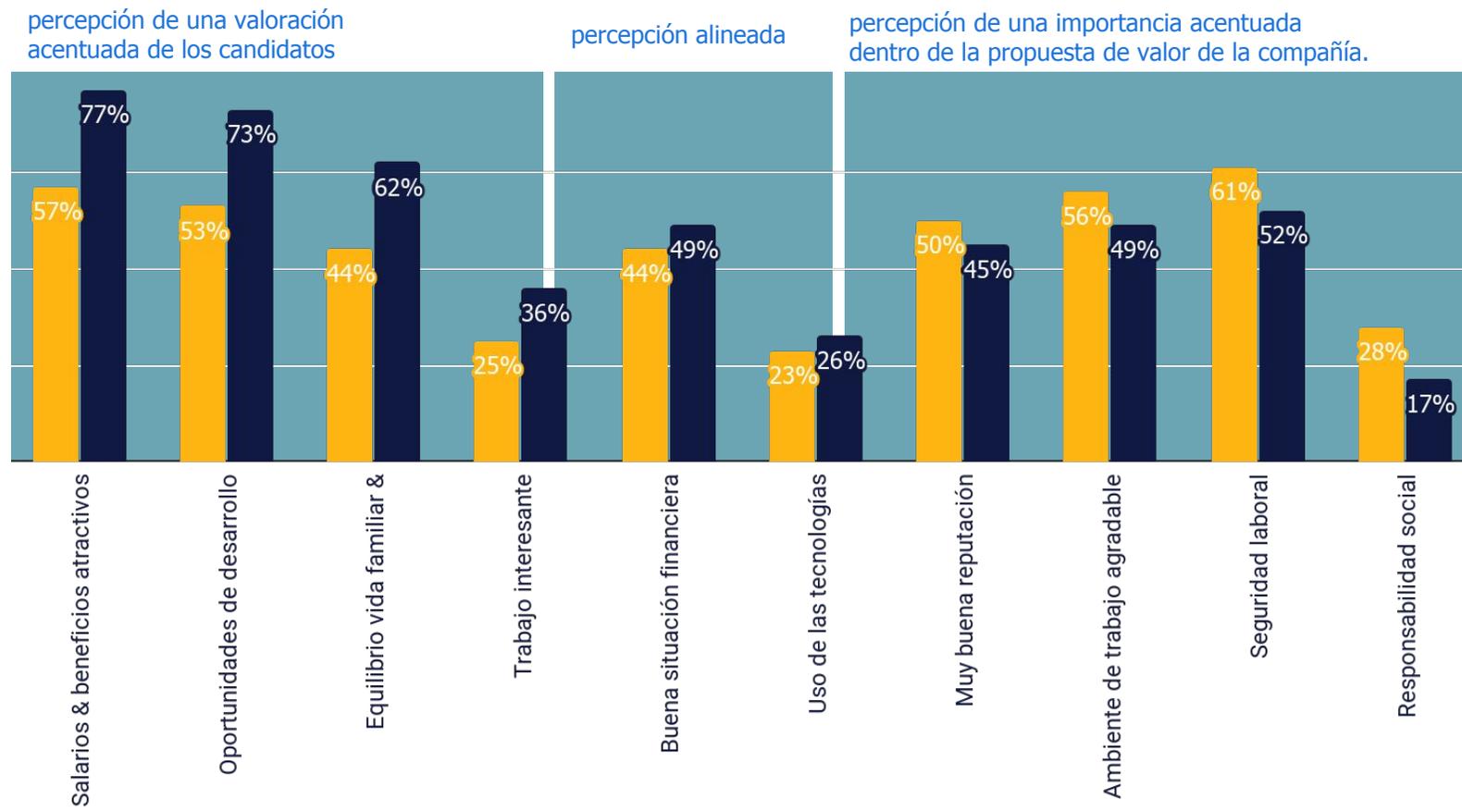
Pensando en la coyuntura y el contexto de crisis económica que dejará la pandemia, ¿cuáles de estos factores serán más valorados por los candidatos a la hora de elegir una empresa para trabajar?

Incidencia repartida liderada por: salarios y beneficios, oportunidades de desarrollo profesional y equilibrio vida familiar y profesional.

respuesta múltiple guiada.



incidencia de factores propuesta de valor compañía vs. valoración candidatos post pandemia.



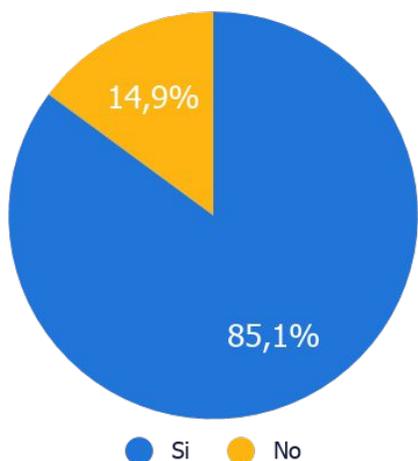
● Propuesta de valor compañía ● Valoración candidatos



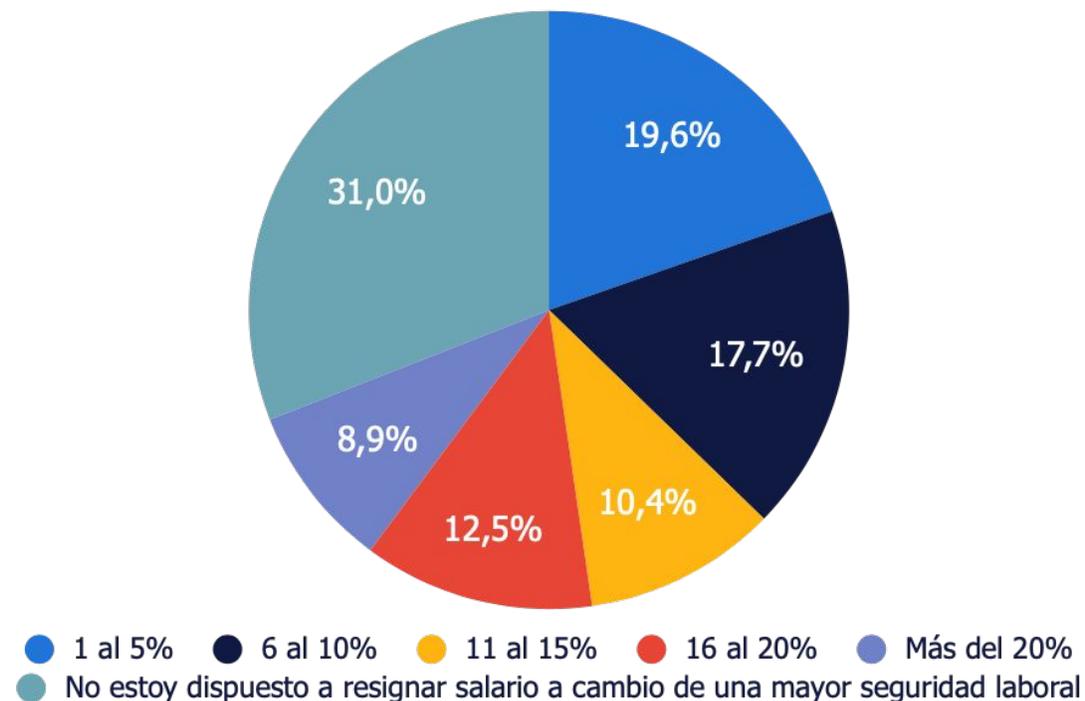
employer branding en tiempos de coronavirus.
encuesta a candidatos

la pandemia potencia el rol de la seguridad laboral.

Tomando en cuenta el contexto de actual de aislamiento por la pandemia y las perspectivas de evolución de la economía de aquí a lo que resta del año, ¿considerás que la seguridad laboral que puede ofrecer un empleador resulta más importante que antes de la pandemia?

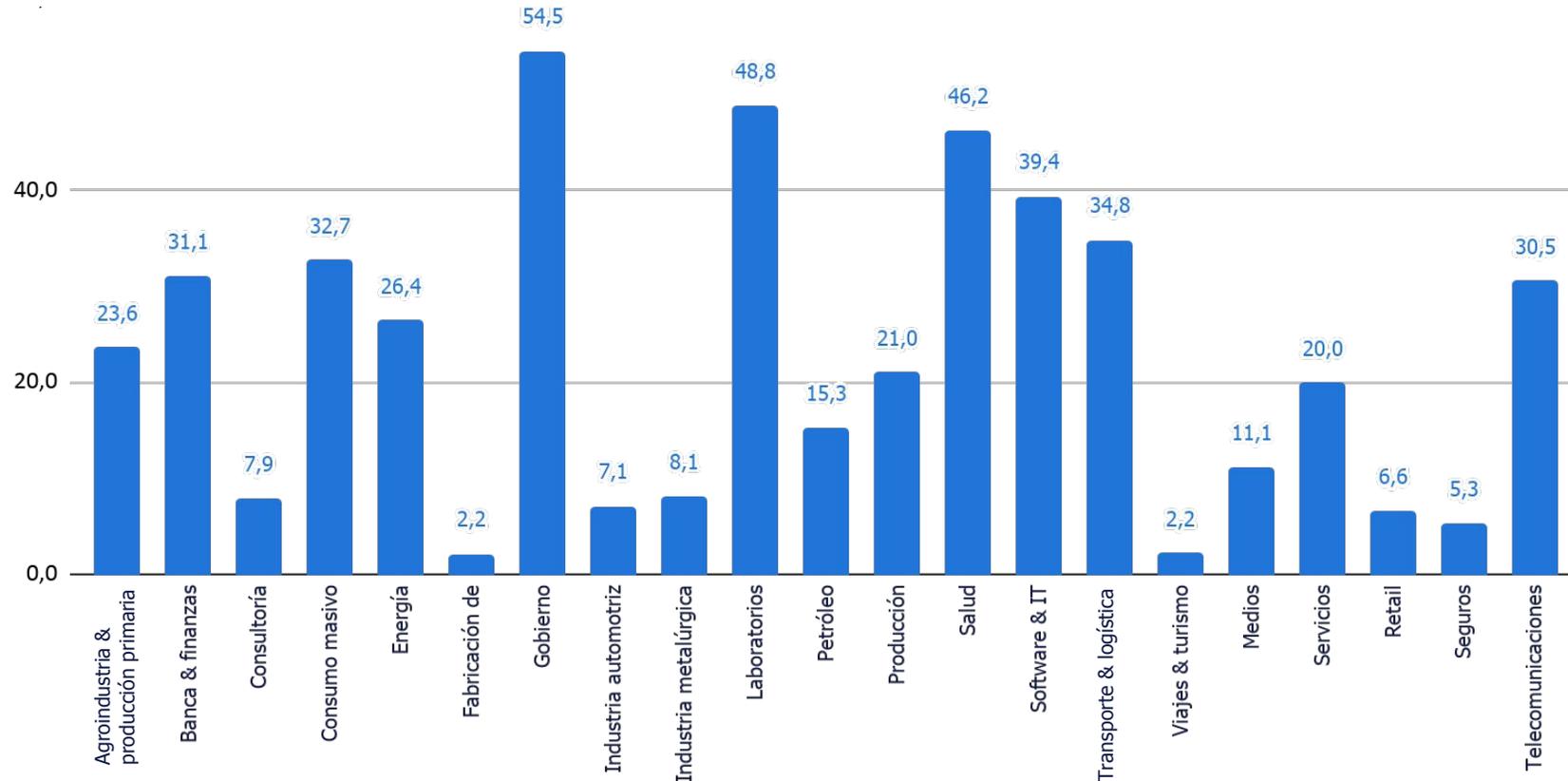


Tomando en cuenta el contexto de actual y la importancia de la seguridad laboral, ¿qué porcentaje del salario estarías dispuesto a resignar a cambio de una mayor seguridad laboral?



gobierno, laboratorios, salud, software & IT y transporte y logística son los sectores percibidos como más seguros.

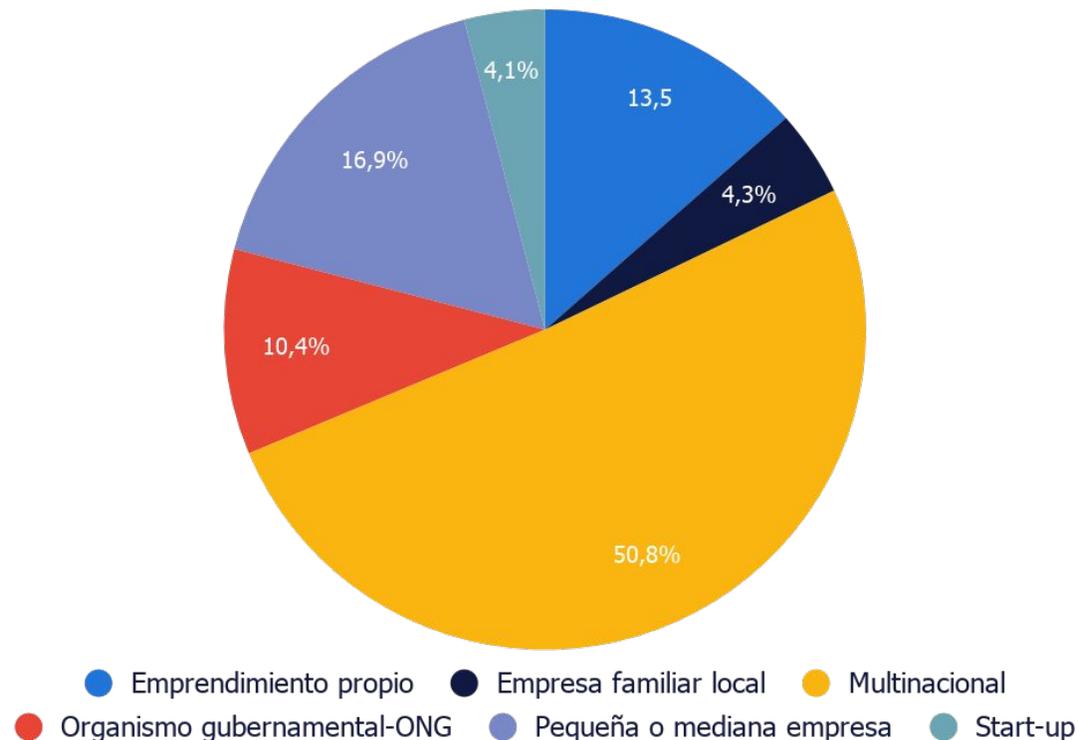
Tomando en cuenta el contexto de actual de aislamiento por la pandemia y las perspectivas de evolución de la economía de aquí a lo que resta del año, ¿qué sectores/industrias considerás que ofrecen mayor seguridad para atravesar esta coyuntura? (selección múltiple de las 5 más importantes)



employer branding en tiempos de coronavirus.
encuesta a candidatos

aún con la incidencia de la búsqueda de mayor seguridad que dispara la pandemia, el trabajo en multinacionales sigue siendo el de mayor peso a la hora de elegir sin condicionamientos de la coyuntura.

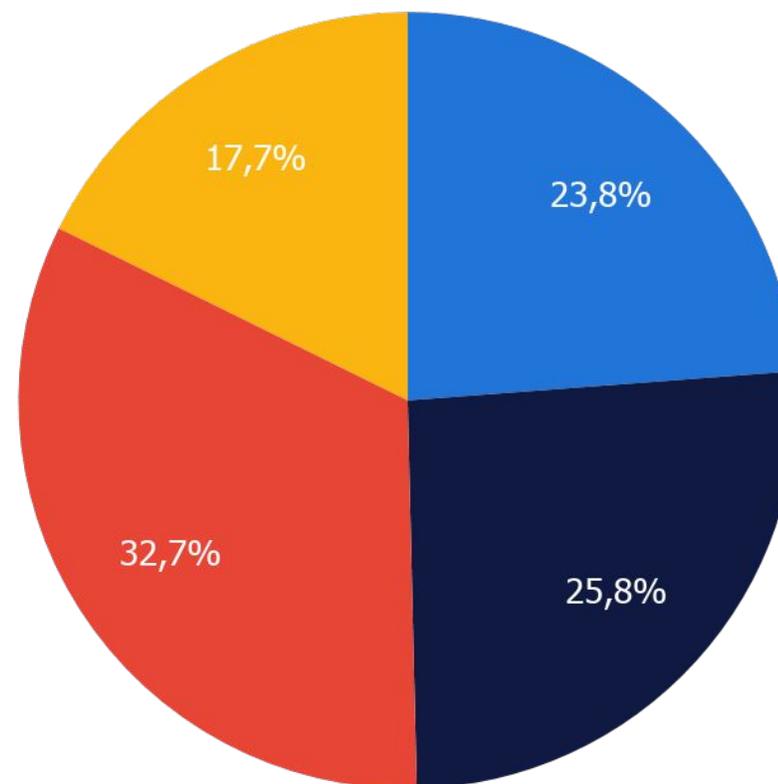
Más allá de la coyuntura actual, si pudieras elegir, en tu ideal, ¿qué tipo de empleador elegirías para desarrollarte profesionalmente?



employer branding en tiempos de coronavirus.
encuesta a candidatos

Tomando en cuenta la situación del sector en el que trabajás y el impacto que ha tenido la pandemia en el negocio de tu empleador, ¿qué tan preocupado estás por tu seguridad laboral?

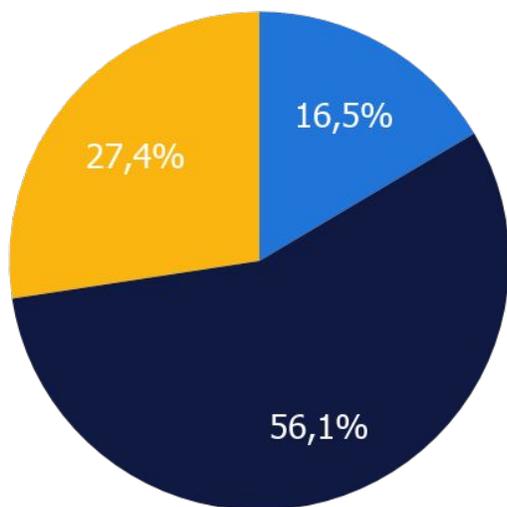
Muestra: 1.623 casos.
Personas que trabajan: 51,8% del total (3.134).



● Muy preocupado ● Poco preocupado ● Algo preocupado ● No me preocupa en absoluto

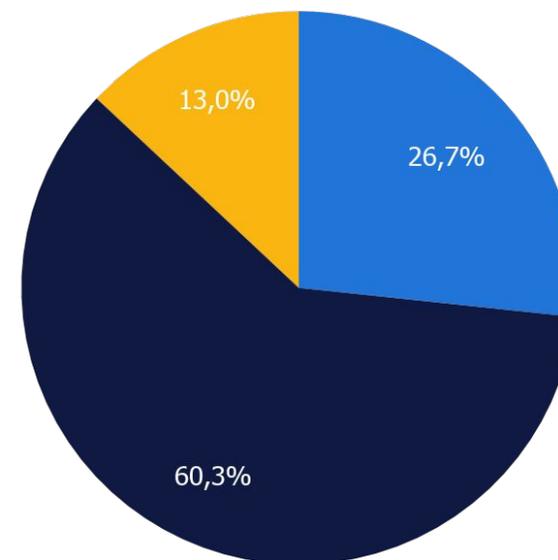
employer branding en tiempos de coronavirus.
encuesta a candidatos

En el contexto de la pandemia, ¿cómo dirías que se comportó tu empleador en relación al cuidado y la salud de sus recursos humanos?



- Superó mis expectativas
- Estuvo a la altura de mis expectativas
- Estuvo muy por debajo de lo que esperaba

En el contexto de la pandemia y tomando en cuenta las acciones que llevó adelante tu empleador hasta ahora, ¿cómo dirías que evolucionó tu compromiso con la compañía?



- Estoy más comprometido que antes
- Estoy igual de comprometido que antes
- Estoy menos comprometido que antes

Muestra: 1.623 casos.
Personas que trabajan: 51,8% del total (3.134).

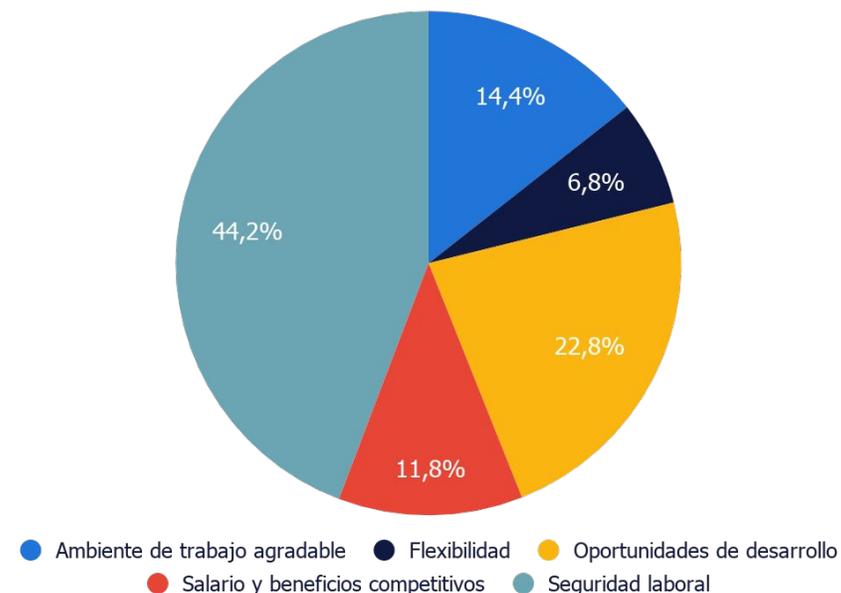


employer branding en tiempos de coronavirus.
encuesta a candidatos

la búsqueda de seguridad laboral se hace más notoria entre quienes no tienen actualmente un trabajo.

Tomando en cuenta el contexto de actual de aislamiento por la pandemia y las perspectivas de evolución de la economía de aquí a lo que resta del año, ¿cuál de estos factores considerarás que si o si debería proveerte tu próximo empleador si tenés que elegir solo uno?

Muestra: 1.511 casos.
Personas que no trabajan. 48,2% del total (3.134)

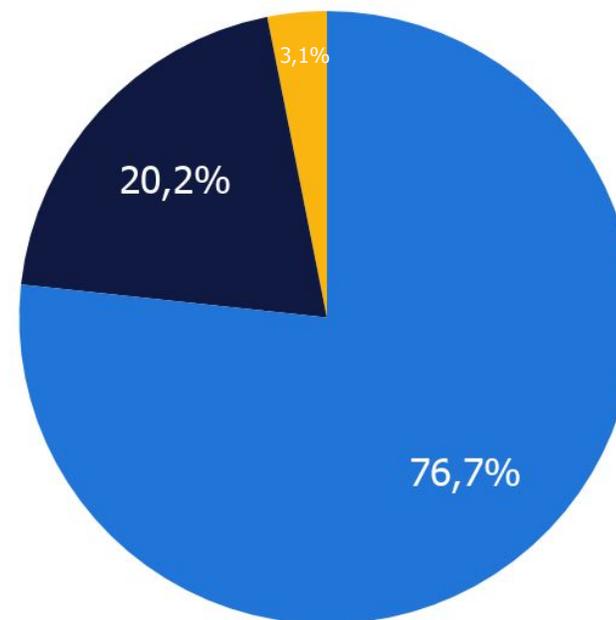


employer branding en tiempos de coronavirus.
encuesta a candidatos

frente a su respuesta a la pandemia, la empresas están más expuestas que lo habitual al escrutinio público.

Pensando en tu búsqueda laboral y en qué empresas te gustaría trabajar, ¿qué tan atento estás a la información sobre acciones y actitudes tomadas por las empresas en relación a sus recursos humanos durante la pandemia?

Muestra: 1.511 casos.
Personas que no trabajan: 48,2% del total (3.134).



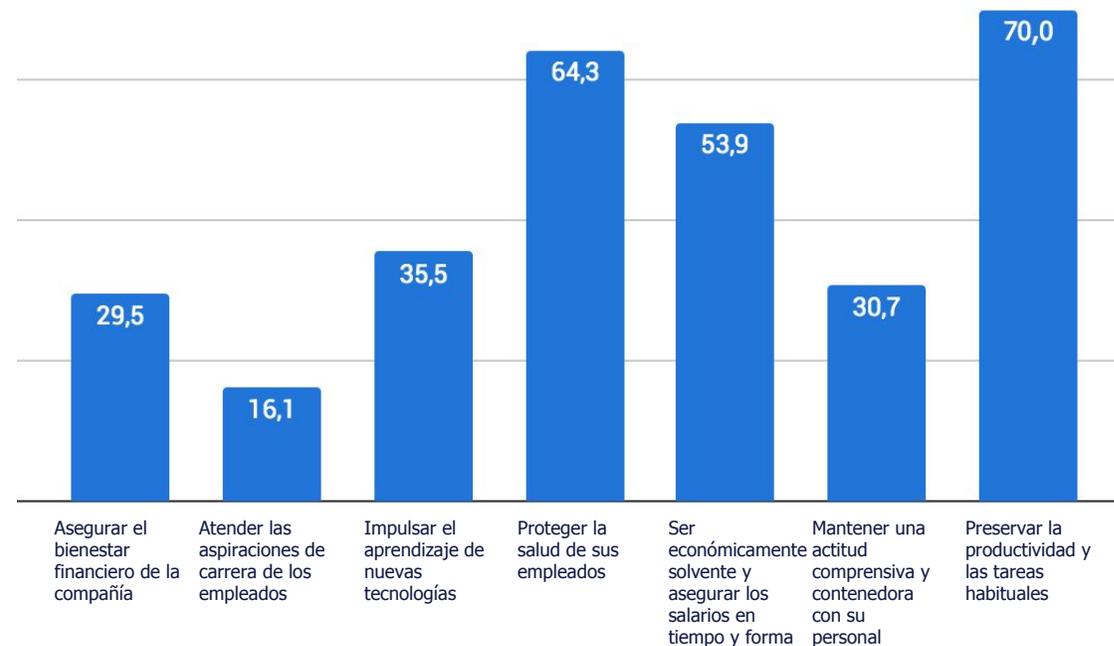
- Muy atento a esa información
- Poco atento a esa información
- Nada atento a esa información

employer branding en tiempos de coronavirus.
encuesta a candidatos

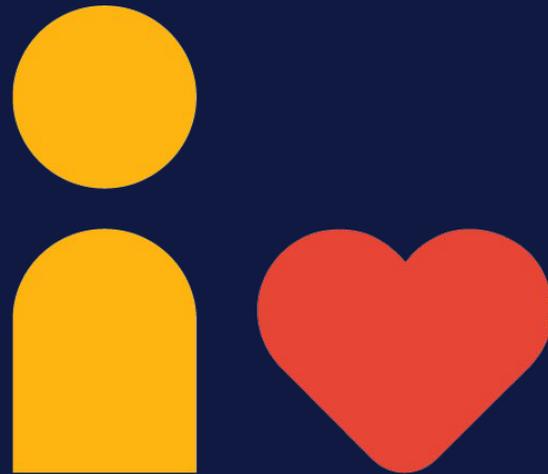
la capacidad de preservar la productividad, de proteger la salud de sus empleados y la solvencia para asegurar el salario son los atributos que priorizan los candidatos.

Tomando en cuenta el contexto de actual de aislamiento por la pandemia y las perspectivas de evolución de la economía de aquí a lo que resta del año, *si pudieras elegir, preferirías trabajar en una empresa que ponga el foco en...* (respuesta múltiple selección de las 3 más importantes)

Muestra: 1.511 casos.
Personas que no trabajan: 48,2% del total (3.134).



Randstad employer brand research 2020.



resultado
del país.



¿qué es el **randstad** employer brand research?

- Investigación representativa sobre marca empleadora basada en las percepciones del público en general. Optimizando más de 20 años de ideas exitosas sobre employer branding.
- Encuesta independiente con aproximadamente 185.000 encuestados en 33 países.
- Reflejo del atractivo del empleador de los 150 empleadores más grandes del país conocidos por al menos el 10% de la población.
- Información valiosa para ayudar a los empleadores a darle forma a la estrategia de marca empleadora.

33 países encuestados que representan más del 75% de la economía mundial.

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



● mercados encuestados

En todo el mundo

- Más de 185.000 encuestados
- 6.136 empresas relevadas

Muestra

- De 18 a 64 años
- Representativa de género
- Con una sobrerrepresentación en el grupo de edad: 25 – 44
- Constituida por estudiantes, trabajadores activos y desempleados

País

- 4.570 personas encuestadas

Trabajo de campo

- Entrevistas realizadas online
- Entre el 30 de diciembre de 2019 y el 13 de enero de 2020

Duración de la entrevista

- 16 minutos

¿cómo se realiza el estudio?

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

Se le muestra a los participantes 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 sobre las marcas empleadoras más y menos conocidas.

factores (drivers)

Cada empresa es evaluada en cuanto a:

- 01 Buena situación financiera
- 02 Uso de las tecnologías
- 03 Muy buena reputación
- 04 Seguridad laboral
- 05 Oportunidades de desarrollo profesional
- 06 Responsabilidad social
- 07 Trabajo interesante
- 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.



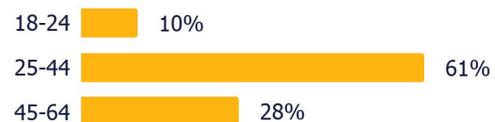
composición de la muestra en Argentina

datos sociodemográficos.

género



edad



educación



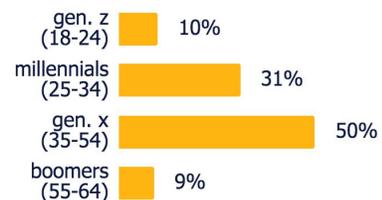
situación laboral



región



generación

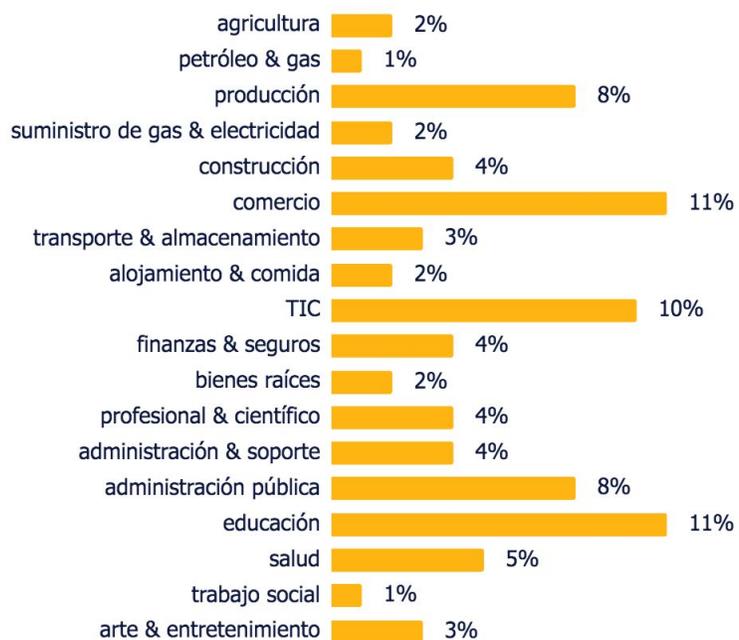


muestra total: 4.570
trabajo de campo: 30 de dic. de 2019 / 13 de ene. de 2020

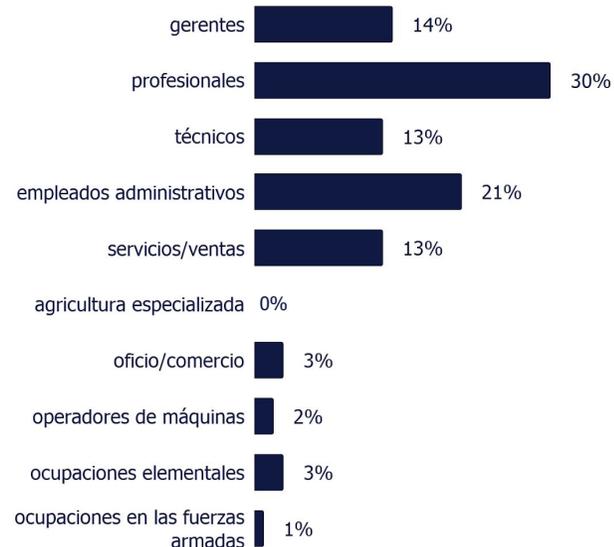


composición de la muestra en Argentina. perfil ocupacional.

sector



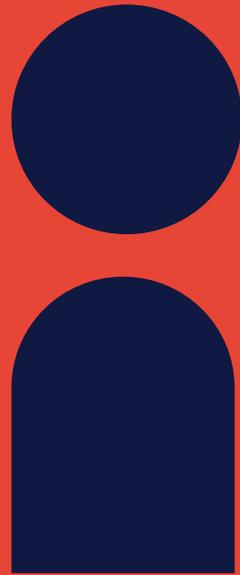
función



base: empleados actualmente (n=3.625)



factores (drivers) de la PVE



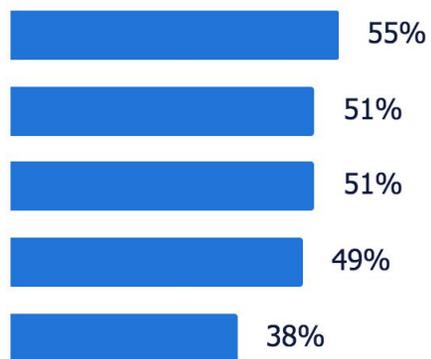
Argentina.

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

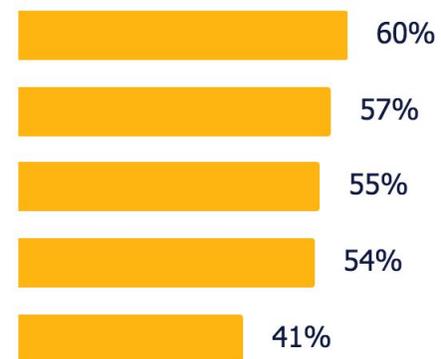
los 5 criterios más importantes Argentina 2020



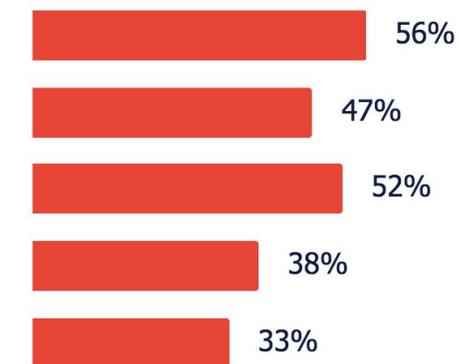
Argentina 2019



Argentina 2018



Latinoamérica 2020



[hacé clic aquí](#) para obtener un desglose de todos los resultados por perfil sociodemográfico y tendencias de los últimos 5 años.



expectativa vs. percepción de la oferta 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.	percepción general de los empleadores en argentina.	perfil del empleador ideal.
1 Seguridad laboral	1 Buena situación financiera	1 Salario & beneficios atractivos
2 Muy buena reputación	2 Muy buena reputación	2 Ambiente de trabajo agradable
3 Trabajo interesante	3 Uso de las tecnologías más recientes	3 Desarrollo profesional
4 Ambiente de trabajo agradable	4 Seguridad laboral	4 Seguridad laboral
5 Equilibrio vida familiar & profesional	5 Salario & beneficios atractivos	5 Equilibrio vida familiar & profesional
6 Buena situación financiera	6 Desarrollo profesional	6 Responsabilidad social
7 Desarrollo profesional	7 Trabajo interesante	7 Trabajo interesante
8 Salario & beneficios atractivos	8 Ambiente de trabajo agradable	8 Buena situación financiera
9 Uso de las tecnologías más recientes	9 Equilibrio vida familiar & profesional	9 Uso de las tecnologías más recientes
10 Responsabilidad social	10 Responsabilidad social	10 Muy buena reputación



expectativa vs. percepción de la oferta en Argentina.

Es posible que la oferta de los empleadores en cada país no siempre coincida con lo que los trabajadores están buscando. A continuación, podrás observar los 3 atributos principales que los trabajadores buscan, pero que creen que los empleadores no ofrecen de manera suficiente.

los 3 factores principales de la brecha

- 1 Salario & beneficios atractivos
 - 2 Ambiente de trabajo agradable
 - 3 Desarrollo profesional
-



qué buscan los trabajadores argentinos según el perfil generacional.

gen. z (18-24)

47%

busca flexibilidad en su empleador. Esta cifra es más alta en comparación con la gen. x (41%) y los boomers (36%).

millennials (25-34)

58%

de los millennials busca oportunidades de desarrollo profesional. Sin embargo, los boomers están menos interesados en esta oferta por parte de su empleador (50%).

gen. x (35-54)

45%

considera que el equilibrio entre la vida familiar & profesional es un factor de motivación muy importante hacia un empleador. Sin embargo, este factor se considera menos importante entre la gen. z, los millennials y los boomers (47%, 51% y 50%, respectivamente).

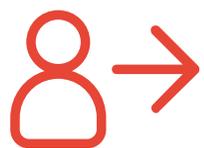
boomers (55-64)

25%

de los boomers se siente atraído por las compañías con visión de futuro y expertas en tecnología, y considera que el uso de las tecnologías más recientes es un atributo muy importante. Esto no es tan así entre los millennials (14%) y la gen. x (15%).



atributos importantes según el tipo de contrato.



19%

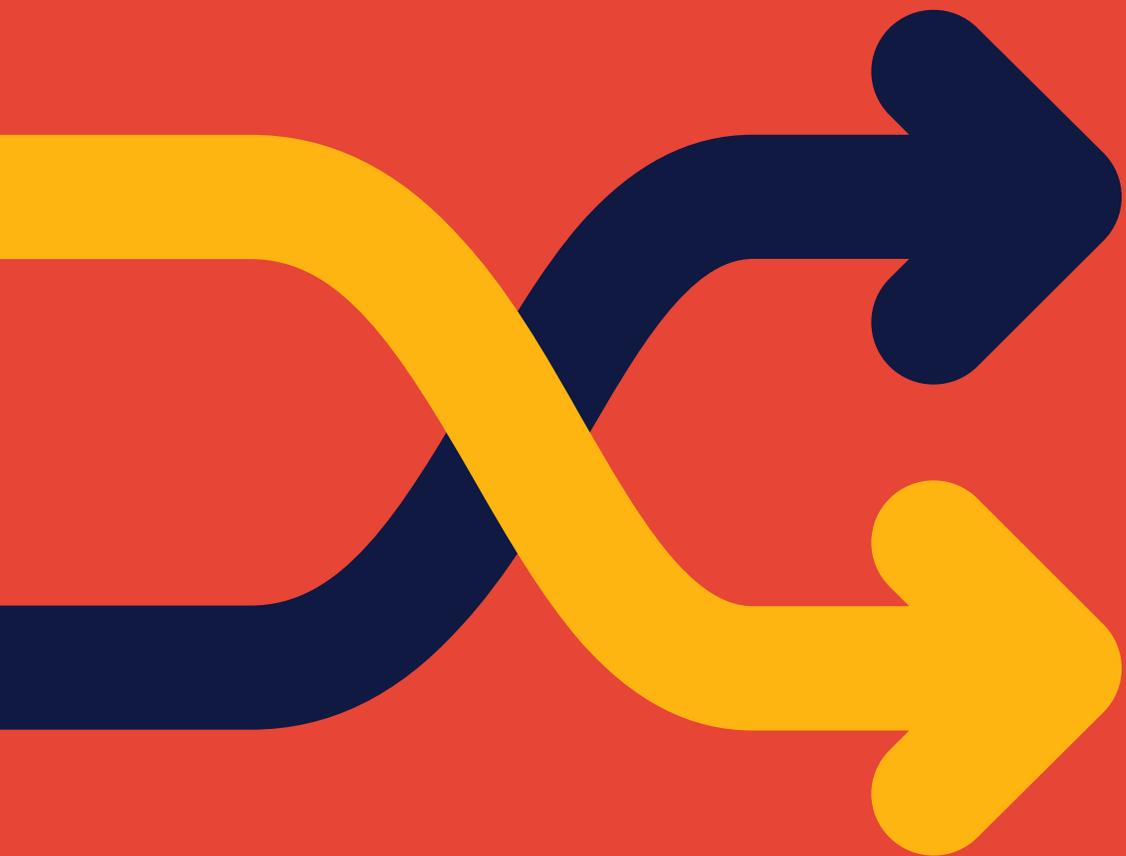
del personal actual
trabaja medio tiempo.
(menos de 30 horas por semana)

los atributos más importantes.



● trabajadores de medio tiempo ● trabajadores de tiempo completo





¿qué factores
hacen que los
argentinos
decidan quedarse
o irse de una
empresa?

cambio de empleador.

Argentina vs. Latinoamérica.

personas que cambiaron de empleador durante el 2019.



personas que se quedaron con su empleador durante el 2019.



personas que planean cambiar de empleador durante el próximo año.



los atributos más importantes.

empleados que cambian de empresa vs.
empleados que se quedan en su empresa
actual.

2019
19%



2020
15%

personas que cambiaron de
empleador durante el 2019.

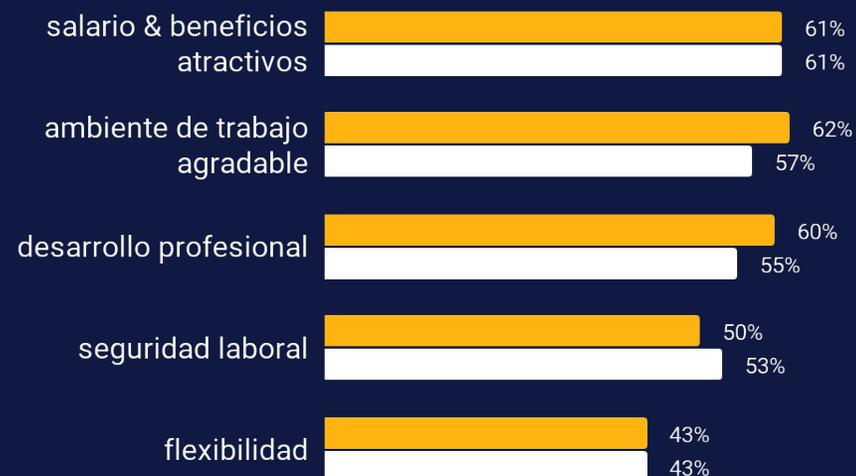
2019
81%



2020
85%

personas que se quedaron con
su empleador durante el 2019.

los atributos más importantes



● personas que cambiaron de empleador durante el año pasado

● personas que se quedaron con su empleador durante el año pasado



los atributos más importantes.

quienes planean cambiar de empleador durante el próximo año.

2019

35%



2020

36%

personas que planean cambiar de empleador durante el próximo año.



● 2020

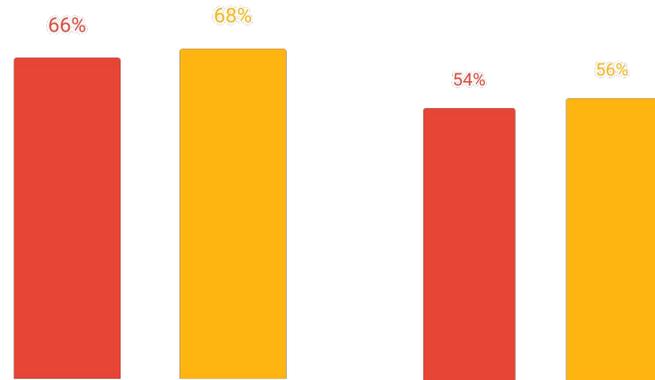
● 2019



¿qué factores hacen que los argentinos piensen o decidan irse de una empresa?

razones financieras.

% que está (completamente) de acuerdo con la afirmación "Cambié de trabajo o planeo hacerlo" debido a:



el salario es más bajo que en otros lugares

los beneficios adicionales son menos atractivos que en otros lugares

● personas que cambiaron de empresa

● personas que planean cambiar de empresa

Argentina

66%

se va o planea hacerlo debido a un salario más bajo en comparación con otros lugares.

54%

se va o planea hacerlo debido a beneficios adicionales menos atractivos en comparación con otros lugares.

Latinoamérica

58%

se va o planea hacerlo debido a un salario más bajo en comparación con otros lugares.

57%

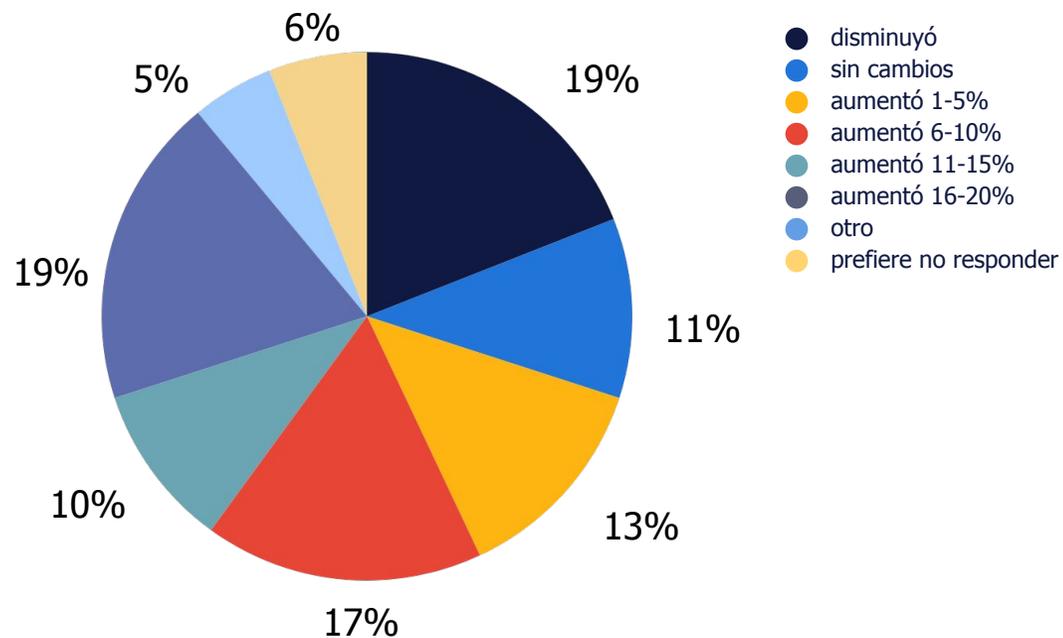
se va o planea hacerlo debido a beneficios adicionales menos atractivos en comparación con otros lugares.



cambiar por un salario más alto.

1 de cada 3 personas que cambian de empresa obtiene un aumento salarial entre 1 y 10%.

salario después del cambio



Argentina

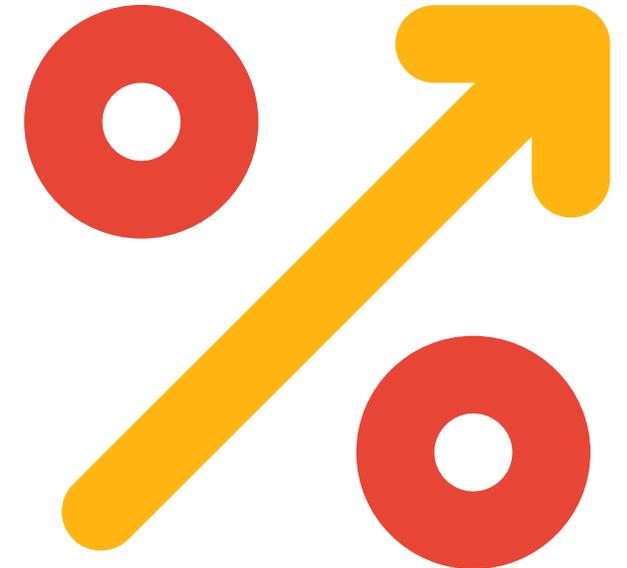
30%

de los empleados que cambiaron de empresa por un salario más alto, en otro lugar percibieron un aumento salarial entre 1% y 10%.

Latinoamérica

33%

de los empleados que cambiaron de empresa por un salario más alto, en otro lugar percibieron un aumento salarial entre 1% y 10%.



¿qué factores hacen que los argentinos piensen o decidan irse de una empresa?

razones emocionales.

% que está (completamente) de acuerdo con la afirmación "Cambié de trabajo o planeo hacerlo" debido a:

Argentina

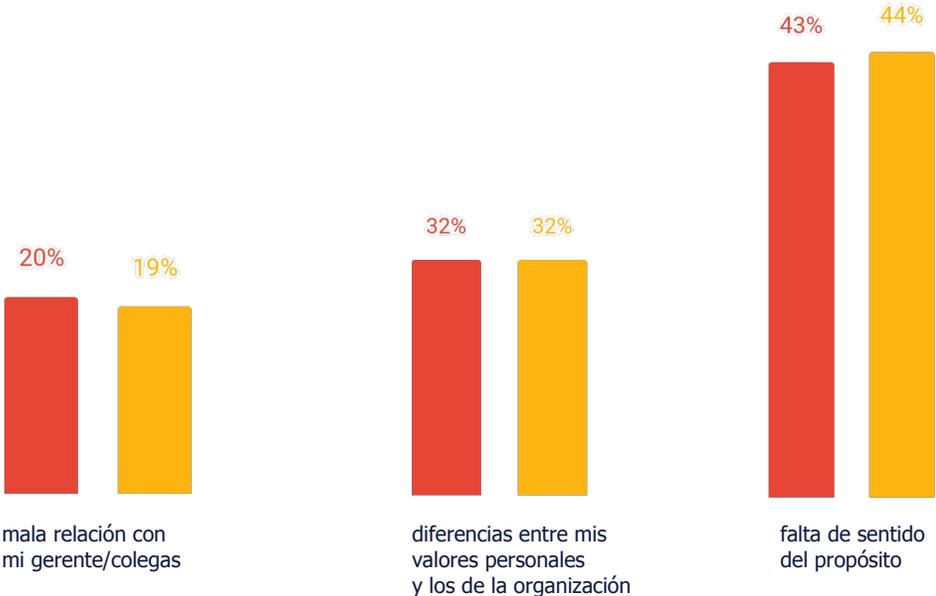
79%

considera que los beneficios no monetarios son importantes.

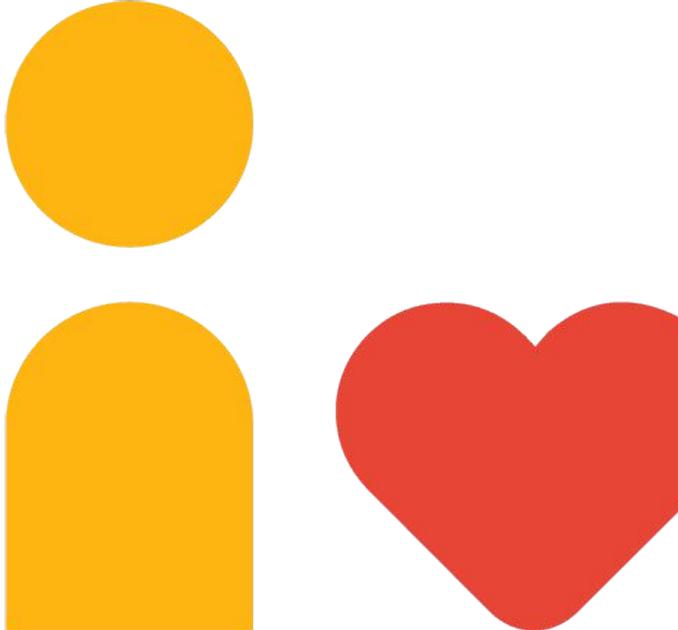
Latinoamérica

80%

considera que los beneficios no monetarios son importantes.



● personas que cambiaron de empresa ● personas que planean cambiar de empresa



¿qué factores hacen que los argentinos piensen o decidan irse de una empresa? según el perfil.



salario más bajo que en otros lugares

69%

de la **gen. x** probablemente decidan cambiar de empleador si reciben un salario más alto en otro lugar. Esta cifra es más alta en comparación con la gen. z (55%) y los boomers (56%).

beneficios adicionales menos atractivos

58%

de la **gen. x** probablemente decidan cambiar de empleador si los beneficios adicionales ofrecidos por otros empleadores son más atractivos. Esta cifra es más alta que dentro de la gen. z (45%).

mala relación con el gerente

22%

de los **millennials** están de acuerdo en que una mala relación con su gerente es una razón seria para considerar trabajar en otro lugar. Esta cifra es más alta en comparación con la gen. z (15%).

diferencias entre los valores personales y organizacionales

33%

de los **millennials** y la **gen. x** cambiarían de empleador si los valores de la organización no coinciden con sus valores personales. Esta cifra es más alta que dentro de la gen. z (25%).

falta de sentido del propósito

45%

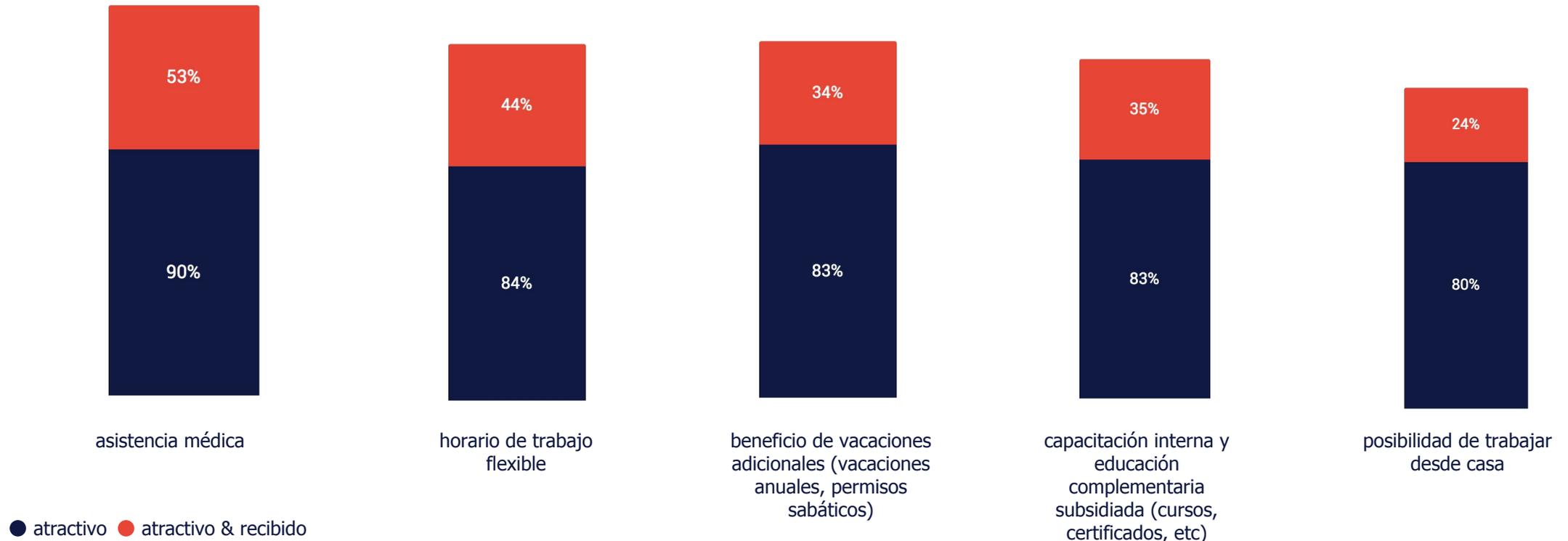
de los **millennials** y la **gen. x** podrían cambiar o haber cambiado de empleador si no tienen un sentido del propósito en su trabajo. Esta cifra es más alta en comparación con la gen. z (35%) y los boomers (30%).

beneficios
más valorados por
los trabajadores
argentinos.



beneficios que los trabajadores argentinos valoran vs. los recibidos.

los 5 beneficios más atractivos & recibidos



[hacé clic aquí](#) para ver los resultados completos.



¿cuáles son los beneficios más atractivos para los argentinos? según perfil generacional.

gen. z (18-24)

71%

considera que el seguro de vida colectivo es un beneficio laboral atractivo. Esta cifra es más alta en comparación con la gen. x (60%).

gen. x (35-54)

90%

considera que la asistencia médica es un beneficio laboral atractivo.

millennials (25-34)

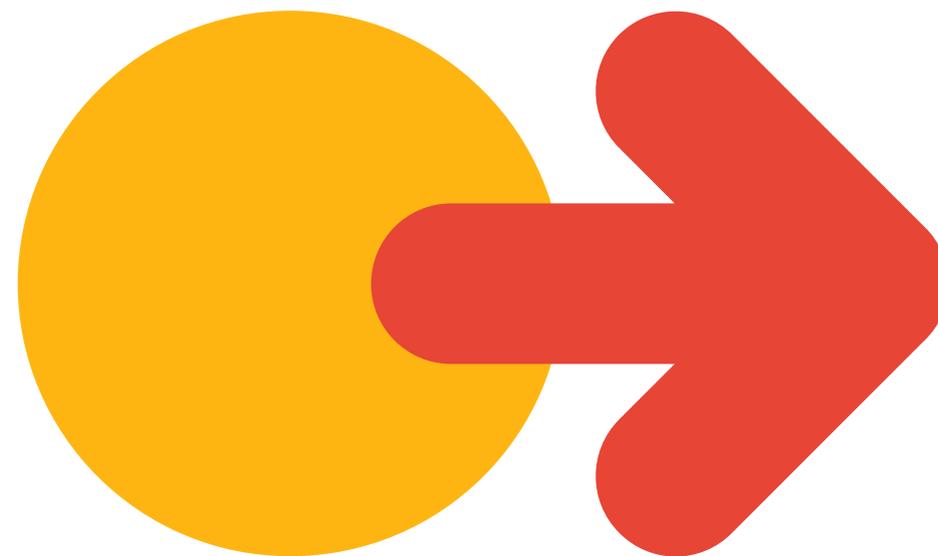
83%

considera que la posibilidad de trabajar desde casa es un beneficio laboral atractivo. Esta cifra es más alta en comparación con la gen. z (70%) y los boomers (74%).

boomers (55-64)

55%

considera que el teléfono corporativo es un beneficio laboral atractivo. Esta cifra es más alta en comparación con los millennials (38%) y la gen. x (43%).



perspectivas



de los sectores.

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



awareness alto

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 empleadores más importantes según el sector.

1/2

sector	las 3 mejores empresas		
	1	2	3
01 gobierno	Gobierno de la Nación	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	Gobierno de la Provincia de Buenos Aires
02 laboratorios	Bayer	Roemmers	Laboratorios Raffo
03 industria automotriz	Toyota	Mercedes-Benz	Volkswagen
04 viajes & turismo	Aerolíneas Argentinas	LATAM	Despegar.com
05 software & IT	IBM	Mercado Libre	Hewlett Packard
06 industria metalúrgica	Tenaris	Ternium	Techint
07 petróleo	YPF	Pampa Energía	Pan American energía
08 transporte & logística	Aeropuertos Argentina 2000	Aerolíneas Argentinas	LATAM
09 energía	YPF	Pampa Energía	Pan American energía
10 consultoría	IBM	Accenture	PWC Argentina
11 banca & finanzas	BBVA Banco Francés	Galicia	Banco Santander Río



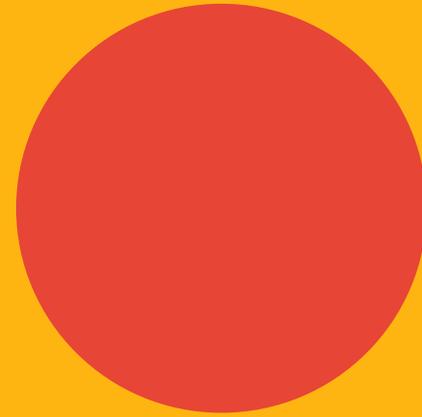
los empleadores más importantes según el sector.

2/2

sector	las 3 mejores empresas		
	1	2	3
12 consumo masivo	Nestlé	Arcor	Unilever
13 fabricación de calzado e indumentaria	Alpargatas (Topper)	Blue Star Group (Todo Moda, Isadora)	
14 producción	Tenaris	Ternium	Techint
15 salud	Osde	Swiss Medical	Galeno
16 medios	Televisión Federal (Telefe)	Grupo Clarín (Clarín, Artear, Mitre)	DIRECTV
17 servicios	Sodexo	Prosegur	
18 agroindustria & producción primaria	Bunge	Cargill	Syngenta
19 telecomunicaciones	Telecom (Telecom, Personal)	Telefónica (Telefonica, Movistar)	Claro
20 seguros	Grupo Sancor (Sancor Seguros - Prevención ART)	San Cristóbal Seguros	La Segunda Seguros
21 retail	Mercado Libre	Falabella (Falabella & Sodimac)	Farmacity
22 trabajo en plataformas	Pedidos Ya		



los mejores
empleadores.



ranking de los mejores empleadores en Argentina.

top 5 de los mejores empleadores en 2020

- 01 Aeropuertos Argentina 2000
- 02 Toyota
- 03 Aerolíneas Argentinas
- 04 Mercedes-Benz
- 05 LATAM Airlines

top 5 de los mejores empleadores en 2019

- 01 LATAM Airlines
 - 02 Arcor
 - 03 Mercedes-Benz
 - 04 Aerolíneas Argentinas
 - 05 Toyota
-

las mejores empresas de Argentina.

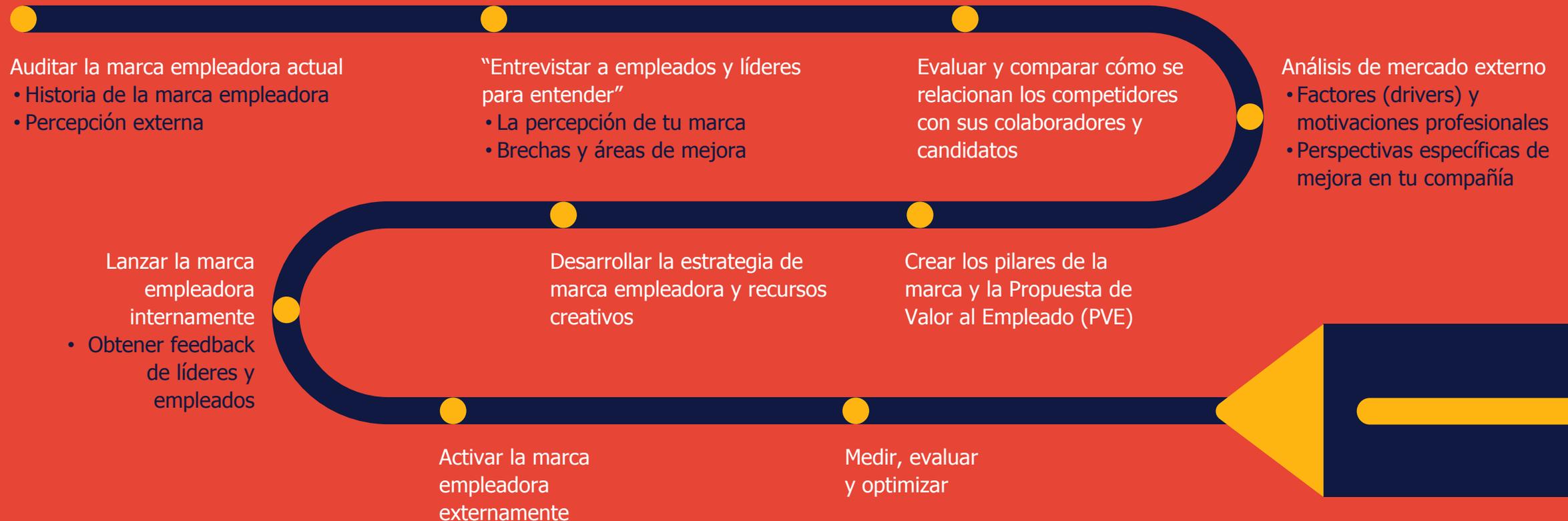
los 3 factores (drivers) más importantes de la PVE,
del Top 5 de empresas.

las 5 mejores empresas	1	2	3
1 Aeropuertos Argentina 2000	uso de las tecnologías más recientes	trabajo interesante	buena situación financiera
2 Toyota	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
3 Aerolíneas Argentinas	trabajo interesante	salario & beneficios atractivos	uso de las tecnologías más recientes
4 Mercedes-Benz	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
5 LATAM Airlines	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación

los empleadores más importantes según el factor (driver) de la PVE.

factor (driver) de la PVE	1	2	3
salario & beneficios atractivos	IBM	Mercedes-Benz	Toyota
oportunidades de desarrollo profesional	IBM	Techint	Mercedes-Benz
buena situación financiera	Toyota	Mercedes-Benz	Coca-Cola FEMSA
responsabilidad social	Nestlé	Swiss Medical	Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
trabajo interesante	IBM	Toyota	Globant
seguridad laboral	Banco Nación	IBM	Mercedes-Benz
ambiente de trabajo agradable	IBM	Globant	Toyota
uso de las tecnologías más recientes	IBM	Hewlett Packard	Mercedes-Benz
muy buena reputación	IBM	Mercedes-Benz	Toyota
equilibrio vida familiar & profesional	Mercado Libre	IBM	Mercedes-Benz

pasos para la construcción de una marca empleadora destacada.



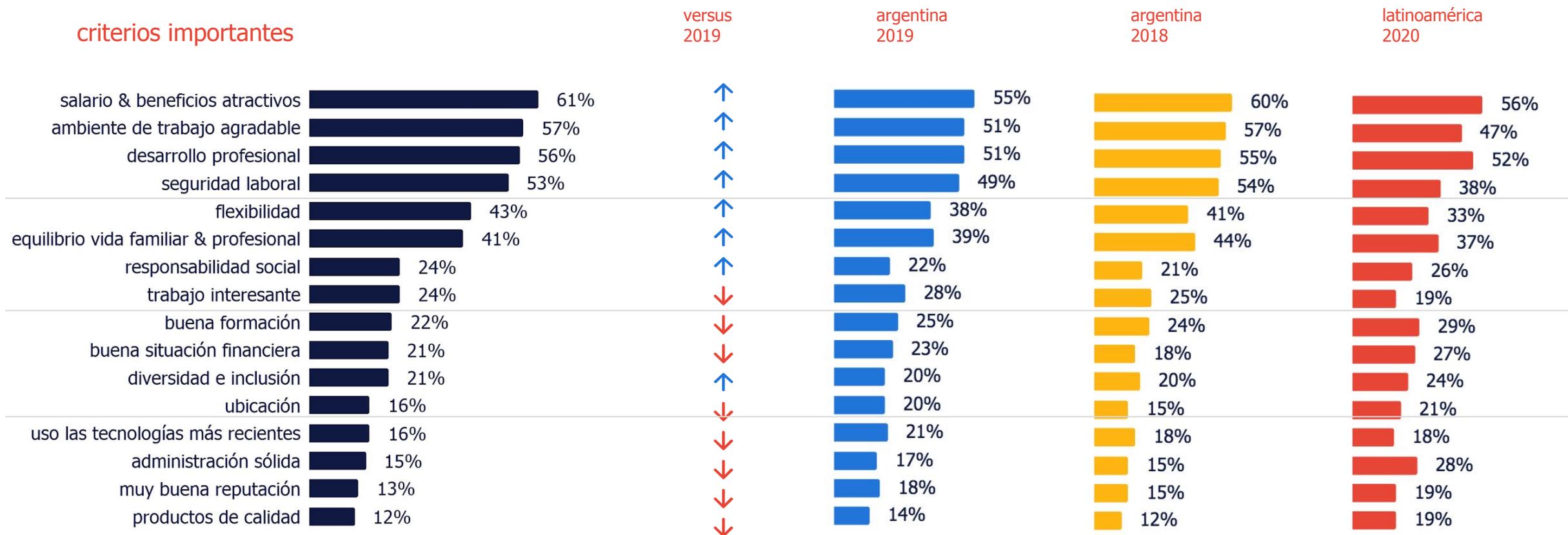
inmersión profunda apéndice 1.



¿qué buscan los trabajadores argentinos?

atributos relevantes para empleados y candidatos.

critérios importantes



Las características más valoradas por los trabajadores. Hacer hincapié en estos elementos o mejorarlos es fundamental para tu PVE porque contribuyen más a la solidez de tu marca empleadora.



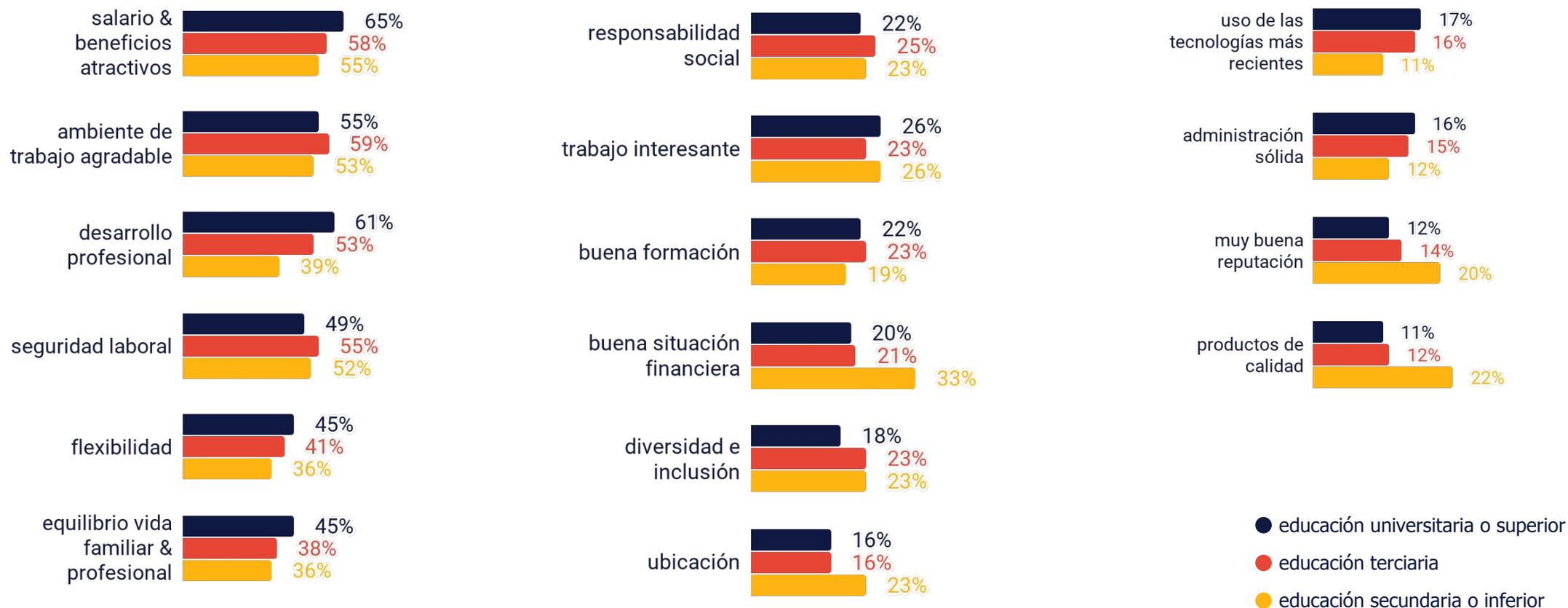
importancia de los factores (drivers) de la PVE según género.



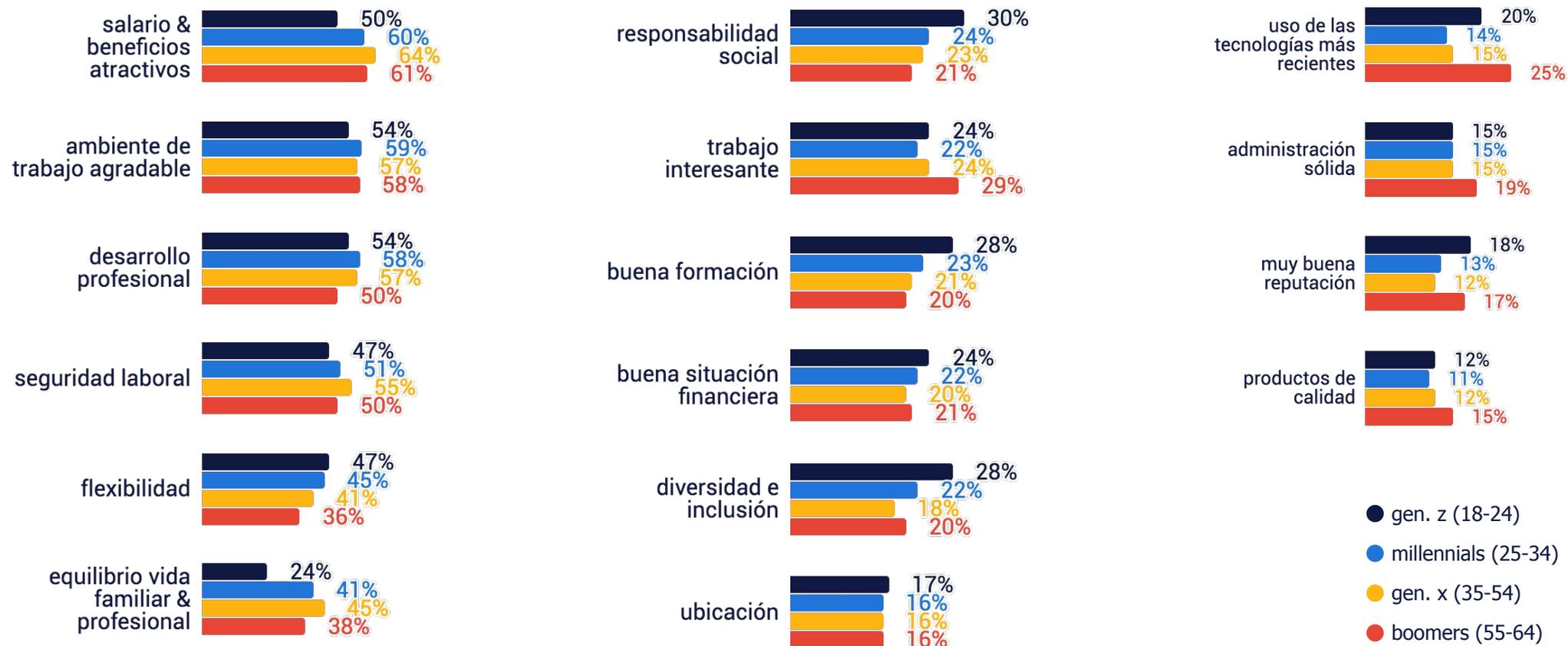
● masculino
● femenino



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

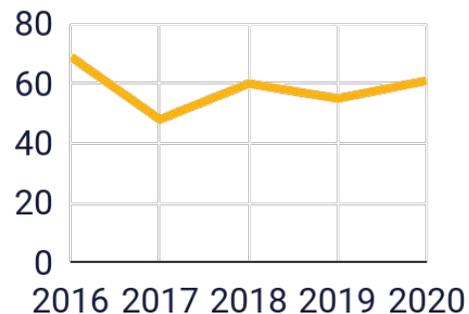


importancia de los factores (drivers) de la PVE según edad.



importancia de los factores (drivers) de la PVE tendencias.

salario & beneficios
atractivos



ambiente de trabajo
agradable



desarrollo profesional



seguridad laboral



flexibilidad



equilibrio vida familiar
& profesional



responsabilidad social



trabajo interesante*



*2017: trabajo estimulante y desafiante



importancia de los factores (drivers) de la PVE tendencias.

buena formación



buena situación financiera



diversidad e inclusión



ubicación



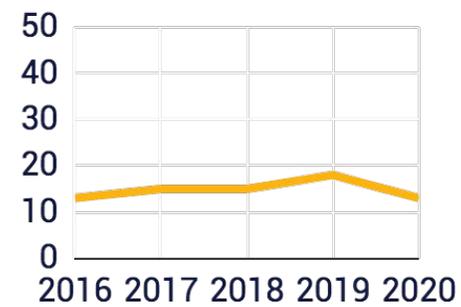
uso de las tecnologías más recientes



administración sólida



muy buena reputación*



productos de calidad



*antes de 2017: imagen fuerte/valores sólidos

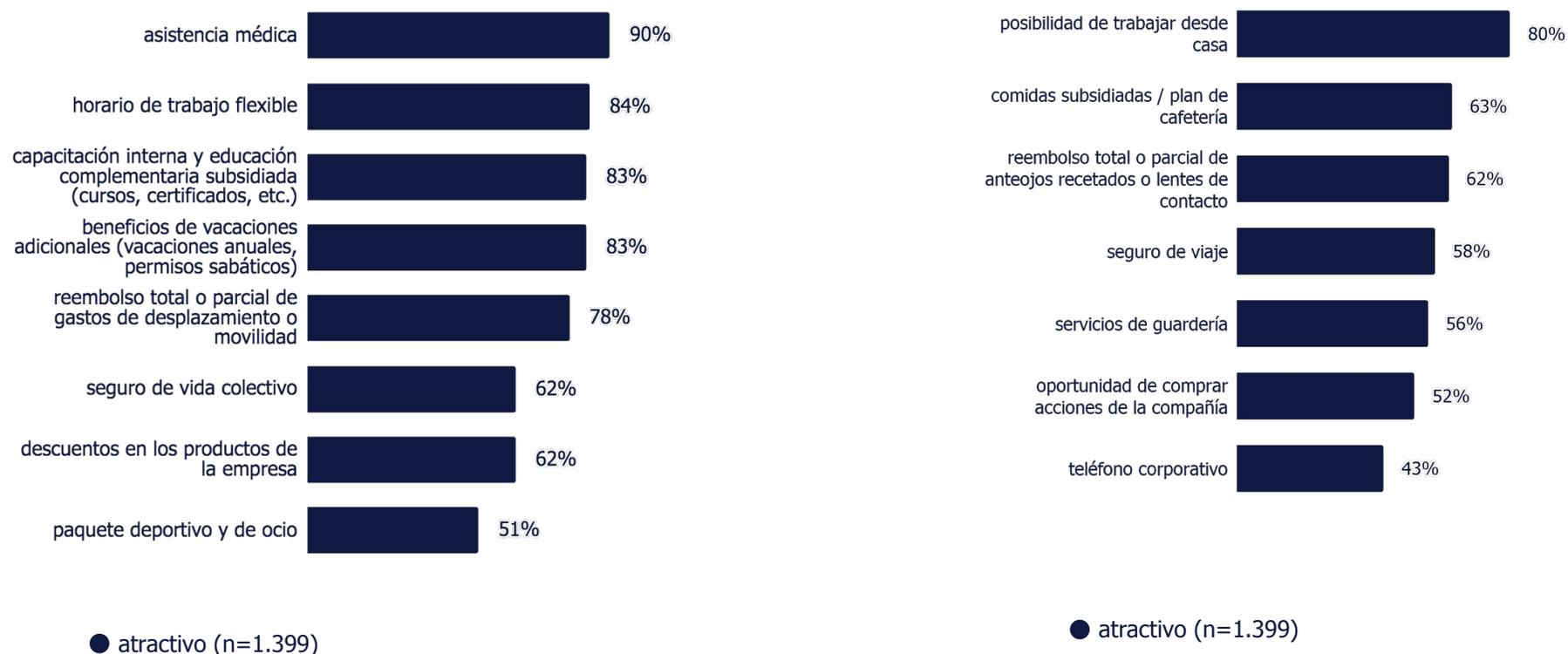


inmersión profunda empleadores. apéndice 2.



beneficios atractivos para los trabajadores argentinos.

beneficios atractivos



*los 15 beneficios se mostraron al azar en dos grupos de 8 y 7 beneficios, respectivamente; cada grupo al 50% de la muestra. Para cada gráfico de barras, la base son los encuestados que están empleados y recibieron ese grupo particular en la pantalla.



¿cómo buscan empleo los argentinos?

canales utilizados para encontrar nuevas oportunidades laborales

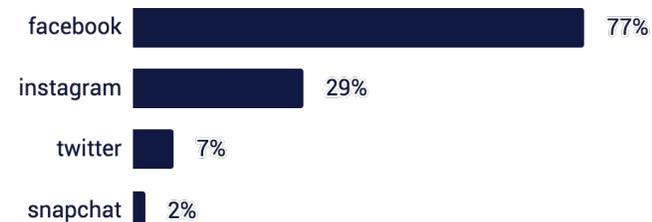


*zonajobs, bumeran, trabajando.com, empleos clarín, indeed.com.ar, jobisjob.com.ar, trovit, jobsmart.com.ar

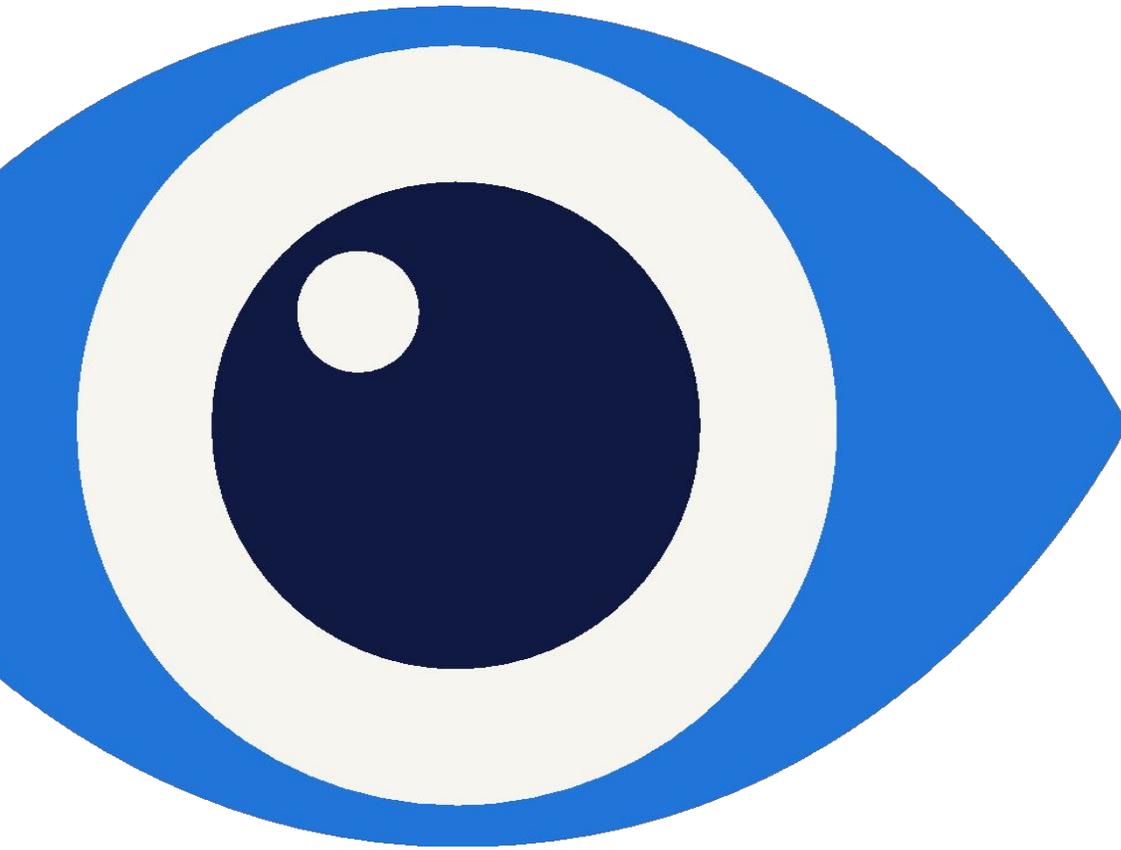
● 2020

● 2019

canales utilizados para encontrar nuevas oportunidades laborales inmersión profunda: redes sociales



expectativa vs. percepción de la oferta 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 es una oportunidad valiosa para la construcción de una estrategia de marca empleadora.

se considera que los empleadores en Argentina ofrecen.

se considera que los empleadores en Latinoamérica ofrecen.

1 buena situación financiera

1 buena situación financiera

2 muy buena reputación

2 uso de las tecnologías más recientes

3 uso de las tecnologías más recientes

3 muy buena reputación

4 seguridad laboral

4 desarrollo profesional

5 salario & beneficios atractivos

5 salario & beneficios atractivos

6 desarrollo profesional

6 ambiente de trabajo agradable

7 trabajo interesante

7 trabajo interesante

8 ambiente de trabajo agradable

8 seguridad laboral

9 equilibrio vida familiar & profesional

9 equilibrio vida familiar & profesional

10 responsabilidad social

10 responsabilidad social

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

1/2

sector	los 3 factores (drivers) más importantes de la PVE		
	1	2	3
01 gobierno	seguridad laboral	buena situación financiera	trabajo interesante
02 laboratorios	buena situación financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
03 industria automotriz	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
04 viajes & turismo	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
05 software & IT	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
06 industria metalúrgica	buena situación financiera	uso las tecnologías más recientes	muy buena reputación
07 petróleo	buena situación financiera	uso las tecnologías más recientes	salario & beneficios atractivos
08 transporte & logística	buena situación financiera	muy buena reputación	trabajo interesante
09 energía	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	salario & beneficios atractivos
10 consultoría	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
11 banca & finanzas	buena situación financiera	muy buena reputación	salario & beneficios atractivos

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

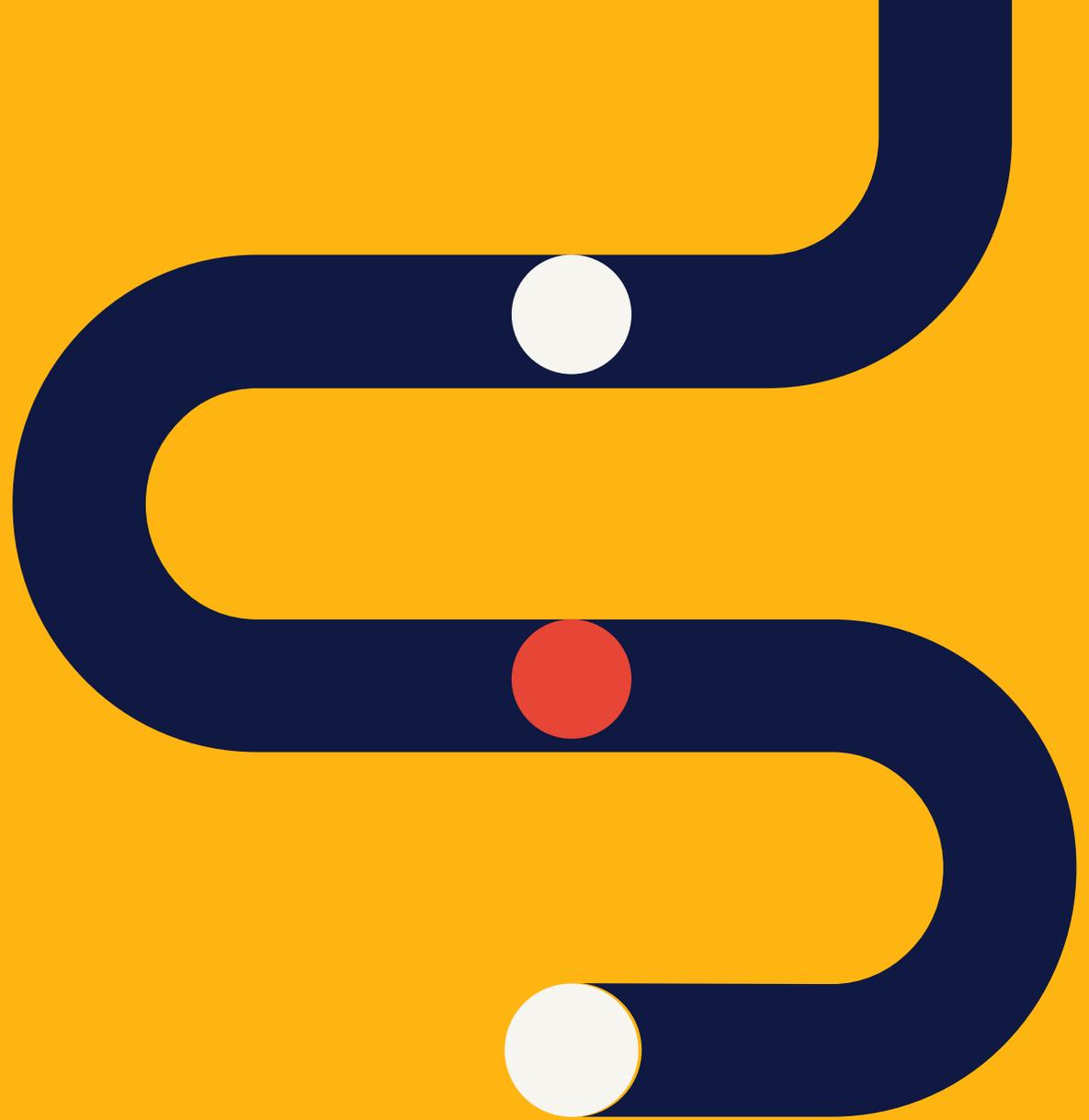
2/2

		los 3 factores (drivers) más importantes de la PVE		
sector		1	2	3
12	fabricación de calzado e indumentaria	buena situación financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
13	fabricación de calzado e indumentaria	buena situación financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
14	producción	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
15	salud	buena situación financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
16	medios	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
17	servicios	buena situación financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
18	agroindustria & producción primaria	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	salario & beneficios atractivos
19	telecomunicaciones	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación
20	seguros	buena situación financiera	muy buena reputación	seguridad laboral
21	retail	buena situación financiera	muy buena reputación	uso de las tecnologías más recientes
22	trabajo en plataformas	buena situación financiera	uso de las tecnologías más recientes	muy buena reputación



metodología.

apéndice 3.

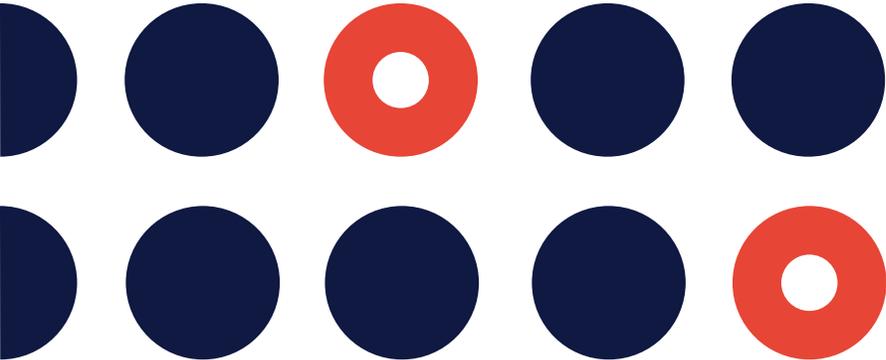


metodología.

¿por qué un muestreo inteligente?

Desde el REBR 2017 las empresas son evaluadas por 140 a 400 encuestados. El número real de evaluaciones por empresa depende del awareness de la empresa.

El margen de error está determinado por el % de encuestados que dan una respuesta determinada y el tamaño de muestra al que se ha formulado la pregunta. El margen de error más alto ocurre cuando el 50% de los encuestados dan una respuesta determinada. El margen de error es menor cuando el 30% (o el 70%) de los encuestados dan una respuesta determinada.



ejemplo.

140 encuestados evaluaron la empresa X. De estos 140, el 50% considera que la empresa es un lugar de trabajo agradable. Teniendo en cuenta el margen de error en $n=140/50\%$, la respuesta real se encuentra entre 42% y 58%.

400 encuestados evaluaron la empresa Y y de estos 400, el 50% considera que la empresa es un lugar de trabajo agradable. Teniendo en cuenta el margen de error en $n=400/50\%$, la respuesta real se encuentra entre 45% y 55%.

1200 encuestados evaluaron la empresa Z y de estos 1200, el 50% considera que la empresa es un lugar de trabajo agradable. Teniendo en cuenta el margen de error en $n=1200/50\%$, la respuesta real se encuentra entre 47% y 53%.

Por lo tanto, la diferencia en el margen de error es muy pequeña entre $n=1200$ y $n=400$ evaluaciones por empresa (margen de 5% vs margen de 3%, como máximo). Como tal, se puede concluir que un máximo de 400 evaluaciones por empresa son suficientes para determinar un atractivo confiable por empresa.

En la práctica, esto significa que cada empresa con un awareness superior al 35% tendrá un máximo de 400 encuestados evaluando la empresa. Las empresas con un awareness inferior al 35% serán evaluadas por 140 a 400 personas (según el awareness).

encuestas adicionales

employer branding en tiempos de coronavirus.

empresas

Encuesta realizada por SEL Consultores

Campo: del 11 al 26 de Mayo del 2020

Universo: Empresas líderes de la Argentina

Entrevistados: Responsables de RRHH y compensaciones

Tamaño de la muestra: 123 empresas

Instrumento de recolección: Cuestionario semi-estructurado

trabajadores y candidatos

Encuesta realizada por Randstad Argentina

Campo: del 9 al 15 de Junio del 2020

Universo: Personas en búsqueda laboral activa

Entrevistados: Candidatos con y sin trabajo

Tamaño de la muestra: 3.134 personas

Instrumento de recolección: Cuestionario online



randstad

human forward.



randstad.com.ar/employer-branding