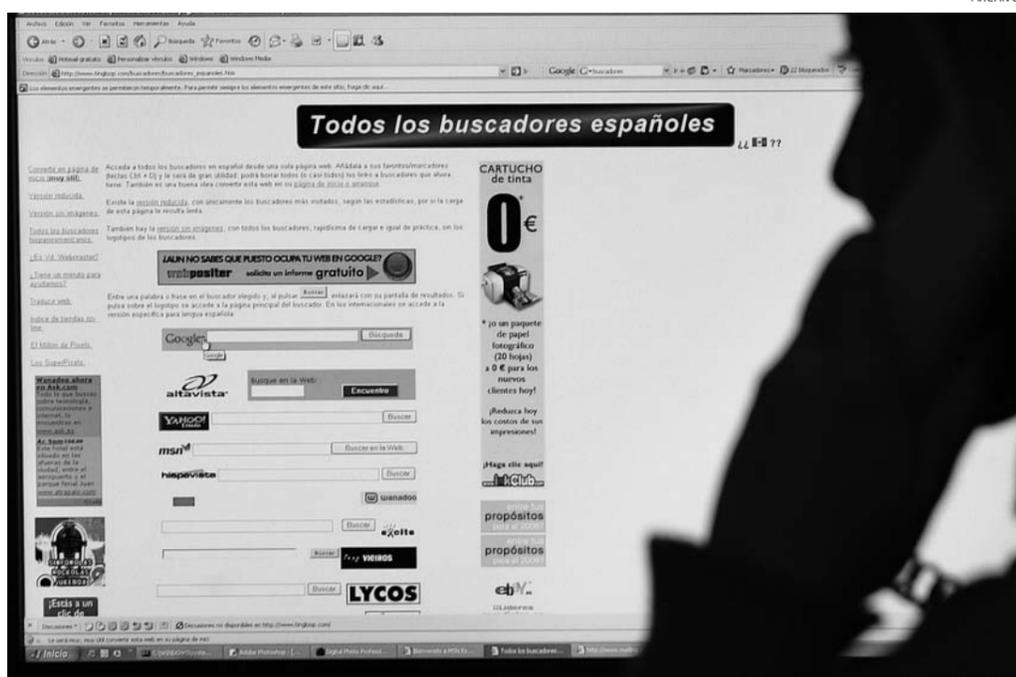


Consultoría

Pilar García Maestre, de Interactiva

La gestión de la información y el conocimiento

El conocimiento y la innovación en la empresa son valores añadidos con los que se consigue la confianza del cliente



La información ocupa un lugar cada vez más destacado en las estrategias empresariales.

Hoy más que nunca podemos decir que la información es poder. Nadie discute que una mala gestión de la información puede conllevar a que el conocimiento esté desgredado en múltiples departamentos de la empresa e incluso en múltiples fuentes, que no aportan una visión global o integrada. Fundamental para la toma de decisiones de forma adecuada. De nada sirve tener información si no la integras y de nada sirve tomar decisiones sin un rumbo preciso, sin conocer el estado de las cosas, sin conocer si se cumplen plazos o sin conocer cómo actúan tus proveedores.

Por ejemplo, en una compañía es esencial tener una visión clara del gasto que genera una empresa, por eso, contar con una información estructurada, clara, detallada, analizada y manejable puede ser la solución, pero ¿cómo se hace?

Para conseguirlo, lo primero que hay que preguntarse es si tenemos optimización de los procesos y detectados los mejores métodos para gestionar a los proveedores, servicios...

Pensemos que las empresas de servicios deben plantearse la po-

POLÍTICA EMPRESARIAL Las empresas deben ofrecer un control integral y transparente a sus clientes

sibilidad de realizar una inversión en iniciativas tecnológicas que ofrezcan, por un lado, mejoras a los clientes con una visión integral del negocio y, por otro, ayuden a la compañía a ser más rentable y crecer en un mercado competitivo.

Control y seguimiento de los servicios

Es fundamental disponer de parámetros y estándares de calidad en función de las necesidades de cada cliente –hay que tener en cuenta que las necesidades de una gran empresa no pueden compararse con la de una pyme-. Aunque todas buscarán el mismo objetivo: crecer en el mercado y obtener beneficios, minimizando gastos.

Pensemos, por ejemplo, en la posibilidad de ofrecer al cliente herramientas con las que conseguir información actualizada sobre el histórico de trabajos, incidencias, presupuestos, avisos o retraso de los servicios que tiene contratado con sus proveedores.

El seguimiento de los servicios en tiempo real desde su inicio hasta su revisión, cierre y facturación hace que el cliente obtenga un valor añadido, ya que a través de una herramienta se pueden ahorrar tiempos y conseguir analíticas e información integrada, ágil y estructurada cuando la empresa lo necesite.

A veces, la clave para ser eficientes está más cerca de lo que pensamos, hay que aportar valor, novedad y mejoras –herramientas y servicios- con el fin de conseguir siempre la satisfacción del cliente.

No deberíamos pensar que es una pérdida de tiempo o algo que debe desviarse del pensamiento de los empresarios, ya que la eficiencia en costes debe formar parte de la estrategia general de las organizaciones.

Randstad

Búsqueda de un nuevo empleo

Sólo un 12% de los trabajadores españoles admite que busca un nuevo puesto de trabajo

La actual situación del mercado laboral ha modificado ciertas pautas en el comportamiento de los trabajadores. Sólo un 12% de los trabajadores españoles admite que busca un empleo nuevo, según el Informe Workmonitor de Randstad, empresa de recursos humanos, que consulta la opinión de profesionales de 29 países.

Esta variable, que se mantiene relativamente estable desde los últimos dos años, ha modificado también algunos hábitos no sólo de los trabajadores, sino también de las empresas, ya que pese a la actual tasa de paro, que se sitúa en el 20,89%, el nivel de contrataciones ha disminuido un 23% desde julio de 2007 hasta el mismo mes de este año, según datos registrados por el Instituto Nacional de Empleo (INEM).

En los últimos seis meses estos datos se corroboran porque sólo un 13,2% de los profesionales españoles en activo admite que ha cambiado de trabajo durante los últimos seis meses del año, según el Informe Workmonitor, quien además asegura que el miedo a perder el empleo ha llevado a la mayoría a optar por desarrollar su carrera profesional en el seno de su actual empresa.

En cuanto al género no hay diferencias, ya que es la misma proporción de hombres que de mujeres las que se encuentran actualmente buscando un empleo nuevo, es decir, un 12% de los encuestados, pero donde si se encuentran contrastes es en materia de edad.

Los profesionales que con mayor énfasis reconocen que están buscando un empleo nuevo son los que se encuentran en la horquilla de edad que va de los 34 a los 44 años de edad (13%), mientras que en el lado contrario se sitúan aquellos profesionales que se encuentran entre los 55 y los 64 años, es decir, quienes se sitúan más cerca de la jubilación y que sólo admiten esta consideración en un 5%.

En cualquier caso, el Informe Workmonitor deja claro que en todas las franjas de edad restantes esta percepción es inferior al 10%, lo cual indica el cambio sustancial de hábitos que ha supuesto la actual situación laboral en la percepción que tie-

nen los españoles a la hora de afrontar su carrera profesional.

En cuanto al nivel de educación, la muestra refleja también pocas diferencias, ya que en ningún caso se alcanza el 15%. Los profesionales españoles con un nivel bajo de educación son los que se muestran más dispuestos a buscar un trabajo nuevo (14%), mientras que los que tienen estudios universitarios sólo lo reconocen en un 8%, una cifra muy baja y que indica el cambio

PORCENTAJE

Se mantiene estable entre los profesionales desde que comenzó la actual situación económica

de hábitos de los españoles en esta materia.

Por regiones

Los castellano-manchegos, entre los que más buscan

■ **Aragoneses (4%), valencianos (6%) y castellano-leoneses (6%) son los profesionales que menos interés tienen en buscar un empleo nuevo. Tras ellos se sitúan canarios (6%), baleares (8%), asturianos (8%), murcianos (10%) y gallegos (11%).**

■ **En el lado contrario de la balanza se sitúan extremeños (30%), castellano-manchegos (19%) y madrileños (17%), como los trabajadores que con más ahínco están buscando un empleo nuevo, aunque exceptuando a los primeros las proporciones son inferiores al 20%. Este hecho tiene relevancia si se analizan los últimos datos del Ministerio de Trabajo, que asegura que Castilla La Mancha es una de las pocas CCAA donde el paro bajó en septiembre. Tras ellos, vascos (16%), andaluces (13%), catalanes (12%) y navarros (11%) se sitúan a la cabeza.**