

Camchal, Newsletter, 11 de marzo de 2013

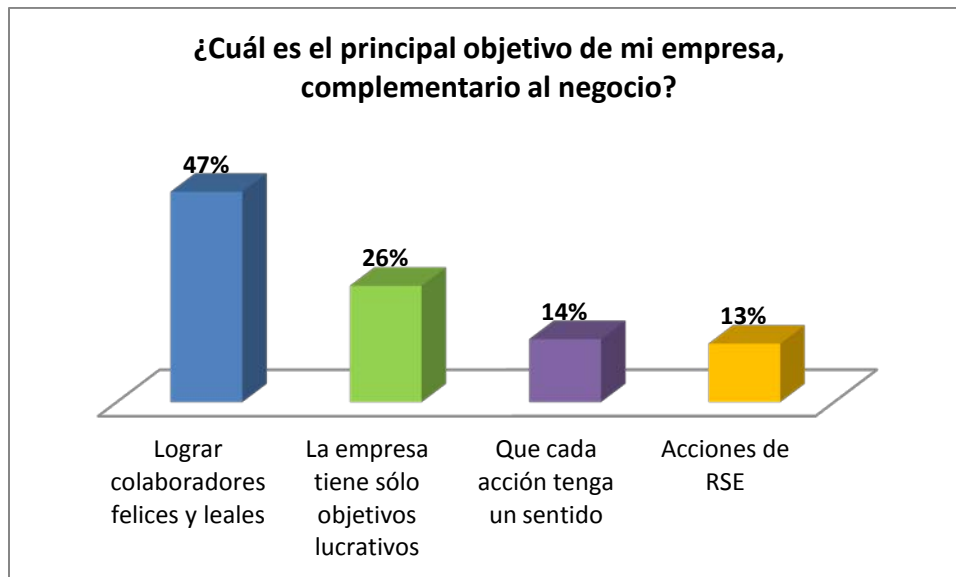
Según sondeo de SommerGroup®:

Objetivo complementario al negocio: “Lograr colaboradores felices y leales”

Se trata de la principal tendencia en las empresas, poner el foco no sólo en los resultados del negocio, sino también en la felicidad de su valioso capital humano.

Sondeamos el mercado laboral, para indagar cuáles son los principales objetivos complementarios al negocio de la empresa. Para esto se aisló la variable "objetivo del negocio". Todas las compañías tienen fines propios del negocio. Lo interesante es conocer las acciones que van en el riel paralelo y que, si bien aportan a los resultados, trascienden a los datos duros.

De un centenar de encuestados, casi la mitad de los sondeados (44%), se inclinó por la alternativa “Lograr colaboradores felices y leales”. “El resultado reflejó la positiva percepción de los encuestados sobre la preocupación que están teniendo las empresas por focalizar sus esfuerzos en los colaboradores. Esto coincide con la realidad de las compañías de ser conscientes que el capital humano es el motor de la empresa y que para retenerlo, debe existir una preocupación integral por la persona”, comenta Ximena Rodríguez, socia de SommerGroup International Search Group.



La segunda tendencia, con un 25%, optó por la alternativa “Mi empresa tiene sólo fines lucrativos”. En esta alternativa, quienes votaron por ella, son en su totalidad gerentes. La cifra representa una cuarta parte, bastante significativa. “Si bien el fin de las empresas es lucrativo, hoy se han incorporado otros fines que ponen el énfasis en la valoración y desarrollo de la persona. Esto responde a que los ejecutivos han experimentado un cambio, por lo tanto las empresas han debido ajustarse a las necesidades y perfiles de estas nuevas generaciones.

Muy interesante fue la tercera opción de los encuestados “Que cada acción tenga un sentido”, con un 14% de los votos. Uno de los ejecutivos sondeados comentó que para que los colaboradores estén contentos y se mantengan leales, uno de los requisitos fundamentales es que perciban primero algún sentido en las tareas que realizan, tanto respecto de la cadena de valor de la actividad económica, como también el sentido que este trabajo les otorga fuera de su trabajo, en su crecimiento personal.

Finalmente, con un 13%, continuó la alternativa “Realizar acciones de RSE”. “Este tema ha ido tomando cada vez más fuerza en las empresas, y se espera continúe en el sendero del desarrollo. La RSE es una contribución concreta a nuestra sociedad y permite incentivar una cultura organizacional con conciencia social”, precisa la psicóloga.

Un dato interesante fue que el perfil de la mayoría de los que votaron por la primera opción, “Lograr colaboradores felices y leales”, corresponde a un segmento étéreo que

abarca desde los 30 hasta 36 años de edad; en cambio, para la tercera alternativa, que pone el foco en que “cada acción tenga un sentido”, la totalidad de sus votantes pertenecen al grupo etáreo que va desde 45 años y más.

Datos de la muestra

N: 100

Fecha: Diciembre de 2012