

Empleo y Formación/ Valores Empresariales



El compromiso así como la cultura, se han convertido en un tema prioritario en la agenda de los CEO

El compromiso, un plus de competitividad

ROSA CARVAJAL

El compromiso es, según el pensamiento del consultor estadounidense James C. Selman, lo que «transforma una promesa en realidad, la palabra que habla con coraje de nuestras intenciones y las acciones que hablan más alto que las palabras, es hacerse del tiempo cuando no lo hay, salir airoso una y otra vez tras año, es el triunfo diario de la integridad sobre el escepticismo». Está comprobado que los mejores resultados de las organizaciones están ligados a un elevado nivel de compromiso por parte de los trabajadores. De hecho, según datos ofrecidos por Watch & Act y Cornerstone, el compromiso de los empleados con la empresa aumenta más de un 6% la cuenta de resultados, el índice de absentismo se reduce un 37% y la tasa de rotación interna no deseada un 65%. Los trabajadores comprometidos proponen un 250% más de ideas de mejora que los satisfechos. «Las empresas que gestionan el compromiso del empleado como parámetro decisivo permiten que los equipos fortalezcan la iniciativa en el día a día», según palabras de Luis Fernando Rodríguez, CEO y responsable del área de personas y equipos de Watch & Act. «El problema del sector empresarial es que los directivos pensamos sólo en las ventas y en la reducción de gastos, pero el compromiso aporta un impacto en los resultados. Y de forma subyacente, la persona cobra un protagonismo que antes no tenía», apunta Rodríguez. Pone un ejemplo de lo positivo del compromiso: «Una empresa con un 5% de absentismo, si gestiona el compromiso y reduce éste en un 37%, si tuviera 10.000 empleados y 100

Con la actual «guerra» por el talento, nueve de cada diez ejecutivos considera esta competencia importante o muy importante, según el Índice de Capital Humano de Deloitte

millones de euros de EBITDA, aumentaría de manera directa este resultado en 6 millones, es decir un 6%. Pero si tuviera, por ejemplo, 1.000 empleados el impacto sobre sus resultados sería de un 13% más».

PRODUCTIVIDAD

A pesar de estar de acuerdo en que el compromiso es vital para las organizaciones, sólo un 15% de toda la fuerza laboral se puede definir como comprometida, según un informe global de Gallup. Las empresas con más experiencia en compromiso tienen un 17% más de productividad que las demás, pero también cuentan con un 20% en términos de beneficios, según Gallup. El compromiso, así como la cultura, se han convertido en un tema prioritario en la agenda del CEO. Las compañías ahora compiten por ganarse la encuesta «The Great Place to work» así como por diseñar mejores espacios de trabajo, beneficios más flexibles y por crear culturas corpora-

tivas fuertes para generar mayor compromiso. Con la actual «guerra» por el talento, nueve de cada diez ejecutivos (85%) calificó el compromiso como una prioridad importante (38%) o muy importante (48%), según el último Índice de Capital Humano de Deloitte.

«A pesar de que el equipo directivo debe ser el encargado de comunicar un proyecto empresarial atractivo e

inclusivo si quiere el compromiso de las personas, Recursos Humanos tiene que asegurar que su compañía ofrezca una propuesta de valor para el empleado basada en procesos modernos y transparentes, que respeten a la persona y le ofrezcan posibilidades de crecimiento y reconocimiento», sostiene Camilla Hillier-Fry, socia de People-Matters. Los empleados se comprometen habitualmente con su equipo de trabajo y su jefe y –a veces– con la organización, entendida como el orgullo de pertenencia a la compañía, su marca y reputación. Tam-

«El problema del sector empresarial es que los directivos pensamos sólo en las ventas»

«Recursos humanos tiene que asegurar al empleado una propuesta de valor basada en procesos modernos»

bién se comprometen con su propio trabajo especialmente pero no exclusivamente en las profesiones vocacionales. «Este compromiso se muestra en un mayor esfuerzo discrecional para hacer bien el trabajo y ayudar a los compañeros (a cambio de nada en concreto) y una mayor voluntad de permanencia», apunta Hillier-Fry.

Muchas empresas han perdurado en el tiempo, a pesar de la crisis, gracias al valor del compromiso entre la dirección de las mismas y sus empleados, sostienen fuentes de ESIC. Para que un individuo esté comprometido con su organización y ponga en marcha dicha competencia, desde esta escuela de negocios, apuntan que es necesario que cumpla lo siguiente:

- Que sienta como propios los objetivos de la organización.
- Que apoye e instrumente decisiones, comprometido por completo con el logro de objetivos comunes.
- Que prevenga y supere obstáculos que interfieran con el logro de los objetivos de la organización.
- Que controle la puesta en marcha de reacciones acordadas.

Para que un trabajador esté comprometido con la empresa, la tecnología juega también un papel destacado. «Todo el mundo tiene un compromiso, el reto llega cuando ese compromiso ha de gestionarse de manera global. Esto es posible gracias a la tecnología que ayuda a dar una respuesta individualizada y a testar el clima, creando un sistema de «engagement» con los empleados a través de ofertas como formación personalizada», explica Marc Altimiras, vicepresidente regional de ventas de Cornerstone OnDemand para el Sur de Europa.