

## Rotación de altos ejecutivos, ¿por qué los cambian y qué buscan las compañías?

Las empresas atraviesan procesos de cambio vinculados a repensar sus estructuras, procesos y formas de trabajo.



Las empresas buscan que los altos ejecutivos estén alineados con la cultura de la organización. (Foto: Andina)

Síguenos en Google News

Mayumi García  
mayumi.garcia@diariogestion.com.pe

Lima, 30/10/2023 05:00 a. m.

Tras la pandemia del [covid-19](#) surge la necesidad de replantear el concepto tradicional de estructura y de procesos en las [compañías](#) con el fin de alcanzar más [flexibilidad](#) y agilidad para enfrentar los desafíos propios de la [actividad empresarial](#) de hoy.

El estudio "El rol de la comunicación interna en la gestión del cambio", realizado por [Apoyo Comunicación](#), revela que un 54% [ejecutivos](#) (de 129 encuestados) acepta que en su [empresa](#) se ha dado un cambio de altos directivos en los últimos tres años. Las rotaciones involucran a profesionales del C-Level, es decir, de alto nivel que tienen a su cargo las máximas responsabilidades de la compañía.

"En una gestión de cambio, la [empresa](#) se está transformando. Y esto demanda de objetivos de negocio retadores, nuevos y, sobre todo, exige de un cambio cultural. Como parte de este cambio cultural, probablemente alguno de los puestos no esté alineado a esta cultura y sea la razón de esta modificación", sostuvo María Pía Balestra, directora de Cultura y Comunicación Interna de [Apoyo Comunicación](#).

LEA TAMBIÉN: [Trabajadores vs. gerentes: ¿con qué voz se forma una mejor opinión sobre la empresa?](#)

Si bien la ejecutiva precisó que los cambios no necesariamente están relacionados con una propuesta más joven, los nuevos [directivos](#) deben demostrar aptitudes como agilidad, [liderazgo](#), entrega de mayor autonomía, gestión de la incertidumbre, comunicación efectiva, entre otras habilidades.



FUENTE: APOYO Comunicación

Similar situación ocurre con el “cambio generacional en trabajadores” que responden los encuestados: el 20% de ejecutivos sostuvo que es un proceso que se viene dando. “Las generaciones mayores están de salida. A la vez que los cambios son más rápidos, tomando como referencia que antes la temporalidad de alguien dentro de la empresa no bajaba de los 10 años”, dijo Balestra.

Así, reconoció que la generación de los **millennials** es la que “está poniendo las nuevas reglas de juego”. Factores como el conocimiento y la **remuneración** también jugarían a su favor. “Probablemente tengan un menor salario, pero expectativas de trabajo más altas y una eficiencia mayor”, agregó.

Otros puntos que mencionaron los ejecutivos como procesos de cambio son el modelo de trabajo, la **transformación digital**, la **cultura organizacional**, entre otros. En promedio, cada directivo indicó que su empresa está atravesando 4.3 procesos.

**LEA TAMBIÉN:** [El 48% de limeños dejaría de comprarle a una empresa o marca ante falta ética](#)

### Atracción de talento

Entre diversos puntos, la atracción de talento y la mayor rotación laboral son dos de los puntos en los que los ejecutivos reconocieron que su empresa está poco preparada. La vocera de Apoyo Comunicación afirmó que esta situación se da porque no hay un balance de parte de las compañías entre lo que se ofrece versus lo que existe y porque “todavía hay mucho prueba y error”.

“Por ejemplo, hay un talento muy importante que es el digital, el cual todas las empresas están luchando por atraer. Además de la remuneración, las compañías deben ofrecer un valor agregado que motive al talento, más vinculado a los líderes, mentores, referentes”, expresó.

## ¿Para qué no estamos preparados? (%)



¿Cuáles son los riesgos o desafíos vinculados a la gestión del talento frente a los cuáles sientes que tu organización está poco preparada?



FUENTE: APOYO Comunicación

### Comunicación interna

El papel que desempeña la **comunicación interna** en los procesos de cambio de las empresas es considerada importante por un 55% de los **ejecutivos**; sin embargo, a la hora de medir su efectividad un 43% de directivos la califica como “regular” y un 13% como “baja y muy baja”.

“Las áreas de comunicación interna, para poder ser cada vez más competitivas en el entorno que vivimos, deben estar incluidas en la mesa en la que se toman las decisiones y se planifica el engranaje de la gestión del cambio, a fin de que se pueda acompañar de manera efectiva y cumplir los objetivos de la empresa”, remarcó Balestra.

- Muestra: 129 ejecutivos: 58% CEO/C-I, 42% subgerentes/mandos medios, con foco en las principales empresas del Perú, cuya mayoría está en Lima
- Campo: del 2 de agosto del 2023 al 18 de agosto del 2023
- Instrumento: Encuesta online

**LEA TAMBIÉN:** [La comunicación interna: ¿cómo aporta valor en tiempo de teletrabajo?](#)

**SOBRE EL AUTOR**

---



**Mayumi García** ✕

Bachiller en Comunicación Social de la Universidad Nacional del Santa. Con 11 años de experiencia profesional en comunicación escrita y digital. Trabaja en el Diario Gestión desde noviembre del 2021. Laboró anteriormente en la Sociedad Nacional de Industrias y el diario La Industria de Chimbote.