



historias
de amor
por las
empresas.





04

historias que
inspiran

16

lovebrand

08

introducción

18

historias de amor

MERCADO LIBRE 18

TOYOTA 30

HEWLETT PACKARD ENTERPRISE 42

GRUPO SANCOR SEGUROS 54

NESTLÉ 66

FORD 78

GALICIA 90

AEROPUERTOS ARGENTINA 2000 102

SAP 114

ARCOR 126

RANDSTAD 138

10

employer branding

14

randstad

150

créditos

4

historias que inspiran

Once personas, once historias que retratamos en este libro como parte de la presentación de resultados de Argentina del *Randstad Employer Brand Research*, nuestro estudio anual de marca empleadora.

Estas once historias son la prueba viviente del enorme potencial que tiene una marca empleadora atractiva a la hora de enamorar al talento.

Hablar de amor por las empresas puede sonar a un poco mucho en un contexto tan desafiante para las organizaciones como el actual, donde vemos que se ha producido una reconfiguración en cuanto a lo que buscan y esperan las personas de sus trabajos, pero la realidad es que, con esfuerzo, creatividad y consistencia, una marca puede convertirse en una *Lovebrand* y ser capaz de enamorar al mejor talento.

Los protagonistas de las historias de este libro trabajan en compañías que han logrado destacarse y posicionarse entre los empleadores más atractivos para trabajar en el país.

Bárbara y su pasión por la docencia; Agustín, que desafia los límites; María Belén y su vida en clave musical, y Facundo, tan comprometido con las tradiciones, son algunas de las historias que retratamos con la idea de mostrar como el trabajo y la realización personal pueden ir de la mano cuando las organizaciones ponen todo de sí para que el talento las elija.

Y esa búsqueda de conciliación entre ambos mundos, el laboral y el personal, es algo que adquiere cada vez más relevancia con el cambio de prioridades y de expectativas en relación con el trabajo que impulsó la pandemia, con trabajadores que ponen su realización personal en primer lugar.

Este cambio de *mindset* se traduce en decisiones de cambio de estilo de vida que empiezan a ser visibles en nuestros círculos de amistades y familia. Así, nos enteramos de alguien que decidió cumplir el sueño de trabajar desde la playa, lanzarse finalmente a encarar un proyecto propio, animarse a regresar al pueblo natal gracias a la posibilidad del trabajo remoto, mudarse al sur o simplemente renunciar a un empleo

para buscar otro que le permita mantener la rutina, adquirida en pandemia, de buscar a su hijo a la salida del jardín.

Esta coyuntura en transformación es la que empuja y pone a las organizaciones en la necesidad de adecuar sus Propuestas de Valor al Empleado (PVE), trabajar en lo que transmite su marca empleadora y, principalmente, generar las condiciones para seguir construyendo más

Historias de Amor por las Empresas.



Andrea Ávila

CEO de Randstad para Argentina y Uruguay



introducción

En los últimos años, se ha producido un cambio de paradigma en el ámbito laboral. Anteriormente eran las empresas las que elegían, entre sus candidatos, a los trabajadores que incorporaban a sus filas. Era habitual ver algo de nervios por impresionar al entrevistador. Quizás no importara tanto el puesto al que se aplicaba o el salario ofrecido, sino la posibilidad de ingresar y pertenecer a esa compañía deseada. Todo se compensaría con el privilegio de pertenecer a una de las empresas más prestigiosas o aspiracionales del mercado.

Con el paso del tiempo y la entrada en escena de las nuevas generaciones, se produce un cambio de paradigma. Los jóvenes candidatos ya no se desviven por trabajar en una gran compañía. Con eso ya no alcanza. Ellos buscan empresas que compartan su propósito, sus valores, y que les permitan conseguir todo aquello a lo que aspiran tanto en lo laboral, el desarrollo de una carrera, como lo que tiene que ver con la vida personal, ámbitos que hoy no se ven ni se sienten como aspectos aislados uno del otro.

El cambio es tan profundo que ahora las personas eligen dónde quieren trabajar, por eso la atracción del talento es la clave, los candidatos ya no van hacia las empresas a buscar trabajo; por el contrario, son estas las que deben atraerlos, seducirlos y enamorarlos para que se unan al proyecto.

Entre los aspectos más importantes que hoy las personas evalúan antes de sumarse a una empresa van desde el ambiente laboral, la cercanía al lugar de trabajo, el impacto que las actividades de la empresa tienen en el medioambiente, la cultura de la organización, las acciones de responsabilidad social, hasta la flexibilidad horaria y la posibilidad de trabajo a distancia, por citar solo algunos ejemplos.

Los nuevos candidatos ya no eligen una empresa por su nombre, su importancia en el mercado, ni siquiera por un determinado puesto o salario. Lo que buscan es una experiencia con propósito, que va mucho más allá de lo que conocíamos con el trabajo tradicional. Tienen muy claro que el desarrollo laboral no debe impedir la realización también en el aspecto personal y ambos, entonces, deben estar en permanente equilibrio.

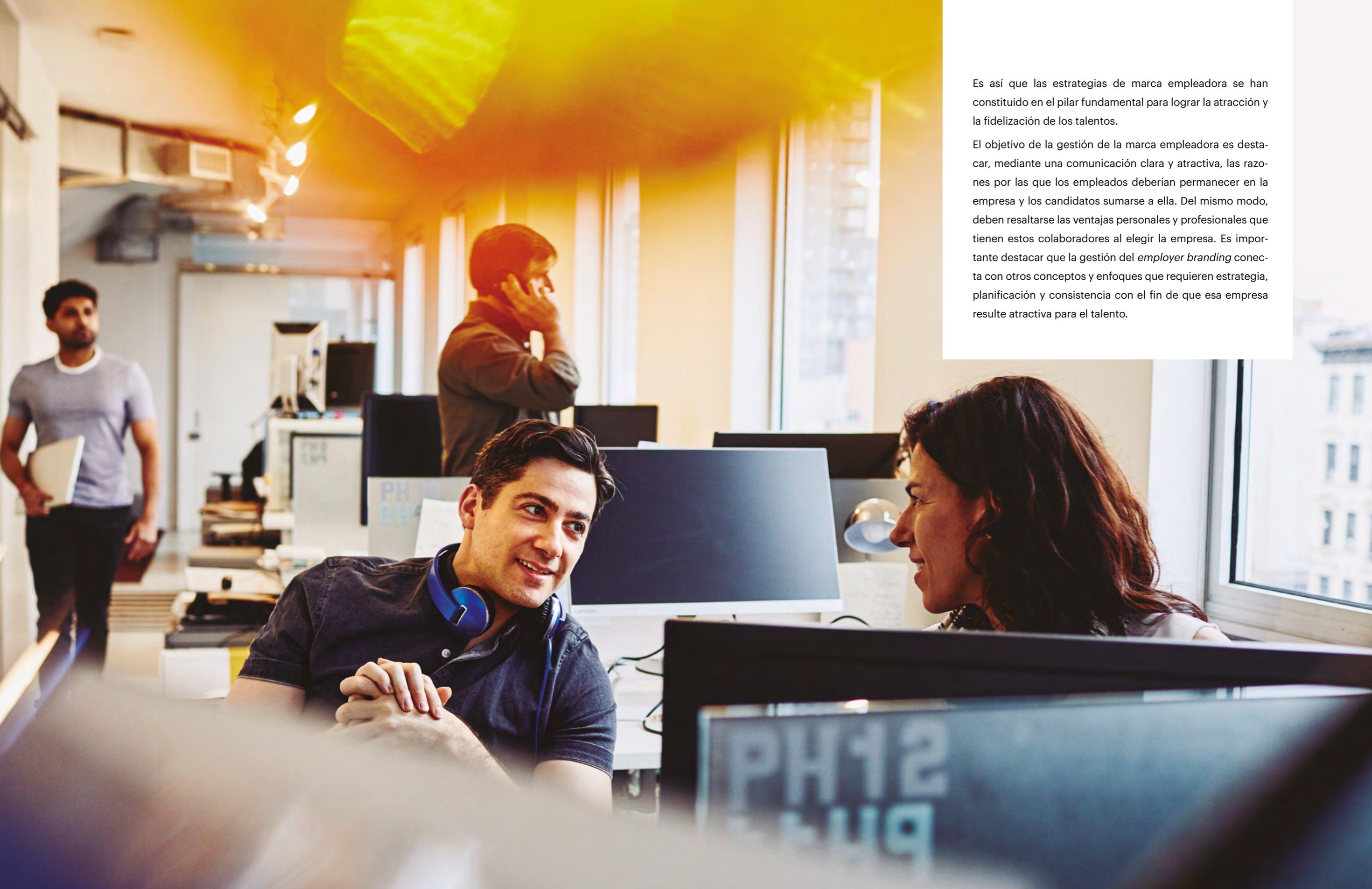
10

employer branding

Con marca empleadora nos referimos a la imagen como empleador que proyecta una compañía hacia sus clientes, hacia sus propios empleados y, en especial, hacia los potenciales candidatos que quieren trabajar en ella.

Conviene detenernos en este punto dada la importancia que reviste para las empresas, pero que no solo tiene un impacto en el mundo laboral, sino que define un cambio que, sin dudas, tiene efecto en toda la sociedad y en su desarrollo como tal. El modo en que ven el mundo las nuevas generaciones no solo implica un cambio en las «costumbres» laborales, en especial para los trabajadores más calificados, sino que delinea una transformación que, seguramente, va a afectar diversos ámbitos de la vida cotidiana, individual y colectiva, porque, desde luego, si cambian nuestras formas de relacionarnos en el ámbito de lo económico —nuestra vida laboral—, no sería azaroso esperar que cambien nuestras formas de consumir, de divertirnos, de amar, de vivir. El cambio es así de profundo.





Es así que las estrategias de marca empleadora se han constituido en el pilar fundamental para lograr la atracción y la fidelización de los talentos.

El objetivo de la gestión de la marca empleadora es destacar, mediante una comunicación clara y atractiva, las razones por las que los empleados deberían permanecer en la empresa y los candidatos sumarse a ella. Del mismo modo, deben resaltarse las ventajas personales y profesionales que tienen estos colaboradores al elegir la empresa. Es importante destacar que la gestión del *employer branding* conecta con otros conceptos y enfoques que requieren estrategia, planificación y consistencia con el fin de que esa empresa resulte atractiva para el talento.

randstad

Cumplimos un rol importante en el mundo del trabajo y estamos orgullosos de ser el grupo más grande a nivel mundial en servicios de capital humano. Ayudamos a que las cosas buenas pasen. Como que una persona encuentre el empleo de sus sueños en la compañía que siempre admiró, o que una empresa logre dar el salto cualitativo que buscaba por haber incorporado a los profesionales que entienden su cultura y forma de trabajar.

Con más de 22 años encuestando a 163.000 personas en 31 países, desarrollamos el *Randstad Employer Brand Research*, el estudio independiente sobre *employer branding* más completo e inclusivo a escala global, que revela cuáles son las empresas más atractivas para trabajar en cada país



16

historias
de amor
por las
empresas

Las empresas no solo son amadas por sus clientes, sino también por sus empleados y por quienes quieren trabajar en ellas.

Porque saben que lo más importante para lograr sus objetivos es desarrollar el talento.

Por eso Randstad reconoce a aquellas compañías que logran convertirse en una *LOVEBRAND*.

Porque sabemos que el amor se construye todos los días y en cada capítulo que nos toca vivir. Este amor por las empresas nos acerca grandes historias de crecimiento y desarrollo del capital humano que merecen ser contadas.

Historias de personas que encontraron el trabajo que los hace sentir bien y de empresas que lograron enamorar al talento.

Te invitamos a conocerlas.

lovebrand



CAPÍTULO 1

MERCADO LIBRE

La propuesta de valor de Mercado Libre está centrada en el desarrollo de las personas de una manera integral. Además del desempeño laboral, se prioriza también el bienestar físico y emocional porque es necesario para que cada uno de nosotros pueda desplegar su máximo potencial.

talento

Bárbara Michalla.

Data & Analytics Manager

«Poder sentirte parte y que tu opinión, tu trabajo, tu aporte sean respetados, hace que rápidamente te puedas conectar con el propósito y, así, lo que estás haciendo es más que un trabajo, es un aporte de valor que hace la diferencia, y eso se vive a diario en Mercado Libre. Además, sea en el lugar que te toque desarrollarte, vas a ser escuchado y a tener un *feedback* de lo que vos hacés. Eso genera confianza, permite crear entornos de trabajo en donde te sentís libre de ser quién sos y podés desplegar tu potencial al máximo, y así sentir la seguridad de que estás contenido y sos tenido en cuenta. Además, los líderes que vas a encontrar y con los que vas a trabajar —y también tus propios compañeros— son inspiradores, son personas extremadamente talentosas. Los equipos son de alto rendimiento e impacto y se aprende muchísimo todos los días de cada una de las personas que forman parte de esta empresa».

Bárbara Michalla

que llega



A woman with long blonde hair, wearing a white short-sleeved top and grey patterned pants, is balancing on a wooden bench on a rooftop terrace. She is smiling and has her arms outstretched, holding onto a glass railing. The background shows a modern building with large glass windows reflecting the sky and surrounding greenery.

equilibrio

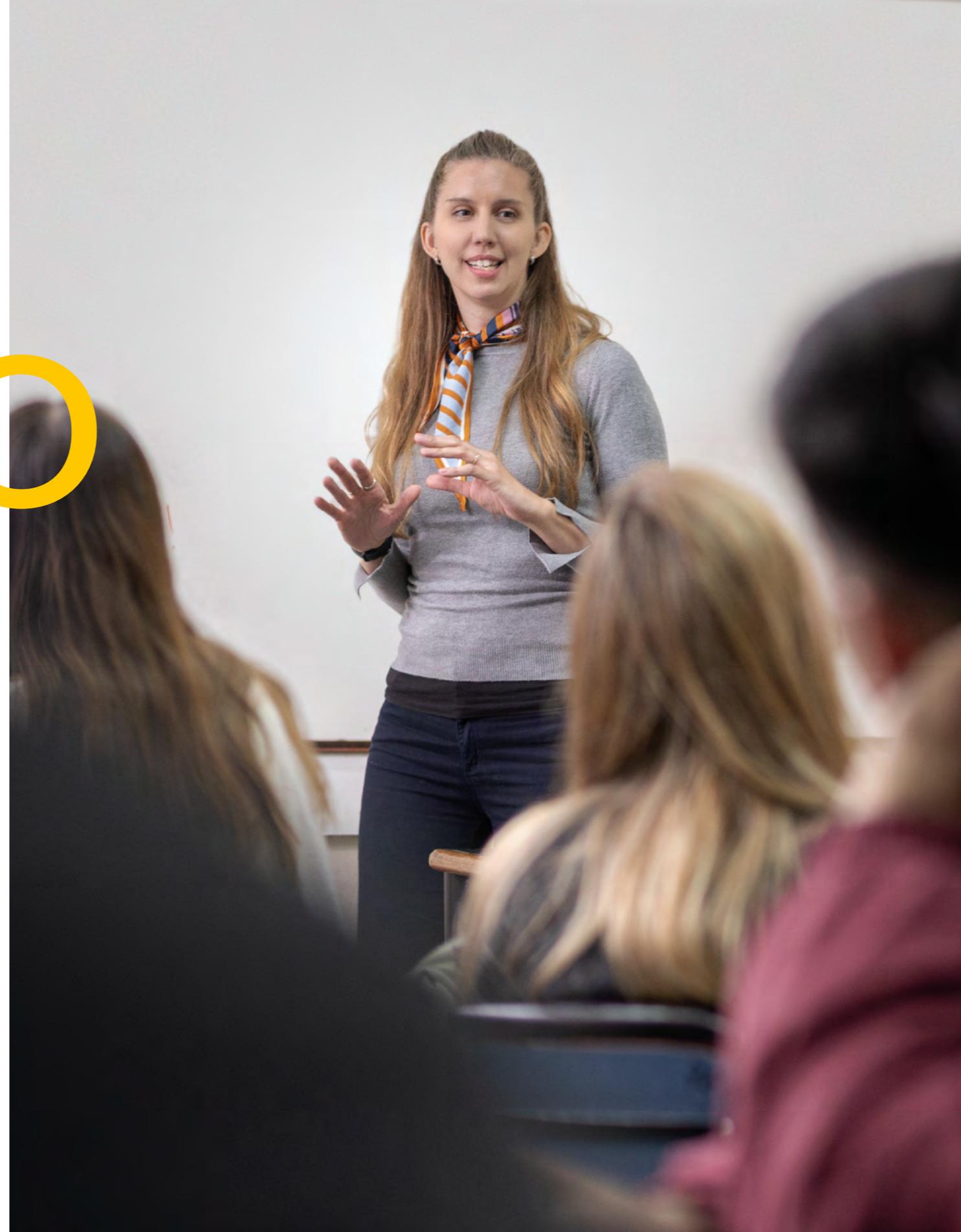
«Algo que me pasa con Mercado Libre tiene que ver con que es una organización donde hay equipos de alta *performance*, hay líderes inspiradores y, además, es una compañía en la que existe mucho lugar para hacer y esta era una de las cosas que yo estaba buscando, poder empezar a hacer, justamente lo que no estaba logrando en mi rol anterior. Si bien en el ámbito profesional había mucho que yo podía aportar, no siempre ese aporte terminaba en un impacto tangible en las personas, donde se pudiera hacer la diferencia, donde el propósito fuera compartido, alineado con el mío personal. Entonces eso, sumado a la visión de la tecnología que se tiene en Mercado Libre, funciona como un *enabler*, un generador de valor que hizo que yo realmente empezara a mirar a la compañía como una opción realmente tentadora para continuar mi carrera profesional».



«La propuesta de valor implica que el lugar en el que estamos termina siendo más que un trabajo, porque el propósito de la organización te conecta con algo más superador, donde uno ve y es protagonista de hacer la diferencia. Eso se vive todos los días. Entonces, más allá de que en sí el propósito es algo que a todos los que estamos acá nos mueve para hacer, para emprender y ser protagonistas de lo que hacemos tiene que ver también con que se busca que haya un acompañamiento y donde el entorno y los vínculos que generamos potencien lo mejor de cada uno de nosotros. Nuestra propuesta de valor está centrada en el desarrollo de las personas de una manera integral donde se busca que también, además del desempeño laboral, se priorice el bienestar físico y emocional porque es necesario para que cada uno de nosotros pueda desplegar su máximo potencial».

orgullo

«También soy docente de la Universidad de Buenos Aires, allí estudié y tengo parte de mi corazón. Mientras estudiaba, fui ayudante en la materia Tecnología de la Información. Hoy tengo a cargo un curso, que es la última materia de la carrera de Sistemas de Información de la Facultad de Ciencias Económicas. Para mí es una actividad invaluable, porque también me conecta desde otro lado con las personas, siempre es un desafío y me permite estar actualizada, ver cómo son los jóvenes y qué van necesitando para su formación. Es algo que me gusta tanto hacer, que era clave que, fuera cual fuera la propuesta laboral, esta era una actividad que no pensaba dejar, que no quiero dejar. Así que fue importante saber que desde Mercado Libre me acompañan en esto, y que ese intercambio que se produce entre la actividad docente y la actividad laboral es nutritivo para ambos lados».





CAPÍTULO 2

TOYOTA

Para Toyota, los dos pilares principales son la seguridad y la calidad tanto sea para el trabajo cotidiano como para el cliente.

con sueños

Facundo Cunningham.
Gerente de Dojo, Calidad y Reparaciones

«Estamos lejos de Capital. Hoy hay más facilidades para estudiar. Hace veinticinco años no abundaban tanto las carreras ni existían establecimientos cercanos. Había algo acá en Campana, pero también implicaba que tenía que viajar todos los días. Entonces mi idea era, más allá de venir a Toyota, tener la posibilidad de seguir estudiando. De hecho, me anoté y todo, pero, sinceramente, después arrancan los dos turnos en la planta y ya se me hizo muy cuesta arriba y no lo pude hacer. Por eso digo que yo no soy ingeniero, no tengo un título terciario, pero tengo una especialización en Toyota. Es como que soy un graduado de Toyota. [...] Para ser Gerente de Producción había una regla no escrita; debías sí o sí tener un título terciario, debías ser ingeniero, y por eso me siento tan halagado, porque rompí con ese esquema [...] soy un privilegiado, rompí con una regla que estaba implícita y eso, la verdad, me gratificó».

Facundo Cunningham

«Al ingresar a Toyota, era un *team member*, como cualquiera que ingresa hoy a la planta y a lo largo del tiempo y después de veinticinco años llegué a ser el Gerente de Producción. Para mí es un compromiso bastante grande si se quiere, porque, evidentemente, el haber hecho la carrera que hice y haber adquirido los conocimientos que obtuve y el haberme entregado como la compañía vio que lo hice fueron hechos por los cuales la empresa terminó premiándome de esa manera con un ascenso tan importante. Nunca lo hice con el convencimiento de llegar a esto, sí siempre con la idea y el compromiso de dar lo mejor en cada uno de los estadios y puestos que me tocó ocupar. [...] Hemos recibido capacitaciones y seguimos con cursos internos en cada uno de estos estadios. Todo eso te nutre de una base, pero me parece que la realidad es lo que más te fortalece, que el día a día en el campo es lo más rico».





«Todo se resume en una palabra para mí: seguridad. Pero no solamente seguridad de que no te vayas a lastimar. Es muy amplia la palabra. Yo hablo de seguridad desde todo punto de vista. Seguridad en cuanto a tu trabajo, que depende prácticamente 100% de vos. Tu seguridad, en cuanto al vehículo que se hace, porque se piensa en la seguridad de la gente. Por eso tenemos tantos megacontroles para todos los vehículos que hacemos. Seguridad dentro de los puestos de trabajo, porque desarrollamos sistemas y contramedidas y mejoras para que algo que, en cierto punto, es complejo, porque armar un vehículo no es nada sencillo. Por eso yo digo, por ahí la palabra más justa es seguridad, desde todo punto de vista. De hecho, en Toyota, los dos pilares principales del sistema de producción son la seguridad y la calidad, que van de la mano, tanto sea para el trabajo cotidiano como para el cliente».

e ideales



Así como luce orgulloso la camiseta de Toyota, también viste las ropas que lo definen como hombre de campo. Pero no es solo lo rural, sino la historia y la conservación de las tradiciones aquello que marca la vida de Facundo fuera del ámbito laboral. Es tal el apego a esa cultura que, en su tiempo libre, participa de una comunidad gauchesca con la que realiza desfiles, organiza festivales y todo tipo de eventos en los que siempre la característica fundamental es la tradición, el cuidado y conservación de aquellos valores relacionados con la tierra y, fundamentalmente, las raíces. De este modo, con el atento cultivo de dicha raigambre, Facundo señala su lugar en el mundo. Y es este profundo sentido de pertenencia el que no solo lo liga a una cultura histórica, sino también al día a día, que lo encuentra, orgulloso, desarrollando sus tareas en Toyota.

raíces



CAPÍTULO 3

**HEWLETT PACKARD
ENTERPRISE**

Be a force for good, «ser una fuerza para el bien»; una empresa que quiere mejorar la forma en que las personas viven y trabajan, mejorar el mundo con tecnología y ayudar a la humanidad con humanidad.



partner

Mercedes Lorenzo.

Country Counsel de Chile y BOPE (Bolivia, Perú y Ecuador). Regional Legal Counsel de Argentina, Uruguay, Paraguay y Colombia

«Uno diagrama el plan de carrera, a donde quiere llegar e identifica qué pasos o herramientas le faltan. Y ahí la compañía plantea cuáles de esas herramientas puede ofrecer y cómo ayudar y facilitar el cumplimiento del plan. Por ejemplo, cursos, ya sea internos o externos, si hay alguien que quiere capacitarse en un tema específico o externamente, o programas de mentoreo con gente de otros países. También está el acompañamiento del propio manager a quien uno reporta, que es muy significativo. Están ahí para darte soporte, para ayudarte a aprender, porque cuando uno incorpora tareas y responsabilidades, al principio, todo resulta nuevo y, por lo tanto, se puede equivocar o puede no saber qué tiene que hacer. Pero siempre hay alguien dispuesto a colaborar o, si no a darte la respuesta, a ayudarte a encontrar el camino y las posibilidades de carrera dentro de la compañía».



Mercedes Lorenzo



«La cultura de la empresa fue cambiando a lo largo de los últimos 10 años. Crearon lo que llamamos *culture catalyst*, que integra personas de cada subsidiaria que se encargan de diversas tareas, desde organizar eventos hasta compartir los valores y hablar de la cultura con la gente. Eso hizo que la cultura pase de ser un mero *slide* pegado con frases a convertirse en una cultura viva que vamos transformando continuamente. Obviamente, tiene principios rectores, como los de cualquier compañía, de los cuales el principal es la innovación. El que más me gusta es *be a force for good*, que es ser una fuerza para el bien y usar la tecnología para mejorar el mundo. El lema es que somos una empresa que quiere mejorar la forma en que las personas viven y trabajan. Y, entre esas soluciones que se brindan, una es mejorar el mundo con tecnología y ayudar a la humanidad con humanidad».

innovación





En lo personal, lo que define a Mercedes es, sin dudas, la sociabilidad; y sus gustos, fuera del ámbito laboral, afianzan este aspecto. Ama los animales, le gusta practicar actividades al aire libre, viajar, viajar. Su frase por excelencia: «Me encanta recorrer el mundo».

propósito





CAPÍTULO 4

GRUPO SANCOR SEGUROS

Ayudar a otros, pensar siempre en el prójimo y dar posibilidades de acompañamiento es lo más fuerte que tiene el Grupo Sancor. Esa es la esencia cooperativista que lo caracteriza.

asegurando

Maximiliano Cesano.**Responsable de Relaciones Públicas**

«Todo depende de cada uno, de las ganas, del empuje, de cómo pensás, imaginás y desarrollás tu carrera dentro de una empresa que te deja hacer carrera. Tener veintidós años dentro de la empresa no es algo extraño, no soy el único aquí. Porque en Sancor se valora mucho la permanencia, y la posibilidad de hacer carrera, de ir avanzando, de perfeccionarte y profesionalizarte está. Eso también es tentador y es alentador para, todos los días, buscar una motivación. A su vez, hace falta lógicamente lo personal de cada uno. A nosotros nos toca en el lugar donde estamos, en una ciudad tan pequeña, tan chica que nosotros decimos que es «el interior del interior», estar a veces tratando y manejando cuestiones con empresarios de primer nivel. Y uno piensa «qué lejano que parecía esto» y resulta que Sancor prendió tan fuerte que esto ya no es remoto, sino parte del trabajo diario».



Maximiliano Cesano



«Siempre que hay situaciones malas, complejas, situaciones donde hay un tema tema de salud de por medio, por ejemplo, la gente del grupo y el grupo mismo, siempre están. No se desligan, no sos uno más que está de paso —somos compañeros de trabajo y en las malas, bueno, espero que te vaya bien, y nada más—, sino que están activamente. Y todas esas cosas, a lo largo del tiempo, hacen que vos vayas sintiendo que es así, que sos parte de eso y llega un momento donde te toca a vos ser el que impulsa eso para que las nuevas generaciones lo vayan aprendiendo. Y yo creo que es la forma de seguir esas cuestiones, de unir eslabones de distintas generaciones que van dejando un legado, herencia y valores, que pasan de uno a otro. Si eso no se pierde, y al día de hoy no se perdió, es muy importante en la vida de las personas. No solamente es un espacio laboral, sino que es un espacio de acompañamiento de toda la familia del grupo».

juntos



el talento



«La evolución siempre estuvo en el ámbito de Sancor. Es no estacionarse, crecer, innovar, estar a la vanguardia. Años atrás, era mucho más fácil retener los talentos. Hoy la diversificación de oportunidades hace que no sea tan sencillo y hay talentos que tienen otra visión, diferente de la que nosotros teníamos hace un tiempo atrás. Es decir, yo quiero hacer mi carrera dentro de Sancor. Al haber tantas posibilidades, los talentos, en poco tiempo, hacen distintas experiencias y terminan tomando quizás la que menos te imaginás o la más inesperada. Tiene que ver ni más ni menos con los tiempos que corren, con las tendencias actuales. Ninguna empresa es ajena a esto, pero desde nuestro lugar estamos trabajando para que los talentos no dejen de lado una empresa como la nuestra, con todos los beneficios que tiene. Así que no es fácil, pero se está pensando como siempre en esto».

Las características personales que hacen de Maximiliano un trabajador de excelencia también aparecen en su vida fuera del ámbito laboral. Como buen talento de las relaciones públicas, es extrovertido y muy abierto en el trato con los demás. Sabe que con empuje personal pueden lograrse objetivos, pero, sin el concurso de un equipo, todo logro resulta dificultoso. Por eso, entre sus actividades personales, ocupa un lugar fundamental el fútbol. Juega en un equipo, del cual él es el capitán, y el campeonato que se desarrolla los fines de semana es una cita ineludible, sagrada. Y tanto en la cancha como fuera de ella, Maximiliano es un capitán que está atento a todo y a todos, constantemente está empujando, tirando para adelante, pero siempre en equipo. Si hay un concepto que pueda describir su actitud es el de «camaradería», y siempre lo descubrimos atento a las necesidades de todos y pronto a colaborar poniendo en juego su «alma de anfitrión» y ese «motor» personal con el cual asegura que todo siempre llegue a buen puerto.





CAPÍTULO 5

NESTLÉ

El cuidado de la calidad y del consumidor, y la sustentabilidad son para Nestlé una estrategia a largo plazo.

expectativa

Carolina Santillán

Carolina Santillán.
Marketing Manager Nestlé Waters

«Un poco me gustaba *marketing*, pero llegué a *marketing* por la psicología del consumidor. Me gustaba el entendimiento de por qué el consumidor interpreta esto, por qué consume lo otro... Entonces, mi experiencia en investigación de mercado, o mi búsqueda en investigación de mercado, estaba alineada a por qué elegí la carrera que elegí. Después de mucho tiempo en investigación de mercado, me empezó a picar el bichito de “no quiero ser la que recomienda, la que hace el diagnóstico”, “quiero estar un poquito más en la toma de decisión”. Y ahí fue que se abrió la oportunidad para pasar al equipo de *marketing*. En ese momento, de chocolate. Y ahí empecé mi recorrido en *marketing* dentro de Nestlé; pasé por chocolates, por Nesquik, cereales para el desayuno, lácteos y, en octubre del año pasado, empecé en aguas».



«A mí, por ejemplo, me preocupa mucho la sustentabilidad y he tenido conversaciones con gente que está en alguna ONG y me dicen “bueno, te preocupa la sustentabilidad, pero estás en una multinacional...”, y yo creo que los cambios justamente se generan desde adentro. Está bueno que vayas a cortar la calle, pero hay personalidades diferentes. Las multinacionales existen, entonces, ¿cómo hacemos para hacerlas mejores?, y en eso Nestlé está abierta a propuestas. Por ejemplo, yo, reciclando, reutilizando, reduciendo en mi casa, puedo estar años para que disminuya la cantidad de plástico que, con un proyecto de innovación dentro de Nestlé, pensando en recortar un poquito del *packaging* de los envases de lácteos, en un botón, un proyecto, ya hice muchísimo más de lo que podemos hacer en el día a día en mi casa ¿Eliminé el plástico?, no, pero estoy yendo hacia un camino mejor. Y eso es lo que te da Nestlé. Te permite y te incentiva para innovar en ese sentido».





objetivos

Insert coffee
to begin

futuro

«En cuanto al desarrollo, algo que aprendí es que uno tiene en la mano todas las herramientas para poder desarrollarse, pero la responsabilidad de la carrera de uno es propia.

»Me pasa a mí con mi equipo. Estás en todas las tareas del día a día, es muy difícil, le voy a ir abriendo todas las puertas, pero el otro tiene que darme luz también sobre a dónde quiere ir. Entonces, a partir de ahí, vamos construyendo el camino de desarrollo. Pero requiere también mucho de la persona; después, las oportunidades están, tal vez antes, tal vez después, pero oportunidades hay porque hay muchos negocios, hay muchas áreas y hay muchos procesos también que se aplican desde la alineación de talento, de cómo venimos performando con tus metas. Pero tenés que ser responsable de ese desarrollo. La posibilidad está, pero si te quedás sentado en tu lugar no esperes que venga... tal vez vos decís "ay, pero yo vengo haciendo todo bien...", pero, está bien, ¿qué es lo que querés?».

balance

Carolina nació en San Martín de los Andes y su corazón, por supuesto, está allí en el sur, aunque le encanta vivir en Buenos Aires y trabajar en una gran empresa como Nestlé. Si bien plantea que está de paso en la ciudad, el crecimiento que implica en su desarrollo profesional y como experiencia vital hacen que disfrute del momento y lo aproveche al cien por ciento.

Debido a su origen seguramente, y a que se ha criado en la naturaleza, es una fanática de las actividades al aire libre, por lo que entrena y practica tanto como su trabajo lo permite. Sea cual sea la situación —ni siquiera la inminente maternidad—, nada la aleja o la lleva a suspender, por ejemplo, el yoga; una práctica que, con ese centro que hace en el presente, sin dudas, colabora con un perfecto balance entre vida laboral y vida personal.





CAPÍTULO 6

FORD

Transparencia, una forma de hacer las cosas.

3B-080L-02W 3B-080L-01G 016ZF-20 6592-080L-01G 3B-080L-04V

ESCUELA TECNICA HENRY FORD



Daniel Bocutti

Daniel Bocutti.
Supervisor del Centro de Desarrollo de Servicio
& Mod Center

«Vos tenés que ir a trabajar y ya sabés que tenés tu computadora, tu teléfono, tu monitor, sabés que tenés un servicio de comedor, un desayuno, un almuerzo o una cena si estás en el otro turno, un estacionamiento, ventaja para poder comprar un vehículo usado, un vehículo 0 km. Tomamos esas cosas como si fueran por *default* y, cuando mirás alrededor, no es por *default*. Siempre se dice que en Ford estamos como en una burbuja, y la idea no es ver esa burbuja, sino fijarse cómo es el resto para compararlo.

»Tenemos toda una serie de situaciones solucionadas y eso, en realidad, es también monetario, porque si uno, cuando va a una entrevista, piensa “bueno, gano 100 por mes”, se equivoca. Gano 100 más el estacionamiento, más el almuerzo, más... que hacen parte de la comodidad y hacen también a la parte monetaria. Tener esas cosas, que son pequeñas cosas, que te hacen la vida laboral mucho más fácil, es muy bueno».



«Siempre tuve la misma forma de trabajar. Nunca cambié, siempre fui para adelante, tratando de hacer lo mejor para mi puesto. Siempre fui recompensado dentro de lo laboral. Es decir, haciendo el trabajo que tenía que hacer y, a veces, excediendo o no, pero siempre haciendo lo que yo creía que había que hacer. Nunca tuve problemas. Pasé de formalizado a mensualizado, a ser supervisor de un área. Entonces es como que no me cuesta, me gusta esto y tengo mi recompensa.

»Me gusta mucho el tema este de lo que es servicio. Estar en un lugar donde yo me considero un buscador de soluciones. La gente que interactúa conmigo está contenta conmigo, es lo mejor que me puede pasar, porque no es que tengo que forzar a trabajar de alguna forma para poder contentar al entorno. No. La forma que tengo de trabajar yo es la forma que me siento apoyado por la gente que está conmigo, tanto para abajo como para arriba».

experiencia



de raza

versátí





Daniel se destaca en un departamento que plantea una exigencia constante y la búsqueda de soluciones para las situaciones más disímiles. Nunca surge un problema igual al anterior y, como él mismo define, el día a día se trata de «la rutina de la no rutina». Por lo tanto, la templanza para enfrentar situaciones exigentes y la versatilidad para adaptarse a todo tipo de necesidad son las cualidades que lo caracterizan. En el mismo sentido, estas características lo acompañan en su vida personal, en la que necesita desconectar un poco (solo un poco). Así, su principal gusto es el de cocinar y hacerlo, fundamentalmente, para su familia y amigos, a quienes sirve los mejores platos de la cocina popular, hechos siempre con cariño, templanza y versatilidad.



CAPÍTULO 7

GALICIA

La cultura empresarial del Banco Galicia puede resumirse en el lema «mejorar el día a día de las personas». Y esto es así tanto en relación con el cliente como hacia adentro, donde lo que prima es el espíritu de colaboración.

crecer

Josefina Quevedo

Josefina Quevedo.
Everyday Banking Tribe Leader

«¿Por qué hoy elijo el Banco? La realidad, la verdad es que nunca me aburrí, todo el tiempo estoy aprendiendo cosas nuevas. Cada vez que levanté la mano o que había otro desafío o algo, el banco me acompañó, las situaciones se dieron. Creo que también hay un tema, si bien no me desmerezco, creo que hay un tema de estar justo en el momento correcto y en el lugar correcto, porque tuve suerte y hubo posiciones que se abrieron, equipos que se abrieron en el momento que estaba interesada. Pero si tengo que decir por qué hoy elijo al banco, es eso, me acompañaron siempre cada vez que yo quise un nuevo desafío. Y la realidad es que, en estos seis años que estuve, no dejé de aprender nunca, no dejé de desafiarme nunca y de rotar y tener nuevos desafíos que me motivan a seguir estando y porque creo que todavía tengo un montón para aprender y para desarrollar».



equipo



«Yo creo que una de las principales cosas que me ofrece hoy el Galicia es el equipo de trabajo. El banco, sin dudas, es un gran lugar para trabajar por las personas, que son las que hacen el día a día. Desde el equipo de trabajo, que es mi tribu, hasta mis pares, mi jefa, creo que eso hace que el día a día sea mucho más fácil. Pasan muchísimas cosas que hacen que el día a día pueda no ser tan divertido, pero, con un buen equipo de trabajo, ese día a día que puede llegar a ser duro termina siendo más fácil. Sin dudas creo que el equipo de trabajo es fundamental. [...] Hay mucho dentro del banco, buenos líderes que me han acompañado, de los que he aprendido muchísimo, que me han aconsejado, superhumanos, y que me han ayudado como profesional, sin ser egoístas. Porque hubo líderes que me han ayudado a que yo me fuera de su sector. Eso lo valoro muchísimo, y es lo que intento hacer por mi equipo hoy que soy líder».

Para Josefina, la vida y el desarrollo laboral son fundamentales y, en su vida personal, aplica los mismos valores. Si, en su trabajo, la idea de «crecer en equipo» es rectora, fuera del Galicia, lo más importante para ella son los vínculos y la sociabilidad; es decir, crecer con sus amigos y sus afectos, que son quienes la apoyan ante cualquier desafío y la alientan a proyectarse hacia el futuro.





amistad



CAPÍTULO 8

**AEROPUERTOS
ARGENTINA 2000**

Intentar todo el tiempo mejorar o sorprender o superar las expectativas de los pasajeros. Ser referentes dentro del rubro es el pilar sobre el que se erige la solidez de Aeropuertos Argentina 2000.

conectar

Agustín Guillot.**Auxiliar de Experiencia del Cliente**

«Trabajo en un área que queda en el *hall* público del aeropuerto. Básicamente, brindamos atención a pasajeros que necesitan alguna ayuda, necesitan información. En la oficina de atención al público donde trabajo, tenemos un cartel que dice “¡Qué bueno volver a verte!”. Y sí, ese es el clima, es como decir que estamos contentos de estar trabajando de vuelta, estamos agradecidos de este trabajo y de estar trabajando en el turismo y ¡qué bueno que estés viajando de vuelta! Creo que ahora se está trabajando mucho más, desde atención al cliente, el tema de tratar a las personas un poco más humanamente, ya no tan formal, no tanta formalidad. La idea es tratar un poco más de vos a las personas jóvenes, que se sientan cómodos desde la camaradería y no establecer esas distancias que teníamos antes, de la formalidad excesiva, una cuestión más que separaba. Ahora es algo más amigable, lo que acerca más, por ejemplo, decir “¿dónde tenés que ir?, bueno, yo te acompaño”. O sea, un trato más descontracturado. Creo que está bueno».



Agustín Guillot



«Una de las cosas que encontré, que me encantó, era que entré y había capacitaciones y cuestiones profesionales para poder hacer mejor tu trabajo, cursos, estaba todo relacionado, estaba muy bien. Yo no había recibido capacitaciones de este tipo y siempre me pareció interesante, que estaba bien para aprovecharlo. Me pareció también que había muy buena comunicación, que era muy fluida, y que había toda una red interna que estaba buena, una especie de red social. [...] Soy una persona a la que le gustan mucho los desafíos, que necesito no solo del dinero, sino de tener un motivo, sentir que estoy avanzando o que estoy aprendiendo nuevas cosas o que el trabajo me lleva a alguna parte. Desde el momento en que entré me dijeron que les interesaban mucho mis ideas y el *know how* que tenía acerca de la discapacidad, así que me empezaron a incluir en proyectos relacionados con la accesibilidad, que hoy es uno de los ejes de la empresa».



el mejor
trabajo





«Además del aeropuerto, trabajo y doy charlas en otros lugares con un amigo, un amigazo de la vida, que también tiene una amputación y también es deportista. Hemos hecho varios viajes y actividades juntos y tenemos una página que se llama *Motivados*, donde damos charlas para empresas, instituciones, colegios y universidades en las que hablamos de motivación, de naturalizar la situación de tener una discapacidad y poder seguir haciendo tu vida, seguir adelante, seguir con tus proyectos. No solo con la discapacidad, sino que tratamos de potenciar a las personas. Y la verdad que nos escribe muchísima gente y estamos muy relacionados y mucha de esa gente tiene discapacidad, así que está bueno, me puedo poner en contacto con muchas de esas personas y aprender mucho».

para vos



A large, blue, three-dimensional SAP logo is mounted on the top right corner of a modern glass skyscraper. The building's facade is composed of dark blue-tinted glass panels that reflect the sky and surrounding environment. The SAP logo is white with a blue outline and is set against a blue background that is part of the building's structure.

CAPÍTULO 9

SAP

SAP es un lugar en el que, si el colaborador está dispuesto a crecer, va a encontrar gente que lo apoye, va a encontrar oportunidades de desarrollo, de aprendizaje, mucho soporte, lo van a cuidar como empleado y va a tener todas las herramientas para poder desarrollarse profesionalmente en un clima sano y amigable.

soluciones

María Belén Serroni

María Belén Serroni.

Finance Operations Manager & GFSS Head of Location for Buenos Aires

«Existen un montón de iniciativas, que están buenísimas y que van más allá de lo que es la actividad diaria, el trabajo diario y que se centran en la persona y en el bienestar de la persona.

»Y ahí también, por lo menos en mi experiencia y creo que en la experiencia de muchos, hay una conexión real donde, si uno necesitó pedir algo o estaba pasando por una situación compleja, aparecen del otro lado personas empáticas, ¿no?, es como, más allá, de nuevo, de una compañía que tiene sus objetivos y sus resultados, existe, y es real, espacio para conversar, para ser escuchado. Eso es superimportante, creo, sobre todo a la hora de elegir un lugar de pertenencia. En mi caso, ya hace diez años que estoy, entonces, tiene un poco que ver también que haga tanto que esté también, ¿no?, me parece».



flexibilidad

«Existen programas que tienen que ver con la vuelta al trabajo luego de la maternidad. Más allá de lo que uno conoce por ley —que son tres meses con goce y posibilidad de extender sin goce—, SAP te redobla la apuesta y tenemos programas de vuelta a la maternidad, en lo que uno puede extender hasta cinco meses con goce de sueldo u otro, que se llama “vuelta progresiva”, que tiene que ver con volver a los tres meses, pero durante pocas horas que se irán incrementando paulatinamente a medida que va creciendo el bebé. También tenías la posibilidad de hacerlo virtual para poder pasarlo en tu casa con tu bebé y poder conectarte remotamente; eso lo tuvimos siempre y era algo diferencial, en ese momento, el no tener que volver a la oficina tan rápido. También hay licencias por adopción o si el cuidador primario es el hombre, siempre también poniendo el foco en la diversidad y en las posibilidades».





Cuenta María Belén que la música siempre estuvo presente en su vida. Desde chica, en casa de sus padres, la música formaba parte de su cotidianidad. Y es así que hoy, cuando termina con sus actividades laborales, forma parte de una banda, donde toca y se desempeña como cantante. Esta entonces es su pasión, aquello que la hace desconectar de los problemas y desarrollarse en un arte que siempre la acompañó y la hace feliz.



arte

CAPÍTULO 10

ARCOR

El ADN de Arcor se define a partir de dos características fundamentales: la innovación y el espíritu emprendedor. De allí el lema «Pensando hacia el futuro».

vivir. mejor

Fernando Andrés Pinto.
Gerente de Trade Marketing para Negocios
Chocolates y Golosinas

«Para mí es muy difícil separar lo laboral de lo social, de lo personal. Como en cualquier trabajo, hay días más operativos y algunos días que nos gustan menos, pero creo que la ecuación final tiene que ser positiva en cuanto al disfrute, a tener libertad, a poder expresarlo libremente; expresarnos desde todos lados, expresión física, verbal, desde algo nuevo, de un proyecto. Hoy es Arcor y, si el día de mañana tengo mi propia empresa, transmitiría exactamente lo mismo: sentite libre de desarrollar, sentite tranquilo con lo que estás haciendo, sobre todo, disfrutá de lo que estás haciendo, porque todo es muy corto, muy efímero. Para mí ese disfrute tiene que ver con poder crear, innovar y, sobre todo, aprender. Es importantísimo sentir que uno va adquiriendo conocimientos y sentir que uno enseña. Cada uno tiene que tratar de ayudar al otro y que el otro lo ayude y, en eso, la diversidad tiene que ser algo como muy natural del aprendizaje».

Fernando Andrés Pinto

A photograph of three men in a meeting. They are seated around a light-colored wooden table. The man on the left is wearing glasses and a dark sweater, with his hands clasped. The man in the middle is wearing a striped shirt and is smiling. The man on the right is seen from the back, wearing a brown sweater. On the table are two laptops, a coffee cup with a straw, and two smartphones. The background features a large window with a view of a city and some decorative wall art.

colaborar



«Lo que fomenta mucho Arcor es que los equipos se vayan manejando como lo puedan sentir y lo puedan ver. Con mis equipos, por ejemplo, hacemos *home office* una vez por semana. Hoy, realmente, prefieren más estar en la oficina que en su casa, porque el ambiente de trabajo es tan lindo... Al mismo tiempo, si alguien necesita estar en su casa por lo que fuera, puede quedarse tres, cuatro, cinco días, yo no tengo problema. Creo que lo importante está en ese paquete de beneficios, algo más intrínseco, de “manejate más o menos como vos lo veas, vos sabés lo que le pasa a tu equipo”.

»Honestamente, me gusta mucho la flexibilidad que puedo tener con mi equipo. Ya estoy armando el fin de año y quiero ir con mi equipo a trabajar a un campo, a una casa en que cada uno tenga su cuarto, pero para unificarnos y ver que puedan salir cosas, hacer actividades, y sé que nadie me va a decir nada. En ese sentido, tengo una tranquilidad y una libertad que es muy buena y eso no se debería frenar nunca».



pasión

disfrutar

«Sentir que uno va a trabajar y está aprendiendo cosas nuevas y que está aportando cosas nuevas... Me parece que llega un punto en que es hasta dopamina, por así decirlo, cuando vos sentís que estás aportando algo y se valora». Esta inclinación de Fernando por el aprendizaje también está presente en su vida personal, tanto que, al encontrar en su casa una máquina de café y descubrir que lograr un buen café no es «soplar y hacer botellas», se interesó por los secretos de este aromático mundo e hizo un curso de barista. Pronto esta curiosidad se transformó en pasión, que hoy sigue cultivando y que lo lleva a disfrutar no solo con el hallazgo de un sabor diferente o de un nuevo *blend*, sino también con el hecho de servir cada día un mejor café a sus amigos y familiares.





CAPÍTULO 11

RANDSTAD

En Randstad las personas son capaces de transformar la organización, de llevarla a otro nivel y, a su vez, de convertirse en un agente de transformación con respecto al entorno.

Julieta Ferrero.

Responsable de *Public Affairs* & Sostenibilidad

«Luego de diez años de ser la asistente de la CEO, se abrió la posibilidad de un cambio. Esto era algo que estaba necesitando, no porque no estuviera feliz en mi lugar, sino que, realmente, la posición que se abría era lo que yo quería hacer, era ese trabajo, no cualquier otro. No fue fácil que me dejara ir, porque, después de tanto tiempo de estar de la mano de la CEO, ¡nos completábamos las oraciones!, pero, una vez más, me demostró su generosidad y me dio la posibilidad de seguir en la compañía y de hacer lo que me encanta y me apasiona. Soy muy feliz con mi trabajo.

»¿Qué me hace feliz? En el puesto anterior, las personas y, en la actualidad, las personas y lo que hago. Hoy en día coordino los programas de voluntariado de inclusión laboral. Trabajo en todo lo que es el triple impacto de la compañía, social, económico y ambiental.

»Pienso en devolver. De lo que recibimos, cómo devolver a la comunidad o cómo ayudamos a pensar en una sociedad de trabajo, que haya trabajo en la sociedad. Porque el trabajo te cambia la vida».



encontrémos

Julieta Ferrero



 randstad



«Nosotros tenemos desarrollo de carrera continuo en la compañía. Hay mucho cambio que también hace al desarrollo del consultor o del comercial, más del lado de la consultoría, con el fin de poder ser un socio estratégico para el cliente, poder asesorarlo en la gestión del talento. No es solamente “che, tenés una búsqueda, yo te la hago, te cobro y chau”. Es la gestión de la nómina, de cómo abordar desde nuestra experiencia y nuestro conocimiento la gestión del talento en otras empresas. De hecho, actualmente, tenemos muchísimas más consultas comerciales para acompañar a nuestros clientes, para acompañar a estas empresas más diversas, más equitativas, con una perspectiva de inclusión, con un concepto de interseccionalidad, que trae la diversidad etaria, sexual, el género, la discapacidad, personas que vienen de situaciones vulnerables que les cuesta llegar a las grandes empresas y que, a través de nosotros, lo pueden hacer».

el trabajo

«En lo que es mi conciliación laboral y familiar, resulta un mil por ciento. Totalmente, son una sola cosa. Creo que también ahí radica un poco mi felicidad, en no haber tenido que dejar de ser quien yo quería ser para ser yo misma acá. Y soy así, estoy con mis ojeras y mañana tengo una *call*. Y, por ahí, te atiendo una llamada a las cinco de la tarde y mis hijas están de fondo jugando. Y haber podido incorporar a quien soy yo realmente dentro de mi trabajo es fundamental, porque mi trabajo me define, modela la persona que soy. Es algo de lo que me encanta de mi trabajo también, el hacer. Y así es, mis hijas son parte de esto, mi familia es parte de esto y yo soy así. Ni soy la Julieta mamá que sale y se despreocupa, ni la que sale y se olvida de Randstad. Es la que es una sola persona, una sola cabeza, un solo corazón».

que te hace



sentir
bien



150

créditos

Idea y Coordinación General

361 Argentina + Randstad

Randstad

María Regina Ávila

Juliana Segura

Andrea Soria

Adrián González Aón

361 Argentina

Santiago Luzuriaga

Pablo Abadie

Josefina Molinari

Adrián Sarno

Fotografía

Pablo Guzmán

Candelaria Wurch

José Luis Barros

Retoque digital

Leonel Belotti

Producción editorial

Autoría Editorial

Diseño de tapa e interior

Donagh I Matulich

Producción periodística

Sergio Campos

