



QUE QUIEREN NUESTROS TRABAJADORES

Hugo Urdaneta (*)

El Periodiquito

Publicado en EL PERIODIQUITO de Aragua el 22 de noviembre de 2013

EL CLIENTE ES EL OBJETIVO

Imaginémonos una empresa que no conoce las preferencias de sus clientes, qué quieren, qué necesitan, qué opinan de sus productos, la percepción de las características positivas, y las características negativas de estos, que mejoras podrían tener para potenciar su valor agregado.

Son muchas las preguntas e información que recopilan los encargados del mercadeo de las empresas en su gestión por responder a las demandas de los clientes, que son al final la razón de ser de la organización.

En conclusión, conocer al cliente en su totalidad, así como convencerlos de las bondades de los productos de la empresa, son dos de las principales funciones de los responsables del área de mercadeo.

EL CLIENTE DEL AREA DE TALENTO HUMANO ES EL TRABAJADOR

Ahora bien, si para el área de mercadeo el cliente externo es su razón de ser, para el área de recursos humanos los trabajadores deberían ser su razón de ser.

Si el cliente es el trabajador, entonces debemos enfocarnos en conocer a profundidad sus necesidades, su entorno familiar, cómo se sienten, qué piensan de la empresa, de la supervisión, de la gerencia etc.

El otro tema importante es, cómo el área de talento humano vende a los trabajadores los productos y servicios, concretados en forma de programas de compensación, beneficios, desarrollo, entrenamiento, crecimiento etc.

Este último aspecto de la venta pasa por lograr altos niveles de credibilidad y confianza de los representantes de la empresa ante los trabajadores, dada la complejidad de este tema es material para otro artículo, por los momentos me concentraré en el conocimiento del cliente del área de talento humano.

QUE ESPERAN NUESTROS TRABAJADORES

Distintos estudios realizados en el país para conocer a profundidad cuáles son las motivaciones y preocupaciones principales de nuestros trabajadores arrojan resultados contundentes.

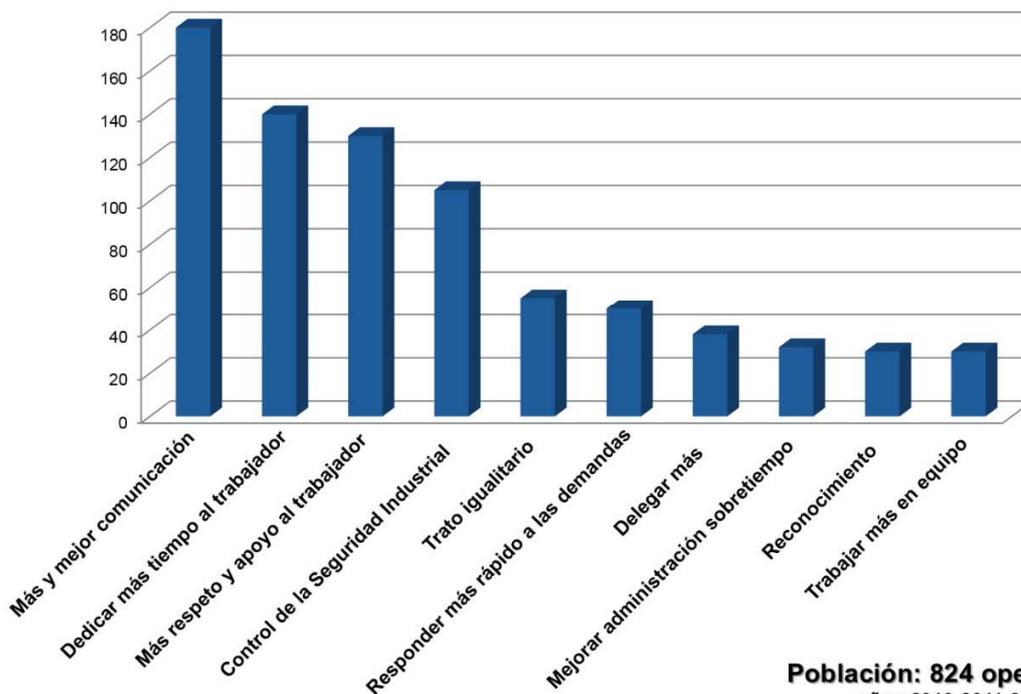
HU CONSULTING CA. 0414-2091339 hu@huconsulting.net / hu.consulting@gmail.com
www.huconsulting.net RIF J-29759132-0

El primero de ellos fue llevado a cabo por mi persona durante los años 2010, 2011 y 2012 con personal operario, perteneciente a la nómina contractual de empresas industriales y de consumo masivo en la zona central del país y la zona industrial de Guarenas-Guatire, a las cuales prestaba asesoría.

Como puede observarse en el gráfico anexo, ante la pregunta ¿Qué espera usted de su supervisor? Para sorpresa de muchos, lo que esperan los trabajadores operadores son elementos principalmente relacionados con las comunicaciones y el trato.

Se trata de los llamados factores blandos, o como a mí me gusta llamarlos “*salario emocional*” y no como quizá muchos esperarían en términos de factores duros como los salarios y beneficios tangibles y de impacto monetario.

¿Qué espera usted de su supervisor?



Población: 824 operadores
años 2010-2011-2012

Estudio realizado por HU CONSULTING CA

OTROS ESTUDIOS

En otro estudio realizado por el sociólogo e investigador de la UCAB Luis Pedro España “Conociendo a los Trabajadores y Colaboradores de la Empresa”, indagó sobre los

resentimientos de los trabajadores. Los resultados encontrados son bastante similares a los hallazgos del estudio anterior.

¿De qué se resienten los trabajadores?

- Los líderes no los motivan.
- La existencia de procedimientos injustos.
- El privilegio hacia algunos empleados.
- No se cumplen los compromisos.
- Trato despersonalizado.
- Falta de sensibilidad por la vida privada del trabajador.
- Falta de capacidad de los líderes

Aquí vemos de nuevo que factores como el trato, el respeto, la justicia ocupan lugar predominante en la preocupación de los trabajadores.

Un tercer estudio se refiere a información obtenida por parte de CONINDUSTRIA sobre lo que un trabajador espera, siendo los resultados:

- Que la empresa no lo engañe
- Un ingreso proporcional a su esfuerzo
- Un trato respetuoso
- Seguridad Social
- Mejorar su calidad de vida y la de los suyos
- Obtener beneficios sociales adicionales
- Capacitación

Aquí se observa adicional al trato respetuoso, el tema de valores como el no ser engañado, y llama poderosamente la atención que aparezca de último la capacitación.

CONCLUSIONES



El conocer al trabajador en toda su extensión a su cliente, se corre el peligro, de diseñar procesos, sistemas, productos y servicios que no satisfacen las expectativas de los trabajadores, que terminan no motivándolos.

Al no sentirse los trabajadores representados en la gestión del talento humano, la posibilidad de malestar y conflicto se incrementa.

Al no estar satisfechos estos factores blandos, se potencian los reclamos en los factores duros.

Hagamos parte importante de las responsabilidades de la gerencia, de la supervisión y por supuesto del área de talento humano el conocimiento de los trabajadores, como el insumo fundamental para las estrategias de gestión del talento humano.

(*) Sociólogo, Master en Gerencia de Recursos Humanos, Diplomado en Psicología Positiva, Master en Programación Neurolingüística, Coach, Consultor Organizacional, experto en temas de Recursos Humanos y Relaciones Laborales.