

ESPECIAL SAN VALENTÍN CORPORATIVO: LA IMPORTANCIA DE CONSOLIDAR LA RELACIÓN ENTRE EMPRESA Y EMPLEADO

-5 CLAVES PARA MEJORAR EL *ENGAGEMENT*-

El [Club Excelencia en Gestión](#), asociación empresarial dedicada a mejorar la gestión y resultados de las organizaciones, lleva tiempo impulsando sus llamados [Management Talks](#), que buscan compartir e impulsar el conocimiento. Se trata de sesiones de co-creación en las que, desde un punto de vista multidisciplinar, diversas organizaciones comparten experiencias con el fin de aprender conjuntamente estrategias y formas de hacer en áreas que influyen notablemente en la gestión excelente de las organizaciones.

Uno de ellos se ha dedicado al *engagement* del empleado como clave de la sostenibilidad de las organizaciones, con Mutua Terrása como anfitrión y con la participación de voces expertas de algunos de los Socios del Club Excelencia en Gestión. Entre las conclusiones más destacadas aparece la necesidad de activar nuevas acciones que vayan más allá de las medidas basadas en la remuneración.

Es necesario apostar por herramientas y metodologías que impliquen a todas las personas de la organización en los procesos de definición de valores. Por ejemplo, habilitar entornos para la creación o el intraemprendimiento, establecer entornos de trabajo abiertos o impulsar iniciativas de expansión de actividad en los trabajadores a través de la rotación, entre otras opciones.

Gracias a la reflexión y el debate propiciado en este *Management Talks*, el Club Excelencia en Gestión ha elaborado un listado de conclusiones y recomendaciones que a continuación propone:

LAS 5 CLAVES PARA MEJORAR EL *ENGAGEMENT* DEL EMPLEADO

- 1) **La creación del compromiso.** Es necesario realizar un camino conjunto hacia la definición y aplicación de los valores de la organización, sobre todo para que todos los miembros que formen parte de ella sientan satisfacción tras su puesta en funcionamiento. Esos valores no han de quedarse estancados, se recomienda establecer ciclos de revisión y adecuación en el que todas las personas de la organización participen, por ejemplo, a través de dinámicas gamificadas.

También es fundamental explicar el porqué de estos valores, así como hacer entender a las personas cuál es el fin y el beneficio de su actividad en la empresa. Los líderes han de marcar la pauta a seguir en este sentido y revisar el grado de implicación y de aplicación, por ejemplo, con un análisis de la consecución de los objetivos estratégicos.

- 2) **Implicar para implantar con mayor facilidad.** Hacer partícipes a los distintos profesionales de una organización en la definición de políticas y estrategias no sólo sirve para contar con más puntos de vista y aportar un mayor valor al contenido, también potencia la posterior implantación de las mismas.

Esta vía es útil para disponer de una visión cercana de las necesidades de los clientes internos y para fomentar un ecosistema participativo que facilite el intraemprendimiento, muy importante para la sostenibilidad futura de la empresa. Por otra parte, acciones como éstas son una fórmula de atracción del talento joven teniendo en cuenta que para *millennials* y *centennials* el trabajo cooperativo es un valor añadido, mejorando así su nivel de compromiso o *engagement*.

- 3) **Reformular los entornos estables.** Se recomienda elaborar una clasificación de trabajadores en función no sólo de su perfil sino también de sus preferencias para identificar acciones de *engagement* eficaces. Para los fichajes más jóvenes es interesante establecer proyectos que supongan un reto, alineando los valores corporativos con los personales.

La rotación periódica también es positiva, impulsando nuevos entornos de expansión de actividad en los trabajadores a través de esta vía. Si una organización está estancada en este sentido debe analizar cuáles son las causas que frenan la rotación y establecer un plan de acción que la fomente. En él pueden estar presentes los proyectos de intraemprendimiento y los entornos de trabajo abiertos (*open space*), útiles para fomentar la innovación cooperativa con grupos de empleados.

- 4) **Redes sociales y reputación corporativa.** El posicionamiento personal de cada empleado en su día a día puede afectar a la reputación de la organización a la que, de alguna manera, está representando. Esto incluye, lógicamente, el uso de las redes sociales. Por ello, se recomienda actuar más de manera proactiva y preventiva que desde el punto de vista correctivo.

Es necesaria una estrategia de educación y sensibilización sobre un adecuado uso de las redes sociales, con talleres educativos o a través de un comité de ética institucional que ponga sobre la mesa las consecuencias que pueden generar determinadas

actuaciones. También establecer un protocolo de gestión de crisis que defina las acciones a realizar en caso de impacto relevante en la reputación corporativa en redes sociales. Y, por supuesto, derivar al community manager las funciones de vigía y analista de esos impactos.

- 5) **Teletrabajo y horarios flexibles.** Se han convertido en dos grandes clásicos para generar ese *engagement* del empleado, pero antes de poner en marcha tales medidas, la organización debe evaluar ciertos aspectos. Para empezar, hay que tener en cuenta con qué herramientas se cuenta para implementar el teletrabajo. También cuáles son sus posibles riesgos y cómo afectarían en el desempeño de las personas. Y finalmente hay que saber cuál es el grado de madurez y el compromiso de las personas con la organización para asumir esta nueva forma de trabajar.

En este sentido, resulta clave reorientar la llamada cultura del presencialismo hacia la cultura del valor. Para ello, es necesario que los altos directivos sean los primeros en convertirse en ejemplo a seguir. Además, hay que establecer mecanismos de medición del valor aportado por las personas, de la productividad y de la percepción de los clientes internos y externos.

Implantar este tipo de modelos de aprendizaje está planteado en el [nuevo Modelo EFQM 2020](#), impulsado en España por el Club Excelencia en Gestión, que ha entrado oficialmente en vigor el 1 de enero. Se trata de una herramienta eficaz para afrontar el cambio y la transformación necesarias para la supervivencia de cualquier organización en el presente y en el futuro.

Contacto de prensa Club Excelencia en Gestión

Gema Lloret 630 78 95 45 gema@alivecomunicacion.com

Gema López 606 17 89 71 comunicacion@alivecomunicacion.com

Susana Fábregas

sfabregas@clubexcelencia.org

913836218

Sobre el Club Excelencia en Gestión

El [Club Excelencia en Gestión](#), asociación empresarial dedicada a mejorar la gestión y los resultados corporativos, tiene por objetivo contribuir a la transformación de las organizaciones a través de una **gestión excelente, innovadora y sostenible**, para convertir a sus socios en referentes de sus sectores, mostrar su compromiso con la sociedad, reforzar su visibilidad y reconocimiento, e impulsar su competitividad en un entorno VUCA. Bajo el lema "Compartiendo

y mejorando juntos” impulsa proyectos de Benchmarking y de co-creación, incorporando todo el conocimiento generado en la plataforma **ÁGORA CEG**, entre otras iniciativas.

Fundado en España en 1991, el Club Excelencia en Gestión está integrado por más de 240 socios de los más diversos sectores y tamaños que en la actualidad representan el 20% del PIB. Asimismo, más del 50% de empresas del IBEX35 han contribuido al Club que, además, es el **representante oficial de la EFQM para España**, siendo la única organización en el territorio nacional con licencia para ofrecer productos y servicios relacionados con el **Modelo EFQM**, destacando el Sello de Excelencia EFQM.

“Mejores organizaciones, hacen una sociedad mejor”

Para más información: www.clubexcelencia.org y www.agoraceg.org

Síguenos:

