

Trabajadores vs. gerentes: ¿con qué voz se forma una mejor opinión sobre la empresa?

Milagros Avendaño, gerente general de Apoyo Comunicación, explica los resultados más relevantes de las encuestas realizadas a la opinión pública y colaboradores.



El 41.8% de peruanos ha compartido información positiva en sus redes sociales sobre una empresa en los últimos seis meses. (Foto: Difusión)

Actualizado el 14/12/2021 05:52 a.m.

Mía Ríos

mia.rios@diariogestion.com.pe

Un estudio de Apoyo Comunicación, reveló lo poco que conoce la opinión pública (OP) sobre las acciones que realizan las empresas a favor de sus colaboradores.

Así, entre las principales brechas de percepción se encuentra que el 28.4% de la OP cree que las empresas se preocupan por el bienestar de sus trabajadores; mientras que esta cifra es mucho más alta entre los colaboradores (66.4%).

Otros indicadores muestran que mientras el 36.6% y 41.5% de la OP cree que las empresas promueven la equidad y diversidad, así como la transparencia y ética, respectivamente; esta cifra alcanza el 66.7% y 71.2% entre los colaboradores.

La voz en la que confían

De otro lado, el 45.5% señala que confía en la versión de los trabajadores de la empresa para formarse una opinión sobre la misma; asimismo, un 45.1% señala que toma en cuenta los comentarios de los amigos y familiares para formar la percepción de la empresa.

“Cada vez más el trabajador se convierte en una fuente más creíble porque los usuarios confían en gente como uno; hay mayor identificación, lo ven más cercano. No hay nadie que conozca más a la empresa que el propio trabajador”, señala Milagros Avendaño, gerente general de Apoyo Comunicación.

“Por eso el trabajador tiene una valoración mucho más positiva que la OP porque experimenta los beneficios de trabajar, tener estabilidad laboral en una empresa que se preocupa por ellos, así como el medio ambiente”, agrega.

De otro lado, un 38% confía en lo que dicen los líderes de opinión, un 35% en la ONG y un 31.5% en lo que dicen los gerentes generales de las propias empresas.

“No es que lo que digan los gerentes no sea creíble, sino que los usuarios confían en gente como uno. Hay grupos como subcomunidades con mucha acogida porque es gente como uno y genera empatía y confianza; mientras que por el lado de gerente, se puede percibir que al ser líder tiene un interés particular”, precisa.

Premio o castigo de los usuarios

En los últimos seis meses del 2021, el 41.8% de peruanos ha compartido información positiva en sus redes sociales sobre una empresa. De este total, el 53% se refirió al buen servicio o producto; mientras que un 48% comentó sobre los precios y ofertas.

Un 34.6% lo hizo para referirse por la preocupación de la empresa por cuidar el medio ambiente y el 34.4% escribió sobre su innovación o tecnología.

Respecto al activismo negativo por parte de los usuarios, en los últimos seis meses el 37.7% publicó alguna crítica, denuncia e información negativa sobre una empresa.

El 50.2% lo hizo para referirse a los precios altos; el 41.6% sobre las faltas éticas; un 39.7% por comportamientos irresponsables en coyuntura política; y un 34.7% por faltas en proteger salud y bienestar de clientes.

Los colaboradores

De acuerdo con la encuesta de opinión, el 62% de los colaboradores compartió una noticia o información positiva en sus redes sobre la empresa en la que trabaja.

El 42.8% lo hizo para referirse a sus iniciativas sociales y ambientales; el 41.5% lo hizo para destacar campañas que reflejan los valores de la empresa; y el 37.7% publicó noticias sobre reconocimientos.

“El colaborador también se empodera, sale hablar de manera orgánica con orgullo de la empresa donde trabaja. Ellos saben que son una fuente creíble y experimental la cultura de la compañía”, comenta Avendaño.

Sin embargo, un 13% de colaboradores compartió alguna crítica sobre su centro de trabajo, principalmente por comportamientos o actitudes de algún líder de la empresa (43.7%), por la falta de preocupación por el bienestar de sus trabajadores y familias (42.5%); y un 38% por la falta de reconocimiento por parte de la empresa.

Ficha

Dos encuestas se tomaron en cuenta:

- Encuesta opinión pública: 1,351 encuestas a nivel nacional (16 regiones). Panel online (agosto -setiembre 2021)
- Colaboradores: 532 trabajadores de empresas de más de 100 colaboradores a nivel nacional. Panel online (setiembre 2021)