

Circular 2006-2021

Transcribimos a ustedes un artículo escrito por Gerardo Hernández el 7 de octubre de 2021 en el diario “El Economista” sobre la relación de la empresa con sus trabajadores.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Las empresas sí escuchan a sus trabajadores... pero "les dan el avión"

Un estudio del Workforce Institute reveló que la gran mayoría de las personas trabajadoras en México se sienten escuchadas por sus empleadores, sin embargo, sólo una poco más de una tercera parte de las empresas actúa en consecuencia.

En un contexto complicado con diversos factores que han ocasionado daños en la salud mental de las personas en los últimos años, aún existe una brecha entre **la voz de los trabajadores** y las acciones de las empresas. Aunque un alto porcentaje de la fuerza laboral se siente escuchada por su empleador, en términos prácticos, las organizaciones "les dan el avión".

De acuerdo con el informe *Los escuchados y los no escuchados* del Workforce Institute de UKG y Workplace Intelligence, el

92% de los trabajadores mexicanos

se siente escuchado por su empresa. De hecho, la pandemia pudo haber sido un catalizador para que los empleadores se acerquen más a su capital humano, pues el 67% de los encuestados afirma que en su organización valoran más su voz en la actualidad en comparación con 2020.

En una lista de 11 países que conformaron el estudio, entre los que se encuentran Australia, Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia y la India, nuestro país es el que tiene la mayor proporción de [trabajadores que se sienten tomados en cuenta por su empresa](#), al menos en procesos de escucha activa.

El desarrollo profesional, los beneficios y la salud física y mental, en línea con las afectaciones de la emergencia sanitaria, son los tres temas en los que la fuerza laboral nacional desea tener mayor **atención de sus empleadores**.

"Si bien los colaboradores en México generalmente sienten que sus empleadores escuchan sus comentarios, esto es sólo el primer paso para una cultura de éxito en el lugar de trabajo", explicó Jaime Cardoso, director de marketing de UKG.

Esta no es la única referencia de que la fuerza laboral siente que sus empleadores no toman en serio sus opiniones el *Termómetro Laboral* de OCC Mundial identificó que **la mitad de las empresas** en México no cuenta con un protocolo que le permita a los trabajadores externar sus preocupaciones o inquietudes.

"Los encuestados mencionaron que les gustaría contar con una línea de denuncia anónima o simplemente tener respuesta a los comentarios que se emiten en los buzones de sugerencias o por correo electrónico", destaca la encuesta de la bolsa de trabajo en línea.

¿Para qué escuchar?

Aunque las organizaciones han hecho esfuerzos por mejorar sus procesos de **escucha activa**, la realidad es que se han traducido en pocos resultados a nivel práctico. Un tercio de los trabajadores opina que los mensajes que comparten con su patrón no conducen a ningún cambio, de acuerdo con UKG.

Esta falta de acción que perciben las personas a pesar de sentirse escuchadas es un fenómeno global, el **40% de los encuestados** en el mundo tiene el mismo sentimiento de que la empresa no toma acciones para cambiar los problemas que se le comunican.

"Está claro que hay que tomar medidas para [mejorar la experiencia de los empleados](#) e incluirlos en el proceso de toma de decisiones de la empresa. Si se tiene en cuenta la voz de los empleados y se escucha realmente lo que tienen que decir, aumentarán la productividad e impulsarán la innovación en la organización", apuntó Jaime Cardoso.

Según el informe de UKG, la brecha entre la voz del empleado y las acciones de la empresa es preocupante porque **escuchar a los trabajadores** y poner en práctica sus comentarios es la oportunidad para mejorar la productividad, la eficacia, el bienestar, el compromiso, la confianza y el sentido de pertenencia.

Mientras tanto, el *Termómetro Laboral* evidenció que los trabajadores quieren tratar con sus empleadores temas como incrementos salariales, flexibilidad laboral, prestaciones médicas y situaciones relacionadas con la salud y los contagios, ayuda psicológica y las oportunidades de desarrollo profesional. Pero la escasa apertura de los **canales de comunicación** le impide a los empleados abordar estos puntos con las empresas.

Muchos canales, poca confianza

Las organizaciones han hecho grandes esfuerzos para obtener retroalimentación de sus empleados a través de diferentes canales. En México, los **vías más populares** son las reuniones cara a cara, los buzones con sugerencias anónimas, las encuestas de compromiso y reuniones con la alta dirección.

Sin embargo, la presencia de más **canales de comunicación** no se traduce automáticamente en una mayor participación de las personas para compartir su retroalimentación con la organización. El 46% de los mexicanos afirma que es más probable que comparta sus comentarios de forma anónima a través de una plataforma digital que por las vías institucionales.

Esta **falta de confianza** por parte de los empleados en la comunicación podría estar asociada a posibles riesgos a su carrera; 61% preferiría cambiar de puesto, a otro equipo o empresa antes que compartir sus puntos de vista.

El **miedo a las críticas** también puede ser un factor que afecte la confianza de las personas a expresar sus puntos de vista, un 39% asegura que guarda sus opiniones y preocupaciones para evitar involucrarse en un ambiente tóxico.

Pero lo más preocupante es que más de la mitad de los encuestados confirmó que es más seguro que le diga a su líder lo que quiere oír en lugar de lo que realmente siente, lo que puede obstaculizar el desarrollo a largo plazo de una organización y fomentar una cultura de desconfianza.

Insistimos que una de las soluciones para evitar conflictos laborales es tener una dirección de Recursos Humanos fuerte y moderna.

“Unámonos más que nunca en un Gran Acuerdo Por México”