

El ISDI acoge el III Foro de Experiencia de Empleado

Lukkap presenta el 1er Índice de Medición de la Experiencia de Empleado en España

- El estudio, realizado a más de 2.000 empleados, analiza lo que viven y sienten los empleados en los principales momentos de relación con sus compañías
- Según los datos, las empresas españolas cumplen con la experiencia básica, pero no consiguen embajadores de marca, ya que ni les sorprenden ni les enamoran
- Ibercaja y Chiesi han compartido con los asistentes sus modelos de Experiencia de Empleado, implantados con éxito en sus empresas

Madrid, 21 de marzo de 2018.- Transformación digital, felicidad laboral, employer branding... **el panorama empresarial ha cambiado, pero muchas empresas todavía no saben cómo adaptarse a esta nueva realidad.** La Experiencia de Empleado está en boca de todos, pero, aparte de la teoría, pocas organizaciones saben realmente en qué consiste y, mucho menos, se han lanzado a implantar modelos reales de relación basados en las vivencias de sus empleados. A raíz de ello, **Lukkap** – consultora especializada en procesos de transformación de personas y empresas – ha querido **medir cómo es la experiencia de los empleados de las empresas españolas.** Así, por primera vez, se han obtenido conclusiones en base a lo que viven y sienten los empleados en sus empresas.

En el marco del III Foro de Experiencia de Empleado, organizado por la consultora por tercer año consecutivo, **se han presentado los resultados del 1er Índice de Medición de la Experiencia de Empleado en España.** *“Aunque en primera instancia los resultados puedan parecer buenos, si ahondamos en ellos podemos ver cómo el eNPs (índice de empleados promotores) de las empresas españolas no es bueno; la media indica que, en la actualidad, las organizaciones de nuestro país cuentan con más detractores que promotores”* señalaba José Luis Pascual, Director de Experiencia de Empleado en Lukkap.

La experiencia de empleado en España, una tarea pendiente

Según los datos del IMEX, estudio realizado entre más de 2.000 empleados en España, el grado de vinculación entre empleados y empresas roza el 7 y la satisfacción global el 6,7, pero si profundizamos más observamos que un 15% de los empleados españoles planea cambiarse de empresa y que el eNPS (Employee Net Promoter Score) – grado de empleados promotores de una empresa –, se sitúa en -3,5.

“La situación de los empleados españoles no es la mejor, pero gracias a la Experiencia de Empleado no solo sabemos si nuestros empleados están bien o mal, sino que tenemos las palancas adecuadas para saber qué debemos mejorar” ha añadido **José Luis Pascual**. Y es que, *“la mayoría de las empresas cuentan con encuestas de clima que les permiten conocer el grado de satisfacción de sus empleados, pero nunca han podido hacer nada sólido para mejorarlo, iban a ciegas en base a suposiciones, y con la Experiencia de Empleado todo cambia”* ha concluido **Pilar Noarbe**, consultora en Lukkap.

“Si nos fijamos en los datos, podemos concluir que, en España, la media de los empleados ve satisfechas sus necesidades básicas, pero su empresa no consigue engancharles” ha señalado **Pilar Noarbe**. Para finalizar, **José Luis Pascual** ha destacado que *“los empleados deben ser nuestros principales embajadores de marca, y la situación actual demuestra que ni siquiera ellos recomiendan a su propia empresa”*.

El impacto de la Experiencia de Empleado en las empresas

Durante el foro hemos podido observar el impacto que está teniendo el nuevo modelo de relación, basado en la Experiencia de Empleado, en empresas que ya lo están implantando. Así, **Esther Burges**, Responsable de Comunicación y Experiencia de Empleado en **Ibercaja**, ha explicado cómo su organización, muy centrada en dar respuesta a todas las necesidades de sus clientes, se planteó si *“además de estar constantemente buscando fórmulas para conectar con nuestros clientes, nos estábamos olvidando de lo más importante, crear vínculos emocionales con las personas que están en contacto con ellos: nuestros empleados”*. A partir de ahí se inicia una revolución en la organización, con el gran reto de construir un nuevo modelo de relación con nuestros empleados,

basado en construir experiencias positivas. *“Aunque aún no tenemos los resultados de la medición de la Experiencia de Empleado, sí podemos confirmar que en 2 años los índices de satisfacción han mejorado en todas las áreas de trabajo y, además, hemos dejado de ser una estructura que gestiona personas a una organización que gestiona experiencias positivas”* ha concluido **Burges**.

Por su parte, **Beatriz Vila**, Directora de Personas en **Chiesi**, ha explicado cómo su compañía, *“con gran orientación hacia las personas, Top Employer por sexto año consecutivo y con un nivel de compromiso del 97%”*, quiso seguir mejorando para **entender la experiencia que viven nuestras personas** y poder sentar las bases para **construir un modelo de relación con gran impacto y resultados**, así como crear una imagen de marca atractiva para atraer a personas con talento. *“Nuestro nivel de compromiso era muy elevado, pero necesitábamos entender qué era exactamente lo que vivían nuestros empleados, para poder identificar los momentos críticos de nuestra relación ellos y seguir trabajando para crear una compañía mejor”* ha destacado **Vila**.

Para finalizar, **Beatriz Vila** ha explicado que *“tras la fase de diagnóstico, en la que involucramos a casi un 15% de la plantilla para saber cómo son y qué viven nuestros empleados, definimos la nueva propuesta de valor y experiencia para adecuarnos a cómo queríamos ser ante nuestros empleados y qué queríamos que viviesen en base a sus necesidades”*. *“Ahora nos queda hacerlo realidad, pasar del papel a los hechos y medir, momento a momento, la experiencia de nuestros empleados”*, concluía **Vila**.

Contacto de prensa:

María Beamonte

maria.beamonte@lukkap.com

659 979 758