

La marca empleadora y la sostenibilidad, una estrategia para atraer y retener talento

utpl
21/11/2024

Categorías:
Investigación, UTPL, Vinculación

Las marcas empleadoras representan más que un concepto; **son una estrategia clave en el entorno empresarial moderno en busca de la sostenibilidad.** En la mesa técnica titulada “Marcas Empleadoras: Estrategias para Atraer y Retener Talento”, desarrollada en el marco del Congreso de Innovación y Estrategia en Comunicación ([IECOM-2024](#) [1]) y el V Congreso Internacional de Marketing en la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), los expertos analizaron cómo construir una marca empleadora sólida que no solo lograra captar a los mejores talentos, sino que también asegurase su fidelidad y compromiso a largo plazo.

La importancia de la marca

Es importante entender que **la marca empleadora es un pilar fundamental para el éxito organizacional, ya que define cómo una empresa es percibida como lugar de trabajo por sus colaboradores actuales y potenciales.** Más allá de atraer talento, una marca empleadora sólida busca construir relaciones duraderas basadas en confianza, propósito y bienestar.

Este concepto no solo mejora la capacidad de una organización para captar a los mejores profesionales, sino que también refuerza la retención y el compromiso de sus equipos. En un mercado laboral competitivo, contar con **una propuesta de valor clara, auténtica y alineada con las expectativas de los empleados se convierte en una ventaja estratégica que impulsa el crecimiento y la sostenibilidad.**



María Isabel Vintimilla, jefa de Bienestar y Comunicación Organizacional del Grupo Industrial Graitman, compartió las experiencias para consolidar su marca empleadora.

Luis Pastor, representante de Merco Ecuador, subrayó que **una marca corporativa fuerte se basa en la propuesta de valor que una organización ofrece, tanto a sus colaboradores actuales como a los potenciales**. “La idea no es solo atraer clientes, sino retenerlos para siempre”, destacó Pastor. En este contexto, Merco Ecuador utiliza herramientas que evalúan qué tan atractivas son las empresas, tanto desde el punto de vista de la opinión pública como de las propias organizaciones, mediante la consulta a distintos actores clave:

- **Expertos y gerentes de recursos humanos**, quienes identifican las empresas más deseables para trabajar y las razones detrás de ello.
- **Estudiantes universitarios de los últimos años**, para conocer las instituciones donde desearían iniciar su carrera profesional.
- **Docentes universitarios y sociedad en general**, quienes proporcionan una visión integral sobre las marcas empleadoras más destacadas en el país.

El resultado de estas evaluaciones es un ranking que muestra qué empresas logran construir una marca empleadora sólida y atractiva. Pastor enfatizó que una propuesta de valor genuina y honesta hacia los colaboradores es crucial para diferenciarse en un mercado laboral altamente competitivo.

Casos prácticos

María Isabel Vintimilla, jefa de Bienestar y Comunicación Organizacional del Grupo Industrial Graitman, compartió cómo su empresa, con más de 1.500 colaboradores a nivel nacional, **ha logrado consolidar su marca empleadora basada en tres pilares: convicción, coherencia y propósito**. Estos valores están profundamente arraigados en el ADN organizacional y son promovidos por un liderazgo comprometido.



Luis Pastor, representante de Merco Ecuador, también fue parte del conversatorio, quien destacó que una marca corporativa fuerte se basa en la propuesta de valor que una organización ofrece, tanto a sus colaboradores actuales como a los potenciales.

Entre las acciones implementadas por Graitman para fortalecer el vínculo con sus colaboradores destacan:

1. **Espacios de bienestar familiar:** se inauguró una academia de natación para los hijos de los empleados, para fomentar el desarrollo integral de las familias.
2. **Iniciativas de inclusión y sensibilización:** durante el Día de la Mujer, se organizan mesas de trabajo para abordar problemáticas como la violencia de género y promover un cambio social positivo.
3. **Reconocimientos personales y familiares:** en el Día de la Madre, se celebraron a las trabajadoras y se resaltó su esfuerzo y crecimiento dentro de la empresa.

Estas acciones refuerzan el compromiso de la organización de ir más allá de una simple relación contractual. Graitman busca generar vínculos auténticos que promuevan el crecimiento, la armonía y una mejor calidad de vida para sus empleados. Según Vintimilla, **este enfoque no solo incrementa la satisfacción de los trabajadores, sino que también fortalece la reputación de la empresa como un lugar deseado para trabajar.**

De todo lo hablado, en un entorno donde **las empresas compiten por atraer y retener talento, construir una marca empleadora sólida es más importante que nunca.** Ya sea a través de herramientas de medición como las mencionadas o mediante iniciativas tangibles como las de las

empresas señaladas, **el enfoque debe estar en crear propuestas de valor auténticas que resuenen con los colaboradores. Una marca empleadora fuerte no solo beneficia a los empleados, sino que también impulsa el éxito y la sostenibilidad de la organización** en el largo plazo.

Desde la UTPL trabajamos en proyectos de vinculación que aportan al desarrollo sostenible.

Visita la UTPL

[2]

Source URL: <https://noticias.utpl.edu.ec/la-marca-empleadora-y-la-sostenibilidad-una-estrategia-para-atraer-y-retener-talento>

Links

[1] <https://utpl.edu.ec/iecom/>

[2] <http://utpl.edu.ec>