



AL
GRUPO
HUMANO

Organizaciones más Humanas,
Negocios más Rentables



¿ Vivimos una transformación hacia Organizaciones
más Humanas? Investigando el sentir de las personas.

Investigación en Cultura organizacional. Argentina. Abril 2015

► INTRODUCCION

Este informe nos acerca las principales reflexiones que obtuvimos de una investigación cuyo propósito es el de analizar si vivimos una transformación hacia Organizaciones más Humanas. Para lograrlo, estudiamos las características que los empleados perciben de la gestión organizacional en la cual se desempeñan.

Los datos que aquí se presentan fueron obtenidos a partir de una encuesta anónima realizada por Al Grupo Humano y liderada por su co-fundadora, Andrea Linardi.

► FICHA TÉCNICA

Se desarrolló una **encuesta online anónima** conformada por preguntas cerradas. La población representada en la muestra está conformada por **400 casos**, personas mayores de 18 años que **trabajan en relación de dependencia en Argentina**.

La encuesta estuvo disponible para ser completada durante los meses de **Febrero y Marzo de 2015**. La base de datos generada automáticamente facilitó el análisis estadístico, el diseño de gráficos que permiten mostrar con mayor claridad los datos obtenidos, y la generación de conclusiones.

► PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

DIVERSIDAD GENERACIONAL

27% GENERACION Y

50% GENERACION X

23% BABY BOOMERS

Son considerados Baby Boomers los nacidos hasta 1964, Generación X quienes los han hecho entre 1965 y 1980, Generación Y los nacidos a partir de 1981.

LA DOTACIÓN DE LA EMPRESA EN LA QUE TRABAJO ES:

25% HASTA 100 EMPLEADOS

12% DE 100 A 300 EMPLEADOS

22% DE 300 A 1000 EMPLEADOS

26% DE 1000 HASTA 5000 EMPLEADOS

15% MAS DE 5000 EMPLEADOS

SEXO

51% VARON

49% MUJER



NIVEL DE RESPONSABILIDAD

59% CON PERSONAL A CARGO

41% SIN PERSONAL A CARGO



LA EMPRESA EN LA CUAL TRABAJO ES:

9% ESTATAL

35% PRIVADA GRANDE DE CAPITALES EXTRANJEROS

36% PRIVADA GRANDE DE CAPITALES NACIONALES

20% PYME



► PRINCIPALES HALLAZGOS:

La mejora en las comunicaciones interpersonales favorece alcanzar mejores resultados del negocio



Cuando el colaborador declara que los resultados alcanzados en la organización son mejores que el año anterior, en todos los casos califica en mejor medida a la cultura organizacional donde se desarrolla.

¿LA EMPRESA ALCANZÓ MEJORES RESULTADOS QUE EL AÑO PASADO?

	NO	No los conozco	SI
Las reuniones de trabajo son productivas	5,35	5,15	6,53
Me siento respetado	6,11	5,88	7,04
Sé lo que piensa mi jefe directo	6,25	5,75	7,08
Mi jefe directo sabe lo que yo pienso	6,34	5,69	7,22
Confío en la palabra de otros integrantes de la organización	5,51	5,69	6,53
Si un amigo dudara en postularse para trabajar en la empresa, lo entusiasmaría para que lo haga.	4,97	5,51	6,78

1

Cuando el colaborador piensa en el gerente general al momento de calificar la cultura organizacional, lo hace más críticamente que cuando piensa en el resto de los integrantes de la organización inclusive su jefe directo.

CUANDO EVALÚO LA ORGANIZACIÓN, PIENSO ANTE TODO EN:

	El equipo que me reporta	El Gerente General	Las personas en general	Mi jefe directo	Mis pares	Otros
Las reuniones de trabajo son productivas	5,87	5,50	6,00	6,08	5,84	5,92
Me siento respetado	6,67	5,95	5,59	6,15	7,00	6,54
Sé lo que piensa mi jefe directo	6,87	6,13	6,68	6,30	6,96	6,58
Mi jefe directo sabe lo que yo pienso	6,80	6,24	6,76	6,80	6,40	6,66
Confío en la palabra de otros integrantes de la organización	5,73	5,32	6,22	6,48	5,96	6,07
La calidad de las comunicaciones interpersonales influyen en los resultados del negocio	7,53	6,71	7,48	7,35	6,92	7,31
Si un amigo dudara en postularse para trabajar en la empresa, lo entusiasmaría para que lo haga.	6,73	4,68	6,29	5,88	6,16	6,01

En las empresas estatales se evidencian culturas organizacionales caracterizadas por menor comunicación y baja mirada estratégica hacia la innovación y la toma de riesgo.



Las organizaciones estatales, dentro del mundo organizacional, son las caracterizadas como las más tradicionales y conservadoras en su estilo jerárquico y su mirada hacia los negocios.

	LA EMPRESA EN LA CUAL TRABAJO, ES:			
	Estatal	Privada grande de capitales extranjeros	Privada grande de capitales nacionales	PYME
Las reuniones de trabajo son productivas	4,97	6,04	6,25	5,53
Me siento respetado	5,56	6,77	6,77	6,18
Sé lo que piensa mi jefe directo	5,36	6,72	6,65	6,75
Mi jefe directo sabe lo que yo pienso	5,83	6,92	6,77	6,39
Confío en la palabra de otros integrantes de la organización	5,36	6,15	6,13	6,16
La calidad de las comunicaciones interpersonales influyen en los resultados del negocio	6,86	7,60	7,27	7,09
La compañía en la que trabajo avala la toma de riesgo	4,78	6,08	5,58	5,51
La compañía en la que trabajo alienta la innovación	4,19	6,67	5,68	5,94
Si un amigo dudara en postularse para trabajar en la empresa, lo entusiasmaría para que lo haga.	5,11	6,49	5,98	5,63

Las mujeres son más críticas al momento de calificar la humanización de la cultura organizacional donde se desempeñan.

	Mujer	Varón
Las reuniones de trabajo son productivas	5,61	6,21
Me siento respetado	6,24	6,83
Sé lo que piensa mi jefe directo	6,26	6,88
Mi jefe directo sabe lo que yo pienso	6,32	6,99
Confío en la palabra de otros integrantes de la organización	5,93	6,21
Si un amigo dudara en postularse para trabajar en la empresa, lo entusiasmaría para que lo haga.	5,73	6,27

4

Los colaboradores más jóvenes tienen una mirada más crítica hacia las comunicaciones que mantienen en su organización.



La Generación Y valora fuertemente la autenticidad y la transparencia en sus vínculos, conceptos que atraviesan las comunicaciones al momento de calificarlas.

	Generación Y	Generación X	Baby Boomers
Sé lo que piensa mi jefe directo	6,34	6,60	6,82
Mi jefe directo sabe lo que yo pienso	6,40	6,73	6,85
Confío en la palabra de otros integrantes de la organización	5,85	6,09	6,30

5

Las empresas que No alcanzaron mejores resultados que el año pasado, avalan en menor medida la toma de riesgo y la innovación.



La adaptación al cambio es la ventaja competitiva más fuerte de una estrategia de negocios en un contexto donde la única certeza es el cambio constante. Contar con un equipo de personas motivadas para llevarlo adelante es indispensable.

¿LA EMPRESA ALCANZÓ MEJORES RESULTADOS QUE EL AÑO PASADO?

	NO	SI
La compañía en la que trabajo avala la toma de riesgos	5,12	6,22
La compañía en la que trabajo alienta la innovación	5,38	6,52

6

Los colaboradores son más benévolos a la hora de evaluar la toma de riesgo y la innovación a mayor edad y especialmente entre los varones



Con el correr de los años parecería que la exigencia con relación a la innovación y a la toma de riesgo sería menor. La conservación y la permanencia en lo conocido parecerían ser más valorados en los colaboradores de mayor edad.

MUJER	Generación Y	Generación X	Baby Boomers
La compañía en la que trabajo avala la toma de riesgos	5,50	5,44	5,80
La compañía en la que trabajo alienta la innovación	5,66	5,88	6,03

VARONES	Generación Y	Generación X	Baby Boomers
La compañía en la que trabajo avala la toma de riesgos	5,17	5,80	6,28
La compañía en la que trabajo alienta la innovación	5,71	6,00	6,42

7

► NUESTRA MIRADA



El sentirse respetado, la comunicación con el jefe y la confianza que nos inspira la palabra de nuestros colegas, son indicadores de una cultura organizacional más humanizada. En pocas palabras **la calidad de nuestras comunicaciones interpersonales conforman el ambiente que respiramos en las organizaciones** y como consecuencia promueven o restringen las acciones que realizamos y los resultados que alcanzamos.

Quando analizamos la mirada de los colaboradores sobre sus culturas, observamos que **los jóvenes son los que tienen una mirada más crítica del nivel de humanidad en el cual trabajan**. Esto lo distinguimos como preocupante ya que entendemos que su mirada crítica tiene directa implicancia con el nivel de engagement que sentirán, y como consecuencia de los aportes y labores que realicen en sus ámbitos de trabajo.

Las palabras de Peter Senge ilustran este sentimiento “La gente no sobresale ni aprende porque se lo ordenan sino porque lo desea”. **Somos seres emocionales y el engagement que podamos propiciar en nuestros colaboradores condicionará su desempeño.**

Si no logramos que las personas experimenten el sentirse respetados e involucrados, claramente no podemos esperar que luego ellos se comprometan con nuestros negocios. Como consecuencia vemos congruente que los **resultados del negocio se vean impactados por las culturas organizacionales que promovemos.**



+54 11 5353 4877

info@algrupohumano.com | www.algrupohumano.com

Alicia M. de Justo 1150, piso 3, Of. A306 (C1107AAX)
Dock 8 - Puerto Madero - Buenos Aires. Argentina



Andrea Linardi

Co-Fundadora



Miguel Cortina

Co-Fundador



Dra. Delia Garrido

Colaboradora en Estadística



Erika Uehara

Colaboradora en
Comunicaciones



María Eugenia
del Río

Consultora Asociada



Paula Rinaldi

Colaboradora en
Investigaciones



Graciela D'Ercole

Consultora Asociada



Valeria Folonier

Colaboradora en
Capacitación y
Desarrollo



Irini Wentinck

Colaboradora en Pequeñas
y Medianas Empresas



Representantes en Argentina y México de la Escuela Matriz de Santiago, cofundada por el PhD Humberto Maturana & X.Dávila.