

AUMENTANDO LA MOTIVACIÓN Y COMPROMISO DE MI PLANTILLA EN TIEMPOS BANI

Málaga 30 de Septiembre 2.022



Financiado por:





Miguel Ángel Serralvo

Director

CONTALENTO Strategy For People

¿QUÉ VAMOS A VER HOY?

- Adiós tiempos VUCA hola tiempos. BANI.
- Gestión del cambio: cómo afectan los cambios y la incertidumbre a nuestro entorno profesional.
- Consecuencias de una mala adaptación al cambio.
- Motivar para la acción: tips a tener en cuenta a la hora de gestionar personas
 - Autonomía e impronta.
 - Comunicación interpersonal asertiva.
 - Orgullo de pertenencia.
 - Ambiente de trabajo.
 - Delegación positiva.
 - Reconocimiento y feedback.

1.

Punto de partida: la motivación



Os prometo
que el
webinar no
va de esto

Va de transformación

en la manera tradicional que tenemos de gestionar personas



EL SUEÑO DE TODO EMPRESARI@: CONTAR CON UN EQUIPO MOTIVADO Y COMPROMETIDO





EL SUEÑO DE CUALQUIER PERSONA TRABAJADORA

Trabajar en una empresa que les desarrolle, motive y con buen ambiente laboral

DES ALINEADOS

¿por qué pensáis que puede ocurrir?

Cuando los equipos de trabajo están alineados con la organización, las personas trabajan **mucho más motivadas**, dando lo mejor de sí, sienten que están compartiendo la visión y los objetivos de la organización con sus intereses o proyectos personales.



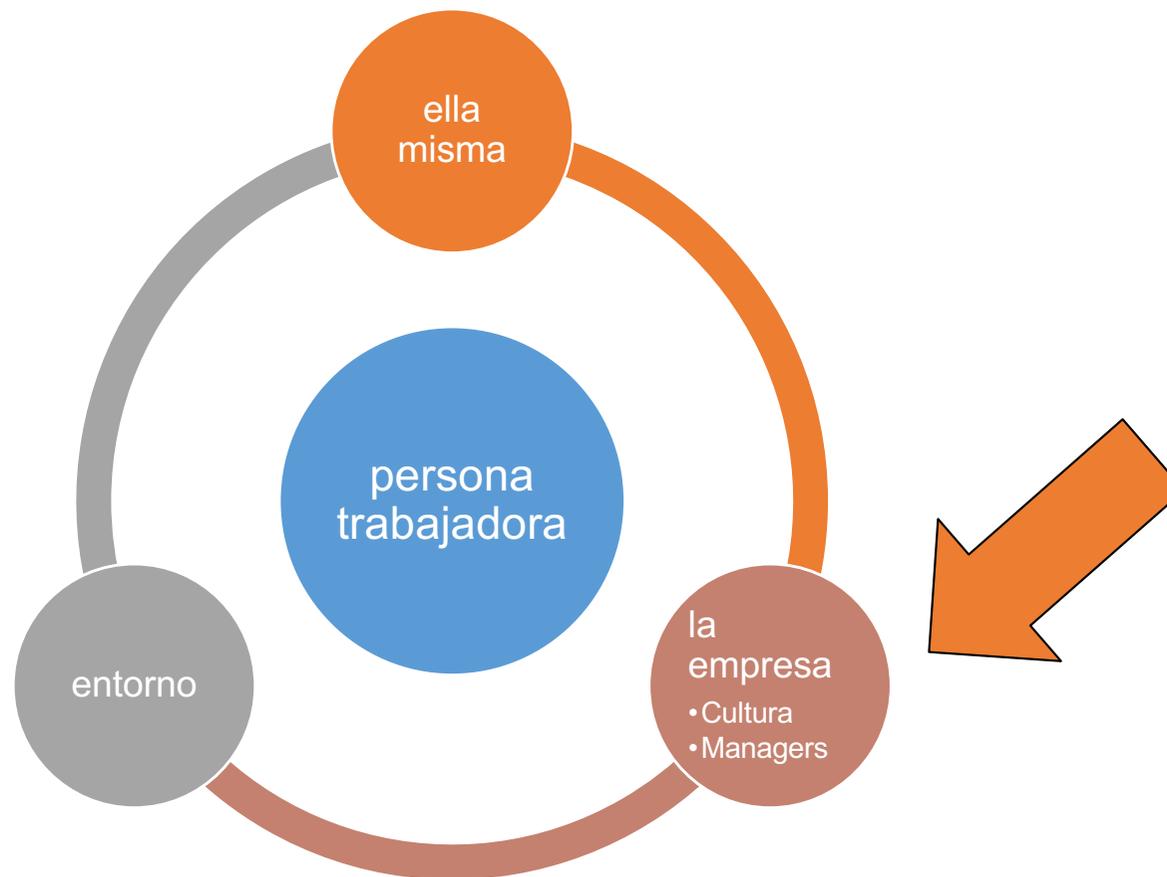
¿Qué significa que un equipo esté alineado?

Significa que el equipo aspira a **lograr lo mismo**, comprende los objetivos y está formado por personas que entienden cómo contribuyen con sus fortalezas.

Cuando un equipo entiende y está entusiasmado con la dirección de la empresa, el potencial de crecimiento de los márgenes de beneficios, estarán por encima de la media.



Motivación





Dejándonos de rollos...

Motivar a un/a colaborador/a es saber influir en el ánimo de alguien para que proceda de una determinada manera.

Estimular y **despertar** su interés.

@contalentorrh

2. Entorno: el mundo BANI que vivimos

TRAS LA GUERRA FRÍA



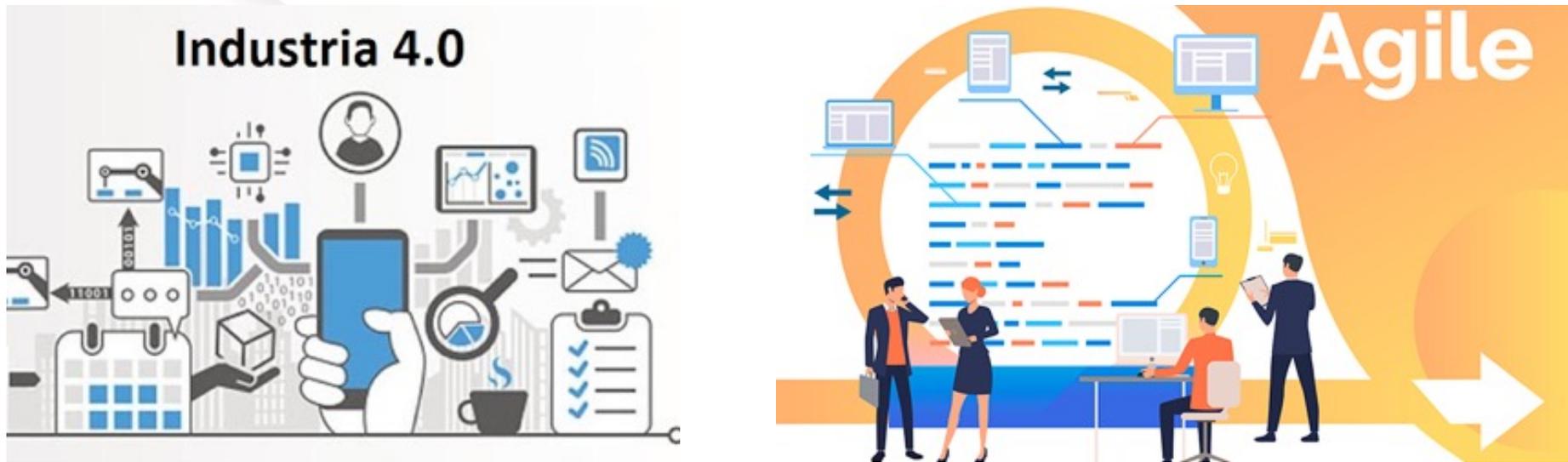
Un mundo complejo
y ambiguo



VUCA

Volátil
U-Incierto
Complejo
Ambiguo

Nuevo Ecosistema



Nuevo ciclo: cambio constante – incertidumbre - adaptación



cambios
(ánimo, físicos, etc.)

parálisis

inseguridad

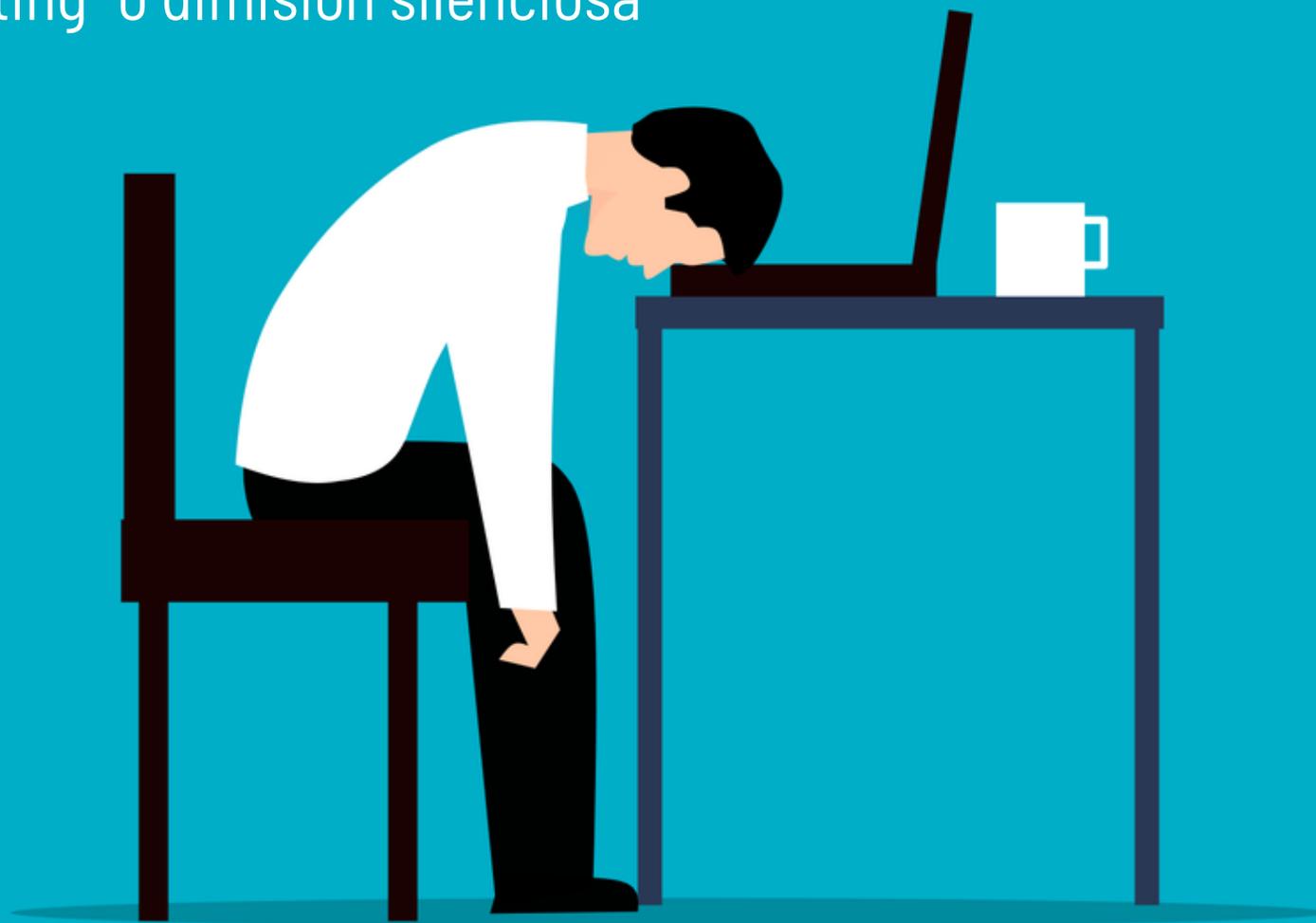


miedo

intranquilidad

replantear
(quiero/puedo/debo)

quiet quitting “o dimisión silenciosa”





Quiet Quitting: la dimisión silenciosa que reemplaza a la Gran Renuncia

La nueva tendencia entre los trabajadores consiste en limitarse a trabajar en las horas estipuladas por el contrato y no realizar tareas fuera de sus competencias.

07/09/2022 DIEGO S. ADELANTADO GESTIÓN



La **crisis de talento** de los últimos meses, provocada por la situación macroeconómica y fenómenos como la **Gran Renuncia en Estados Unidos**, ha entrado en un nuevo capítulo. Se trata del **quiet quitting** (o dimisión silenciosa), y se está convirtiendo en una tendencia entre trabajadores de todos los sectores.

coach [Bryan Creely](#)



ESPECIALES



Descarga gratis el especial e-Commerce 2022

15/07/2022



Descarga gratis el especial 'Digitaliza tu empresa'

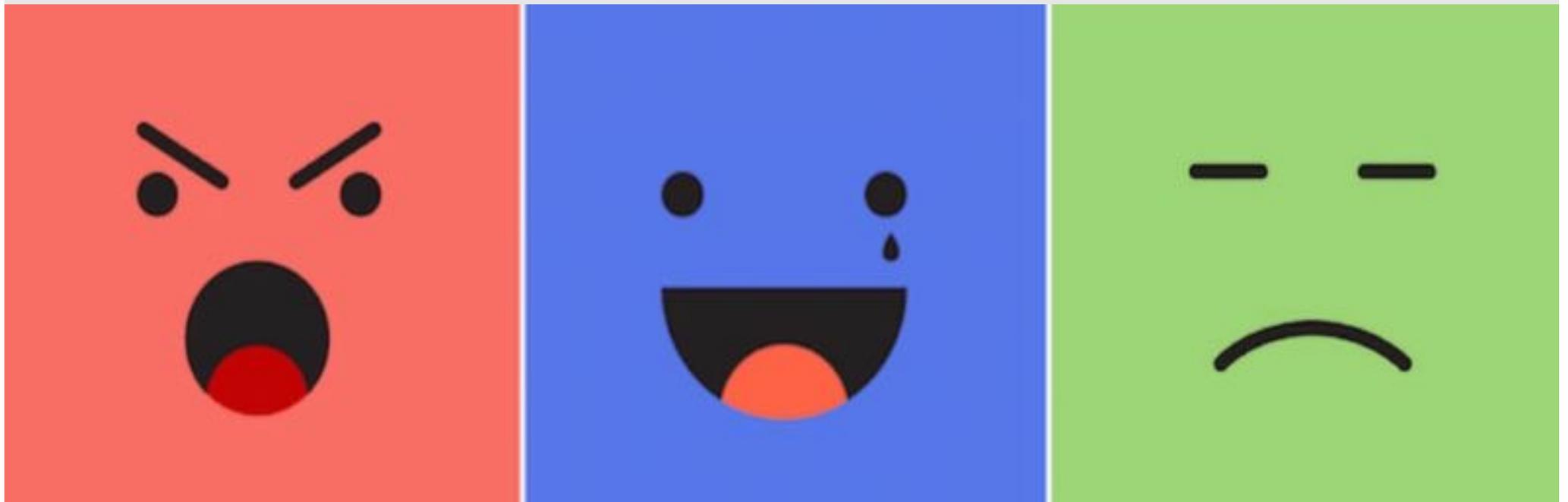
12/07/2022



3. La persona trabajadora



TRABAJAMOS CON EMOCIONES





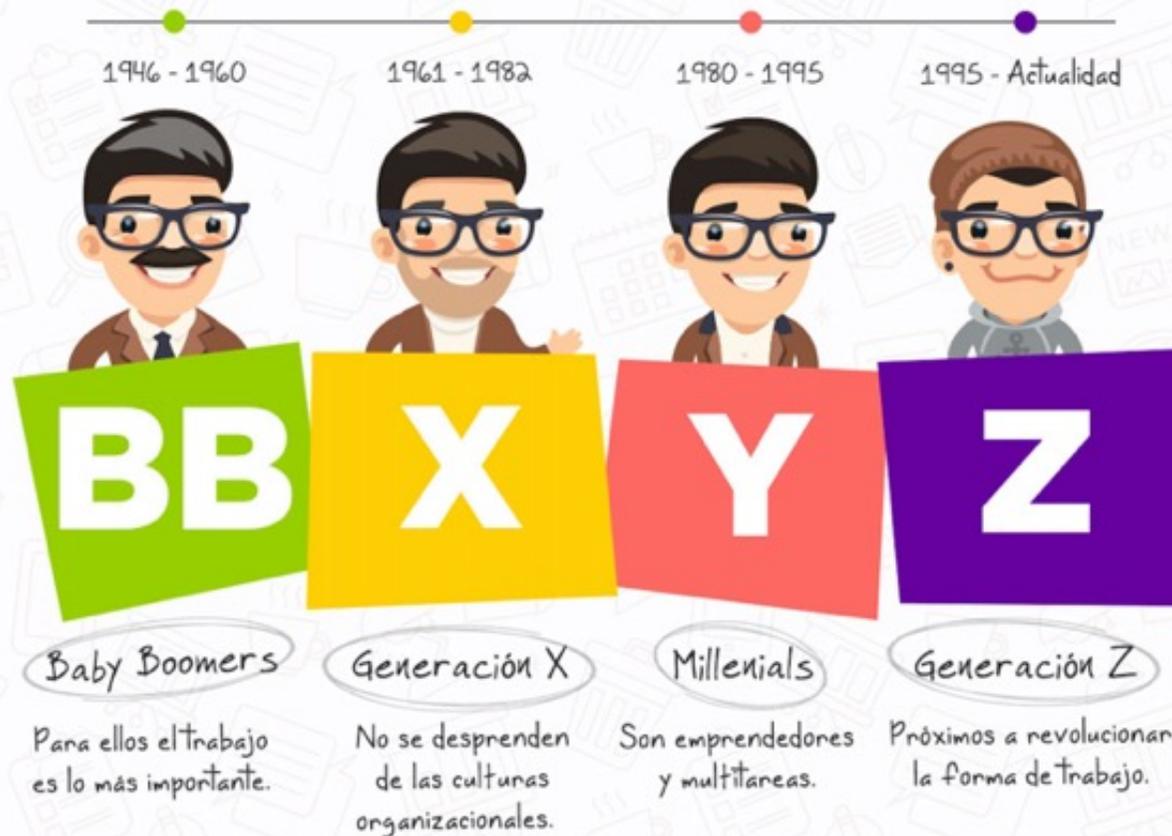
“todos los días son lunes”



**“orgullosa de trabajar aquí.
lo recomendaría”**

Entender a las **GENERACIONES**

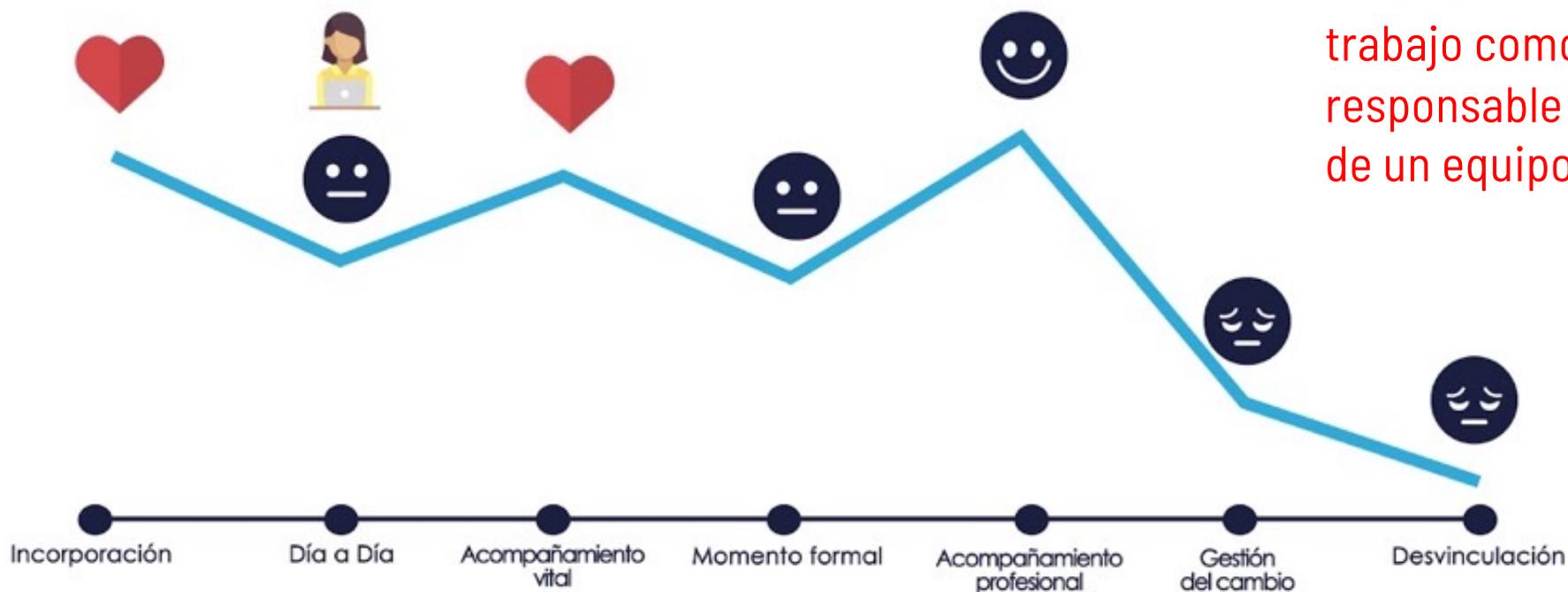
y sus perspectivas de trabajo



clientes internos que no son iguales (segmentados)



¿Cómo quiero que esté mi trabajad@r - cliente interno?



Este es el trabajo como responsable de un equipo

¿Cómo quiero que esté mi trabajad@r - cliente interno?

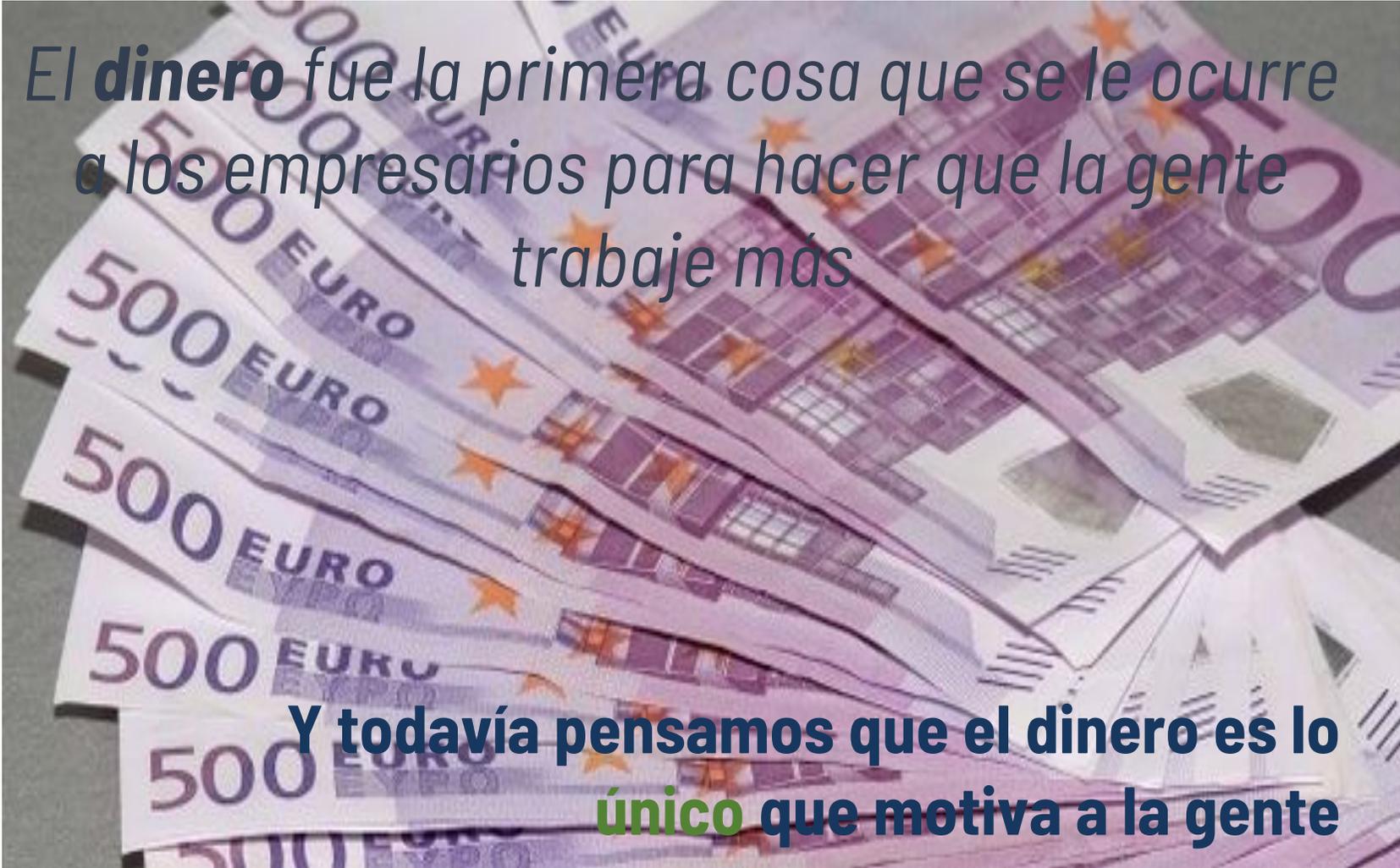




4. La empresa y su manera de motivar







El **dinero** fue la primera cosa que se le ocurre a los empresarios para hacer que la gente trabaje más

Y todavía pensamos que el dinero es lo **único** que motiva a la gente

MUCHAS TEORÍAS DE MOTIVACIÓN...

Desde la famosa Pirámide de Maslow



MUCHAS TEORÍAS DE MOTIVACIÓN...

Teoría del Factor Dual de Frederick Herzberg (más aplicada a la empresa)

TEORÍA DE LOS DOS FACTORES DE HERZBERG

Años 60-70

FACTORES MOTIVACIONALES

(De satisfacción)

Contenido del cargo (cómo se siente el individuo en relación con su CARGO)

1. El trabajo en sí.
2. Realización.
3. Reconocimiento.
4. Progreso profesional.
5. Responsabilidad

FACTORES HIGIÉNICOS

(De insatisfacción)

Contexto del cargo (Cómo se siente el individuo en relación con su EMPRESA)

1. Las condiciones de trabajo
2. Administración de la empresa.
3. Salario.
4. Relaciones con el supervisor.
5. Beneficios y servicios sociales.

**Proyecto
Desarrollo
Conciliación y
flexibilidad.
Cercanía a casa
Visitas al médico
Etc**

**Tener trabajo
Tener salud en el trabajo
Covid
Condiciones laborales dignas
Dinero - Palo Zanahoria**

Métodos tradicionales de motivación

ESPERANZA DE UN PREMIO – EVITAR UN CASTIGO

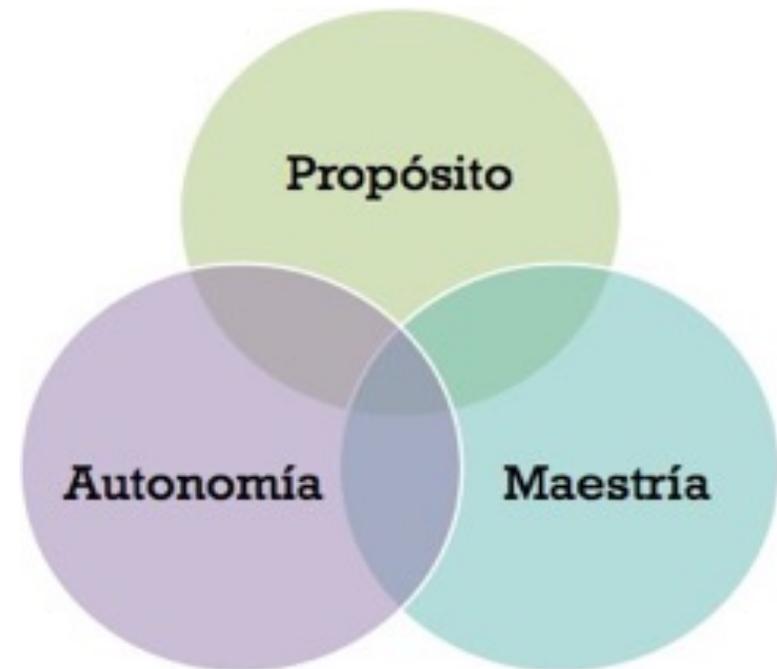


MUCHAS TEORÍAS DE MOTIVACIÓN...

Modelo de los Factores Intrínsecos de Daniel Pink

El secreto **no está en las recompensas y los castigos**, sino en la fuerza intrínseca invisible: **LA MOTIVACIÓN DE HACER LAS COSAS PORQUE IMPORTAN.**

A largo plazo, las personas motivadas intrínsecamente tienen más éxito que las que sólo buscan recompensas, porque tienen un fuerte deseo interno de controlar sus vidas.



las personas necesitamos de ...

Modelo de los Factores Intrínsecos de Daniel Pink

AUTONOMÍA

Tener suficiente autonomía para poder tomar mis propias decisiones

MAESTRÍA

Ser cada vez mejor en lo que hago. Sentirse competente

PROPÓSITO

Saber que el trabajo que realizo tiene una utilidad. Vinculación con algo mayor

Reto al que se enfrentan las empresas ¿trazamos puentes?



Cambio cultural

“Top to down”



EL LIDERAZGO MOTIVACIONAL

Una manera **de gestionar, guiar al equipo influyendo positivamente sobre él**, no sólo basándose en la tarea y en el esfuerzo sino haciendo referencia a **sus posibilidades, estimulando sus habilidades y capacidades**, teniendo en cuenta los **momentos por los que atraviesa el equipo, haciendo seguimiento muy de cerca de los componentes** teniendo en cuenta los intereses comunes, sus preocupaciones y necesidades.



5. Tips para la mejora de la motivación y compromiso

1. Define un propósito para lo que hacemos.

“Ya no sirve eso de “hacer porque lo digo yo”, hay que explicar el por qué de las cosas, a qué contribuye. Dame una misión entendible, recordable, que atraviesan al público que quiere impactar”



¿Cuál es mi propuesta de VALOR?



DISEÑANDO MI EMPLOYER VALUE
PROPOSITION

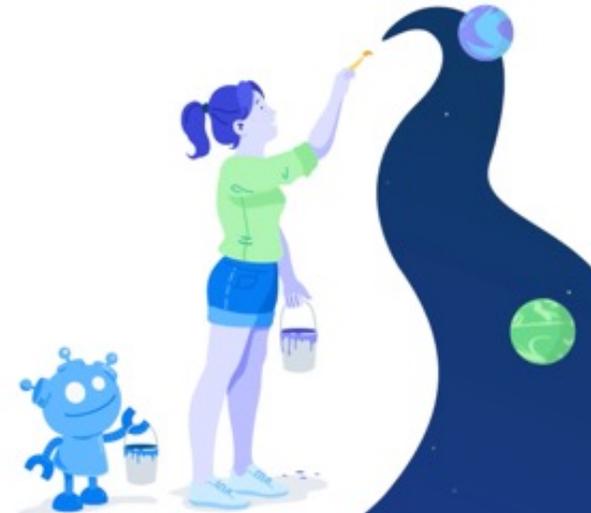
Que ofrece tu compañía que no dan otras

Un universo creativo a tu alcance

Navega y descubre millones de vectores, fotos, PSDs, iconos, presentaciones y plantillas para editar online. Disfruta creando **sin límites**.

CONTINUA

Explora



Inspiración, creatividad y diseño

a tu disposición en cada uno de nuestros proyectos.



La mayor plataforma de recursos gráficos gratuitos.



La mayor base de datos de iconos y stickers gratuitos y personalizables del mundo.



Un extenso catálogo de plantillas para Google Slides y PowerPoint.



Una amplia gama de plantillas personalizables gratuitas

Freepik Company

Nos encanta ayudarte a dar vida a tus ideas.

Conócenos



Motivación

Compromiso con el proyecto



Creatividad

Personas creativas que aman el diseño



Innovación

Curiosidad y pasión sin barreras



Trabajo en equipo

Gente diferente que forma un equipo único

Un equipo de otra Galaxia

Aventureros, espontáneos, intrépidos, valientes, divertidos...



Horario flotante para favorecer la conciliación



Refrescos, fruta, café y mucho más



Fiestas, actividades de team building, afterworks...



Retribución flexible



Sede en el centro de Málaga



Zonas de ocio y relax



¿Quieres ser parte de Freepik Company?

¡Únete a nuestro equipo!

2º

Conoces
bien
a tu
cliente



Empatía con tus clientes internos



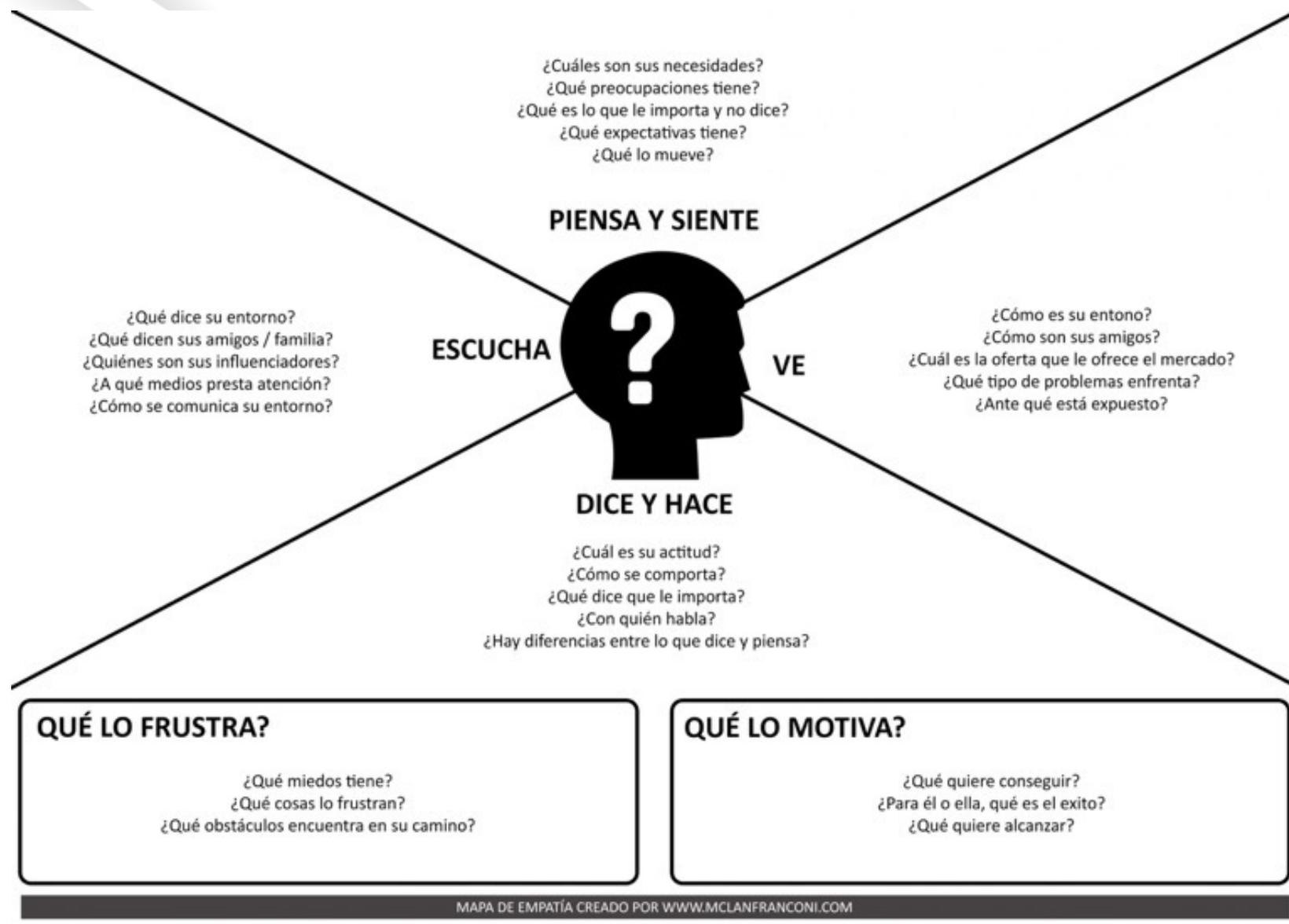
La empresa debe intentar **ponerse en los zapatos de los/las trabajadores/as** y ofrecer experiencias que superen o cumplan con las expectativas de estos, para que el/la empleado/a se sienta más satisfecho/a, comprometido/a y orgulloso/a de pertenecer a la empresa, lo que beneficiará a estas en mayores niveles de desempeño y mejores resultados.

**De esta manera la empresa
habrá conseguido fidelizar a
su primer cliente: el/la
empleado/a.**



Estrategia Mapa de Empatía





Etapas a seguir para hacer un Mapa de Empatía



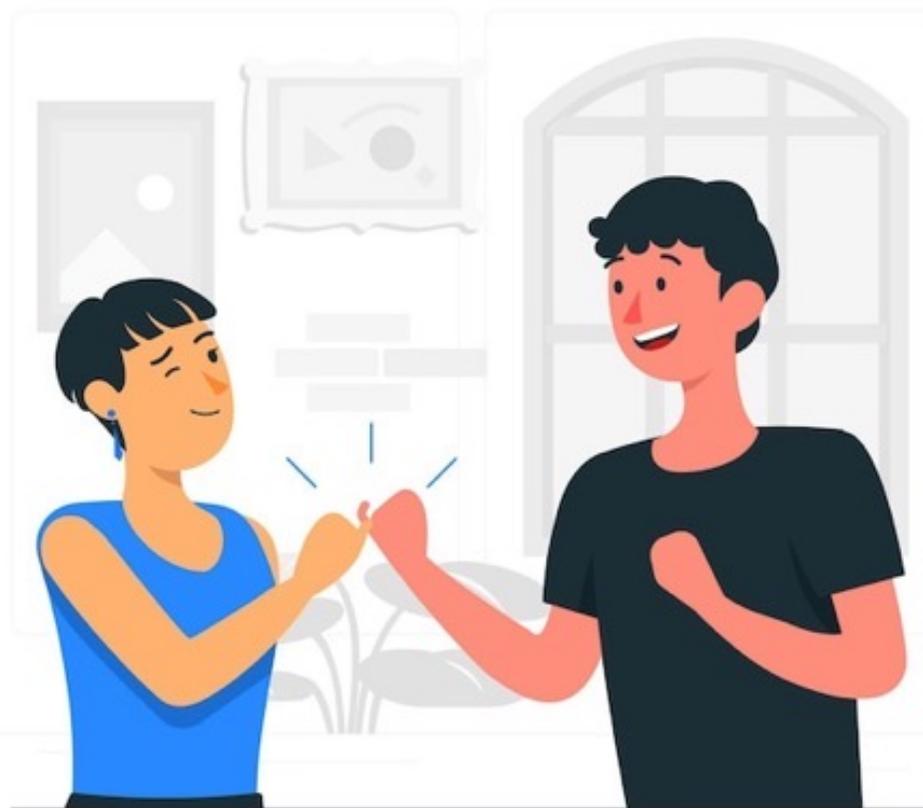
Empatizar:

En esta fase se trata de ponerse en la piel de la persona, de nuestro público objetivo, haciéndonos diferentes preguntas relativas a sus pensamientos, sentimientos, su entorno, etc.

Validar:

Una vez que hemos terminado el mapa de empatía, deberíamos servirnos de la investigación cuantitativa o cualitativa para comprobar si nuestras hipótesis son ciertas o no.

3. Cercanía para comunicar

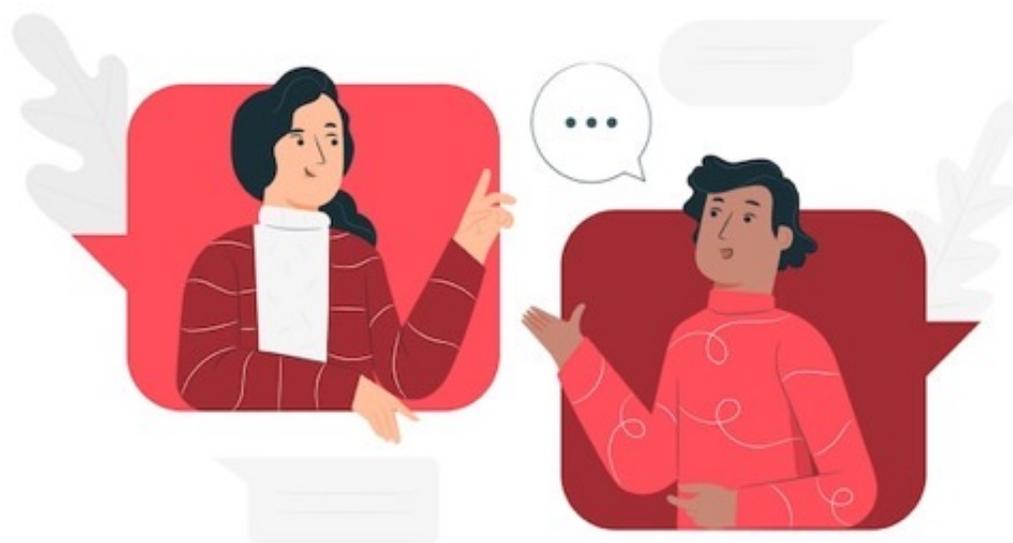


De la empatía "teórica" a la acción



- **Cercanía** en todo el ciclo de vida del empleado (*desde la entrada a la salida*)
 - Establece **mecanismos de comunicación y de recogida de información** - formales e informales- (entrevistas de onboarding - Scrum como método de trabajo-)
 - Potencia el **feedback continuo** (pasado) y trabaja para el **feedforward** (futuro)





Comunicación asertiva,

*Empática, con sensibilidad y apoyo
(en caso de ser necesario).*

No somos compradores de zapatos.



Reconoce, felicita, agradece

Es el **mejor premio** para una persona,
mucho más que el económico.

Enseñar, **ayudar y apoyar** también,
más aún cuando necesitan de mi.



Cuida a las personas

“Tratar bien a las personas es un factor higiénico (saludar, cortesía, etc.) preocuparme por un hijo enfermo, es motivacional. ¿Se el nombre de los hijos de sus compañeros a los que lidera?”

4. Genera buen ambiente en el equipo





Pon los mecanismos adecuados

*Para que la gente se sienta "SEGURA"
en su trabajo.*



Confía, delega y da autonomía

Empodera a tu equipo y dótalos con los recursos y herramientas adecuadas para el óptimo desempeño del trabajo.

Las personas son como las piezas de ajedrez, cada una se mueve distinto y sirven para diferentes cosas.

*El **éxito** está en descubrir qué hace bien esa persona y orientar su puesto de trabajo a eso que hace bien.*



Si no ubicas a la gente en su zona de Talento
Sino, se marchitará

En ocasiones, la ubicamos solo por la formación



CALCULATING EMPLOYEE NET PROMOTER SCORE (eNPS)

How likely are you to recommend our organization as a place of work?

Detractors

Passives

Promoters



Not At All Likely
To Recommend

Highly Likely
To Recommend

$$\text{eNPS} = \% \text{ 😊} - \% \text{ 😞}$$



indicador para medir la lealtad y el compromiso de los trabajadores son indispensables para el éxito de cualquier empresa

Dependiendo la respuesta dada por los consumidores estos se clasifican en una escala dividida en 3 secciones: Detractores, Pasivos y Promotores.



Detractores

Los que califican de 0-6 se les denomina **Detractores**. Son personas que consideran que el servicio brindado no es satisfactorio o **están descontentos** con algún aspecto de la empresa, servicio o marca, son ellos quienes pueden llegar a desacreditar a tu empresa y a la vez es de ellos de quienes se puede obtener mayor información para realizar mejoras en el servicio o empresa.



Pasivos

Los encuestados que otorgan una puntuación de 7 y 8 se conocen como **Pasivos**. Ellos no están incluidos en la fórmula para el cálculo de **Net Promoter Score**, pues se consideran "neutros" o virtualmente indecisos aunque pueden ser considerados de manera cualitativa fuera de la fórmula como posibles prospectos o publico al que se puede convencer para convertirlos en **promotores**.

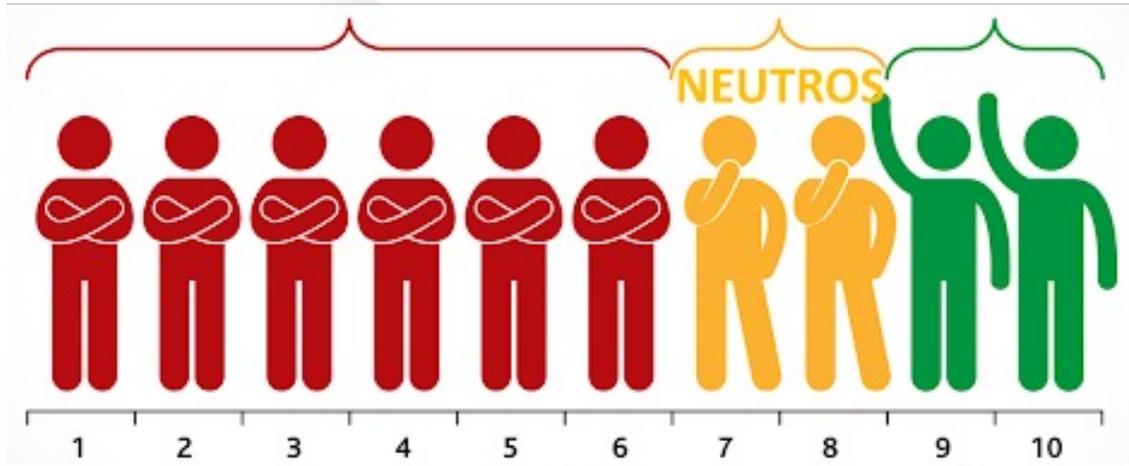


Promotores

Los que califican de 9-10 son llamados **Promotores**. Ellos son las personas que se encuentran **completamente satisfechos** con la compañía y proporcionan el mayor beneficio para el negocio, pueden llegar a promover y recomendar la compañía con otras personas, convirtiéndose así en un activo de valor para cualquier negocio.

DETRACTORES

PROMOTORES



$$\text{NPS} = \% \text{ 😊 } - \% \text{ 😞 }$$

EJEMPLO : Tengo 100 personas en plantilla y su opinión es:

OPCIÓN A:

60% votan 6 o menos que 6
30% votan entre 7 y 8
10% votan entre 9 y 10

NPS: 10% - 60% = -50%

MI SERVICIO NO CUMPLE CON LA NECESIDAD DEL MI PLANTILLA

OPCIÓN B:

40% votan 6 o menos que 6
15% votan entre 7 y 8
45% votan entre 9 y 10

NPS: 45% - 40% = 5%

TENGO un NPS saludable

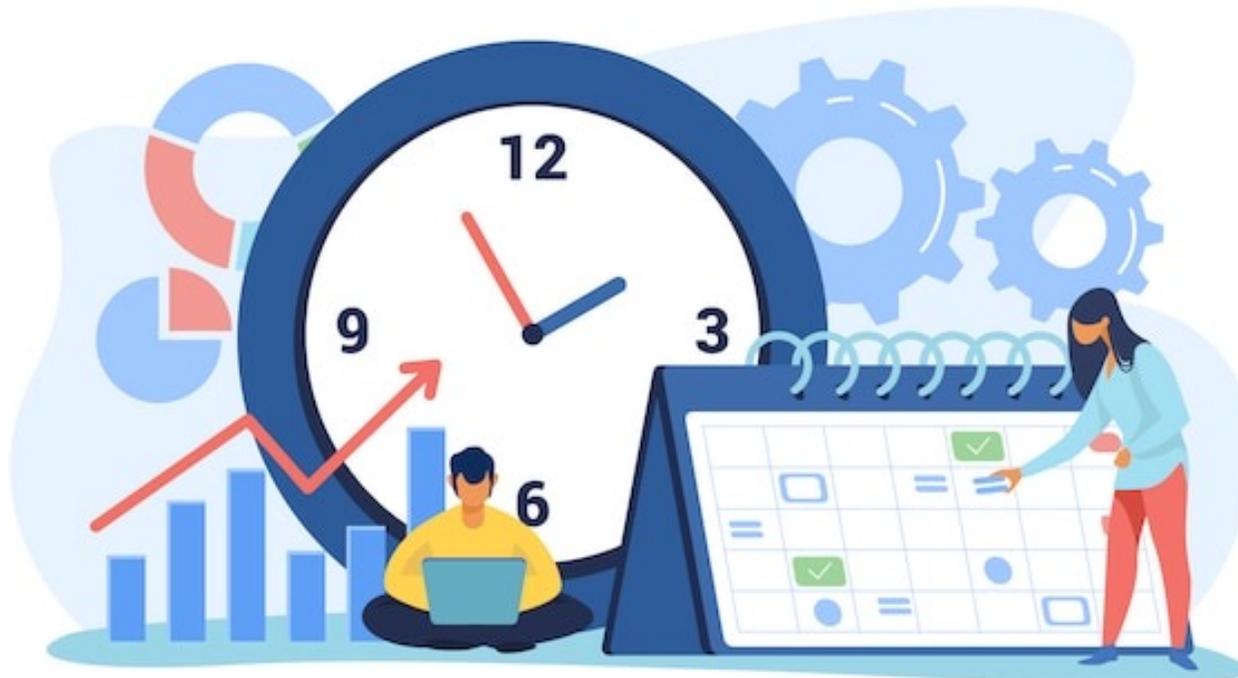
Un eNPS superior a 0 se percibe como bueno y un eNPS de 50 es excelente.



Trabaja y defiende a tu empresa

*Nuestro objetivo: que todas y todos
deben sentirse orgullosos de trabajar
en su organización.*

5. Dedicar tiempo a liderar





Regla 80/20 para motivar a tu equipo.

El 80% del tiempo estar con el equipo (escuchar, estar con la gente, charlar, ver que gusta, tratar de ubicar en la zona que más puede aportar) y el 20% del tiempo (plan de negocios, presupuestos, mandar mail, etc.)

La falta de **tiempo** ...



Ilustración María Calvet 2013

... es la **excusa** más grande que usan los líderes para no liderar



La falta de
planificación

Y la falta de
delegación



**¿Cómo hacemos, incluso nosotros mismos,
para convencernos para ir a trabajar?**



6. Y, si me encuentro que no sé que hacer...



Trata a la gente como a ti te gustaría que te tratarasen,
ese es el mejor mantra para liderar personas.

A decorative graphic in the top-left corner consisting of a blue triangle pointing down and a white shape that looks like a folded corner of paper.

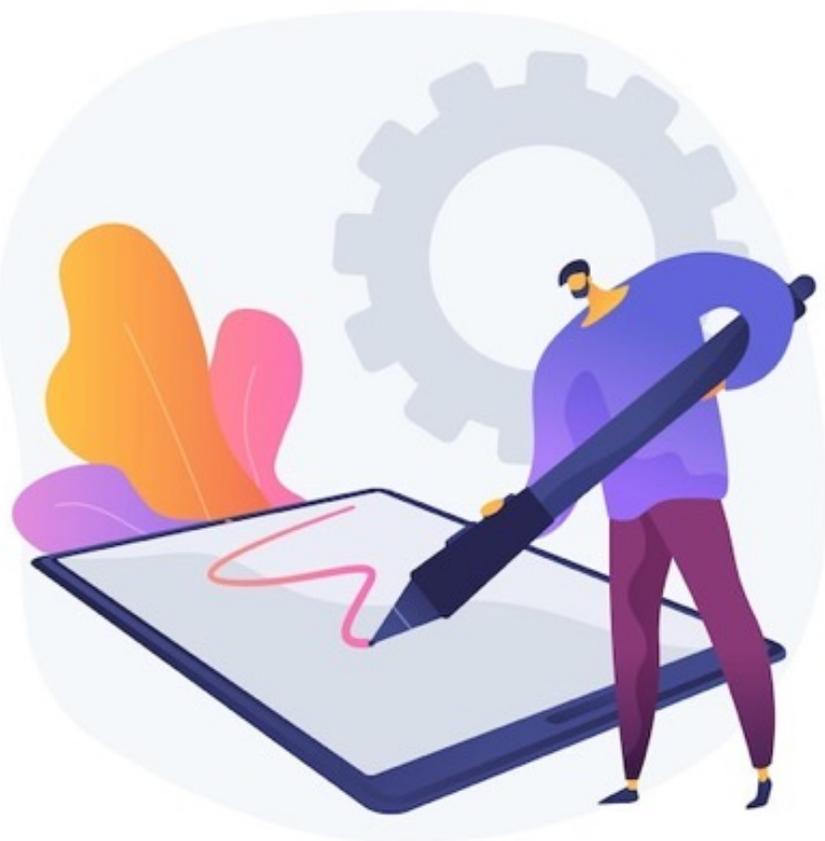
7. Y para cerrar...





Siento **seguridad** en un equipo, cuando compartimos la **cultura** y los **valores** corporativos. Nos identificamos con la organización. Cuando somos **iguales** y puedo expresar mi opinión y se me escucha.

@contalentorrhh



- La motivación no se enseña, **se capta**
- Depende de la **cultura y el estilo del liderazgo corporativo** (los antiguos modelos están obsoletos).
- Se pone foco en **estimular y dar protagonismo.**
- Herramientas que nos van a ayudar: **definir el propósito trabajar la empatía y la cercanía, la comunicación, el clima laboral, entre otros**, fundamental para aumentar el engagement con la empresa.
- Dedicar **tiempo de calidad a liderar.**
- **Se un ejemplo**, te van a estar siempre observando.

El cuidado trae



rentabilidad

Al cliente lo “seducimos” y ¿a nuestros empleados?



Miguel Ángel Serralvo Cano  

Socio Director en CONTALENTO | Personas y Recursos Humanos

Málaga y alrededores · [Más de 500 contactos](#) ·

[Información de contacto](#)

Tengo interés en... ▾

Añadir sección ▾

Más...

 CONTALENTO

 IE Business School

Servicios prestados

Consultoría de recursos humanos, Formación, Desarrollo de liderazgo, Integración de equipos, Preparación de entrevistas, Evaluación de currículums, Formación corporativa, Diversidad e inclusión,...

[Ver todos los detalles](#)

 Cualquier usuario

Muchas gracias

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Coraboran:



CEA
Confederación de
Empresarios de Andalucía

Financiado por:



Junta de Andalucía
Consejería de Transformación Económica,
Industria, Conocimiento y Universidades



CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE ALMERÍA



CONFEDERACIÓN
EMPRESARIOS
PROVINCIA DE CÁDIZ



CECO | CENTRO DE FORMACIÓN,
INICIACIÓN Y APORTE A LA
ACTIVIDAD EMPRESARIAL



CONFEDERACIÓN GRANADINA
DE EMPRESARIOS



Federación
Ombense de Empresarios



CONFEDERACIÓN DE
EMPRESARIOS DE JAÉN



CONFEDERACIÓN
DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA



CONFEDERACIÓN DE
EMPRESARIOS
DE SEVILLA