

Planificación del hogar y la tecnología, los mayores desafíos



Bancolombia se ubicó en la primera posición. FOTO: Bancolombia.



COLOMBIA | DERECHOS LABORALES

POR NATALIA CUBILLOS MURCIA | PUBLICADO HACE 21 HORAS

Un capítulo exclusivo sobre cómo los trabajadores entienden el rol de las compañías en medio de la covid-19 tiene este año el escalafón de Merco Talento, listado en el que se valoran las características de las empresas en atraer y retener talento y en el que se destacan Bancolombia, Grupo Nutresa, Alpina y **Ecopetrol** en los primeros lugares entre un escalafón de 100 empresas (ver lista).

¿Por qué hacerlo? Porque, según *José María San Segundo*, CEO Merco, este listado busca ser una herramienta de mejora ante la gestión del recurso humano, por lo que se buscó indagar qué percepción tenían los empleados de las empresas al tiempo que se calificaba su calidad como empleador.

Catalina Londoño, directora General de Merco Colombia explicó que este “es un monitor “abierto” donde la participación de las empresas depende del reconocimiento que hacen las diferentes audiencias”.

En este contexto el 64% de las marcas tienen su origen en otros países y en Bogotá (32% cada categoría), el 24% tienen sus orígenes en Medellín y el 12% restante en otros territorios, y vale destacar el ingreso al Top 100 de Adidas, Comfama, Bimbo, Constructora Bolívar, Cine Colombia, Avon, Grupo Argos y la Fundación Cardio Infantil en el escalafón.

Desde adentro

En esta oportunidad, después de analizar 66.994 encuestas, San Segundo sostuvo que los retos más importantes para los trabajadores son planear sus labores o sus responsabilidades al tiempo que se organiza el hogar (24,7 %) en este panorama pandémico, así como gestionar las herramientas tecnológicas (21,2 %) y el estado de ánimo (18,3 %); lo anterior, reconociendo el directivo esta situación atípica del empleo.

Pese a la situación retadora, el CEO destacó la “satisfacción global, la motivación y el reconocimiento y la percepción del salario (pese a que este último no ha cambiado)”; esto debido a que también los encuestados valoran cómo se han potenciado los valores éticos y profesionales de las empresas, por lo que se sienten más orgullosos de la compañías.

“¿Qué han ganado las empresas colombianas desde una perspectiva reputacional para sus trabajadores? Mucho más ética y responsabilidad corporativa (9,7 %), solvencia (6,1 %), un poquito de talento (1,3 %), ha perdido innovación (-1,5 %), de dimensión internacional (-6,4 %) y calidad de la oferta (-9,1 %)”, dijo el CEO.

Enfoque por competencias

Paralelo a estos hallazgos, *Daniel Uribe*, director de la Fundación Corona, destaca como una preocupación importante que “la gran mayoría de las empresas no tienen un área de recursos humanos”.

Esto afecta el proceso de contratación y paralelo a esta situación las búsquedas se concentran en perfiles y no por competencias, dijo Uribe: “Cuando las empresas no reconocen qué competencias se requieren, esto impacta en la competitividad y retención (...) e incluso, excluye a muchas personas vulnerables de la entrada en el proceso”.

Así “aquellas empresas que buscan a sus empleados por competencias son más ser una herramienta de mejora ante la gestión del recurso humano, por lo que se buscó indagar qué percepción tenían los empleados de las empresas al tiempo que se calificaba su calidad como empleador.

Catalina Londoño, directora General de Merco Colombia explicó que este “es un monitor “abierto” donde la participación de las empresas depende del reconocimiento que hacen las diferentes audiencias”.

En este contexto el 64% de las marcas tienen su origen en otros países y en Bogotá (32% cada categoría), el 24% tienen sus orígenes en Medellín y el 12% restante en otros territorios, y vale destacar el ingreso al Top 100 de Adidas, Comfama, Bimbo, Constructora Bolívar, Cine Colombia, Avon, Grupo Argos y la Fundación Cardio Infantil en el escalafón.

Desde adentro

En esta oportunidad, después de analizar 66.994 encuestas, San Segundo sostuvo que los retos más importantes para los trabajadores son planear sus labores o sus responsabilidades al tiempo que se organiza el hogar (24,7 %) en este panorama pandémico, así como gestionar las herramientas tecnológicas (21,2 %) y el estado de ánimo (18,3 %); lo anterior, reconociendo el directivo esta situación atípica del empleo.

Pese a la situación retadora, el CEO destacó la “satisfacción global, la motivación y el reconocimiento y la percepción del salario (pese a que este último no ha cambiado)”; esto debido a que también los encuestados valoran cómo se han potenciado los valores éticos y profesionales de las empresas, por lo que se sienten más orgullosos de la compañías.

“¿Qué han ganado las empresas colombianas desde una perspectiva reputacional para sus trabajadores? Mucho más ética y responsabilidad corporativa (9,7 %), solvencia (6,1 %), un poquito de talento (1,3 %), ha perdido innovación (-1,5 %), de dimensión internacional (-6,4 %) y calidad de la oferta (-9,1 %)”, dijo el CEO.

Enfoque por competencias

Paralelo a estos hallazgos, *Daniel Uribe*, director de la Fundación Corona, destaca como una preocupación importante que “la gran mayoría de las empresas no tienen un área de recursos humanos”.

Esto afecta el proceso de contratación y paralelo a esta situación las búsquedas se concentran en perfiles y no por competencias, dijo Uribe: “Cuando las empresas no reconocen qué competencias se requieren, esto impacta en la competitividad y retención (...) e incluso, excluye a muchas personas vulnerables de la entrada en el proceso”.

Así “aquellas empresas que buscan a sus empleados por competencias son más ser una herramienta de mejora ante la gestión del recurso humano, por lo que se buscó indagar qué percepción tenían los empleados de las empresas al tiempo que se calificaba su calidad como empleador.

Catalina Londoño, directora General de Merco Colombia explicó que este “es un monitor “abierto” donde la participación de las empresas depende del reconocimiento que hacen las diferentes audiencias”.

En este contexto el 64% de las marcas tienen su origen en otros países y en Bogotá (32% cada categoría), el 24% tienen sus orígenes en Medellín y el 12% restante en otros territorios, y vale destacar el ingreso al Top 100 de Adidas, Comfama, Bimbo, Constructora Bolívar, Cine Colombia, Avon, Grupo Argos y la Fundación Cardio Infantil en el escalafón.

Desde adentro

En esta oportunidad, después de analizar 66.994 encuestas, San Segundo sostuvo que los retos más importantes para los trabajadores son planear sus labores o sus responsabilidades al tiempo que se organiza el hogar (24,7 %) en este panorama pandémico, así como gestionar las herramientas tecnológicas (21,2 %) y el estado de ánimo (18,3 %); lo anterior, reconociendo el directivo esta situación atípica del empleo.

Pese a la situación retadora, el CEO destacó la “satisfacción global, la motivación y el reconocimiento y la percepción del salario (pese a que este último no ha cambiado)”; esto debido a que también los encuestados valoran cómo se han potenciado los valores éticos y profesionales de las empresas, por lo que se sienten más orgullosos de la compañías.

“¿Qué han ganado las empresas colombianas desde una perspectiva reputacional para sus trabajadores? Mucho más ética y responsabilidad corporativa (9,7 %), solvencia (6,1 %), un poquito de talento (1,3 %), ha perdido innovación (-1,5 %), de dimensión internacional (-6,4 %) y calidad de la oferta (-9,1 %)”, dijo el CEO.

Enfoque por competencias

Paralelo a estos hallazgos, *Daniel Uribe*, director de la Fundación Corona, destaca como una preocupación importante que “la gran mayoría de las empresas no tienen un área de recursos humanos”.

Esto afecta el proceso de contratación y paralelo a esta situación las búsquedas se concentran en perfiles y no por competencias, dijo Uribe: “Cuando las empresas no reconocen qué competencias se requieren, esto impacta en la competitividad y retención (...) e incluso, excluye a muchas personas vulnerables de la entrada en el proceso”.

Así “aquellas empresas que buscan a sus empleados por competencias son más ser una herramienta de mejora ante la gestión del recurso humano, por lo que se buscó indagar qué percepción tenían los empleados de las empresas al tiempo que se calificaba su calidad como empleador.

Catalina Londoño, directora General de Merco Colombia explicó que este “es un monitor “abierto” donde la participación de las empresas depende del reconocimiento que hacen las diferentes audiencias”.

En este contexto el 64% de las marcas tienen su origen en otros países y en Bogotá (32% cada categoría), el 24% tienen sus orígenes en Medellín y el 12% restante en otros territorios, y vale destacar el ingreso al Top 100 de Adidas, Comfama, Bimbo, Constructora Bolívar, Cine Colombia, Avon, Grupo Argos y la Fundación Cardio Infantil en el escalafón.

Desde adentro

En esta oportunidad, después de analizar 66.994 encuestas, San Segundo sostuvo que los retos más importantes para los trabajadores son planear sus labores o sus responsabilidades al tiempo que se organiza el hogar (24,7 %) en este panorama pandémico, así como gestionar las herramientas tecnológicas (21,2 %) y el estado de ánimo (18,3 %); lo anterior, reconociendo el directivo esta situación atípica del empleo.

Pese a la situación retadora, el CEO destacó la “satisfacción global, la motivación y el reconocimiento y la percepción del salario (pese a que este último no ha cambiado)”; esto debido a que también los encuestados valoran cómo se han potenciado los valores éticos y profesionales de las empresas, por lo que se sienten más orgullosos de la compañías.

“¿Qué han ganado las empresas colombianas desde una perspectiva reputacional para sus trabajadores? Mucho más ética y responsabilidad corporativa (9,7 %), solvencia (6,1 %), un poquito de talento (1,3 %), ha perdido innovación (-1,5 %), de dimensión internacional (-6,4 %) y calidad de la oferta (-9,1 %)”, dijo el CEO.

| LO MÁS LEÍDO | LO MÁS COMENTADO | LO MÁS COMPARTIDO |
|--------------|---|-------------------|
| 1 | Colombia ajusta 3.470 muertes por coronavirus | |
| 2 | Con un nuevo fallecimiento asciende a 26 la cifra de muertes por coronavirus en Antioquia | |
| 3 | Médicos de Antioquia piden cuarentena total y obligatoria | |
| 4 | 100.000 casos de coronavirus en Colombia, ¿para dónde vamos? | |
| 5 | El hallazgo que sorprende a Urabá | |

NOTAS DE LA SECCIÓN

- Avanza apertura de manufactura, comercio y servicios
- Tostao' inicia proceso de recuperación empresarial
- Credicorp Capital se expande en el país
- La apuesta es por un día sin IVA sin filas ni congestiones virtuales
- Se fusionan Credicorp Capital y Ultraserfinco

- La apuesta es por un día sin IVA sin filas ni congestiones virtuales
- Se fusionan Credicorp Capital y Ultraserfinco

- La apuesta es por un día sin IVA sin filas ni congestiones virtuales
- Se fusionan Credicorp Capital y Ultraserfinco

- La apuesta es por un día sin IVA sin filas ni congestiones virtuales
- Se fusionan Credicorp Capital y Ultraserfinco