

AEDIPE Agrupación Centro

DOSSIER DE PRENSA

Conferencia de Juan Antonio Esteban “Cómo hacer marca desde la dirección de Recursos Humanos”

Toledo, 30 septiembre 2011



AGENDA DESTACADA

■ del 21 al 22 de octubre
Felicidad en el trabajo



www.aedipe.es

■ 20 de octubre
Human Resources Strategies



www.asmeurope.com

■ 08 de octubre
IV Foro de Coaching Organizacional



www.asociacioncoachingtransformacional.com

■ del 06 de octubre al 15 de diciembre
5º Programa Experto en Social Media Management



www.escuelaunidadeditorial.es

■ 06 de octubre
Fórmulas socialmente responsables de empleo



www.grupobic.com

■ 05 de octubre
IX Encuentro del sector editorial y elearning



www.aefol.com

■ 28 de septiembre
¿Cómo medir el impacto y la rentabilidad de la formación en la empresa?



www.altorendimientoempresarial.com

■ 27 de septiembre
El mundo casteller y la dirección de personas



AGENDA

< Septiembre de 2011 >

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

■ Cómo hacer marca desde la Dirección de Recursos Humanos

Datos del evento: 30 de septiembre, Toledo

Organiza: oro Iberoamericano de RRHH de Aedipe

www.aedipecentro.org

PROVEEDORES DE RRHH

Consultoras de Recursos Humanos y de Formación



Consultoría y Selección

Executive Search

Outplacement

Empresas de Trabajo Temporal



Outsourcing

Software de RRHH

Formación: Escuelas de negocio / Universidades



Elearning

Coaching

Outdoor Training

Formación en Idiomas

Salud Laboral



Retribución Flexible

Gestión de bonificaciones

Relocation

Convenciones

Gestión y Dirección de Contact Centers



Renting

Servicios Jurídicos

Igualdad

Desarrollo Organizacional



Recibe la **newsletter** y la **TV news** de **equipos&talento.com**

elEconomista.es | Campus

Viernes, 23 de Septiembre de 2011 Actualizado a las 10:59

[Portada](#) | [Mercados y Cotizaciones](#) | [Opinión](#) | [Empresas](#) | [Economía](#) | [Tecnología](#) | [Vivienda](#) | [Ecoley](#) | [Gestión](#) | [EcoTrader](#) | [Ecomotor](#) | [Evasión](#) | [EcoDiario](#)

[Formación y empleo](#) | [Universidades](#) | [Campus](#) | [Masters y MBA](#) | [Investigación](#) | [Emprendedores](#) | [Empleo y prácticas](#) | [F.P.](#) | [Síguenos en: Twitter](#) | [Facebook](#)

Flash de EcoAula.es

- 11:40** Construcción patrocina el Postgrado en Tecnología y Gestión de la Edificación de la Univer...
- 11:13** La Comunidad de Madrid quiere establecer un sistema de financiación universitaria por "obj...

[Ver más noticias](#)

ecoAula.es
ecoAula

#Encuentrodigital con Elena de la Mata Llord, Directora de Audentia Haz tu pregunta!
<http://t.co/vKZBUygf> Formación de directivos!
4 minutes ago · reply · retweet · favorite

#Sabiasque hay un #Postgrado en #Tecnología y Gestión de la #Edificación de la Universidad de Cantabria <http://t.co/ryilpTOD> @ucantabria
13 minutes ago · reply · retweet · favorite

En menos de media hora comienza el #encuentrodigital sobre formación de directivos Aun puedes hacer tu pregunta <http://t.co/vKZBUygf>

[twitter](#) Join the conversation

Create an account or **inicia sesión** to see what your friends like.

EcoAula en Facebook
Me gusta Confirmar Te gusta esto. 1 administradores Te gusta esto. 1 administradores

EcoAula
#Encuentrodigital con Elena de la Mata Llord, Directora de Audentia Haz tu pregunta! Formación de directivos!
Hace 4 minutos

EcoAula
En menos de media hora comienza el #encuentrodigital sobre formación de directivos Aun puedes hacer tu pregunta
[Haz tu pregunta!](#)

Plug-in social de Facebook



El Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe, en la Universidad de Castilla La Mancha

elEconomista.es | 23/09/2011 - 10:59 | 0 Comentarios

Impartida por Juan Antonio Esteban, presidente del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe, presidente de Aedipe Centro y director de RRHH del grupo ALSA, en la Universidad de Castilla La Mancha (UCLM), en Toledo, el viernes 30 de septiembre a las 10:30 horas.



La ponencia del presidente de Aedipe Centro es una de las conferencias del Seminario "Inteligencia

Emocional: un nuevo paradigma en liderazgo y relaciones laborales" que se desarrollará en Toledo del 26 al 30, organizado por la UCLM y la Cámara Oficial Española de Comercio de Chile, con la colaboración del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe, Management&Research, la Cátedra de Estudios Cooperativos de la Fundación Caja Rural de Toledo y Otic Proforma. El Seminario forma parte de los actos de clausura de una misión comercial hispano chilena.



Comentarios 0

Deja tu comentario

Comenta las noticias de elEconomista.es como usuario genérico o utiliza tus cuentas de Facebook o Google Friend Connect para garantizar la identidad de tus comentarios:

[Regístrate aquí](#) para comentar como usuario

Usuario
 Facebook
 Friend Connect

Comentario:

Nombre:

e-mail:

[Inicio](#) | [Actualidad](#) | [En profundidad](#) | [Gestión del talento](#) | [Premios](#) | [El consultor](#) | [Recursos](#) | [Directorio](#) | [Fondo editorial](#) | [Tienda](#)

LOS RR.HH AL DÍA

"Hacer marca debe ser una de las principales prioridades de Recursos Humanos"

Capital Humano, N.º 258, 5 Oct. 2011, Editorial WOLTERS KLUWER ESPAÑA

Juan Antonio Esteban, presidente del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe, y presidente de la Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas Aedipe Centro, ha expuesto su opinión sobre cómo hacer marca desde la Dirección de Recursos Humanos en una conferencia impartida en la Universidad de Castilla La Mancha (UCLM).

0 comentarios

La creación de valor hacia los empleados a través de estrategias de marca debe ser una de las principales prioridades, si no la que más, que deben gestionar en los departamentos de recursos humanos. Esto no es una preocupación nueva, pero hoy en día se ha convertido en una cuestión crítica, afirma Juan Antonio Esteban.

El presidente de Aedipe Centro ha comentado que las empresas están viviendo un proceso de crisis acompañada de una profunda pérdida de confianza. Ahora se enfrentan con otras dificultades como el acceso al dinero, las restricciones de los consumidores, y la necesidad de gestionar empleados enormemente decepcionados.

Por su parte, los trabajadores quieren que las empresas les proporcionen un espacio de desarrollo, dando más valor a la dedicación cualitativa que a la cuantitativa. Sin discusión, ha habido un gran cambio en los valores, señala. En su opinión, como los consumidores externos de productos o servicios, los trabajadores se han vuelto más poderosos, más informados, más exigentes y menos fieles.

Es absolutamente prioritario gestionar el compromiso de los empleados, afirma, y añade que el argumento de la escasez defiende esta necesidad. En la actualidad, si el talento es escaso, el compromiso lo es más todavía.

También se han alterado los términos del contrato psicológico, según Juan Antonio Esteban, y sobre las empresas cae la responsabilidad de generar en los entornos organizativos las condiciones para que los empleados sientan identificación entre sus valores y las empresas en las que trabajan, porque sólo de esta manera estarán dispuestos a poner a disposición de las organizaciones lo mejor de sí mismos.

Antes las empresas pedían fidelidad y ofrecían estabilidad; ahora, las empresas necesitan flexibilidad en sus empleados y a cambio deben garantizar empleabilidad, añade.

Y esto porque un cambio imparable es el de las relaciones de empleo: éstas nunca volverán a ser como antes, pues las empresas no volverán a ampliar sus estructuras, los trabajos disponibles exigirán el reciclaje e incluso la reinversión personal permanente. Esta situación refuerza el ciclo, pues los empleados deberán ser, más que nunca, los dueños de sus propias carreras profesionales.

La segunda razón para desarrollar una marca sólida, según Juan Antonio Esteban, es la necesidad de crear y mantener culturas fuertes. Las organizaciones que comparten una cultura sólida, asentada, pueden encarar y sobrevivir a las crisis con más garantías.

El tercer motivo es la necesidad de gestionar los riesgos. Las redes sociales y los medios producen un efecto altavoz tan importante que generan una gran vulnerabilidad, a través de ellos los empleados pueden manifestar sus insatisfacciones. Por lo tanto, aunque es más importante que nunca la manera en la que las personas actúan en sus organizaciones, el refuerzo del compromiso se convierte en una necesidad vital, según Esteban.

Reconoce que el compromiso, aunque se manifiesta en comportamientos visibles, tiene un componente subjetivo que acrecienta la dificultad de su gestión, y afirma que la guerra por el talento ha pasado a ser la guerra por el compromiso, y el campo de batalla es virtual, lo intangible tiene más peso que lo tangible.

Afirma también que si estamos hablando de satisfacción de necesidades, estamos hablando de

TE PUEDE INTERESAR

[El Cierre Fiscal y Contable \(Suscripción\)](#)

[Casos prácticos del PGC y PGC PYMES y sus implicaciones fiscales](#)

[Básico Haciendas Locales](#)

[Todo Sociedades Mercantiles](#)

[Manual de Formación en Prevención de Riesgos Laborales. Curso Básico](#)

+ LO MÁS

[Esta semana](#) [Todo](#)

[+ Visto](#) [+ Valorado](#) [+ Recomendado](#)

- [1. Marketing y RR.HH. unidos para atraer y mantener el talento](#)
- [2. NH Hoteles: Una política de Employer Branding que incide en los resultados empresariales](#)
- [3. Los incentivos deben compensar los resultados y los comportamientos](#)
- [4. No es cuestión de reinventar la rueda sino de aprender a utilizarla](#)
- [5. Leroy Merlin, un modelo de comunicación interna construido desde el negocio y para el negocio](#)

AGENDA

[Todo](#) [Eventos](#) [Fiscal](#) [Laboral](#)

- [1. Cómo transformar las Organizaciones para la Competitividad y la Productividad](#)
Barcelona, del 18/10/2011 al 20/10/2011

estrategias de marketing y que aunque la relación entre las funciones de recursos humanos y de marketing sólo está dando sus primeros pasos, la fuerza de los hechos está demostrando que la aplicación de conceptos, estrategias y herramientas de marketing a los mercados laborales internos y externos son un elemento fundamental al alcance de los departamentos de recursos humanos para atraer y fidelizar. Las empresas que no prioricen el cuidado de las relaciones, el estilo de dirección clima laboral, o la atención al empleado y sus familias, tendrán dificultades para atraer y retener el talento que necesitan, afirma.

En esta tarea, 3 deben ser los ejes de actuación, según el presidente del Foro Iberoamericano de RRHH Aedipe: la gestión de los colores, o lo que es lo mismo, la capacidad para transmitir a los empleados qué es lo que celebramos aquí; la gestión de la ambigüedad (con estructuras organizativas cambiantes, procesos de externalización, diversidad en las plantillas); y la gestión de la credibilidad. Transmitir una propuesta de valor como marca exige asumir determinados compromisos que hay que verificar que se está en condiciones de demostrar. La transparencia y la honestidad son imprescindibles.

Por esto, ha finalizado afirmando que la comunicación interna ascendente y descendente es la herramienta fundamental, y recordando el libro Comunicación interna en la empresa. Claves y desafíos, recién editado por la Biblioteca AEDIPE de Recursos Humanos. Si entendemos que el liderazgo en las empresas, y que la responsabilidad para comunicar y transmitir valores debe ser compartido, tendremos aquí uno de los elementos clave para gestionar el compromiso de los empleados, que en definitiva será la llave del éxito de nuestras empresas.

COMENTARIOS

Deja un comentario

[Accede](#) o [regístrate](#) gratis para poder dejar comentarios sobre esta publicación.

Si eres suscriptor de nuestra revista, además tendrás acceso a contenidos exclusivo. [Suscríbete](#).

2. [Forum de Liderazgo y Gestión del Talento](#)
Madrid, del 18/10/2011 al 18/10/2011
3. [VI Congreso Nacional para Racionalizar los Horarios Españoles](#)
Vizcaya, del 15/11/2011 al 16/11/2011
4. [II congreso internacional de mujeres directivas](#)
Madrid, del 22/11/2011 al 23/11/2011
5. [Festivo \(Fiesta local en Adeje\)](#)
El 10/10/2011

Está pasando en edirectivos



Hace 21 horas
Susana ha escrito el post [RECIBO DE SALARIO: ¿ES VÁLIDO EL FORMATO DIGITAL?](#)



Hace 3 días
Elena ha escrito el post ["El Abc del Customer Experience" se vuelve internacional](#)



Hace 3 días
Angel ha escrito el post [¿Por que solo los Directivos acceden a la Formacion en Habilidades?](#)



Hace 3 días
Mercedes ha escrito un comentario en el grupo [Impulso motivador](#)



Hace 3 días
Assistantgroup - ha escrito el post [Servicios que puede ofrecer una Asistente Virtual](#)

Productos:

Capital Humano
Partida Doble
Especial Directivos
Estrategia Financiera
MK Marketing+Ventas
Revista Comunicación
Riesgos Laborales
Directivos Construcción
Formación
Tienda WK Empresas





Enlaces Wolters Kluwer:

Wolters Kluwer España
LA LEY
A3 Software
WK Educación
Tienda WK España
Tienda LA LEY
Tienda CISS
Tienda WK Educación
Comunidad edirectivos
Fundación Wolters Kluwer España
WK Portugal
WK Italia
WK Francia
Wolters Kluwer

Enlaces de Interés:

Sala de prensa
Revista WK Connet
WK en el mundo
Publicidad
Trabaja con nosotros
Contacto
Enlaces
Quiénes somos
Dónde estamos

Síguenos en la red:

Twitter 
Facebook 
Linkedin 
Youtube 

Aviso Legal

Política de privacidad
Requisitos del sistema
Datos de contacto
RSC y Medioambiente

© 2010 WOLTERS KLUWER ESPAÑA

En las empresas Wolters Kluwer encontrará el enfoque al cliente garantizado por nuestro sistema de calidad certificado por AENOR





Manual para Project Managers.
Cómo gestionar proyectos con éxito

Novedad editorial



edirectivos

Todos

Buscar

[Acceder a tu cuenta](#) | [Regístrate](#)

[Inicio](#) | [Tu perfil](#) | [Noticias](#) | [Agenda](#) | [Grupos](#) | [Recursos](#) | [Ponencias](#) | [Blogs](#) | [Consultas](#) | [VideoChat](#)

[Inicio](#) > [Blogs](#) > [Blog de José Antonio Carazo Muriel](#) > [Detalle de entrada](#)

"Hacer marca debe ser una de las principales prioridades de Recursos Humanos"



30 de Septiembre de 2011

Etiquetas: [marca de empleo](#)



Manual para Project Managers
Cómo gestionar proyectos con éxito

Planificación, Ejecución, Seguimiento, Control...

> [Clic aquí para + info.](#)

Novedad editorial



Juan Antonio Esteban, presidente del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe, y presidente de la Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas Aedipe Centro, ha impartido esta mañana en la Universidad de Castilla La Mancha (UCLM), en Toledo, la conferencia "Cómo hacer marca desde la Dirección de Recursos Humanos", ante cerca de 50 directores de RRHH y gerentes de empresas españolas instaladas en Chile.

En su opinión, la creación de valor hacia los empleados a través de estrategias de marca debe ser una de las principales prioridades, "si no la que más", que deben gestionar en los departamentos de recursos humanos. "Esto no es una preocupación nueva, pero hoy en día se ha convertido en una cuestión crítica", afirma.

El presidente de Aedipe Centro ha comentado que las empresas están viviendo un proceso de crisis acompañada de una profunda pérdida de confianza. "Ahora se enfrentan con otras dificultades como el acceso al dinero, las restricciones de los consumidores, y la necesidad de gestionar empleados enormemente decepcionados".

Por su parte, los trabajadores quieren que las empresas les proporcionen un espacio de desarrollo, dando más valor a la dedicación cualitativa que a la cuantitativa. "Sin discusión, ha habido un gran cambio en los valores", señala. En su opinión, como los consumidores externos de productos o servicios, los trabajadores se han vuelto "más poderosos, más informados, más exigentes y menos fieles".

"Es absolutamente prioritario gestionar el compromiso de los empleados", afirma, y añade que el argumento de la escasez defiende esta necesidad. "En la actualidad, si el talento es escaso, el compromiso lo es más todavía".

También se han alterado los términos del contrato psicológico, según Juan Antonio Esteban, y "sobre las

empresas cae la responsabilidad de generar en los entornos organizativos las condiciones para que los empleados sientan identificación entre sus valores y las empresas en las que trabajan, porque sólo de esta manera estarán dispuestos a poner a disposición de las organizaciones lo mejor de sí mismos".

"Antes las empresas pedían fidelidad y ofrecían estabilidad; ahora, las empresas necesitan flexibilidad en sus empleados y a cambio deben garantizar empleabilidad", añade.

Y esto porque un cambio imparable es el de las relaciones de empleo: "éstas nunca volverán a ser como antes, pues las empresas no volverán a ampliar sus estructuras, los trabajos disponibles exigirán el reciclaje e incluso la reinención personal permanente. Esta situación refuerza el ciclo, pues los empleados deberán ser, más que nunca, los dueños de sus propias carreras profesionales".

La segunda razón para desarrollar una marca sólida, según Juan Antonio Esteban, es la necesidad de crear y mantener culturas fuertes. "Las organizaciones que comparten una cultura sólida, asentada, pueden encarar y sobrevivir a las crisis con más garantías".

El tercer motivo es la necesidad de gestionar los riesgos. "Las redes sociales y los medios producen un efecto altavoz tan importante que generan una gran vulnerabilidad", a través de ellos los empleados pueden manifestar sus insatisfacciones. Por lo tanto, aunque es más importante que nunca la manera en la que las personas actúan en sus organizaciones, "el refuerzo del compromiso se convierte en una necesidad vital", según Esteban.

Reconoce que el compromiso, aunque se manifiesta en comportamientos visibles, tiene un componente subjetivo que acrecienta la dificultad de su gestión, y afirma que la "guerra por el talento ha pasado a ser la guerra por el compromiso, y el campo de batalla es virtual, lo intangible tiene más peso que lo tangible".

Afirma también que "si estamos hablando de satisfacción de necesidades, estamos hablando de estrategias de marketing" y que aunque la relación entre las funciones de recursos humanos y de marketing sólo está dando sus primeros pasos, "la fuerza de los hechos está demostrando que la aplicación de conceptos, estrategias y herramientas de marketing a los mercados laborales internos y externos son un elemento fundamental al alcance de los departamentos de recursos humanos para atraer y fidelizar". "Las empresas que no prioricen el cuidado de las relaciones, el estilo de dirección clima laboral, o la atención al empleado y sus familias, tendrán dificultades para atraer y retener el talento que necesitan", afirma.

En esta tarea, 3 deben ser los ejes de actuación, según el presidente del Foro Iberoamericano de RRHH Aedipe: la "gestión de los colores", o lo que es lo mismo, la capacidad para transmitir a los empleados "qué es lo que celebramos aquí"; la gestión de la ambigüedad (con estructuras organizativas cambiantes, procesos de externalización, diversidad en las plantillas...); y la gestión de la credibilidad. "Transmitir una propuesta de valor como marca exige asumir determinados compromisos que hay que verificar que se está en condiciones de demostrar. La transparencia y la honestidad son imprescindibles".

Por esto, ha finalizado afirmando que la comunicación interna ascendente y descendente es la herramienta fundamental, y recordando el libro "Comunicación interna en la empresa. Claves y desafíos", recién editado por la Biblioteca AEDIPE de Recursos Humanos. "Si entendemos que el liderazgo en las empresas, y que la responsabilidad para comunicar y transmitir valores debe ser compartido, tendremos aquí uno de los elementos clave para gestionar el compromiso de los empleados, que en definitiva será la llave del éxito de nuestras empresas".

Comentarios

[Páginas colaboradoras](#) | [Términos y condiciones de uso](#) | [Política de privacidad](#) | [Requisitos del sistema](#) |

Este portal corresponde al Proyecto TSI-020501-2008-53 del MITYC, Suprograma Avanza I+D, Convocatoria 2/2008 de la Acción Estratégica de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, en el área temática de los contenidos digitales. Este proyecto ha sido financiado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio dentro del plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011 y el Fondo de Desarrollo Regional FEDER



- LO MÁS LEÍDO DE LA SEMANA**
- [noticias](#)
 - 1. Diez malos hábitos que...
 - 2. La jornada laboral nos...
 - 3. Las tendencias globales que...
 - 4. La caza de nuevos...
 - 5. El último trimestre del...
 - 6. Obama promueve su plan...
 - 7. El 85% de los...
 - 8. ¿Cuál es el secreto...
 - 9. Tuiempleo, una aplicación de...
 - 10. Internet ya es el...

NOTICIAS

La guerra por el talento ha pasado a ser la guerra por el compromiso

El presidente de Aedipe Centro cree que las empresas están viviendo un proceso de crisis de confianza



03/10/2011 Juan Antonio Esteban, presidente del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe y presidente de la Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas Aedipe Centro, ofreció la semana pasada la conferencia: "Cómo hacer marca desde la Dirección de Recursos Humanos", ante cerca de 50 directores de RRHH y gerentes de empresas españolas instaladas en Chile.

En su opinión, la creación de valor hacia los empleados a través de estrategias de marca debe ser una de las principales prioridades, "si no la que más", que deben gestionar en los departamentos de Recursos Humanos. "Esto no es una preocupación nueva, pero hoy en día se ha convertido en una cuestión crítica", afirma.

El presidente de Aedipe Centro ha comentado que las empresas están viviendo un proceso de crisis acompañada de una profunda pérdida de confianza. Por su parte, los trabajadores quieren que las empresas les proporcionen un espacio de desarrollo, dando más valor a la dedicación cualitativa que a la cuantitativa. "Sin discusión, ha habido un gran cambio en los valores", señala.

"Es absolutamente prioritario gestionar el compromiso de los empleados", afirma, y añade que el argumento de la escasez defiende esta necesidad. "En la actualidad, si el talento es escaso, el compromiso lo es más todavía".

También se han alterado los términos del contrato psicológico, según Juan Antonio Esteban, y "sobre las empresas cae la responsabilidad de generar en los entornos organizativos las condiciones para que los empleados sientan identificación entre sus valores y las empresas en las que trabajan, porque sólo de esta manera estarán dispuestos a poner a disposición de las organizaciones lo mejor de sí mismos". "Antes las empresas pedían fidelidad y ofrecían estabilidad; ahora, las empresas necesitan flexibilidad en sus empleados y a cambio deben garantizar empleabilidad", añade.

Y esto porque un cambio imparable es el de las relaciones de empleo: "éstas nunca volverán a ser como antes, pues las empresas no volverán a ampliar sus estructuras, los trabajos disponibles exigirán el reciclaje e incluso la reinversión personal permanente. Esta situación refuerza el ciclo, pues los empleados deberán ser, más que nunca, los dueños de sus propias carreras profesionales".

La segunda razón para desarrollar una marca sólida, según Juan Antonio Esteban, es la necesidad de crear y mantener culturas fuertes. "Las organizaciones que comparten una cultura sólida, asentada, pueden encarar y sobrevivir a las crisis con más garantías".

El tercer motivo es la necesidad de gestionar los riesgos. "Las redes sociales y los medios producen un efecto altavoz tan importante que generan una gran vulnerabilidad", a través de ellos los empleados pueden manifestar sus insatisfacciones. Por lo tanto, aunque es más importante que nunca la manera en la que las personas actúan en sus organizaciones, "el refuerzo del compromiso se convierte en una necesidad vital", según Esteban.

Reconoce que el compromiso, aunque se manifiesta en comportamientos visibles, tiene un componente subjetivo que acrecienta la dificultad de su gestión, y afirma que la "guerra por el talento ha pasado a ser la guerra por el

PROVEEDORES DE RRHH

- Consultoras de Recursos Humanos y de Formación
- Consultoría y Selección
- Executive Search
- Outplacement
- Empresas de Trabajo Temporal
- Outsourcing
- Software de RRHH
- Formación: Escuelas de negocio / Universidades
- Elearning
- Coaching
- Outdoor Training
- Formación en Idiomas
- Salud Laboral
- Retribución Flexible
- Gestión de bonificaciones
- Relocation
- Convenciones
- Gestión y Dirección de Contact Centers
- Renting
- Servicios Jurídicos
- Igualdad
- Desarrollo Organizacional

Recibe la **newsletter** y la **TV news** de **equipos&talento.com**

Educa-training
facilitamos el crecimiento profesional

[Empleos en RR HH](#) Las mejores ofertas de trabajo se publican aquí. ¡Descúbrelas! www.Experteer.es/Recursos_Humanos

[Ciclo Formativo Superior](#) Univ. Europea de Madrid te oferta FP Sup Gest. Comercial y Marketing. www.uem.es/FP_Gest_C

[Compromiso con la marca](#) Tu cliente es tu mejor vendedor La marca que te representa www.tarjetasdepuntos.com

Anuncios Google

MBA Marketing
Recursos Humanos
Headhunters Empleo
Empleo Directivos

RRHHpress.com

Recursos Humanos al día

- PORTADA
- OPINIÓN
- SECCIONES
- GENTE RRHH
- ¿SABÍAS QUE...?
- EMPLEO
- INDICE RRHH

Inicio > Secciones > Estrategia > Estrategia > La aplicación de estrategias de marketing por parte de Recursos Humanos será fundamental para fidelizar a los trabajadores

La aplicación de estrategias de marketing por parte de Recursos Humanos será fundamental para fidelizar a los trabajadores

SÁBADO, 01 DE OCTUBRE DE 2011 03:50 |

Usar puntuación: ○○○○○ / 0

Malo Buono

Recursos Humanos RRHH Press - La creación de valor hacia los empleados a través de estrategias de marca debe ser una de las principales prioridades de los departamentos de Recursos Humanos, según Juan Antonio Esteban, presidente del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe, y presidente de la Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas Aedipe Centro.



Esteban, que ha impartido esta semana la conferencia 'Cómo hacer marca desde la Dirección de Recursos Humanos' ante medio centenar de directores de Recursos Humanos y gerentes de empresas españolas instaladas en Chile, reunidos en La Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), en Toledo, ha señalado que las empresas están viviendo un proceso de crisis acompañada de una profunda pérdida de confianza. "Ahora se enfrentan con otras dificultades, como el acceso al dinero, las restricciones de los consumidores y la necesidad de gestionar empleados enormemente decepcionados".

Por su parte, los trabajadores quieren que las empresas les proporcionen un espacio de desarrollo, dando más valor a la dedicación cualitativa que a la cuantitativa. "Sin discusión, ha habido un gran cambio en los valores", señalaba Esteban. En su opinión, al igual que los consumidores externos de productos o servicios, los trabajadores se han vuelto "más poderosos, más informados, más exigentes y menos fieles".

"Es absolutamente prioritario gestionar el compromiso de los empleados", ha afirmado, asegurando que el argumento de la escasez defiende esta necesidad. "En la actualidad, si el talento es escaso, el compromiso lo es más todavía".

También se han alterado los términos del contrato psicológico, según Esteban, "y sobre las empresas cae la responsabilidad de generar en los entornos organizativos las condiciones para que los empleados sientan identificación entre sus valores y las empresas en las que trabajan, porque solo de esta manera estarán dispuestos a poner a disposición de las organizaciones lo mejor de sí mismos".

Flexibilidad y empleabilidad

"Antes las empresas pedían fidelidad y ofrecían estabilidad; ahora, las empresas necesitan flexibilidad en sus empleados y, a cambio, deben garantizar empleabilidad", ha señalado el directivo.

Y esto porque un cambio imparable es el de las relaciones de empleo. "Estas nunca volverán a ser como antes, pues las empresas no volverán a ampliar sus estructuras, los trabajos disponibles exigirán el reciclaje e, incluso, la reinención personal permanente. Esta situación refuerza el ciclo, pues los empleados deberán ser, más que nunca, los dueños de sus propias carreras profesionales".

La segunda razón para desarrollar una marca sólida, según Esteban, es la necesidad de crear y mantener culturas fuertes. "Las organizaciones que comparten una cultura sólida, asentada, pueden encarar y sobrevivir a las crisis con más garantías".

Gestionar los riesgos

10:16:21 -Lunes, 3 de octubre de 2011

LO MÁS LEÍDO ÚLTIMAS NOTICIAS

RSC: Un total de 5.000 universitarios podrán hacer prácticas remuneradas en pymes gracias a Banco Santander

La aplicación de estrategias de marketing por parte de Recursos Humanos será fundamental para fidelizar a los trabajadores

Nace ProjectLinkr.com, la primera plataforma integral de empleo española para profesionales autónomos

El sector del trabajo temporal se recupera en 2011 tras desaparecer medio centenar de empresas entre 2008 y 2010

EAE y OBS organizan el primer foro de empleo online organizado por una escuela de negocios

'Cáncer cero en el Trabajo': El 25% de la población laboral española está expuesta a agentes cancerígenos

LO MÁS POPULAR



RRHHDigital

EL PRIMER PERIÓDICO ONLINE DE RECURSOS HUMANOS

Buscador

BOLETIN RSS HEMEROTECA



Portada Secciones Editorial Entrevistas Se rumorea Contratado y Despedido Empleo en RRHH The English Corner

Administración Pública Conciliación/Productividad Empresa Formación Legal Librería de RRHH Liderazgo Mercado de Trabajo Miscelánea Quién es Quién

Recolocación Responsabilidad Social Seguridad e Higiene Selección de Personal Tecnología e Innovación Trabajo Temporal Trayectoria Profesional

Portada > Secciones > Miscelánea

Lunes, 03 de Octubre de 2011

"Hacer marca debe ser una de las principales prioridades de Recursos Humanos"

Actualizado Lunes 03/10/2011 00:03

RRHH Digital



RRHH Digital. Juan Antonio Esteban, presidente del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos [Aedipe](#), y presidente de la Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas Aedipe Centro, ha impartido esta mañana en la Universidad de Castilla La Mancha (UCLM), en Toledo, la conferencia "Cómo hacer marca desde la Dirección de Recursos Humanos", ante cerca de 50 directores de RRHH y gerentes de empresas españolas instaladas en Chile.



En su opinión, la creación de valor hacia los empleados a través de estrategias de marca debe ser una de las principales prioridades, "si no la que más", que deben gestionar en los departamentos de recursos humanos. "Esto no es una preocupación nueva, pero hoy en día se ha convertido en una cuestión crítica", afirma.

El presidente de Aedipe Centro ha comentado que las empresas están viviendo un proceso de crisis acompañada de una profunda pérdida de confianza. "Ahora se enfrentan con otras dificultades como el acceso al dinero, las restricciones de los consumidores, y la necesidad de gestionar empleados enormemente decepcionados".

Por su parte, los trabajadores quieren que las empresas les proporcionen un espacio de desarrollo, dando más valor a la dedicación cualitativa que a la cuantitativa. "Sin discusión, ha habido un gran cambio en los valores", señala. En su opinión, como los consumidores externos de productos o servicios, los trabajadores se han vuelto "más poderosos, más informados, más exigentes y menos fieles".

"Es absolutamente prioritario gestionar el compromiso de los empleados", afirma, y añade que el argumento de la escasez defiende esta necesidad. "En la actualidad, si el talento es escaso, el compromiso lo es más todavía".

También se han alterado los términos del contrato psicológico, según Juan Antonio Esteban, y "sobre las empresas cae la responsabilidad de generar en los entornos organizativos las condiciones para que los empleados sientan identificación entre sus valores y las empresas en las que trabajan, porque sólo de esta manera estarán dispuestos a poner a disposición de las organizaciones lo mejor de sí mismos".

"Antes las empresas pedían fidelidad y ofrecían estabilidad; ahora, las empresas necesitan flexibilidad en sus empleados y a cambio deben garantizar empleabilidad", añade.

Y esto porque un cambio imparable es el de las relaciones de empleo: "éstas nunca volverán a ser como antes, pues las empresas no volverán a ampliar sus estructuras, los trabajos disponibles exigirán el reciclaje e incluso la reinversión personal permanente. Esta situación refuerza el ciclo, pues los empleados deberán ser, más que nunca, los dueños de sus propias carreras profesionales".

La segunda razón para desarrollar una marca sólida, según Juan Antonio Esteban, es la necesidad de crear y mantener culturas fuertes. "Las organizaciones que comparten una cultura sólida, asentada, pueden encarar y sobrevivir a las crisis con más garantías".

El tercer motivo es la necesidad de gestionar los riesgos. "Las redes sociales y los medios producen un efecto altavoz tan importante que generan una gran vulnerabilidad", a través de ellos los empleados pueden manifestar sus insatisfacciones. Por lo tanto, aunque es más importante que nunca la manera en la que las personas actúan en sus organizaciones, "el refuerzo del compromiso se convierte en una necesidad vital", según Esteban.

Lo último de la hemeroteca

- CC.OO. pone en marcha mañana su nueva página web, con un diseño "más ágil y atractivo"
- Los bancos holandeses acceden a limitar los bonus pagados a sus altos ejecutivos en un nuevo código
- CCOO saluda la apuesta por la llamada 'economía sostenible', pero advierte de la errática y poco ambiciosa reforma de la política fiscal
- Consejo de la Juventud de la Comunidad de Madrid dice que "no es serio" decir que los incidentes se deben al paro
- Cándido Méndez inaugura la escuela de verano de UGT - País Valenciano

[Ver todas las entradas](#)

Directorio de RRHH

[Entrar al Directorio](#)

Sector: Consultoras de Recursos Humanos



Gestalento



Grupo Actual Soluciones y Recursos Humanos



PeopleMatters

Reconoce que el compromiso, aunque se manifiesta en comportamientos visibles, tiene un componente subjetivo que acrecienta la dificultad de su gestión, y afirma que la "guerra por el talento ha pasado a ser la guerra por el compromiso, y el campo de batalla es virtual, lo intangible tiene más peso que lo tangible".

Afirma también que "si estamos hablando de satisfacción de necesidades, estamos hablando de estrategias de marketing" y que aunque la relación entre las funciones de recursos humanos y de marketing sólo está dando sus primeros pasos, "la fuerza de los hechos está demostrando que la aplicación de conceptos, estrategias y herramientas de marketing a los mercados laborales internos y externos son un elemento fundamental al alcance de los departamentos de recursos humanos para atraer y fidelizar". "Las empresas que no prioricen el cuidado de las relaciones, el estilo de dirección clima laboral, o la atención al empleado y sus familias, tendrán dificultades para atraer y retener el talento que necesitan", afirma.

En esta tarea, 3 deben ser los ejes de actuación, según el presidente del Foro Iberoamericano de RRHH Aedipe: la "gestión de los colores", o lo que es lo mismo, la capacidad para transmitir a los empleados "qué es lo que celebramos aquí"; la gestión de la ambigüedad (con estructuras organizativas cambiantes, procesos de externalización, diversidad en las plantillas...); y la gestión de la credibilidad. "Transmitir una propuesta de valor como marca exige asumir determinados compromisos que hay que verificar que se está en condiciones de demostrar. La transparencia y la honestidad son imprescindibles".

Por esto, ha finalizado afirmando que la comunicación interna ascendente y descendente es la herramienta fundamental, y recordando el libro "Comunicación interna en la empresa. Claves y desafíos", recién editado por la Biblioteca AEDIPE de Recursos Humanos. "Si entendemos que el liderazgo en las empresas, y que la responsabilidad para comunicar y transmitir valores debe ser compartido, tendremos aquí uno de los elementos clave para gestionar el compromiso de los empleados, que en definitiva será la llave del éxito de nuestras empresas".

 IMPRIMIR
  ENVIAR
  PDF
  RECOMENDAR
 
 Volver a sección
  Volver a portada

 Me gusta
  Enviar
  Te gusta esto · Página para administradores · Estadísticas · **Error**
 Tweetear
  Share

Ayúdanos con tus comentarios a completar esta noticia
 Los comentarios se publicarán una vez sean aprobados por el administrador...

Escribe tu comentario

Tema: "Hacer marca debe ser una de las principales prioridades de Recursos Humanos"

Nombre (Obligatorio)

Correo Electrónico (Obligatorio)*

Página Web (Si tienes)

**La dirección de correo no se hará pública en la web*

Introduce el número de la imagen (Código de verificación para prevenir envíos automáticos)



Enviar

Lo más de la semana

- LEIDO | COMENTADO
-  Los siete enemigos de la supervivencia de la empresa
 -  Innovación en Recursos Humanos: una novedosa forma de selección de personal
 -  Se dice, se rumorea, se cumple
 -  Entrevista a Carlos Olave, director de Recursos Humanos de LG
 -  El talento convertido en mito

Encuesta

¿Aumentará la creación de empleo en el último cuatrimestre del año?

- No lo creo, seguiremos con la misma tendencia
- Si, la situación no puede ir a peor
- Dependerá del resultado del 20-N

[Ver resultados](#) | [Votar](#)

Búscanos en Facebook

Create an account or [inicia sesión](#) to see what your friends like.

RRHH Digital
 Me gusta
 Confirmar
 Te gusta esto · Página pa administradores · Estadist
 Te gusta esto · 1,640 · Pág administradores · Estadist

RRHH Digital
 Rajoy promete una deducción de 3.000 euros a #autónomos por su primer trabajador [#20N](http://bit.ly/rmpodc) #empleo


Rajoy promete una deducción de 3.000 euros a autónomos por su primer trabajador
www.rrhhdigital.com
 RRHH Digital. El presidente del PP y candidato a la

 Plug-in social de Facebook

[Cursos Gratis del Inem](#) +290 Cursos Gratis (Subvencionados) Apúntate a hacer Cursos Sin Pagar! [CursosGratis.eMagister.c](#)
[Software Control Acceso](#) Terminales, Más Servicio Integrado Amplia Gama, Contactanos Aquí! www.ZKSoftware.es/Control /
[70 % Descuento en Madrid](#) Ofertas diarias. Descúbrelas ahora en Madrid. ¡Un 70 % de Dcto.! www.Ofertas.GROUPON.es

Anuncios Google

Recomendamos

▶ Noticias / Detalles



La aplicación de estrategias de marketing por parte de Recursos Humanos será fundamental para fidelizar a los trabajadores

01-10-2011

Noticia

La creación de valor hacia los empleados a través de estrategias de marca debe ser una de las principales prioridades de los departamentos de Recursos Humanos, según Juan Antonio Esteban, presidente del Foro Iberoamericano de Recursos Humanos Aedipe, y presidente de la Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas Aedipe Centro. Esteban, que ha impartido esta semana la conferencia 'Cómo hacer marca desde la Dirección de Recursos Humanos' ante medio centenar de directores de Recursos Humanos y gerentes de empresas españolas instaladas en Chile, reunidos en La Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), en Toledo, ha señalado que las empresas están viviendo un proceso de crisis acompañada de una profunda pérdida de confianza. "Ahora se enfrentan con otras dificultades, como el acceso al dinero, las restricciones de los consumidores y la necesidad de gestionar empleados enormemente decepcionados".

Enlace

http://rrhhpress.com/index.php?option=com_content&view=article&id=11320:la-aplicacion-de-estrategias-de-marketing-por-parte-de-recursos-humanos-sera-fundamental-para-fidelizar-a-los-trabajadores&catid=87:estrategia&Itemid=268

[< Volver al listado](#)

Conozca nuestras líneas de negocio:



[Home](#) | [Ofertas empleo](#) | [Enviar o revisar CV](#) | [Por qué Emplea](#) | [Servicios](#) | [Travectoria](#) | [Oficinas](#) | [Contacte](#)
[Noticias](#) | [Descargas](#) | [Enlaces](#) | [Presupuestos](#) | [Servicios online](#) | [Acceso para clientes](#) | [Networking Club](#)

Compártanos:



902 250 275

[Más datos de contacto](#)

[Seguridad Social](#) | [Servicio Canario de Empleo](#) | [Plataforma formativa](#)

[Síguenos en LinkedIn](#)



[Recomiéndenos](#)

[Info. legal](#)

[Desarrollo web: Impacta](#)

Web optimizada para Internet Explorer 7 o superior, Firefox y Chrome

Emplea Recursos Humanos en Facebook

Me gusta Confirmar Te gusta esto. · [Página para administradores](#) · [Estadísticas](#) · **Error**
Te gusta esto. · [Página para administradores](#) · [Estadísticas](#) · **Error**

A 695 personas les gusta **Emplea Recursos Humanos**. A 694 personas les gusta **Emplea Recursos Humanos**.

