vinetur

Meliá, la más atractiva para trabajar en hostelería

Randstad premia a la cadena tras más de 7.800 encuestas en España

viernes 8 de mayo de 2026



Randstad ha entregado los galardones de la XVII edición de sus Randstad Awards y ha situado a Meliá Hotels International como la empresa más atractiva para trabajar en el sector hostelero. La distinción se apoya en las conclusiones de su informe anual Randstad Employer Brand Research, que analiza las razones por las que un profesional elige una empresa para desarrollar su carrera.

La compañía de talento presentó las conclusiones de esta edición en Madrid y explicó que el reconocimiento se basa en las respuestas de más de 7.800 encuestados a nivel nacional. Lola Chamorro, Global Head of Talent Acquisition & Employer Branding de Meliá Hotels International, recogió el galardón en nombre de la empresa durante la gala.

Chamorro afirmó que el reconocimiento pone en valor una compañía construida “desde y para las personas”. Añadió que en Meliá creen en el talento, en su potencial y en su crecimiento. También señaló que Very Inspiring People significa que todos son VIP: personas que acompañan, cuidan y empoderan para que sean protagonistas de su propio camino y del éxito de Meliá Hotels International.

Junto a Meliá, Randstad señaló como mejores empresas para trabajar en sus respectivos sectores a Atresmedia, BBVA, IBM, ID Logistics, IKEA, Inditex, Konecta, KPMG, L’Oréal, Mapfre, Mercedes-Benz, Nestlé, Roche Farma, Schneider Electric, Siemens Energy y Telefónica.

El informe recuerda que Randstad fue una de las primeras organizaciones en analizar los factores que influyen en la elección de una empresa para desarrollar la carrera profesional. La última edición del estudio muestra que las prioridades de los empleados en España se han mantenido en gran medida estables durante el último año.

Tener un salario y beneficios competitivos sigue siendo la máxima prioridad para el talento. Después aparecen un ambiente laboral positivo, un buen equilibrio entre vida personal y laboral, seguridad laboral a largo plazo y oportunidades de progresión profesional.

El estudio también recoge otros factores que influyen en la elección de una empresa. La igualdad de oportunidades figura entre los aspectos más valorados, con diferencias notables entre mujeres y hombres. También pesan el acceso o la ubicación del trabajo y la posibilidad de desempeñar tareas interesantes que supongan un reto estimulante.

A ello se suma la importancia de un liderazgo sólido y de una buena reputación corporativa, además del compromiso de la empresa con el medio ambiente y la sociedad. El uso de tecnología de vanguardia también entra en la valoración, aunque

con menor peso.

Randstad subraya que esta XVII edición de los Randstad Awards acumula más de dos millones de encuestados. Los galardones se conceden a partir de encuestas a profesionales en España realizadas por una entidad independiente, con una muestra representativa en cuanto a género, región, edad y educación.

El estudio incluye estudiantes y personas con y sin trabajo, con edades comprendidas entre los 18 años y la edad de jubilación, aunque con mayor incidencia del grupo de 25 a 44 años. En las 17 ediciones publicadas del informe Randstad Employer Brand Research se han realizado más de dos millones de encuestas a trabajadores en todo el mundo y más de 100.000 solo en España.

Randstad señala además que el estudio nació en Bélgica en el año 2000 y que participan 32 países donde la compañía está presente. En total, ha encuestado a más de 160.000 personas y más de 8.000 empresas, lo que lo sitúa como el estudio más representativo a nivel mundial sobre employer branding.

La elección de las empresas más atractivas para trabajar se obtiene mediante el promedio de dos indicadores clave a partir de las respuestas de los 7.800 participantes. Por un lado, el deseo de trabajar en una determinada organización, donde se calcula la puntuación media del deseo real de los profesionales de trabajar para una compañía, integrando todas las respuestas, positivas, neutrales y negativas, en una escala de 100 puntos. Por otro, la evaluación de atributos, que mide la percepción de la empresa en 12 factores críticos, como el salario, la conciliación y la seguridad laboral.

Con este enfoque, Randstad sostiene que las compañías pueden identificar con precisión sus fortalezas y áreas de mejora, y conectar la reputación de marca con la propuesta de valor real que ofrecen al talento.

La empresa recuerda también que en España hace posible que cada día 55.000 personas tengan un empleo, gracias a sus 2.500 empleados distribuidos en más de 250 oficinas. Añade que ofrece anualmente más de 1,5 millones de horas de formación y que durante 2025 Randstad Iberia facturó 1.962 millones de euros.