

Presentación de <i>La marca Recursos Humanos</i>	15
Capítulo 1. Marca y Recursos Humanos	21
Marca y Recursos Humanos. Concepto	22
El propósito de una marca y sus beneficios	27
El significado de la marca	29
La imagen de la marca	29
Criterios para analizar el valor actual de la marca	31
El perfil del profesional de Recursos Humanos	36
La marca o el valor de un área dentro de la organización	41
Los clientes internos. Cómo construir una imagen de confianza	45
Cómo lograr prestigio dentro de la organización	49
Marca y Recursos Humanos. Conclusiones	51
Para tener en cuenta. Bibliografía	52
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>marca y Recursos Humanos</i>	54
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>marca y Recursos Humanos</i> en su organización	55
Capítulo 2. Valor desde la perspectiva del otro	57
Valor desde la perspectiva del otro. Concepto	58
Cómo determinar el valor desde la perspectiva del otro	59
<i>Stakeholders</i> o grupos de interés	61
Para tener en cuenta. Bibliografía	64
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>valor desde la perspectiva</i> <i>del otro</i>	66
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>valor desde la perspectiva</i> <i>del otro</i> en su organización	67

Capítulo 3. Los subsistemas	69
Subsistemas de Recursos Humanos. Concepto	70
Obligaciones y soluciones	71
Procedimientos. Herramientas. Auditoría	73
Subsistema Análisis y descripción de puestos	75
Subsistema Atracción, selección e incorporación de personas	77
Subsistema Remuneraciones y beneficios	78
Subsistema Evaluación del desempeño	79
Subsistema Formación	81
Subsistema Desarrollo y planes de sucesión	83
Los <i>social media</i> y los subsistemas de Recursos Humanos	85
Los subsistemas y las buenas prácticas	86
Para tener en cuenta. Bibliografía	87
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>los subsistemas</i>	90
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>los subsistemas</i> en su organización	91
Capítulo 4. Manejo experto y herramientas	93
Manejo experto y herramientas. Concepto	94
Cómo lograr un manejo experto de los Recursos Humanos	97
La utilización de las herramientas de RRHH desde diferentes miradas	99
Para tener en cuenta. Bibliografía	103
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>manejo experto y herramientas</i>	106
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>manejo experto y herramientas</i> en su organización	107
Capítulo 5. Enfoque sistémico	109
Enfoque sistémico. Concepto	110
Aplicación del enfoque sistémico. Resultado de una investigación	111
Proyectos multisectoriales	116
Proyectos del área de Recursos Humanos	118
Cómo implementar el enfoque sistémico	120
Enfoque sistémico en la aplicación de los <i>social media</i>	123
Para tener en cuenta. Bibliografía	125
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>enfoque sistémico</i>	128
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>enfoque sistémico</i> en su organización	129

Capítulo 6. Relaciones internas y externas	131
Relaciones internas y externas. Concepto	132
Las competencias para un buen manejo de las relaciones internas y externas	134
La relación y comunicación con los <i>stakeholders</i> internos	137
La relación y comunicación con los <i>stakeholders</i> externos	141
Los <i>social media</i> y la comunicación externa	143
Para tener en cuenta. Bibliografía	145
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>relaciones internas y externas</i>	148
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>relaciones internas y externas</i> en su organización	149
Capítulo 7. La era de la hiperconectividad y la colaboración	151
La hiperconectividad. Concepto	152
Los <i>social media</i> y la organización	153
Los miedos. Por dónde comenzar	156
Las nuevas generaciones y su integración en la organización	158
La era de la colaboración	159
Para tener en cuenta. Bibliografía	160
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>la era de la hiperconectividad</i> y <i>la colaboración; visión actual sobre los social media</i>	162
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>la era de la hiperconectividad</i> y <i>la colaboración; visión actual sobre los social media</i> en su organización	163
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>la era de la hiperconectividad</i> y <i>la colaboración; visión de cara al futuro sobre los social media</i>	164
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>la era de la hiperconectividad</i> y <i>la colaboración; visión de cara al futuro sobre los social media</i> en su organización	165
Capítulo 8. Conciliar vida profesional y personal	167
Conciliar vida profesional y personal. Concepto	168
Conciliar vida profesional y personal y su relación con la marca de Recursos Humanos	171
Acciones concretas en relación con la conciliación entre vida profesional y personal, desde la mirada organizacional	174
Los <i>social media</i> y la conciliación de la vida personal y profesional	176
Para tener en cuenta. Bibliografía	176

Indicadores acerca de la percepción sobre <i>conciliar vida profesional y personal</i>	178
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>conciliar vida profesional y personal</i> en su organización	179
Capítulo 9. Credibilidad técnica	181
Credibilidad técnica. Concepto	182
Credibilidad técnica para el Director o Gerente del área de Recursos Humanos ..	187
Credibilidad técnica para el joven que se inicia en el área de Recursos Humanos	188
Comportamientos no deseables para cualquier integrante del área de Recursos Humanos	190
Para tener en cuenta. Bibliografía	192
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>credibilidad técnica</i>	194
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>credibilidad técnica</i> en su organización	195
Capítulo 10. El rol de los directivos	197
El rol de los directivos. Concepto	198
Las competencias más importantes de un líder en la actualidad	202
Las competencias imprescindibles en materia de liderazgo	205
Las nuevas generaciones y los estilos de liderazgo	207
Para tener en cuenta. Bibliografía	209
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>el rol de los directivos</i>	212
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>el rol de los directivos</i> en su organización	213
Capítulo 11. Marca de Recursos Humanos y marca empleadora	215
Marca de Recursos Humanos. Concepto	216
La marca de RRHH en la realidad “2020”	217
El rol del área de Recursos Humanos en el valor de marca	218
Marca empleadora. Concepto	219
Relación entre marca empleadora y marca de Recursos Humanos	221
Para tener en cuenta. Bibliografía	223
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>marca de Recursos Humanos</i> y <i>marca empleadora</i>	226
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>marca de Recursos Humanos</i> y <i>marca empleadora</i> en su organización	227

Capítulo 12. Buenas prácticas	229
Buenas prácticas. Concepto	230
Las herramientas imprescindibles para cualquier tipo de organización	234
Las obligaciones primero	235
Las buenas prácticas paso a paso	236
Procedimientos. Auditoría	240
Para tener en cuenta. Bibliografía	242
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>buenas prácticas</i>	244
Indicadores acerca de la percepción sobre <i>buenas prácticas</i> en su organización	245
Capítulo 13. Marca, productos y estrategia	247
Creación de marca	248
Productos	249
Posicionamiento	251
Estrategia	254
Tiempo de marca	255
Anexos	257
Las herramientas y sus definiciones	259
Libros de Martha Alles sobre Recursos Humanos, Liderazgo y Management	283
Bibliografía	297
Unas palabras sobre la autora	299
Guía de lecturas	301