



EPC



¿QUE SOSTIENE EL AUSENTISMO O PERMANENCIA  
DE NUESTROS COLABORADORES EN URUGUAY?



## OBJETIVOS

**Entendimiento**

- ✓ de las motivaciones del colaborador ausentista
- ✓ de la relación social que sostiene dicho comportamiento
- ✓ de la valorización del colaborador presentista
- ✓ de la visión de los colaboradores sobre satisfacción laboral

## PARTICIPANTES



130 colaboradores operativos

## METODOLOGÍA

- ⊙ Visita hogar del colab.
- ⊙ Focus group
- ⊙ Aplicación de encuesta
- ⊙ Recorrida barrio de colab.

## EQUIPO

- ⊙ Trabajador Social
- ⊙ Sociólogo
- ⊙ Psicólogo
- ⊙ Equipo de Personal



## Cuantitativas

Estabilidad  
económico-laboral

Incentivos y  
beneficios

Enfermedad y  
problemas familiares

Transporte

## Cualitativas

Ambiente laboral

Infraestructura y  
seguridad laboral

Objetivos personales  
y de equipo

Carga laboral vs  
tiempo libre



Calidad del  
producto

DIMENSIONES



# ASPECTOS RELEVANTES

**JUNTOS**  
ELEVAMOS EL ESTANDAR

- ⊙ Identificación de los colaboradores con la tarea o marca, no con la Empresa. Calidad del producto.
- ⊙ No hay una identificación del problema por parte de los ausentistas “son los otros”. No están faltando, están resolviendo otros aspectos.
- ⊙ Stress, cansancio en el trayecto al lugar de trabajo.
- ⊙ Ayuda sobre problemas personales. Generaciones de no resolución de conflictos.
- ⊙ Equilibrio vida laboral y personal. Disfrute.
- ⊙ Los Jóvenes no son los que faltan.
- ⊙ Consideran que hay falta de reconocimiento. Reconocimiento no se ajusta a esfuerzos.
- ⊙ Beneficios no son accesibles. Buscan beneficios que promuevan disfrute.
- ⊙ Los trabajadores nativos de empresas adquiridas valoran más las mejoras que los nuevos ingresos
- ⊙ No tienen la intención de cambiar de trabajo.
- ⊙ Buscan lograr una tarea o jornada más dinámica y con posibilidad de aprendizaje.





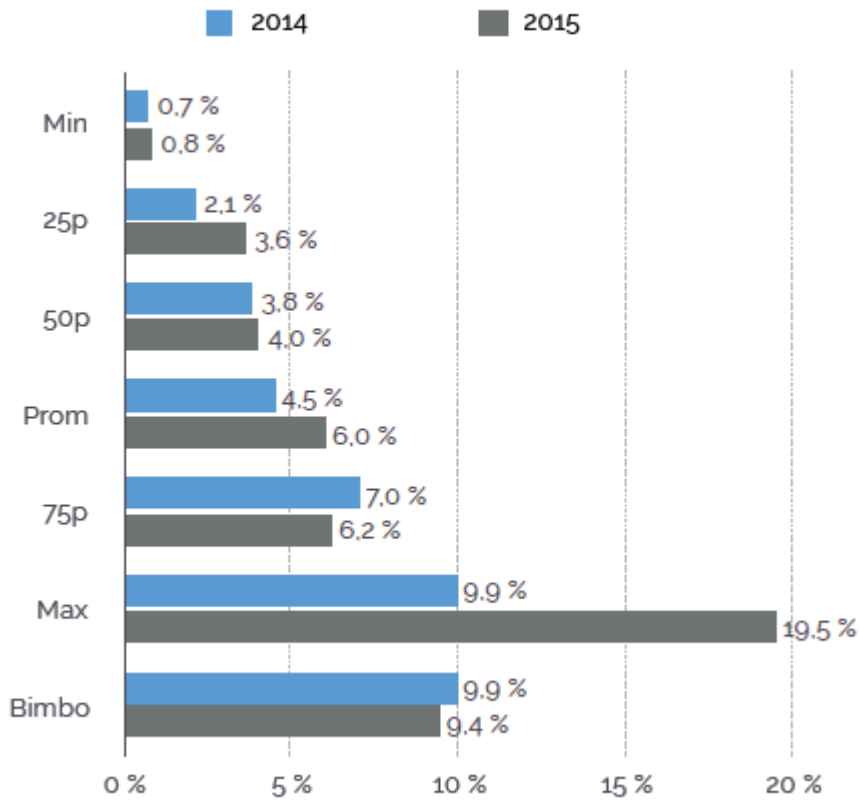
- ⊙ Rotación de tareas. Experiencias y suplencias en diferentes puestos de interés.
- ⊙ Difusión promociones internas como medio de crecimiento. Programa movimientos categorías.
- ⊙ Aplicar reconocimiento, ampliar mecanismos. Orientado a productividad y esfuerzo. Incluido Planes Laborales
- ⊙ Capacitación Jefaturas en temáticas relevantes. Reconocimiento, participación, planes de desarrollo operativos.
- ⊙ Capacitación a Encargados en habilidades sociales y visión de negocio.
- ⊙ Convenios y Beneficios de acuerdo a interés y necesidades de los colaboradores
- ⊙ Programas de presentismo que consideren el margen para llegadas tardes, días libres, etc
- ⊙ Valoración de participación de los colaboradores en cuanto a la calidad del producto
- ⊙ Programa transporte.
- ⊙ Asociación con Facultad de psicología UDELAR, UCUDAL.
- ⊙ Re posicionamiento área de Personal.



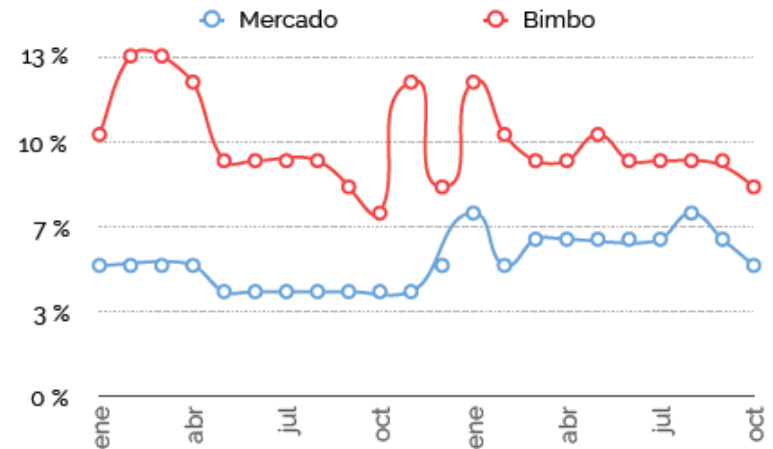
# Estudio de Mercado AUSENTISMO

**JUNTOS**  
ELEVAMOS EL ESTANDAR

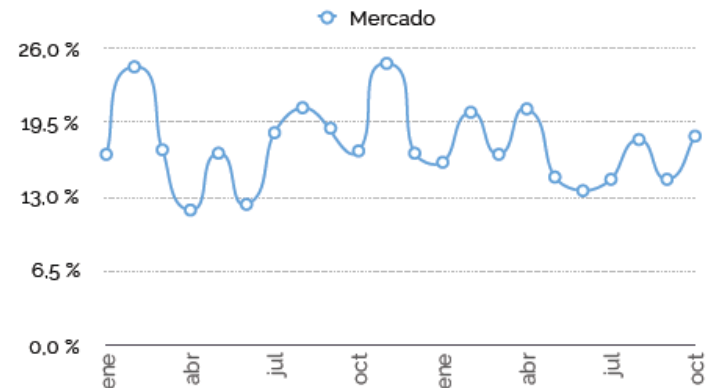
## ▶ Índice de ausentismo:



## ▶ Índice de Ausentismo mensual (promedio de mercado Vs. Bimbo):



## ▶ Porcentaje de ausencias no justificadas sobre el total (mediana de mercado):





# CONCLUSIONES Estudio de Mercado Ausentismo

**JUNTOS**  
ELEVAMOS EL ESTANDAR

## ▶ Índice de ausentismo:

- Tasas de ausentismo se ubican mayormente entre 2,5% y 6% aproximadamente.
- Aquí aparecen oportunidades de mejora para Bimbo

## ▶ Índice de Ausentismo mensual

- El nivel de ausentismo mensual en Bimbo, es más elevado que el promedio del mercado
- Los meses de primavera y verano tienen los picos de ausentismo
- En el mercado en 2015 hay un leve incremento del ausentismo, mientras que Bimbo mejora su performance.

## ▶ Porcentaje de ausencias no justificadas sobre el total

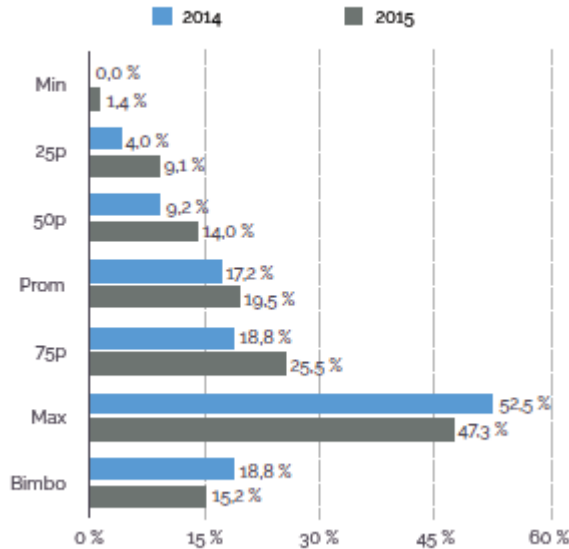
- Las ausencias no justificadas están en el entorno del 19% de los casos.
- Los momentos donde se agudiza son el cierre y comienzo del año



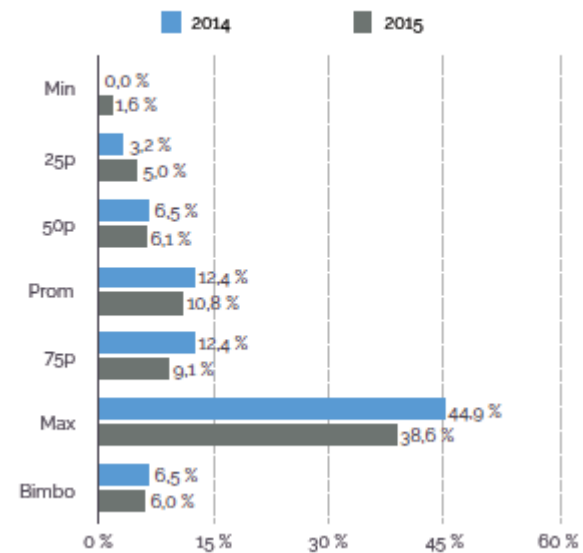
# ANEXO: Estudio de Mercado NO PERMANENCIA

**JUNTOS**  
ELEVAMOS EL ESTANDAR

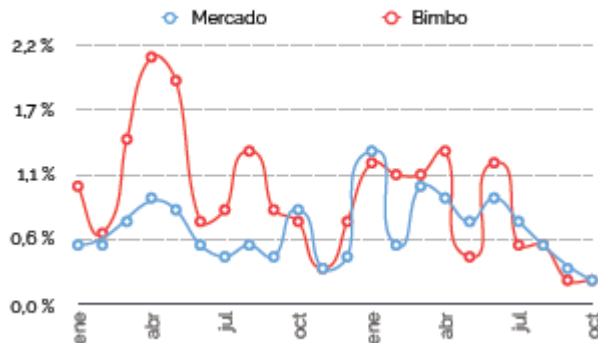
► Índice de rotación global:



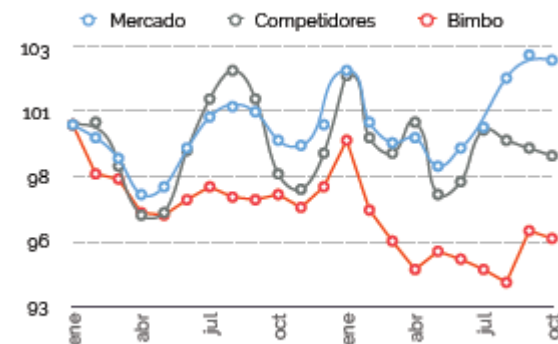
► Rotación: > de 1 año de antigüedad



► Rotación: < de 1 año de antigüedad (promedio de mercado Vs. Bimbo):



► Evolución de # de empleados:



\* Base 100 ene-2014





# CONCLUSIONES Estudio de Mercado No Permanencia

**JUNTOS**  
ELEVAMOS EL ESTANDAR

## ▶ Índice de rotación:

- Existe una dispersión relevante de este indicador en el mercado.
- En particular, algunos jugadores tienen una performance particularmente baja o alta
- Dentro de la industria de Bimbo es donde vemos los valores más bajos.

## ▶ Rotación colaboradores > 1 año de antigüedad

- El desempeño de Bimbo está alineado con la media de mercado

## ▶ Rotación colaboradores < de 1 año de antigüedad

- El desempeño de Bimbo en el 2014 estaba disminuido con respecto al promedio de mercado
- En el año 2015 ha evolucionado y se encuentra alineado con la realidad del mercado



**CERCANÍA Y LIDERAZGO**

**JUNTOS**  
ELEVAMOS EL ESTANDAR

***“Se carece de oídos para escuchar aquello a lo cual no se tiene acceso desde la vivencia.”***

**Guilles Deleuze**