

EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

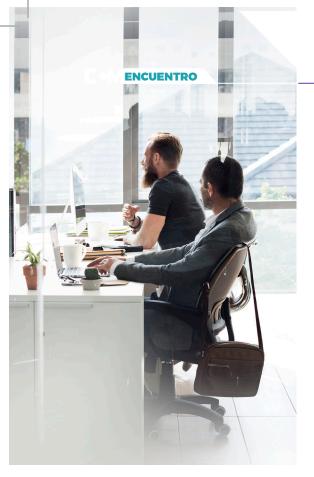
POR CRISTINA L. ALBARRÁN | FOTOS: SANTIAGO OJEDA

Data Center Market, en colaboración con ENCAMINA y Microsoft, ha organizado un desayuno con clientes para analizar los desafíos que plantea el nuevo entorno laboral que está proliferando en las empresas españolas.

a Covid-19 trajo consigo la implementación del teletrabajo en las empresas españolas, una modalidad que en nuestro país apenas estaba presente. En un abrir y cerrar de ojos se desplegaron las herramientas tecnológicas necesarias -que, dicho sea de paso, ya existían-, y los empleados continuaron funcionando plenamente fuera de sus oficinas. Dos años más tarde y con una situación mucho más tranquila -desde el punto de vista sanitario-, esta fórmula ha demostrado su valía. De hecho, a día de hoy podría decirse que el trabajo flexible llegó para quedarse. No en vano, operar en remoto ha supuesto la creación de nuevas oportunidades de empleo, otorgando más tiempo para la conciliación familiar. Sin embargo, también implica importantes quebraderos de cabeza como vencer el aislamiento y el distanciamiento entre equipos o combatir el agotamiento digital. Si a todo ello sumamos las altas rotaciones que se producen en el mercado laboral TI y que más de un 40% de la fuerza laboral global está considerando cambiar de ocupación, urge definir un nuevo enfoque para esta situación actual que permita tanto atraer como retener talento diverso.

Los datos de The Work Trend Index de Microsoft confirman esta dualidad. Los empleados ambicionan lo mejor de ambos mundos: más del 70% de los trabajadores quiere que continúen las opciones flexibles de trabajo remoto, mientras que más del 65% desea pasar más tiempo en persona con sus equipos. Para prepararse, el 66% de los responsables de la toma de decisiones empresariales está considerando rediseñar los espacios físicos para adaptarse mejor a los nuevos entornos laborales. Las conclusiones, pues, no admiten lugar a dudas: la flexibilidad extrema y el trabajo híbrido definirán el lugar de trabajo pospandemia.

Para analizar esta realidad mixta y abordar los desafíos que plantea el nuevo modelo laboral que permita conjugar lo mejor de ambos mundos, Data Center Market, junto con ENCAMINA y Microsoft, ha organizado un desayuno con clientes bajo el título Workplace, nueva era. Los retos ante la experiencia del empleado en el mundo híbrido. A la cita acudieron representantes de Clarke Modet, Correos, FCC Servicios Ciudadanos, Kruk España, Prezero, Santalucía Seguros y Sigma en Europa (Campofrío en nuestro país).





### El presente del trabajo

La pandemia empujó al entorno empresarial a hacer un cambio de forma abrupta, tanto a nivel de empleado como de empresas. Respecto al primer punto, existían pilotos de teletrabajo y experiencias de puestos virtualizados, pero, en general, estas fórmulas estaban acotadas a un grupo específico de profesionales. De la noche a la mañana y con gran éxito se llevó a millones de personas al teletrabajo, pasando de un presencialismo físico a uno virtual.

En cuanto al segundo punto, ha supuesto el cierre de edificios, la reconversión de los existentes o la contratación de otros nuevos. Las compañías se han ido ajustando a las necesidades, emprendiendo una transformación no sólo técnica.

Estas modificaciones han dado como resultado un entorno híbrido en el que no sólo se funciona a distancia, sino que también se busca el contacto físico para que no se pierda esa relación humana y para tratar de estrechar lazos sociales y empáticos, así como para cerrar asuntos que en las reuniones online se quedan cojos.

# Definir y perfilar al usuario

Como ha quedado patente en este encuentro, el modelo híbrido y flexible se está La flexibilidad extrema y el trabajo híbrido definirán el lugar de trabajo pospandemia



imponiendo en España, pero en las organizaciones se perfila un gran freno por parte de los usuarios: la resistencia al cambio. Tenemos al alcance muchas herramientas colaborativas y mucha tecnología, pero en ocasiones falta formación suficiente para sacarle todo el rendimiento a estos activos. ¿Quién ha hecho un esfuerzo por enseñar al usuario a hacer reuniones virtuales? Trans-

formar de golpe todo el escenario
del empleado resulta complicado, e implica tener
empatía, más allá del
gap generacional que

gap generacional que pudiera predominar. Aparece en escena la empresa, que debe ofrecer una guía de uso, de experiencia, para mostrarle al trabajador lo que puede hacer con todos estos recursos a su mano porque, en muchos casos, el porcentaje de utilización que tienen de estas tecnologías es del 20 al 30%, desaprovechando todo el potencial que le pueden conceder.

En este sentido, es crucial realizar un perfilado del consumidor. Y eso viene mucho antes, en el mismo momento de adquirir la tecnología. El "café para todos" no sirve, pues cada usuario tiene unas necesidades y cualidades diferentes. Hay que tener claro qué tipo de perfiles tecnológicos de empleados se tienen, definir una buena identidad de usuario, y darle las herramientas y servicios que van a necesitar acordes con ese patrón. También se precisa la tracción



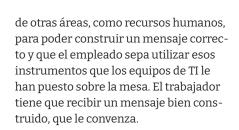
## "EL FUN ENGAGEMENT TRATA DE FIDELIZAR A LOS EMPLEADOS CON UN TRATO MÁS CERCANO Y ENTRETENIDO"

#### IKER BARBER, ACCOUNT MANAGER EN ENCAMINA

Nos queda mucho por recorrer. Las necesidades de las organizaciones han ido cambiando, al igual que las de los empleados. La tecnología también ha sufrido una transformación. Ahora nos da más capacidad, pero nos encontramos con que muchas empresas la están incorporando y, aunque parece que su implementación es sencilla, se plantean retos para adaptarla a los trabajadores. Muchas compañías no conocen todas las posibilidades que hay en el mercado y van a remolque de otras, imitando a las más grandes sin pensar en sus propios requerimientos. Además, muchos usuarios son reacios a estas nuevas herramientas, se sienten abandonados, no se divierten con ellas. A eso tratamos de darle la vuelta en ENCAMINA, utilizando técnicas de gamificación y de fun engagement: una cultura que trata de fidelizar a los empleados mediante un trato más cercano y entretenido.

Es muy importante realizar una labor de formación basada en casos de uso. En este proceso de adopción tiene que haber una primera etapa de análisis, dedicada a estudiar cada tipo de usuario. La clave en esa fase de soporte y refuerzo, es que los empleados se sientan acompañados y que comprendan que se les facilita una solución para ayudarle. Está costando fidelizar a los empleados y la abundancia de reuniones virtuales está provocando cansancio. En la oficina tenían una experiencia, pero bajo un modelo híbrido tienen otra. Ante esta situación, se pueden utilizar los datos para ofrecer recomendaciones y

propuestas para que trabajen mejor y más cómodos. Hay que ponerse en su lugar. Las empresas tienen que pensar en productividad, pero también en captar y retener a sus empleados.



#### Formación y concienciación

Para llevar a cabo ese plan de adopción algunas empresas han construido un storytelling y un avatar con casos de uso tremendamente sencillos y funcionales; o han recurrido a dinámicas de juego de roles o de gamificación en la que los usuarios participan en ciertas competiciones. Todo ello se tiene que acompañar con las comunicaciones y con un entorno laboral donde la administración del puesto de trabajo sea mucho más moderna.

Sin embargo, no es tan sencillo. Hace falta acometer una tarea de concienciación con el propio empleado y de formación a los equipos directivos acerca de cómo gestionar el trabajo en remoto. Es importante formar a los managers para

liderar, para lo que hacen falta datos de dinámicas y hábitos, así como de visibilidad de los mismos. Con estas aportaciones, la empresa puede tomar decisiones para mejorar el uso de la tecnología por parte del empleado.

La cuestión es medir, recurriendo a datos agregados de grupos y metodologías KPI sobre procedimientos que se monitorizan. Se dibuja un mapa de riesgos y de procesos, siempre teniendo en cuenta que el departamento de tecnología no es el dueño, sino el apoyo-que también ha entrado en negocio detallando casos de uso y ganándose un lugar como valor estratégico, no un coste-; y que el elemento tractor, como se comentó varias veces en el encuentro, es siempre la empresa. Pero muchas veces el problema es que los procesos de las compañías no están definidos, y si no se tienen, resulta difícil medir.

#### ¿Control vs. productividad?

Precisamente esos datos pueden servir de ayuda para mejorar la productividad de la empresa y del propio empleado, consiguiendo que trabaje a gusto, cómodo, gracias a recomendaciones y propuestas que ofrecen plataformas como Microsoft Viva, que contribuyen a que el trabajador ejerza sus labores de forma más eficiente.

Aunque aquí entra en debate cuestiones legales y una posible sensación de control que pudiera llegar a percibir el empleado. En ese sentido, el departamento de TI debe ir de la mano del de Recursos Humanos para construir en positivo y en cultura corporativa. Este área también concreta casos de uso pensando en las necesidades del empleado. Y es que el negocio tiene que tener claro lo que desea pedir para que el departamento de TI pueda aconsejarle y tener en cuenta unas líneas rojas.

Por ejemplo, recurrir a dispositivos GPS para la geolocalización de los transportistas y de monitorización de rutas ya no se contempla como una herramienta de control, sino de negocio. Asimismo, no hay que olvidar que llevamos años vigilando al empleado a fuerza de presencialismo y que muchos estudios demuestran efectivamente que la presencialidad no siempre es sinónimo de productividad.



Por otra parte, hay un aspecto que se avecina como consecuencia de esta situación de trabajo híbrido: está costando fidelizar a los empleados y el abuso de las reuniones virtuales en ocasiones puede causar cierto agotamiento en la plantilla. Bien es cierto que las empresas tienen que pensar en productividad, pero es muy difícil captar y retener usuarios, porque tienen otras necesidades y estas van cambiando. Dicho esto, la organización debe ser capaz de ponerse del lado del empleado, en su lugar. En la oficina tenía una experiencia como trabajador, en un modelo híbrido tiene otra distinta a través de un espacio virtual. Por eso, la idea es darle recomendaciones para que sea más feliz en su día a día. Aunque el problema de la rotación ya estaba presente antes de la pandemia, ahora se ha agudizado. O pensamos en las necesidades del empleado, o se va a ir de la compañía.

#### Asignaturas pendientes

En estos tiempos, nos enfrentamos a un gran reto: hay que evolucionar la cultura en las empresas para habilitar ese puesto de trabajo híbrido y que repercuta en la experiencia de empleado. Ni que decir tiene que la experiencia del empleado impacta en el cliente y en el crecimiento del negocio.

Y en esta causa, se precisa una redefinición de los activos físicos de las compañías tanto en lo que concierne a espacios como a dispositivos, así como una labor de formación y motivación del trabajador en el uso de estos instrumentos que están a su alcance. Colocando al empleado en el centro, habrá que dotarle de las herramientas suficientes para abordar la nueva realidad laboral -sin olvidar la (ciber) seguridad-, para que pueda trabajar sintiéndose cómodo al usarlas. El usuario quiere hacer su trabajo y no encontrar en la tecnología un freno, pues la función de la tecnología es atender las necesidades. EM

## "LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO REPERCUTE EN EL CLIENTE Y EL CRECIMIENTO DEL NEGOCIO"

JIMENA MORENO DE ALBORÁN, PRODUCT MARKETING
MANAGER DE LA DIVISIÓN MODERN WORKPLACE & SECURITY SPAIN

Tras casi dos años hablando del futuro del trabajo, el nuevo modelo híbrido ahora es una realidad y eso implica un cambio en los modelos operativos que afectan al puesto de trabajo en sí y también a las personas, a los espacios (cómo los repensamos), y, sobre todo a los procesos.

Las circunstancias nos han empujado a implementar esta realidad y a materializarlo de manera diferente en cada organización. En Microsoft estamos aprendiendo también, y mientras lo hacemos, tratamos de convertir el mundo híbrido en nuestro día a día. En esta transición hay que tener en cuenta tres pilares: personas, espacios y procesos (herramientas), para conseguir esa flexibilidad.

Cuando hablamos de personas, es importante realizar un perfilado del consumidor; y eso viene mucho antes, a la hora de adquirir la propia tecnología. Cada uno necesita un perfil diferente. Asimismo, resulta crucial formar a los manager para liderar y para eso es necesario obtener datos de las dinámicas, hábitos y visibilidad. En función de esos informes personales de uso, la empresa puede tomar decisiones para mejorar la utilización de las herramientas TIC por parte del empleado y ganar en productividad.

El gran reto al que nos enfrentamos es el de evolucionar la cultura en las empresas para habilitar ese puesto de trabajo híbrido y que repercuta en la experiencia de empleado. Para Microsoft, el objetivo es claro: mejorar la experiencia del empleado, poniéndolo en el centro, con herramientas tecnológicas o no. Su experiencia repercute en el cliente y el crecimiento del negocio. Si conseguimos hacer esa transición cultural, conseguiremos avanzar.















De izquierda a derecha y de arriba abajo: CLARKE MODET & CIA > Eusebio Yribarren. CO-RREOS > Josue Urgel. ENCAMINA > Antonio Reinón. FCC Servicios Ciudadanos > Claudio Escudero. KRUK ESPAÑA > David Cerrato. PREZERO > José Sierra. SANTALUCÍA SEGUROS > Jaume Campaner. SIGMA en Europa (Campofrío en España) > Gonzalo Martínez.