

Glassdoor, el TripAdvisor de los Recursos Humanos

Diana Benito-Osorio, *Universidad Rey Juan Carlos*

Montserrat Jiménez-Partearroyo, *Universidad Rey Juan Carlos*

Cada día hay más seguidores y defensores del *Employer Branding*. Actualmente, han surgido multitud de páginas web, portales y rankings para ofrecer información, lo menos sesgada posible, de los lugares de trabajo. Así surge *Glassdoor*, un portal *online* donde empleadores y empleados pueden opinar.

Glassdoor es una red social novedosa donde cualquier empleado puede subir una crítica anónima sobre la empresa en la que trabaja, lo que ayudará a otros en su elección futura de escoger ese lugar o no como lugar de trabajo. Esta red es capaz de influir en la perspectiva que tienen las personas sobre una determinada empresa. Para acceder a ella sólo es necesario crear un perfil. Se permite valorar lo mejor y lo peor de las compañías con un par de líneas y una calificación de 1 a 5 estrellas (en una escala Likert).

La idea es recopilar información detallada de los salarios y comentarios para cada puesto de trabajo en una empresa, con la finalidad de que los solicitantes de empleo puedan saber cómo evaluar una oferta, y los empleados actuales pueden ver cómo está su salario en relación con sus compañeros y, de esta forma, hacerse una idea de su valor de mercado.

El *feedback* recibido por la empresa puede ayudar a valorar las deficiencias internas y críticas que se tienen sobre ella. Además, puede mejorar su visibilidad si la mayoría de comentarios son positivos. Así, se consigue que los parámetros aparezcan en una lista propia de la página de las empresas mejor valoradas (o si fuera una mala organización, en la de las peores), lo que aporta todavía más información a la empresa.

Sin embargo, ésta no es la única misión de la página. Ofrece varias herramientas mediante las que se pueden filtrar las compañías según los criterios que le interesen al trabajador (salario, valoración, fronteras trabajo-privacidad, entre otras) y los candidatos/as pueden enviar su currículum. Por su parte, las empresas podrán utilizar esta información para realizar entrevistas y seleccionar nuevo personal interesado en su organización.

Claro está, que se trata de información que no es fácilmente controlable y donde nunca es seguro el origen de quién escribe, como ocurre en otras redes sociales mundialmente conocidas y útiles, como *TripAdvisor*¹. Aunque “*el sitio web verifica que cada revisión de una empresa proviene de empleados reales a través de controles tecnológicos de direcciones de correo electrónico y por las proyecciones de un equipo de gestión de contenidos*”, según el portavoz de *Glassdoor*, Scott Dobroski. La compañía ha declarado que rechaza alrededor del 20% de las entradas después de la proyección. Las reglas para publicar revisiones son diferentes para las empresas más pequeñas que para las grandes, con el fin de preservar el anonimato de las personas en los departamentos cercanos. A pesar de la impunidad del anonimato, el desarrollo de este tipo de redes, deja ver más si cabe el impulso e importancia que ha tomado el desarrollo de la imagen exterior como empleador (conocida como “*employer branding*”) y la necesidad de un buen posicionamiento de la marca a la hora de atraer nuevos valores a la compañía.

Si *Glassdoor* puede hacer que la gente se preocupe por sus salarios y el funcionamiento interno de sus empresas, la cultura de la transparencia de Internet se convertirá en otro bastión.

Fuentes de información empleadas

- <https://www.glassdoor.com/index.htm> [18/02/2017]
- <https://techcrunch.com/2008/06/10/at-glassdoor-find-out-how-much-people-really-make-at-google-microso> [18/02/2017]

Palabras clave: *Employer branding*, redes sociales.

Fecha del caso: Febrero, 2017.

¹ TripAdvisor® es el sitio de viajes más grande del mundo (comScore Media Metrix, 2016) y les permite a los viajeros aprovechar al máximo el potencial de cada viaje. TripAdvisor ofrece consejos de millones de viajeros y una amplia variedad de opciones de viaje y funciones de planificación con enlaces directos a herramientas de reservación que buscan en cientos de sitios web para encontrar los mejores precios de hoteles. Los sitios de la marca TripAdvisor conforman la comunidad de viajes más grande del mundo, con 390 millones de visitantes mensuales promedio exclusivos y 435 millones de opiniones y comentarios sobre 6,8 millones de alojamientos, restaurantes y atracciones (registros de TripAdvisor, 2016). Los sitios funcionan en 49 mercados de todo el mundo.

Preguntas sobre el caso

- 1.- Analice esta red social y su influencia en los procesos de gestión de los recursos humanos desde la óptica de la empresa y del solicitante de empleo. ¿Qué ventajas e inconvenientes plantea?
- 2.- ¿Qué diferencias y similitudes encuentra entre esta red social y la red de empleo de *LinkedIn*? Averigüe si existe alguna otra red social de características similares a *Glassdoor*.
- 3.- Encuentre algunos de los comentarios sobre empresas conocidas que aparecen en esta red social y que puedan contrastar o confirmar su reputación.