

090

## El viaje del empleado, igual o más importante que el del cliente

Si hasta hace un tiempo se hablaba solo del *Customer Journey* o el camino que el cliente recorre hasta culminar una compra, ahora empieza a hablarse de otro viaje, el del *Employee Journey* que afecta a los empleados de una compañía.

Sostenía el especialista en RR.HH. Andrés Ortega en un artículo publicado en LinkedIn que las empresas "que realmente quieren llegar al centro de su cliente, deben entender que ese viaje pasa por planificar meticulosamente y en paralelo otra aventura... un viaje cuyo destino central es cada una de las personas que trabajan en la organización".

Tradicionalmente, las empresas han priorizado a sus *stakeholders* poniendo primero a sus accionistas, luego a sus clientes y después a sus empleados. Sin embargo, muchas empiezan ya a tomar conciencia de que, si ponen primero a sus empleados, ellos se harán cargo de sus clientes, que a su vez darán respuesta a sus accionistas.

### Empoderar al equipo

En cuanto a las fórmulas para articular ese viaje del empleado hay varias. Una solución es la que aporta la empresa **Meta4**, con un software para Recursos Humanos y con el que pretenden "impulsar el talento" de las organizaciones. Ellos, en lugar del *Employee Journey* hablan del *Employee Centricity*. Para orientar a las empresas han creado una herramienta tecnológica "que contribuye a dar respuesta a las necesidades, expectativas e inquietudes de los profesionales, y mejorar así su experiencia".

Buscando también transformar la experiencia de los equipos en el lugar de trabajo, la startup **Bilva** se enfoca en encontrar soluciones innovadoras. Crean firmemente que "una experiencia de empleado empoderada puede generar grandes cambios en la satisfacción, productividad y lealtad de los trabajadores".

### Motivadores intrínsecos

Más allá de soluciones tecnológicas como las referidas,



**HASTA AHORA, LAS EMPRESAS PRIORIZABAN PONIENDO PRIMERO A LOS ACCIONISTAS, LUEGO A LOS CLIENTES Y, EN ÚLTIMO LUGAR, A LA FUERZA LABORAL Y LOS EQUIPOS**

existen otras formas de conseguir la motivación de los empleados. Según Daniel Pink, autor del libro '*Drive: La verdad sorprendente sobre lo que nos motiva*', estudios científicos demuestran que el sistema de las recompensas económicas a cambio de un mayor esfuerzo laboral sólo siguen funcionando en los trabajos más mecánicos, mientras que, en los trabajos que requieren de cierta creatividad, el incentivo no solo no es efectivo, sino que reduce la calidad de los resultados.

### Ciencia del comportamiento

Motivar desde dentro a cada uno de los integrantes del equipo es lo que persiguen en **BetterUp**, la startup que este año contrató al Príncipe Harry de Inglaterra y de la que Pau Gasol es inversor. Actualmente, BetterUp está considerada líder mundial en *coaching*, asesoramiento y tutoría profesional basados en dispositivos móviles. Combinan entrenamientos con tecnología de Inteligencia Artificial y Ciencia del Comportamiento para ofrecer un cambio de actitud personalizado a escala, mejorando el bienestar, la adaptabilidad y la eficacia de la fuerza laboral.

## Jornadas laborales reducidas

Si hasta hace unos meses, eso de aplicarse una jornada laboral reducida parecía un lujo que solo podían permitirse los nómadas digitales y pocos más, ahora este privilegio empieza a extenderse a otras empresas. Un ejemplo es la startup **Quaderno**, donde desarrollan soluciones de facturación y gestión de impuestos para empresas. "Solo trabajamos 5 horas al día y somos rentables. No perdemos el tiempo con reuniones tóxicas, llamadas interminables, ni chorradas varias. Ponemos todo el foco en nuestro trabajo. El resto del día lo pasamos con familia, amigos, mascotas y aficiones de todo tipo (ya sabes, las cosas importantes)", afirman en su página web. No obstante, fue **Software del sol** la empresa pionera en España en aplicar semanas laborales de 4 días. **Zataca**, **Andtonic** o **La Francachela**, son otras de las empresas que han optado por reducir la jornada sin que ello implique dejar de lado la rentabilidad.