ManpowerGroup®

Para cerrar la brecha de las habilidades:

Conocé lo que los trabajadores quieren

Jonas Prising,
Chairman & CEO,
ManpowerGroup

Vivimos en una época sin precedentes. A nivel global, el mercado laboral presenta grandes dificultades. La escasez de talento se encuentra en los niveles más altos mientras que el índice de desempleo es el más bajo de las últimas décadas. Las demandas del consumidor - empleado y candidato – son más fuertes que nunca y el rol de las organizaciones se encuentra bajo una minuciosa observación. Necesitamos nuevas soluciones para el futuro del trabajo y de la fuerza laboral.

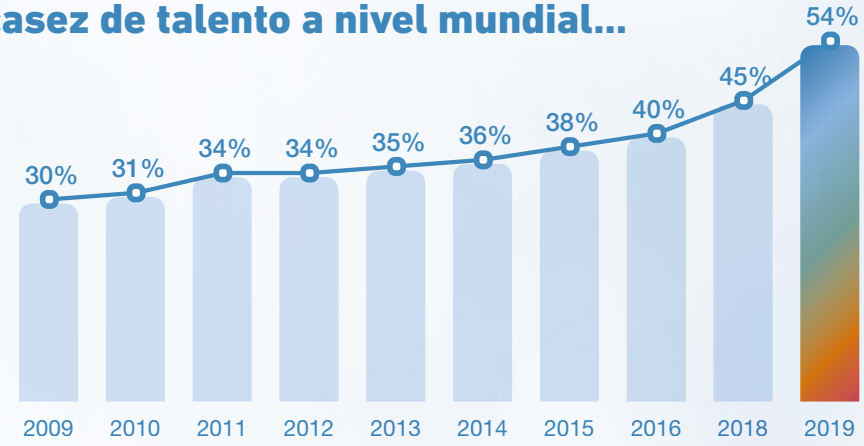
Más de la mitad de las compañías a nivel mundial tiene dificultades para encontrar las habilidades que necesita, casi el doble que en la década anterior. Mientras que la disrupción de la tecnología, la digitalización y la automatización continúen creciendo a un ritmo acelerado, la mayoría de los empleadores en todo el mundo está aumentando o manteniendo su plantilla[1], pero en ningún caso la están reduciendo. Además, como las habilidades y posiciones más demandadas están cambiando más rápido que nunca, la necesidad de una Revolución de las Habilidades – que anticipamos hace 4 años – continúa siendo el desafío que define nuestro tiempo. Aún en un mundo en el que la tecnología es cada vez más preponderante, las personas siguen siendo requeridas por el mercado laboral.

Para encontrar, construir y mantener el mejor talento mientras otros intentan hacer lo mismo, las empresas necesitan conocer lo que los trabajadores quieren. Necesitan acercar las demandas de su fuerza laboral para que coincidan con las necesidades y los deseos del talento en demanda y hacer crecer la comunidad de talento de la que se nutren.

Las organizaciones deben actuar diferente. La creación de valor para el accionista sólo puede hacerse en conjunto con el cuidado de los empleados, los consumidores y las comunidades donde operan. Esto incluye asumir la responsabilidad de ayudar a las personas a adquirir nuevas habilidades, adaptarse al futuro del trabajo y convertirse en creadores de talento.

Cifra récord de escasez de talento a nivel mundial...

54%
de las compañías reporta escasez de talento.



... casi el doble del valor de hace una década.

Acerca de este estudio

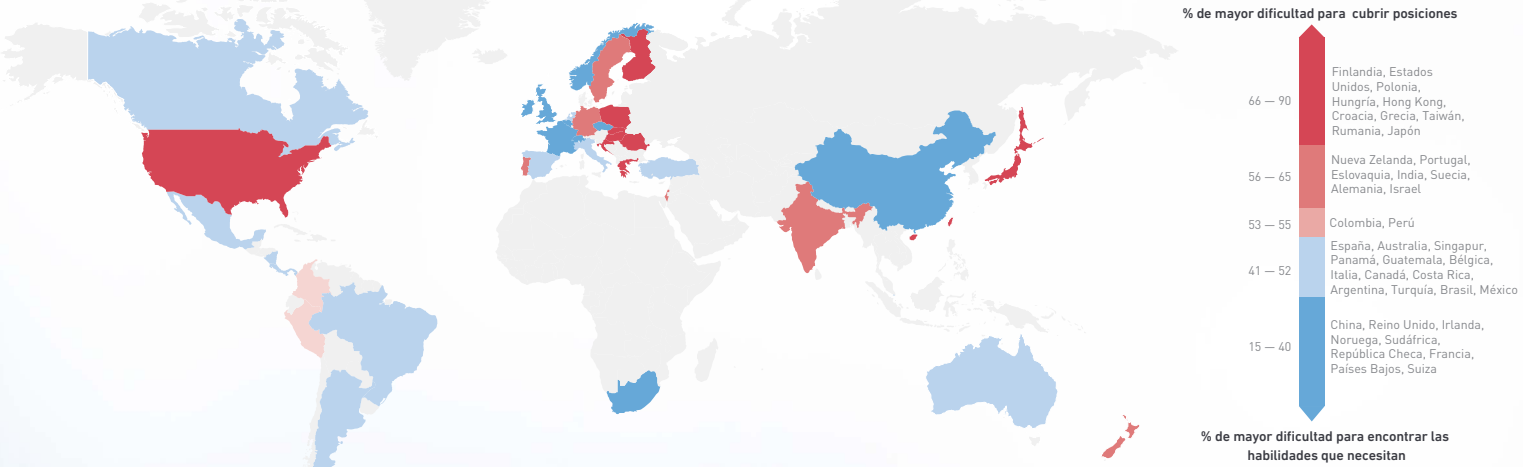
Como empresa líder en soluciones de capital humano, ManpowerGroup encuentra anualmente empleo sostenible a casi 3 millones de personas en todo el mundo. Trabajamos con alrededor de medio millón de compañías en más de 80 países y territorios, de modo que dejamos la huella global más grande de la industria.

Para determinar lo que los trabajadores quieren, encuestamos a 14.000 personas en 15 países con el fin de entender qué les atrae de una organización, qué las mantiene en ella y cómo estas variables cambian según la ubicación geográfica, el género y las diversas etapas de su carrera.

[1] Se buscan personas: los robots las necesitan, ManpowerGroup, 2019

La escasez de talento crece en todo el mundo

La escasez de talento está creciendo a nivel mundial. Eslovenia, Suecia, Finlandia, Hungría y Estados Unidos reportan los mayores aumentos año tras año. Sólo el 18% de los países no informó escasez de talento.



Las habilidades están cambiando

Las 10 principales posiciones más demandadas de 2019 son tendencia año tras año: el 80% de ellas también escasearon en 2018. Los profesionales de la salud entran en el Top 10, reflejando el envejecimiento de la población. Mientras tanto, los puestos administrativos, el personal de centros de contacto, los gerentes de proyectos, los abogados e investigadores dejan de estar entre los primeros 10 lugares, lo cual demuestra un aumento de la automatización en las tareas rutinarias[2]. A medida que la tecnología transforma el trabajo, las posiciones más demandadas pueden parecer similares, pero las habilidades requeridas continúan evolucionando rápidamente.

[2] Los expertos en tecnología predicen 14 puestos de trabajo que se automatizarán para 2030, Forbes, 2019.

LO QUE LOS TRABAJADORES REALMENTE QUIEREN

Las prioridades de los trabajadores a lo largo de su carrera

No existe una única fórmula válida para todos. Los deseos de los trabajadores varían según su edad, sexo, ubicación geográfica y la etapa del ciclo de carrera en la que cada persona se encuentre. Un mayor salario, flexibilidad y un trabajo desafiante no siempre son aspectos negociables. Es por eso que los empleadores utilizan otras estrategias para atraer y retener diversidad de talento en demanda.

Millennials (25-34 años)

La flexibilidad es esencial para las mujeres y una ventaja para los hombres

Los Millennials quieren lo mismo que todo el mundo, pero diferente. Tanto mujeres como hombres quieren flexibilidad y trabajos desafiantes. Saben que tienen por delante una ultra maratón de carrera y en este recorrido pretenden alcanzar el balance entre trabajo y vida personal[3]. Para las mujeres, un trabajo desafiante debe incluir flexibilidad de horarios. Ellas todavía se encargan de la mayor parte de las tareas de cuidado y trabajo en el hogar no remunerado, y tratan de conciliar la vida laboral con su vida familiar[4]. La flexibilidad es algo esencial para ellas y una ventaja para ellos.

Atraer:		Retener:	
MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
1. $	1. $	1. $	1. $
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.

Generación Z (18-24 años)

El dinero es lo más importante, especialmente para las mujeres

Quienes forman parte de la generación Z suelen ser ambiciosos, ávidos de dinero y desarrollo profesional. Sin embargo, las mujeres y los hombres tienen diferentes expectativas. Las mujeres priorizan la remuneración y colocan en segundo lugar de prioridad el desarrollo de habilidades, mientras que para los hombres, las habilidades y la carrera profesional importan casi tanto como la remuneración. En tanto, más mujeres (con educación universitaria) que hombres se incorporan al ámbito laboral por primera vez. Después de décadas de desigualdad salarial, las mujeres cada vez son más conscientes de sus derechos y el dinero sí les importa[5].

Atraer:		Retener:	
MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
1. $	1. $	1. $	1. $
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.

Generación X (35-54 años)

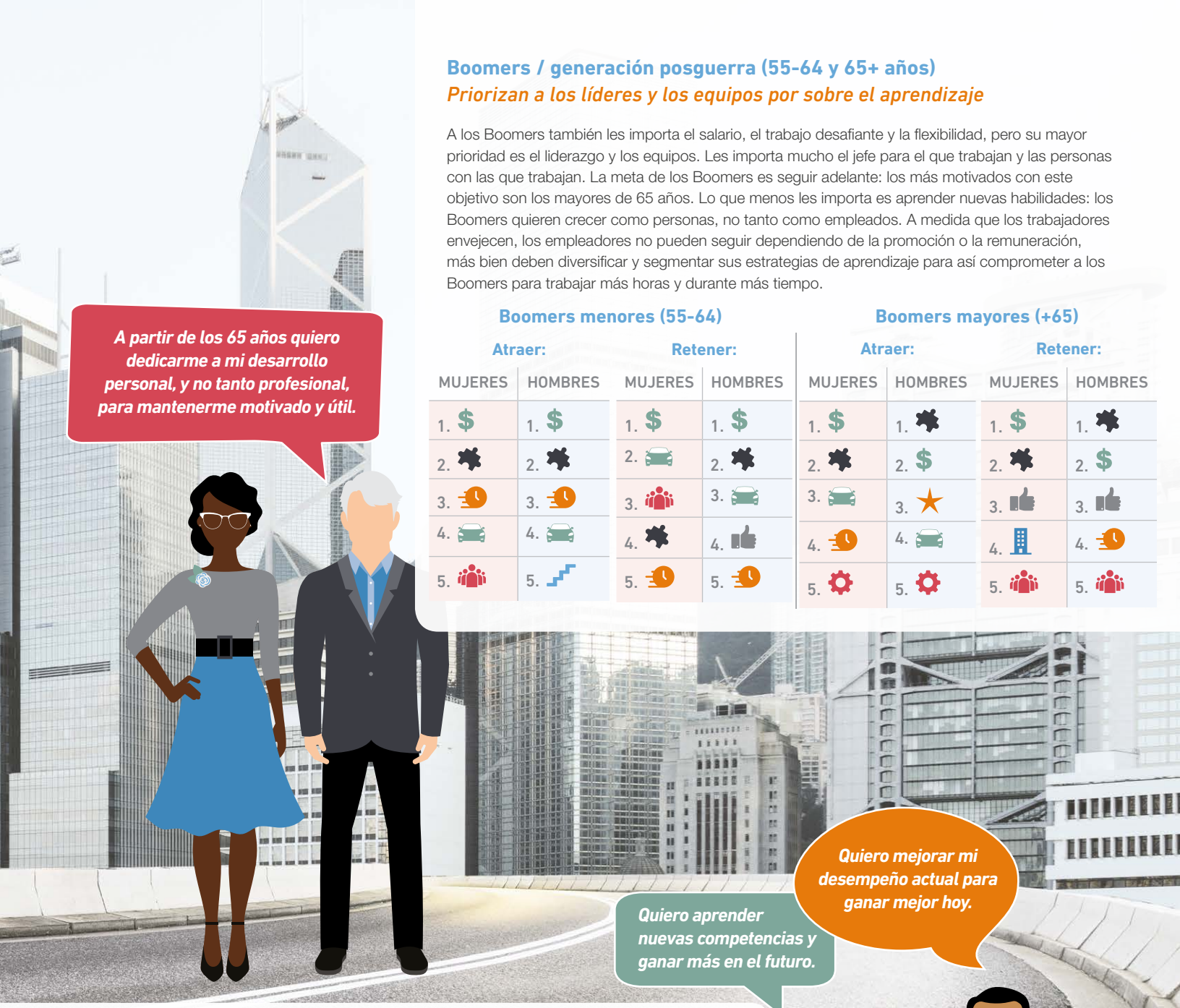
A quien corresponda: flexibilidad = bienestar

En este punto es cuando la búsqueda del equilibrio comienza a dar sus frutos. Los hombres priorizan la flexibilidad tanto como las mujeres. Muchos anhelan horarios flexibles de entrada y salida; otros apuestan más a la posibilidad de trabajar a distancia, medio tiempo, y aspiran a obtener sus respectivas licencias por maternidad o paternidad[6]. La flexibilidad es un factor vital para hombres y mujeres, si se tiene en cuenta que en Estados Unidos hay 52 millones de padres y madres que trabajan[7], 65,4 millones de hogares con niños[8] y están en aumento los hogares donde se cuidan personas mayores[9].

Boomers / generación posguerra (55-64 y 65+ años)

Priorizan a los líderes y los equipos por sobre el aprendizaje

A los Boomers también les importa el salario, el trabajo desafiante y la flexibilidad, pero su mayor prioridad es el liderazgo y los equipos. Les importa mucho el jefe para el que trabajan y las personas con las que trabajan. La meta de los Boomers es seguir adelante: los más motivados con este objetivo son los mayores de 65 años. Lo que menos les importa es aprender nuevas habilidades: los Boomers quieren crecer como personas, no tanto como empleados. A medida que los trabajadores envejecen, los empleadores no pueden seguir dependiendo de la promoción o la remuneración, más bien deben diversificar y segmentar sus estrategias de aprendizaje para así comprometer a los Boomers para trabajar más horas y durante más tiempo.



Boomers menores (55-64)

Atraer: MUJERES	Atraer: HOMBRES	Retener: MUJERES	Retener: HOMBRES
1. $	1. $	1. $	1. $
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.

Boomers mayores (+65)

Atraer: MUJERES	Atraer: HOMBRES	Retener: MUJERES	Retener: HOMBRES
1. $	1.	1. $	1.
2.	2. $	2.	2. $
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.

Generación X menores (35-44)

Atraer: MUJERES	Atraer: HOMBRES	Retener: MUJERES	Retener: HOMBRES
1. $	1. $	1. $	1. $
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.

Generación X mayores (45-54)

Atraer: MUJERES	Atraer: HOMBRES	Retener: MUJERES	Retener: HOMBRES
1. $	1. $	1. $	1. $
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.

[3] #GIG Responsibly - El crecimiento del trabajo NextGen, ManpowerGroup, 2018
[4] Equidad de género, OCDE, 2018
[5] Tasa de graduación, OCDE, 2018
[6] Bienestar en el trabajo, una investigación de ManpowerGroup realizada por Reputation Leaders, 2019
[7] Su compañía necesita un mayor plan de retención de padres/madres que trabajan, Harvard Business Review, 2019
[8] Hogares con niños en Estados Unidos, Eurostat, 2018
[9] ¿Qué depara el futuro para el cuidado de los ancianos?, National Council for Aging Care, 2019

HOY ES MÁS IMPORTANTE QUE NUNCA SABER QUÉ QUIEREN LOS TRABAJADORES

Mi propia ~~Maslow's~~ jerarquía de necesidades

"Hacelo bien desde el primer momento". Lo que atrae a los trabajadores a una organización también puede ser lo que los compromete y hace que se queden. En medio de una aguda competencia por el talento y las habilidades, hacer las cosas bien desde el principio deriva en un retorno de la inversión a largo plazo. La pirámide de Maslow quedó obsoleta, hoy los trabajadores tienen su propia jerarquía de necesidades...

1 El pago siempre importa: pero también importan otras formas de compensación

El salario es el principal factor de atracción y retención de todos los trabajadores menores de 65 años, independientemente del género. Es un hecho. Sin embargo, los salarios están creciendo la mitad de rápido que hace 10 años, especialmente para los trabajadores de menores ingresos[10]. Por supuesto, los promedios pueden ser engañosos. Las habilidades son importantes: los trabajadores con habilidades en demanda - ciberseguridad, servicios en la nube, desarrolladores front end, arquitectos de soluciones, atención médica, etc.- han tenido incrementos salariales de más del 10% en el mismo período de tiempo[11]. Las empresas tienen que ser creativas para mejorar las formas de compensación más allá del salario, de modo que marquen la diferencia y atraigan al talento. Si se tiene en cuenta que el 89% de las personas en Estados Unidos consideraría beneficios adicionales por encima de un aumento de salario, la mejor solución no es el snack saludable y el ping pong[12]. La clave está en personalizar: trabajo autónomo, flexibilidad, licencia parental, políticas de tiempo libre ilimitado y desconexión en pos del bienestar y un mejor estilo de vida. Si se suman incentivos financieros atractivos, gestos de buena voluntad que recompensen la lealtad, el aprendizaje y el desarrollo, como puede ser el pago o la financiación de estudios; las empresas van a tener más probabilidades de atraer y retener a los mejores talentos[13].

*El **89%** de las personas en Estados Unidos **consideraría beneficios adicionales en vez de salarios más altos***

[10] El aumento del empleo se ve ensombrecido por un estancamiento salarial sin precedentes, OCDE, 2018
[11] El informe de empleo de los viernes: ¿cuáles son los trabajos que presentan un crecimiento salarial?, Glassdoor, 2016
[12] Los beneficios más deseables por parte de los empleados, Harvard Business Review, 2019
[13] El reembolso de préstamos educativos es el beneficio más importante del 2018, Forbes, 2018

2 **Los trabajadores quieren personalización:** la estrategia de capital humano debe ser tanto una ciencia como un arte

En un mundo cada vez más orientado a los datos, donde los algoritmos y la Inteligencia Artificial (IA) nos sugieren qué comprar, las personas esperan lo mismo en el trabajo. Los trabajadores quieren tareas que pongan a prueba sus habilidades, proyectos que exijan lo mejor de ellos y recomendaciones para su siguiente posición. Quieren orientación sobre su presente y potencial futuro.

Aquí es donde entra en juego la evaluación, elemento esencial para entender el potencial humano. La evaluación permite a los empleadores ajustar perfiles y puestos, y motivar mejor a las personas, a la vez que las ayuda a conocerse aún más a sí mismas. Mediante la evaluación es posible eliminar los sesgos y la excesiva confianza en los sistemas de seguimiento a candidatos (Applicant Tracking Systems, ATS por sus siglas en inglés), que automáticamente seleccionan a los candidatos adecuados. Además, ayuda a los empleadores a buscar entre grupos de talentos más diversos, seleccionando a las personas no por su experiencia pasada, sino por su potencial futuro.

Al igual que todos los consumidores, los trabajadores también quieren una gran experiencia de usuario. Esperan una visión personalizada, al estilo de Amazon Prime, para comprender su potencial y sus fortalezas. Para ello, necesitan evaluaciones cortas, gamificadas, validadas científicamente y esperan algo a cambio de sus datos. Quieren análisis y conversaciones sobre su trayectoria profesional, orientación para establecer objetivos, gestionar su desarrollo y tener control de su carrera.

Sin embargo, sólo el 49% de los trabajadores a nivel mundial ha sido evaluado. Realmente, es el momento de apostar y confiar en las evaluaciones personalizadas. Está comprobado que así los empleados están más contentos en el trabajo: el 81% de los que han sido evaluados reporta mayor satisfacción laboral, comparado con el 65% de los no evaluados.

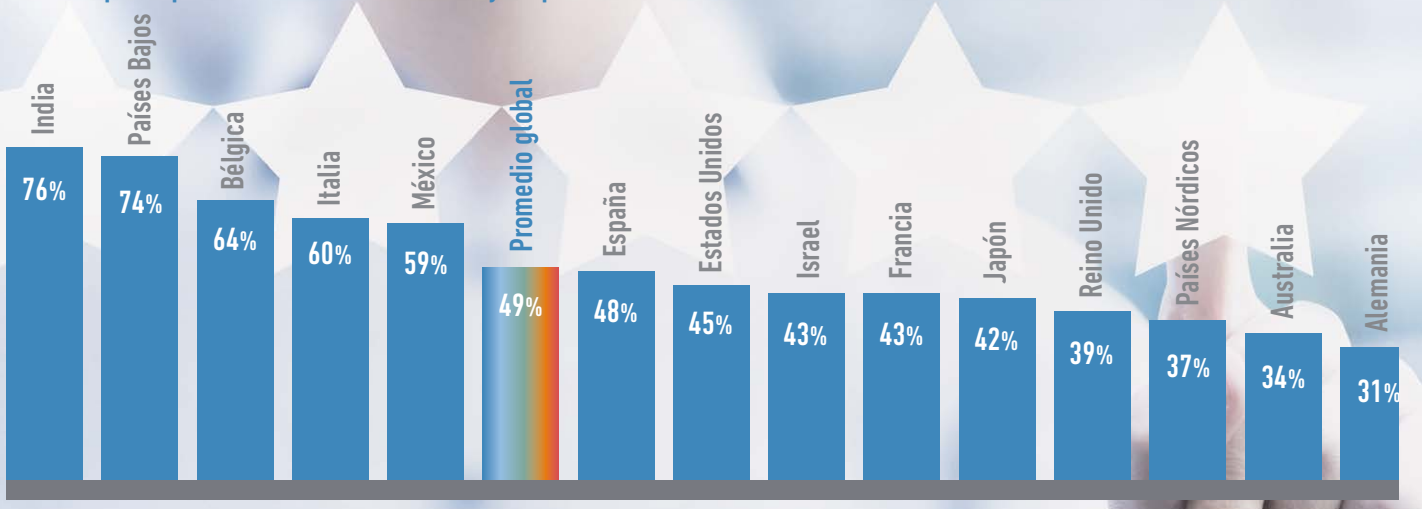
*Sólo **el 49% de los trabajadores ha sido evaluado,** pero el 71% de ellos manifiesta que su jefe entiende sus verdaderas habilidades.*

"Las evaluaciones basadas en datos científicos son las herramientas más confiables y precisas para elegir a la persona correcta en la posición correcta. Con una entrevista bien diseñada, aumentará alrededor de un 15% la exactitud en la capacidad de predecir el desempeño del candidato, pero la mayoría de las aptitudes que los entrevistadores tratan de inferir pueden ser consideradas de manera más efectiva con evaluaciones[14]. Además de poner a prueba las habilidades técnicas, las evaluaciones miden las fortalezas humanas, indicadores clave del éxito, como por ejemplo, cuán gratificante es tratar con alguien, su capacidad para hacer el trabajo y la disposición para trabajar duro. Eso es parte de la ciencia".

Dr. Tomas Chamorro-Premuzic
Chief Talent Scientist
ManpowerGroup

La reflexión no es un hallazgo:

Casi la mitad de los empleadores está utilizando datos a partir de evaluaciones en lugar de basarse en el instinto para predecir el rendimiento y el potencial.



[14] ¿Y si acabamos con la entrevista de trabajo?, Fast Company, 2018

3 La variedad es el condimento de la vida laboral: los trabajadores quieren educación, experiencia y exposición

El desafío es prioritario para los trabajadores de todas las edades y significa una multitud de cosas. Educación y formación, sí, pero más que eso. Ampliación de oportunidades; asignaciones rotativas; aprendizaje en el puesto de trabajo y programas de prácticas; proyectos estimulantes y trabajo ágil a través de varios equipos y funciones; aplicando nuevas habilidades en nuevos roles; pensando con mayor detenimiento; sintiéndose mejor evaluado. Teniendo una clara trayectoria profesional, aunque se cambie de trabajo[16].

Las personas quieren un trabajo variado, que amplíe su experiencia y desarrolle conocimientos y habilidades. Quieren la oportunidad de desarrollarse (y de ganar más). Se están dando cuenta de la necesidad de una larga vida útil en este mundo laboral de cambios rápidos y maratón de carrera.

Los jefes necesitan entender las habilidades, el potencial y los deseos de los trabajadores con el fin de poder ofrecerles retos y oportunidades para que tengan éxito y elijan quedarse en su puesto de trabajo. Mediante evaluación, perspicacia y una cultura de aprendizaje es posible asesorar a las personas para que prosperen en un entorno colaborativo. Un enfoque de hundirse o nadar, sin apoyo, puede provocar parálisis de postergación -procastinación- o incluso agotamiento. El recién graduado, que busca crecer, requiere un apoyo diferente al líder emergente recién promovido. Los gerentes necesitan guiar a las personas a plantear conversaciones de carrera que marquen el ritmo de su propio desarrollo, acepten nuevas experiencias y abran las puertas a una exposición que impulse el éxito personal y empresarial.

*Los empleados que son escuchados por sus gerentes en relación a problemas laborales tienen un **62% menos de probabilidades de agotarse**[17].*

Nuestra capacidad para aprender es la competencia más importante que vamos a necesitar para tener éxito en los trabajos de hoy y de mañana. Como líderes, es nuestra responsabilidad vivir una cultura de aprendizaje que promueva la movilidad profesional, proporcione a las personas caminos de aprendizaje relevantes y las ayude a dedicar tiempo para aprender cosas nuevas, para que puedan desarrollar todo su potencial en sus actuales funciones y los capacite para futuros puestos.

Michelle Nettles, Chief People & Culture Officer, ManpowerGroup

[15] Cómo las conversaciones de carrera impulsan el éxito de las empresas, Right Management, ManpowerGroup, 2016
[16] Tu fuerza de trabajo es más adaptable de lo que piensas, Harvard Business Review, 2019
[17] Cómo los gerentes pueden ayudar a los empleados a evitar el agotamiento, Fast Company, 2018

Creación de una cultura de aprendizaje - “Learnability”

En la actualidad, más empleadores que nunca saben que necesitan mejorar las habilidades y volver a capacitar a su fuerza de trabajo, y muchos de ellos lo están poniendo en marcha[18]. Pero la conciencia, la intención e incluso los portales de aprendizaje en línea no son suficientes. Casi dos tercios de las organizaciones ofrecen capacitación gratuita, pero los trabajadores dicen que también necesitan tiempo, apoyo y orientación para aprovecharla. Las empresas deben contar con una cultura de aprendizaje para atraer y retener a los mejores talentos, y para alentar a toda su fuerza laboral a participar en procesos de aprendizaje continuo, no sólo a aquellos que de todas formas deban capacitarse.

Los gerentes también deben entender cómo varían las motivaciones de sus empleados al momento de aprender, dependiendo de dónde se encuentran en su trayecto de carrera y las responsabilidades que tienen que equilibrar. El tiempo, el dinero y la falta de apoyo son los mayores obstáculos para el aprendizaje; por eso los trabajadores quieren disponer de tiempo específicamente dedicado a estudiar, obtener resultados rápidos y un retorno de inversión de ese tiempo.

1. **EMPEZAR DESDE EL PRINCIPIO:**
   El Director General debe ser el “jefe del aprendizaje” y el liderazgo debe calmar la sed de aprendizaje de los trabajadores.
2. **SER EXPLÍCITO Y CREAR CONCIENCIA:**
   Ayudar a las personas a entender su Coeficiente de Aprendizaje (Learnability Quotient™) y a conocer qué tipo de aprendices son[19].
3. **DEDICAR TIEMPO PARA APRENDER**
   Es la mayor barrera que tiene un trabajador para capacitarse.
4. **DEDICAR RECURSOS:**
   Invertir en plataformas de aprendizaje a las que se pueda acceder en cualquier momento, implementar dinámicas flexibles, combinar el aprendizaje en línea con el aprendizaje presencial y la enseñanza entre pares.
5. **DISEÑAR VÍAS DE APRENDIZAJE RELEVANTES:**
   Vincular el aprendizaje a todos los niveles con los puestos actuales y potenciales de las personas, de acuerdo con lo que la empresa necesita hoy y mañana.
6. **INSISTIR EN LAS “CONVERSACIONES DE CARRERA”:**
   El aprendizaje continuo requiere de permanente entrenamiento y cuidado, más allá de la revisión anual de desempeño.

[18] Se buscan personas: los robots las necesitan, ManpowerGroup, 2019
[19] ¿Cuál es tu estilo de aprendizaje? Tu Coeficiente de Aprendizaje (Learnability Quotient™) refleja tu deseo y capacidad de crecer y adaptarte a nuevas circunstancias y retos a lo largo de tu carrera profesional. Realizá tu evaluación en www.manpowergroup.com.ar/innovandoelfuturodeltrabajo

*El **79% de los empleados** a los que se les ofrece **formación gratuita aprecia su trabajo**, frente al 61% a los que no se les ofrece.*

*Los trabajadores que **tienen control sobre sus horarios reportan mayor satisfacción en el trabajo y menores niveles de agotamiento** y estrés[20].*

4 La combinación entre flexibilidad y bienestar no tiene precio: la productividad supera al trabajo presencial

Los trabajadores están priorizando el equilibrio y la capacidad de elección, y simplemente no es negociable. Quieren elegir dónde, cuándo y cómo trabajar, y eso no significa que los Millennials trabajen desde cafeterías. Las personas quieren disfrutar del aspecto social del trabajo y también dedicar tiempo a sus necesidades personales, al cuidado familiar y a aumentar su bienestar[21].

Las personas quieren flexibilidad, y eso significa todo para mujeres y hombres. Por eso, los empleadores necesitan ceder en este aspecto. Deberán ofrecer trabajos con horarios flexibles que contrarresten las horas pico y les permitan tener control sobre sus traslados[22], es decir que puedan trabajar desde cualquier lugar. También tendrán que brindar tiempo para disfrutar de actividades paralelas que fomenten el espíritu emprendedor y potencien la vida de las personas al momento de jubilarse. Otro factor a valorar es contar con planes de trabajo de 4 días a la semana o 5 horas de trabajo por día que optimicen al máximo la productividad y preserven el fin de semana. También serán valoradas licencias parentales que equilibren la familia y sus cuidados, las cuales pueden llegar a valer más que el salario[23].

Para potenciar el talento y retener una fuerza de trabajo bien formada, los empleadores deben encontrar el equilibrio entre la flexibilidad y la recompensa a la productividad por encima del trabajo presencial. La cultura de la organización debe promover estas prácticas, los líderes deben ser el ejemplo, y también la consecuencia de la igualdad en el lugar de trabajo puede tener un efecto positivo. La felicidad fuera del trabajo puede ser la clave para la felicidad en el trabajo.

*En **Reino Unido sólo el 6% de la fuerza de trabajo todavía tiene una jornada laboral de 9 a 17**[24].*

***India, Australia, México, Reino Unido y Estados Unidos** tienen fuerzas de trabajo más orientadas a los objetivos, motivadas por la marca y la reputación.*

5 Hablemos también de esto: empresas con propósito y trabajadores orgullosos

Los trabajadores quieren estar orgullosos de lo que hacen y para quien trabajan. Marcas fuertes, una reputación sólida, un buen lugar para trabajar y la oportunidad para generar impacto están entre las diez principales razones para trabajar en una organización. Cómo se ve la vida en LinkedIn es igual de importante a que cómo se ve en Instagram.

[20] La flexibilidad en el lugar de trabajo beneficia a los empleados, American Sociological Association, 2016
[21] #GIG Responsibly - El crecimiento del trabajo NextGen, ManpowerGroup, 2017
[22] Finlandia está adoptando un nuevo y radical enfoque para el trabajo flexible, World Economic Forum, 2019
[23] Es hora de cambiar a una semana de trabajo de cuatro días - dicen estos dos expertos de Davos, World Economic Forum, 2019
[24] Más de nueve de cada diez personas no trabajan la semana habitual de 9 a 17, YouGov, 2018

En esta era tan transparente, las personas quieren comprar productos de marcas que tengan un propósito social más amplio y que se alineen a sus valores -tal es el caso de Ben & Jerry's, Chobani y Dove, Bombas, Patagonia y TOMS-. Estas empresas, que tienen un propósito y compromiso con las personas, por ejemplo con las comunidades donde operan y con el planeta, son las más solicitadas para trabajar en ellas[25]. Y aspirar a un trabajo y a un propósito significativo no es de ninguna manera un anhelo juvenil, resulta de gran importancia para los mayores de 65 años y de menor importancia para la Generación Z[26].

Pero cuando el propósito no es tan conocido y la marca no es tan fuerte, las empresas tienen que trabajar más duro para dar a conocer su propuesta de valor[27]. Hoy, más que nunca, las personas están al tanto sobre el desarrollo profesional de amigos y extraños, dado que el 45% de la población mundial está en redes sociales[28]. Las organizaciones necesitan de un auténtico respaldo de sus empleados. Incluso las marcas más fuertes pueden ser presionadas a tomar una posición, si su gente se manifiesta: los empleados de Google sobre el acoso, los de Amazon Prime Day sobre condiciones de trabajo, y los de Twitter, Microsoft y otros sobre las acciones contra el calentamiento global. Los comentarios en redes sociales y los rankings están reemplazando las recomendaciones boca a boca. Las empresas deben encontrar a sus empleados actuales y futuros, y trabajar duro para lograr las buenas recomendaciones en Glassdoor, elogios de Net Promoter y un auténtico respaldo de canales, capaces de construir marca y brindar reputación. La forma en que una organización vive su marca importa tanto dentro como fuera de la organización.

[25] Nueve razones por las que ese trabajo bien pago te está haciendo miserable, Fast Company, 2019
[26] Generación Z: Cómo la próxima generación está transformando el lugar de trabajo, David Stillman, 2017
[27] Empieza con el Porqué (Start with Why), TED Talks, 2014
[28] Cantidad de usuarios en redes sociales en el mundo desde 2010 a 2021, Statista, 2019

CÓMO DARLE A LOS TRABAJADORES LO QUE QUIEREN:

El talento marca la tendencia y los empleadores necesitan acercar su demanda a la oferta. Es clave entender las necesidades y deseos de las personas para atraer, comprometer y retener al mejor talento. Hacer bien las cosas desde el principio genera retorno de inversión, a la vez que desarrolla el talento a largo plazo.

1 ***Sé creativo en cuanto a la compensación –*** *el salario es importante, pero también lo es la calidad de vida. Recompensar bien a las personas ayuda a satisfacer sus necesidades dondequiera que se encuentren en su trayectoria profesional.*

2 ***Evaluá el potencial -*** *proporcionar a las personas la información necesaria para que prosperen permitirá tener trabajadores más motivados y satisfechos.*

3 ***Construí una cultura de aprendizaje -*** *ofrecé a los trabajadores el desafío que anhelan y apoyalos para crecer y tener éxito.*

4 ***Creá flexibilidad -*** *dondequiera que las personas se encuentren en su trayecto de carrera, la flexibilidad fomenta el bienestar y la productividad.*

5 ***Sé transparente sobre tu Propósito -*** *buscá ser explícito y auténtico respecto al propósito y significado de la misión de tu empresa, y asegurate de que los líderes lo vivan en primera persona.*

ManpowerGroup®

ACERCA DE MANPOWERGROUP

ManpowerGroup® (NYSE: MAN), la compañía global líder en soluciones de capital humano, ayuda a las organizaciones a transformarse en el cambiante mundo del trabajo, por medio de la búsqueda, evaluación, desarrollo y gestión del talento que les permite triunfar. Desarrollamos soluciones innovadoras para cientos de miles de compañías cada año proveyéndoles talento calificado, a la vez que conseguimos empleo significativo y sostenible para millones de personas en una amplia variedad de actividades y habilidades. Nuestra familia de marcas expertas ManpowerGroup® Solutions, Experis®, Manpower® y Right Management® crean mayor valor para nuestros clientes y candidatos en 80 países y territorios, y así lo ha estado haciendo durante 70 años. En 2019, ManpowerGroup fue nombrada una de las empresas más admiradas por la Revista Fortune, por decimoséptima ocasión, y una de las compañías más éticas del mundo, por décimo año consecutivo, lo que confirma nuestra posición como la marca más confiable y admirada de la industria. Descubre cómo ManpowerGroup está impulsando el futuro del trabajo **www.manpowergroup.com.ar**

ACERCA DEL ESTUDIO

ManpowerGroup encargó una investigación en dos partes para comprender las actitudes de las personas respecto al trabajo y los desafíos de la escasez de talento en las organizaciones.

Reputation Leaders hizo una investigación cuantitativa global con 14,091 trabajadores de ambos sexos (50% mujeres y 50% varones), en 15 países en todos los sectores de la industria. Los encuestados tenían entre 18 y 79 años e incluían trabajadores de tiempo completo (78%), trabajadores de tiempo parcial (13%) y trabajadores temporales (12%) de organizaciones de todos los tamaños y en todos los niveles de la empresa, desde el nivel inicial hasta la gerencia senior y la alta dirección. El trabajo de campo tuvo lugar en diciembre de 2018 en Alemania, Australia, Bélgica, España, Estados Unidos, Francia, India, Israel, Italia, Japón, México, Noruega, Países Bajos, Reino Unido y Suecia.

Inforcorp llevó a cabo una investigación cuantitativa con 44,000 empleadores de seis sectores industriales en 43 países y territorios: Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Canadá, China, Colombia, Costa Rica, Eslovaquia, Eslovenia, Finlandia, Francia, Grecia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, India, Irlanda, Israel, Italia, Japón, México, Noruega, Nueva Zelanda, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, República Checa, Rumania y Singapur, Sudáfrica, España, Suecia, Suiza, Taiwán, Turquía, Reino Unido y Estados Unidos.

© 2020 ManpowerGroup. Todos los derechos reservados.