



El compromiso motor de competitividad de la empresa

¿Llevan puesta sus empleados la camiseta de su empresa?

El compromiso es el motor de la competitividad de las empresas a un largo plazo. Una plantilla comprometida es, junto con la marca uno de los grandes activos intangibles de las organizaciones del siglo XXI.



Los distintos estudios realizados tanto a nivel mundial como local sobre el compromiso de los empleados con la empresa **muestran el vínculo entre el compromiso y la cuenta de resultados de las organizaciones**. Adquiere importancia desde el momento que se observa que **se trata de un estado duradero**, más permanente que la satisfacción y la motivación. Los empleados comprometidos y empoderados **se implican totalmente, dan más de sí mismos hacia el logro de los objetivos organizacionales, se entusiasman con su trabajo y actúan de forma tal que contribuyen al éxito de la organización. Demuestran una mayor fidelidad y permanencia en la empresa.**

Según las encuestas de Scarlett Surveys, "el compromiso es un dato que mide el **grado de vinculación emocional positiva o negativa de un empleado en relación con su puesto de trabajo, su jefe, sus compañeros y la empresa, de tal forma que este compromiso influye profundamente en su voluntad de aprender y mejorar en el trabajo**".

Hablamos de **afecto, de emociones, de sentir los colores, de formar parte de algo, de identificarnos con**. Cuando estas emociones se despiertan, nos encontramos con la antesala de la conducta.

El compromiso afectivo **impulsa a la acción, a actuar a favor de la relación** para prolongarla a través de un buen desempeño, **eleva la proactividad y disponibilidad de la persona** hacia los objetivos de la empresa.

El compromiso es un **elemento estratégico** en la gestión de las personas, y más ante el nuevo escenario económico en el que nos encontramos.

Si tuvieras que estimar cuántos de sus empleados están comprometidos, ¿cuál sería tu cifra?

La última entrevista mundial Gallup 2013 para conocer el compromiso de los empleados en las empresas en las que trabajan, arroja unos resultados un tanto alarmantes.



Uno de cada ocho trabajadores está realmente satisfechos con el trabajo que realizan y trabajan activamente para mejorarlo y hacer contribuciones positivas al desarrollo de su empresa.

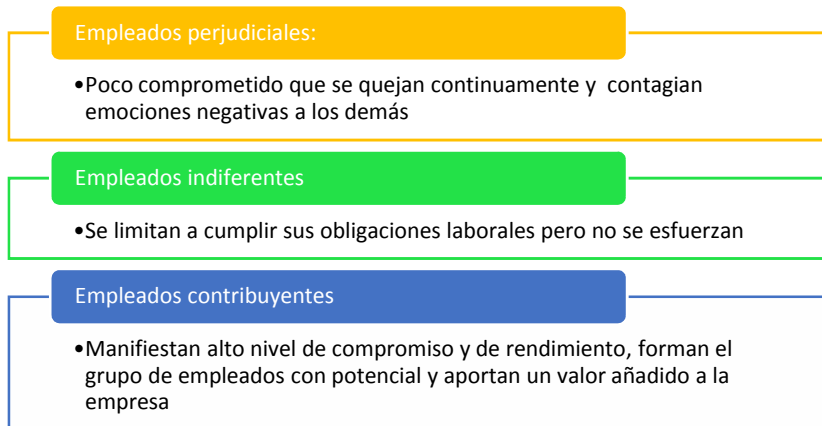
En el caso de España los datos son los siguientes:



Solo el 5% declara sentirse en una situación de sufrimiento.

Como vemos, un problema importante, pero en el otro lado de la balanza, una excelente oportunidad en cada una de las empresas si se aborda con decisión.

Las empresas que han comenzado a trabajar en la gestión del compromiso de sus empleados miden el nivel de compromiso, analizan a sus trabajadores y los clasifican en tres grupos en función de su grado de *engagement*:



Bien es cierto que, resulta muy complicado poder cuantificar el compromiso de la plantilla con la organización de forma directa. Se suelen utilizar ciertos indicadores que pueden ser medidos pero a veces nos pueden inducir a error, dado que el compromiso es multidimensional. Estos son algunos de los indicadores utilizados:

- 1. Productividad:** Los empleados que luchan por ser cada día mejor y elevar a la organización a su máximo potencial, obtienen un rendimiento mayor.
- 2. Calidad y clientes satisfechos:** La satisfacción crece desde dentro de la organización hacia afuera. El personal más comprometido transmite su energía hacia el mercado y se preocupa por realizar su trabajo con calidad, pensando en las necesidades del cliente como forma de potenciar su propio trabajo y el de la organización.
- 3. Rotación de personal:** Si la plantilla está comprometida con la organización es de esperar que no exista una alta rotación de personal.

Existen cada vez más herramientas en el mercado que nos permiten tener medidas objetivas del nivel de compromiso de los empleados, para después poner en marcha las actuaciones necesarias para incrementar ese vínculo afectivo que garantice el desempeño adecuado, en cuanto a resultados y comportamientos deseables como profesional.

- **Modelo de compromiso Año Hewit.**
- **Modelo de compromiso Celpax.**
- **Modelo de medición del engagement TEE.**

Estos son algunos de los modelos que existen en el mercado. Sea cual fuese la metodología que podamos elegir, lo que tenemos que tener claro es **la información que necesitamos recopilar** para llevar a cabo los distintos planes de acción.

- ¿Quiénes son nuestros colaboradores más comprometidos? Y ¿Los menos comprometidos?
- ¿Qué aspectos de la organización están contribuyendo de forma eficaz al compromiso y cuáles no?
- ¿Qué debo hacer para mejorar el compromiso de los empleados?
- ¿Qué impacto van a tener las actuaciones que voy a poner en marcha?
- ¿Cómo se deben llevar a cabo esas acciones?
- ¿Cuándo hay que actuar?

¿Cuáles son los errores más comunes que las empresas comenten ante el compromiso?

Estos son algunos de los errores que Ana Peñaranda, Gerente de Tatum y experta en compromiso indica y nos pueden poner en alerta para no cometerlos.

7 errores al medir el compromiso

- 1 No medir y deducir a través de las percepciones que tiene la Dirección de la empresa
- 2 Confundir satisfacción con compromiso. La primera es una dimensión poco estable
- 3 Inferir el compromiso a través del clima laboral
- 4 Preguntar directamente por el compromiso. El compromiso es un constructo multidimensional
- 5 No medir los antecedentes y consecuentes del compromiso que se requieren conocer
- 6 Medir solo para comparar y no actuar
- 7 Centranos exclusivamente en las dimensiones peor valoradas y no en el impacto que tienen unas sobre otras

Dale Carnegie, en su blog “Five Key Ways to Boost Engagement via Employee Empowerment” propone cinco claves que sin tener datos objetivos nos pueden ayudar a alentar el compromiso.



María Rita Gonzalez Fernández
Socia Fundadora PRS Empresa saludable
www.prsformacion.com