



TRANSFORMACIÓN CULTURAL Y EXPERIENCIA DE EMPLEADO, EL FUTURO DE LAS ORGANIZACIONES

Retribución flexible, conciliación, retención de talento...el sector de los RR.HH. lleva años adaptándose a las tendencias que han ido teniendo lugar en las organizaciones, pero con la transformación cultural y la experiencia de empleado ha llegado la revolución.

De un tiempo a esta parte, las compañías están teniendo que dar un salto exponencial entre lo que antes hacían y lo que hacen ahora. ¿El motivo? Se ha producido un cambio en el escenario empresarial que ha obligado a las empresas a adaptarse a este nuevo entorno.

Así, la búsqueda del compromiso entre empleados se ha convertido en el nuevo mantra de las organizaciones. En un contexto

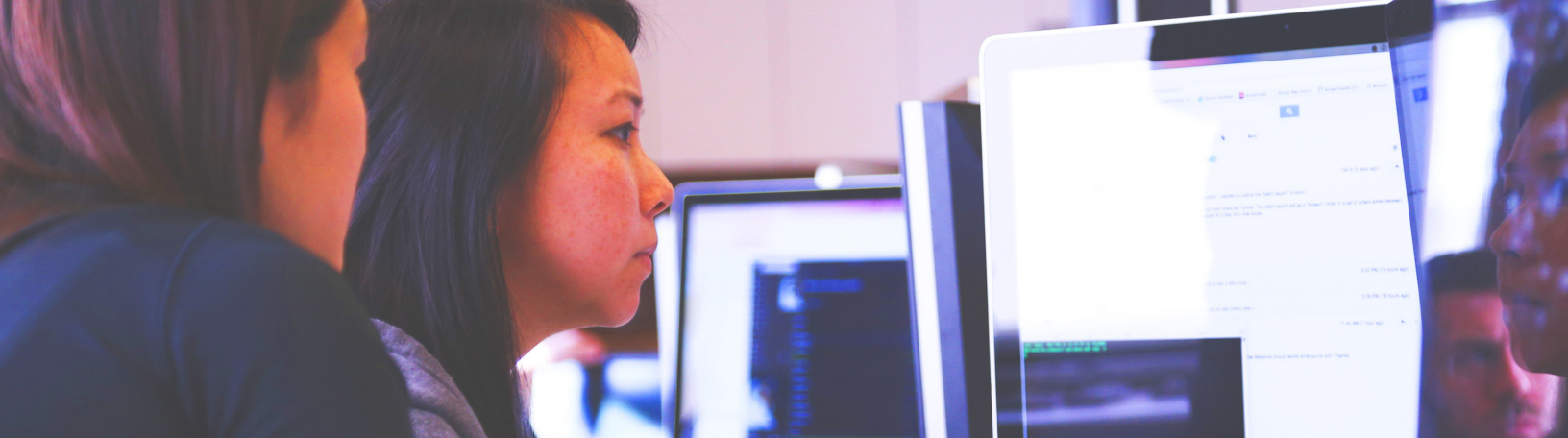
en el que la movilidad laboral se ha disparado, el salario ha dejado de ser el principal motivo de retención y la competencia se ha multiplicado exponencialmente, resulta cada vez más necesario saber cómo lograr que los empleados de tu empresa estén comprometidos con la compañía.

Todos estos cambios organizativos precisan, en primera instancia, de un cambio cultural; una transformación que las empresas tienen que saber cómo llevar a cabo para llegar a su objetivo final: adaptarse a las necesidades específicas, en cada momento, de sus clientes y, por supuesto, de sus empleados, motor central de cualquier compañía.

Más información:

Responsable de Comunicación

María Beamonte | maria.beamonte@lukkan.com
659-979-758



TRANSFORMACIÓN CULTURAL, EJE CENTRAL DEL ÉXITO EMPRESARIAL

Cuando hace unos años analizábamos las tendencias de lo que preveíamos sería el futuro de los RR.HH. – talent hunters, blue oceans, skill scanners, etc. – parecía algo muy lejano e irreal para que ocurriese. Sin embargo, la realidad ha sido muy diferente y las organizaciones se han encontrado con que el cambio ha llegado.

En muy poco tiempo hemos pasado de organizaciones regidas por el desempeño anual, la retribución por castas o las encuestas de clima, a organizaciones en las que se parte de las personas para llegar a ellas, se co-crea, se segmenta y, sobre todo, se mide todo en cada momento para conocer su impacto. La utilidad de todo ello es indudable, pero el paso previo a su implementación radica en la transformación cultural.

No hay día que no escuchemos hablar sobre el impacto que la transformación digital, el internet de las cosas o el big data están teniendo sobre las empresas.

Los “quien no se adapte morirá” o “es necesario cambiar las cosas” son una constante en nuestro día a día, pero esto no solo va sobre la digitalización de las empresas, sino que el paso ha de ser mucho mayor. Por supuesto es necesario adaptarse al nuevo entorno, pero para ello es necesario llevar a cabo un análisis en profundidad de las organizaciones para ver en qué punto se encuentran y hacia dónde se quieren dirigir.

A partir de ahí, cuando hayamos detectado cómo somos en un momento determinado y cómo queremos llegar a ser, será necesario definir los drivers y palancas del cambio, con el fin de alcanzar la cultura empresarial deseada. Esto no solo se verá reflejado en la propia plantilla, sino que repercutirá directamente en los resultados de la compañía; a medida que la cultura empresarial varíe hacia la cultura deseada, los resultados y el engagement aumentarán, hasta llegar a ser una organización diferencial.



Más información:

Responsable de Comunicación

María Beamonte | maria.beamonte@lukup.com
659-979-758



LA EXPERIENCIA DE EMPLEADO NO ES UNA MODA

El cambio de panorama empresarial no solo ha motivado la transformación cultural de las empresas, sino que ha traído consigo una nueva forma de hacer las cosas. Del mismo modo en que las empresas han sabido reconocer la importancia de tener en cuenta al cliente para conseguir resultados, los empleados han pasado a ser una parte imprescindible del negocio. Es por ello que la figura del empleado ha pasado a cobrar un protagonismo relevante en las organizaciones.

A partir de esta idea surge el concepto de “experiencia de empleado” que, en concreto, hace referencia a un modelo de gestión integral que parte de lo que viven y sienten los empleados y que trata de mejorar la relación entre

empleados y organizaciones, a través de la identificación de los momentos clave y llevando al día a día una experiencia diferencial.

Pero, del mismo modo que ocurre con la transformación cultural, el primer paso para la experiencia de empleado es el análisis. Así, el punto principal de cualquier Modelo de Experiencia de Empleado es dejar claro – una vez entendido cómo son y qué viven y sienten mis empleados en la actualidad –, cómo quiero que sea la relación entre los empleados y la compañía. Para ello será necesario contar con los propios empleados a la hora de desarrollar el modelo, ya que en este momento se definirán los pilares clave.



Más información:

Responsable de Comunicación

María Beamonte | maria.beamonte@lukkapa.com
659-979-758



La importancia de desarrollar un modelo integral de experiencia de empleado es clave para la continuidad de una compañía, ya que el impacto se produce en todas las direcciones y, por tanto, los resultados son visibles a corto plazo. Si bien para el dpto. de RR.HH. supone un cambio en el modelo de gestión y relación con los empleados, para los mandos se trata de una herramienta de gestión de equipos y entre los empleados aumenta su vinculación con la compañía. De hecho, los principales resultados de este modelo de gestión radican en el engagement, ya que se crea un compromiso por ambas partes enfocado a lograr mayores resultados; la reputación de marca, creando una corriente donde los propios empleados son embajadores de marca, lo que aumenta el atractivo de la organización; y en el modelo de relación, en el que cada empleado pasa a ser “único” porque se buscan respuestas adaptadas a sus necesidades.

Precisamente por ser algo co-creado entre empresa y empleados, el modelo de experiencia de empleado va más allá de las modas; por ello, es necesario que vaya variando en función del momento, los empleados y sus necesidades.



Más información:

Responsable de Comunicación

María Beamonte | maria.beamonte@lukup.com
659-979-758



¿Y QUÉ TOCA AHORA?

Según el estudio “Le gestión de personas en 2020”, elaborado por Pwc, los departamentos de RRHH se enfrentan a tres posibles escenarios de cara a ese año:

- 1) Convertirse en el departamento más importante en las organizaciones.
- 2) Transformarse en el motor de RSC.
- 3) Pasar a ser un mero gestor transaccional, incluso llegando a ser externalizado por completo.

Y, como señalan desde Pwc, es muy posible que el escenario más factible que los departamentos de RRHH sea hacerse cargo de la gestión de personas dentro de las organizaciones, liderando desde la estrategia hasta la implementación, asumiendo

una función determinante y de gran influencia, pero para ello deben asumir verdaderamente ese liderazgo y no ser una mera herramienta de la dirección.

Poco a poco, los departamentos de RRHH están haciéndose fuertes dentro de las empresas, precisamente porque han asimilado que esa es su función. Los cambios en el panorama laboral han motivado reestructuraciones, salidas, fusiones y un largo etc. de cambios que han afectado directamente a las plantillas. Y es en este momento cuando se ha visto la necesidad de alguien que lidiase con personas, no con números.

Más información:

Responsable de Comunicación

María Beamonte | maria.beamonte@lukkapa.com
659-979-758

lukup 
do your best _change



Como hemos visto, ante este nuevo escenario, saber gestionar a tus empleados, reconocer quien verdaderamente debe formar parte de la compañía o atraer el talento necesario para el negocio va a resultar clave en cualquier organización. Por ello, los responsables de la gestión de personas han adquirido un peso importante, que deben saber mantener.

No podemos llevar a cabo una transformación cultural ni definir un modelo de experiencia de empleado sin analizar lo que había hasta el momento y sin medir los resultados. Lo mismo pasa con la gestión de personas; debemos saber qué se hacía antes, definir lo que queremos hacer ahora y medir que esto se cumpla. Si no es así, no valdrá de nada todo lo anterior y los departamentos de RRHH terminarán siendo un área transaccional que no aporte valor añadido, lo que les llevará, no sabemos si al extremo de la externalización, pero sí a perder el peso que podrían llegar a tener en las empresas.



Más información:

Responsable de Comunicación

María Beamonte | maria.beamonte@lukup.com
659-979-758