



**PASIÓN POR EL TRABAJO: MÁS
QUE UN ROMANTICISMO, UNA
ESTRATEGIA ORIENTADA A LA
PRODUCTIVIDAD**

Generar Pasión por el trabajo, más que un romanticismo, una estrategia orientada a la Productividad

Al conversar con varias empresas en Latinoamérica, nos hemos encontrado que existe un cierto temor al incluir dentro de la organización términos como el agradecimiento, la búsqueda de sentido, la felicidad y la pasión por el trabajo y de cierta manera tiene algo de sentido sentir ese temor, si con esas palabras pensamos que estamos dejando de ser corporativos y estamos convirtiendo a nuestro negocio en algo romántico; sin embargo la pregunta que nos hacemos en I do Consulting es: ¿Cuál es el problema al ser un romántico corporativo? Si al final de todo, el trabajar en una Compañía es el equivalente a encontrarse en una relación emocional con alguien, donde se tienen momentos muy buenos y otros que no lo son tanto.

Nos hemos dado a la tarea de averiguar un poco la visión de algunas consultoras expertas como los son Deloitte y Gallup y hemos encontrado datos muy interesantes sobre la generación de pasión (engagement) en los colaboradores, como por ejemplo el que más del 80% de las empresas consideran importantísimo mejorar el compromiso de los colaboradores; sin embargo, tan solo un poco más del 20% están dispuestas a invertir o han invertido en la implementación de estrategias para mejorar este proceso. Así mismo, Gallup afirma en sus investigaciones que tan solo el 15% de las personas a nivel global se sienten activamente comprometidas con sus trabajos y que por tanto más del 50% de las personas estén activamente buscando cambiar de trabajo.

Al leer estos datos, no dejo de pensar en cuanto le cuesta a una Organización no hacer una inversión inteligente frente al desarrollo de esos elementos “románticos” y que podrían generar una diferencia importante a nivel de productividad y mejoramiento de reputación como empleador y como negocio, en donde cada vez más estas variables son claves para atraer el talento adecuado, los inversionistas adecuados y por supuesto los clientes adecuados.

Ahora bien, seguramente ustedes se estarán preguntando en este momento, interesante información que me da I do Consulting, sin embargo: ¿Esto como se compara con mi realidad colombiana o sudamericana? Pregunta que considero totalmente válida, sobre todo cuando la realidad de nuestra región es bastante diversa. Según esto, de acuerdo con la última

investigación realizada por nosotros y por Input Analytica, encontramos que las 5.6 de cada 10 personas en Colombia se sienten enamorados de su lugar de trabajo, información que puede ser preocupante si pensamos inmediatamente en el presupuesto o la inversión que hacemos año a año en términos de generar un mayor nivel de engagement en nuestras organizaciones.

Pero más allá de preocuparnos esta información, debería llevarnos a identificar los factores que están haciendo que casi la mitad de las personas en mi Compañía quieran salir corriendo a los brazos de un nuevo empleador; debemos preguntarnos si estamos haciendo la inversión en los aspectos adecuados para la generación de engagement, si estamos midiendo los indicadores adecuados y si estamos haciendo un proceso de seguimiento sistemático. O si por el contrario tan solo estamos cumpliendo con asignar y ejecutar un presupuesto sin identificar el impacto y el retorno de este hacia la Organización.

La invitación que quiero hacerles es a hacer un análisis crítico de como estamos invirtiendo en la generación de engagement y a no ser parte de ese 80% de empresas que no han invertido de manera adecuada sus recursos pero que, en definitiva, considera que es indispensable hacerlo de manera adecuada para garantizar la obtención de resultados sostenibles.

De esta manera considero que debemos contemplar ese "romanticismo" como algo tangible y de impacto para el negocio, el cual puede llegar a mejorar los resultados de la Compañía hasta en un 34%, cosa que estoy seguro de que a cualquier gerente o dueño de empresa le llamaría la atención observar.



Es así como desde I do
Consulting e Input Analytica,
queremos sugerirle

10 acciones generales

que le pueden ayudar a
generar pasión por el trabajo
en los colaboradores:

- 1** Generar un plan de desarrollo y crecimiento relacionado con las habilidades requeridas para el cargo actual y futuro.
- 2** Determinar el ciclo de carrera de un cargo y hacérselo saber a la persona para así volverla corresponsable en el crecimiento y desarrollo.
- 3** Realizar un proceso de onboarding adecuado donde la persona logre ajustar sus expectativas de crecimiento y desarrollo.
- 4** Fortalecer una cultura orientada a la comunicación abierta, a la colaboración entre equipos y al aprendizaje continuo.
- 5** Lograr que los líderes se involucren activamente en el proceso de planeación, gestión y promoción de los colaboradores y que esto se convierta en parte de su agenda natural.
- 6** Crear a nivel Organizacional un sentido de propósito que le de sentido al trabajo de las personas, lograr incentivar la emoción de los colaboradores no solo por lo que hacen hoy, sino por el impacto que generan sus acciones en su ciudad, país y el mundo.
- 7** Desarrollar las habilidades requeridas para cada cargo, medirlas y garantizar un enfoque en su desarrollo continuo.
- 8** Facilitar que los equipos se conecten y puedan trabajar juntos para así fortalecer el aprendizaje en la práctica.
- 9** Hacer de la Coherencia Organizacional un eje fundamental en la construcción de resultados y en el liderazgo.
- 10** Hacer que el equipo cuente, involucrarlos activamente en la generación de nuevas formas de hacer las cosas.

ido

Imagínatelo, nosotros lo hacemos posible



Estudio de fidelización 20-21

PANAMÁ - COLOMBIA
info@ido-consulting.com
síguenos en:

