



## **EXPERIENCIAS DE EMPLOYER BRANDING EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES EN BARRANQUILLA**

Carlos José Osorio Rada  
CC 1.001.912.451  
Código estudiantil: 20182498192  
[carlos.osorio1@unisimon.edu.co](mailto:carlos.osorio1@unisimon.edu.co)

Libardo Junior Vergara Vargas  
CC. 1.047.234.295  
Código estudiantil: 20171485295  
[libardo.vergara @unisimonbolivar.edu.co](mailto:libardo.vergara@unisimonbolivar.edu.co)

Trabajo de Investigación del Programa  
**Administración de empresas**

Tutor:  
**Prof. Viviana Cervantes**

## RESUMEN

El presente estudio busca analizar la experiencia de la marca empleadora como herramienta para desarrollar el compromiso emocional en los trabajadores de la empresa Dolmen en Barranquilla. el diseño fue, no experimental, transaccional y de campo, con un enfoque cuantitativo y alcance descriptivo. Los resultados muestran que las empresas presentan fortalezas en las experiencias intelectuales relacionadas con los valores. Se concluye que las implementaciones del EB en las compañías del sector industrial fueron positivas, las mismas les brindan la oportunidad a las organizaciones de mejorar su imagen corporativa y por ende la producción.

Palabras Clave: Employer Branding, Marca, mercado laboral, empresas industriales

## Antecedentes

Polo (2019) y Padilla (2019) estudian la experiencia de marca empleadora y quien las prácticas de “Employer branding”: dentro del mercado laboral.

## Objetivos

Determinar las experiencias de Employer Branding en las empresas del sector industrial en Barranquilla

## Materiales y Métodos

El enfoque utilizado fue el cuantitativo- positivista, el alcance fue descriptivo, el proyecto cuenta con un diseño no experimental – transversal. Las variable

Experiencia de Employer Branding y sus dimensiones Experiencia sensorial, intelectual y emocional.

### **Resultados**

Las dimensiones experiencia sensorial e intelectual obtuvo un promedio de satisfacción del 60% lo que evidencia satisfacción con los espacios para cumplir las tareas. La emocional fue la que obtuvo mayor puntaje sobrepasando el 80% demostrándose el interés del empleado por su empresa y por la labor desarrollada.

### **Conclusiones**

Se pudo inferir que las implementaciones del EB en las compañías del sector industrial fueron positivas, las mismas les brindan la oportunidad a las organizaciones de mejorar su imagen corporativa y por ende la producción.

### **Referencias**

- Almeda, C (2017). Qué es el Employer Branding: Definición y Ejemplos Disponible en <http://blog.talentclue.com/employer-branding>
- Ambler, T. & Barrow, S. (1996). "The employer brand", Journal of Brand Management, Vol.4, nº 3, p. 185-206
- Adibah, N & Daud, S. (2016). Engaging People with employer branding. Procedia Economics and Finance 35 (2016) 690 – 698. Doi:10.1016/S2212-5671(16)00086-1.
- Blasco, M; Rodríguez, A y Fernández, S (2014). Employer branding: estudio multinacional sobre la construcción de la marca del empleador Universia Business Review, núm. 44 pp. 34-53

Branding? <https://blog.computrabajo.com.co/empresa/que-es-el-employer-branding/>

Curi, R (2019). El employer Branding <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-employer-branding/>

Davis, P. & Eisele, M. (2007). The view from inside: people Power through Internal Marketing. Journal of Integrated Communications, Vol. 2007, p. 47-54.

EL EMPLEO, (2010) Las mejores empresas para trabajar  
<https://www.elempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/las-mejores-empresas-para-trabajar-3948>

Gavilan, D; Avello, M y Fernández, S (2013). Employer branding: la experiencia de la marca empleadora y su efecto sobre el compromiso afectivo.

López-Rodríguez y S. R. Neme-Chaves / Contaduría y Administración 66 (2)  
<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2629>

Polo, E Y Coronel, S (2019). Experiencia de marca empleadora como herramienta para desarrollar el compromiso emocional en los trabajadores de la empresa Dolmen en Barranquilla. Tesis de Pregrado Universidad de la Costa.

Revista Semana, (2010). ZonaJobs estrena “Employer

López, C ( 2019). La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Nacional

Autónoma de México. <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2629> 0186-1042/© 2019 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría

## ABSTRACT

This study seeks to analyze the experience of the employer brand as a tool to develop emotional commitment in the workers of the Dolmen company in Barranquilla. the design was non-experimental, transactional and field, with a quantitative approach and descriptive scope. The results show that companies have strengths in intellectual experiences related to values.

Keywords: Employer Branding, Brand, labor market, industrial companies

background

Polo (2019) and Padilla (2019) study the employer brand experience and who practices "Employer branding": within the labor market.

objectives

General objective

Determine the Employer Branding experiences in companies in the industrial sector in Barranquilla

Materials and methods

The approach used was quantitative-positivist, the scope was descriptive, the project has a non-experimental design – transversal

Results

The sensory and intellectual experience dimensions obtained an average satisfaction of 60%, which shows satisfaction with the spaces to fulfill the tasks.

The emotional one was the one that obtained the highest score, surpassing 80%, demonstrating the employee's interest in his company and in the work carried out.

Conclusion

Se pudo inferir que las implementaciones del EB en las compañías del sector industrial fueron positivas, las mismas les brindan la oportunidad a las organizaciones de mejorar su imagen corporativa y por ende la producción.

Referencias

Branding”<https://www.dinero.com/actualidad/noticias/articulo/zonajobs-estrena-employer-branding/101799>

Rodríguez, A (2012). employer branding”: un estudio sobre la construcción de la

marca del empleador tesis doctoral universidad complutense de Madrid

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5296/EXPERIENCIA%20DE%20MARCA%20EMPLEADORA%20COMO%20HERRAMIENTA%20PARA%20DESARROLLAR%20EL%20COMPROMISO%20EMOCIONAL%20EN%20LOS%20TRABAJADORES%20DE%20LA%20EMPRESA%20DOLMEN%20EN%20BARRANQUILLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Silvente, M (2017). Employer Branding cómo diferenciarse en el mercado actual.

Trabajo de grado universidad ICADE. Madrid- España.

<https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/135494/retrieve>

Talentsearchpeople (2005). De donde surgen las primeras definiciones del employer branding.