

# Gestión de Marca Empleadora

DIRECCIÓN ACADÉMICA:  
CAROLINA BORRACCHIA

PROGRAMA  
ABIERTO

DURACIÓN:  
2 MESES

MODALIDAD:  
BLENDED

Construir y posicionar la marca empleadora para sobrevivir en la nueva guerra por el talento requiere cambios profundos.

La gran renuncia y las nuevas formas de trabajo imponen a la marca empleadora como aliada estratégica del negocio.

Hoy las compañías compiten por el talento necesario contra las distintas formas de trabajar que adoptan las nuevas (y no tan nuevas) generaciones. Entonces el desafío ya no es sólo posicionarse mejor que la PVE de otra empresa. Tenemos que acelerar, segmentar, crear lo que sea necesario y la cultura para convivir entre distintas PVE dentro de una misma organización.

Sabemos y celebramos que la diversidad y la inclusión, el bienestar y la perspectiva social en el propósito no son sólo deseables en la política de una empresa, sino excluyentes en la valoración de las personas que buscamos atraer o retener dentro de nuestras organizaciones.

A partir de esta nueva y fascinante dimensión en la gestión del talento, toma un rol clave adoptar una metodología de investigación eficiente, innovadora y, sin dudas, apoyada en la *data analytics*.

Velocidad, precisión, impacto económico y sostenibilidad son los atributos que la estrategia tiene que aportar en la construcción de las nuevas PVE; es por ello que la metodología es la nueva protagonista de esta era en marca empleadora.

## PLAN DE ESTUDIO

### MÓDULO 1 | ALINEANDO MARCA EMPLEADORA AL NEGOCIO

- › Desafíos pospandemia del mercado empleador.
- › Marca corporativa vs. Marca empleadora: *stakeholders*.
- › No todo se trata de la marca: posicionamiento de industrias y perfiles.
- › Tipos de marcas empleadoras.
- › Errores más comunes en la gestión de la marca empleadora.

### MÓDULO 2 | EL JOURNEY MAP DESDE UN MARCO CONCEPTUAL

- › Candidatos cualificados.
- › Candidatos postulados: *onboarding*.
- › Colaboraciones.
- › Excolaboradores: programas Alumni.
- › Caso real.

### MÓDULO 3 | CÓMO GESTIONAR UN PROYECTO DE MARCA EMPLEADORA

- › Definir el problema.
- › Definir la foto de éxito.
- › El alcance del proyecto.
- › Definiendo al equipo.
- › Ejemplo: de la estrategia al manual de la marca.
- › Caso real.

### MÓDULO 4 | EMPLOYEE EXPERIENCE Y MÉTRICAS

- › Qué es una experiencia.
- › Ejercicio práctico a partir de una experiencia.
- › Caso: experiencia *onboarding*.
- › *Data is the new oil*.
- › Transformar métricas en KPIs.
- › KPI para marca empleadora.
- › Cómo crear *dashboards* para agilizar la toma de decisiones.

### MÓDULO 5 | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- › Creación de encuestas.
- › Armado de grupos focales.
- › Creación de pilares de comunicación.
- › Consolidación de estrategia y creación de un Manual de Marca Empleadora.

Este módulo tendrá una tarea asignada por grupo para que cada alumno/a sea protagonista de un caso real.

### MÓDULO 6 | ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE EMPLEADOR

- › Consolidación de estrategia.
- › Plantilla de estrategia de posicionamiento.
- › *Benchmark* de competidores.
- › Estrategia nicho vs Estrategia “amplia”.
- › Caso real.

### MÓDULO 7 | SEGURIDAD PSICOSOCIAL Y SALUD MENTAL

- › ¿Por qué la salud mental es un tema que requiere ser abordado por los empleadores?
- › Qué son los factores psicosociales y cómo afectan la experiencia del empleado.
- › Cuándo existe riesgo en la experiencia de un colaborador y cómo detectarlo.
- › Cómo crear un clima psicosocial seguro para los colaboradores.

## RECURSOS HUMANOS

### AUDIENCIA

El programa está dirigido a personas que no tienen experiencia previa en este campo o que están dando sus primeros pasos en él.

### METODOLOGÍA

Enfoque teórico-práctico: el programa combina sesiones teóricas con actividades prácticas para asegurar que los participantes comprendan los conceptos clave de la gestión de la marca empleadora y puedan aplicarlos de manera efectiva en sus organizaciones. Se explorarán casos reales y se trabajará con los casos de cada alumno/a. Además, se contará con la participación de profesores invitados a determinados módulos. Se incorpora, mediante los almuerzos, una dinámica única que fomenta la experiencia y el *networking* entre los participantes. Estos almuerzos son una oportunidad para que los profesionales del sector se reúnan en un ambiente informal y compartan ideas, experiencias y conocimientos mientras disfrutan de una comida.

### CUERPO DE PROFESORES

**Carolina Borracchia**, Fundadora y CEO de Combo Employer Branding. Es consultora líder en el desarrollo de proyectos regionales de marca empleadora en toda Latinoamérica para compañías de primera línea, y académica en universidades y escuelas de negocios: TEC de Monterrey, Universidad de Alicante, Universidad Torcuato Di Tella, IDEA, IAE Business School, ISEDE, UDESA, Universidad Católica de Uruguay, ISIL, Unitec y Esade (Barcelona, España. Beca de excelencia 2022). Además, es conferencista internacional en Congresos de Capital Humano en toda Latinoamérica y una reconocida especialista de habla hispana en marca empleadora, autora de seis libros sobre la temática. Es la directora de la mayor investigación sobre la generación centennial de habla hispana.

## Informes

📞 (+54 911) 3919 0747

☎ (+54 11) 5169 7342 / 7355

✉ [admisiones\\_negocios@utdt.edu](mailto:admisiones_negocios@utdt.edu)