

**COMPONENTES DEL PROCESO DE EMPLOYER  
BRANDING EN LAS ORGANIZACIONES DEL SECTOR  
INDUSTRIAL EN BARRANQUILLA- COLOMBIA**

Breyner Andrés Urueta Barrios  
CC 1143.163.873  
Código estudiantil: 20181494001  
Correo: [breyner.urueta@unisimon.edu.co](mailto:breyner.urueta@unisimon.edu.co)

Shirley Tatiana Pérez Angulo  
CC 1030659016  
Código estudiantil:20181490500  
Correo: [Shirley.perez@unisimon.edu.co](mailto:Shirley.perez@unisimon.edu.co)

Anlly viviana Páez Hernández  
CC1140879540  
Código estudiantil:20181493753  
Correo: [anlly.paez@unisimon.edu.co](mailto:anlly.paez@unisimon.edu.co)

Jordy Rene Manrique Mora  
CC1140866435  
Código estudiantil:201221429753  
Correo:Jmanrique\_0901@outlook.com

Trabajo de Investigación del Programa Formación para la investigación

Tutor:  
**Viviana Cervantes Atia**

## RESUMEN

El objetivo del proyecto fue determinar la relación que tienen los componentes del proceso de EB en organizaciones industriales. El enfoque fue cuantitativo con alcance descriptivo. Los resultados muestran que las empresas se ven fortalecidas en su ambiente laboral, principalmente en el marketing externa. Concluyéndose que la competencia ha llevado a las empresas a implementar estrategias para retener el talento.

### **Antecedentes:**

Entre los antecedentes nacionales se puede mencionar a López, (2020); Díaz, Márquez (2014) y Rodríguez y Fernández (2014) y Huamán Canchachì, (2019). A nivel nacional quienes estudian las características del EB en las organizaciones y sus beneficios.

### **Objetivos:**

Determinar los componentes del proceso de EB en las organizaciones productivas en Barranquilla Colombia a fin de atraer y retener a los mejores candidatos del mercado.

### **Materiales y Métodos**

El diseño de estudio es no experimental- Transversal de campo con un alcance descriptivo donde se identificaron los componentes del Employer Branding y la relación que se presentan entre ellos.

### **4. Resultados**

Las empresas presentan resultados satisfactorios desde la dimensión interna y externa, resaltándose esta última con puntajes mayores al 80%

### **Conclusiones**

Se concluye que las organizaciones están obligadas a contar con condiciones de trabajo óptimas para sus colaboradores bajo un entorno confiable y una marca líder basada en valores y misión de la empresa.

## ABSTRACT

The objective of the project was to determine the relationship between the components of the EB process in industrial organizations. The approach was quantitative with a descriptive scope. The results show that companies are strengthened in their work environment, mainly in external marketing. Concluding that competition has led companies to implement strategies to retain talent.

### **Background:**

Among the national backgrounds, we can mention López, (2020); Díaz, Márquez (2014) and Rodríguez and Fernández (2014) and Huamán Canchachì, (2019). At the national level, those who study the characteristics of EB in organizations and its benefits.

### **Objective:**

Determine the components of the EB process in productive organizations in Barranquilla Colombia in order to attract and retain the best candidates in the market.

### **Materials and methods**

The study design is non-experimental- Cross-sectional and field with a descriptive scope because the components of Employer Branding and the relationship between them were identified.

### Results

The companies present satisfactory results from the internal and external dimension, highlighting the latter with scores greater than 80%.

### **Conclusions**

It was concluded that the organizations that the companies are obliged to have optimal working conditions for their employees by providing a reliable organizational environment and a leading brand based on the values and mission of the company.

## REFERENCIAS

- Abad, R., (2010). *Cómo evitar la fuga de los mejores empleados. Centro para Empresas y Profesionales*. Consultado el 12 de agosto de 2010 de: Bernal A., C., (2006). Metodología de la Investigación. 2 ed. Pearson Educación, México
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching Employer branding. *Career development international*, págs. 9(5), 501-517.
- Blasco Lopez, M. F. (octubre de 2014). *Employer Branding: estudio multinacional sobre la construcción de la marca del empleador*. Obtenido de Realy.org: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43332746002.pdf>
- Bohnenberger, M. C. (10 de 2005). *Marketing interno: La actuación conjunta entre recursos humanos y marketing en busca del compromiso organizacional*. 25 - 85. España.
- Campo Elias Lopez Rodriguez, S. R. (11 de Julio de 2020). *El employer branding en las organizaciones que internacionalizan servicios de operacion logistica en Bogota Colombia*. Obtenido de ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/342434975\\_El\\_employer\\_branding\\_en\\_la\\_s\\_organizaciones\\_que\\_internacionalizan\\_servicios\\_de\\_operacion\\_logistica\\_en\\_Bogota\\_Colombia](https://www.researchgate.net/publication/342434975_El_employer_branding_en_la_s_organizaciones_que_internacionalizan_servicios_de_operacion_logistica_en_Bogota_Colombia)
- Canchachí Huamán, C. G. (2019). *Nivel de Employer Branding en empresas de Hidrocarburos en la Ciudad de Trujillo 2019*. Obtenido de Repositorio UVC: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45629/Canchach%c3%ad\\_HCG-Guzman\\_QLF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45629/Canchach%c3%ad_HCG-Guzman_QLF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Diana Lucia Benavides, M. M. (2014). *Características de estrategia de Employer Branding*. Obtenido de Bibiliteca Digital Univalle: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/13903/CB0520958.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Figueroa, C. (19 de Noviembre de 2015). *9 características primordiales para tu estrategia de Employer Branding*. Obtenido de Observatorio RH:

<https://www.observatoriorh.com/comunicacion-y-branding/9-caracteristicas-primordiales-para-tu-estrategia-de-employer-branding.html>

Fernández-Lores, S., Avelló, M., Gavilán, D., y Blasco, F. (JULIO de 2014 ). *18 años de Employer Branding: hacia una definición más precisa*. Obtenido de Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDRResearch ESIC. N° 10 Vol 10:  
[https://www.esic.edu/sites/default/files/pages\\_import/06-vol-10\\_0.pdf](https://www.esic.edu/sites/default/files/pages_import/06-vol-10_0.pdf)

Francisca BlascoLópez, A. R. (10 de 2014). *Employer branding: estudio multinacional sobre la construcción de la marca del empleador*. Obtenido de redalyc.org:  
<https://www.redalyc.org/pdf/433/43332746002.pdf>

GESTIONET. (3 de Diciembre de 2019). *La importancia del employer branding para tu empresa*. Obtenido de GESTIONET: <https://gestionet.net/employer-branding-blog/#caracteristicas>

Giraldo Palacio, J. P. (2014). EMPLOYER BRANDING – por Juan Pablo Giraldo. Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios), 1(2), 23-27. <https://doi.org/10.22579/23463910.127>

Google Maps (2020)

Hurtado Villacis, S. M. (2017). Estrategias de marketing de servicios especializados en adultos mayores de la clínica San Francisco en la ciudad de Machala país de Ecuador. Obtenido de Utmacha:  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/browse?type=author&value=Hurtado+Villacis%2C+Sully+Maribel>

INSTITUTO EUROPEO DE POSGRADO. (s.f.). *Employer Branding: ¿Qué es y por qué está triunfando?*

Irma Chacón, A. C. (13 de octubre de 2016). Alcance y gestión de la huella de carbono como elemento dinamizador del branding por parte de empresas que implementan estas prácticas ambientales en Colombia. Obtenido de Science Direct:  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592316300481#bib0095>

Martínez Carrasco, R. D. (2011). Investigación comercial: técnicas e instrumentos. Madrid, Spain: Editorial Tébar Flores. Recuperado de  
<https://ezproxy.unisimon.edu.co:2258/es/ereader/unisimon/51967?page=43>.

R., C. G. (Abril de 2011). Employer branding. Obtenido de Repository:  
<https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/277/BI44.pdf?sequence=6>

Sánchez, L., (s.f.) El Salario Emocional y su importancia. Pdf. Consultado el 13 de septiembre de 2010 de:

- Simmons, R., (s. f.). Emotional Engagement. Brand Chanel. Consultado el 13 de septiembre de 2010 de: [http://www.brandchannel.com/papers\\_review.asp?sp\\_id=1323](http://www.brandchannel.com/papers_review.asp?sp_id=1323)
- Tamayo T., M., (2005). El proceso de la investigación científica. Limusa, Grupo Noriega Editores, México.
- Willard, J., (2010). The Magic of Involvement. How to build trust, activate brand, & create communities for action. The Involvement Practice, LLC.
- Witt, P., (s. f.). ¿Qué es el employer branding? LosRecursosHumanos.com. Recuperado el 21 de enero de 2011 de <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/6490-que-es-el-employer-branding.html>