

Y TALENTFY



GUÍA

Bienestar emocional en el trabajo y Employer Branding

En colaboración con

psonríe



CONTENIDOS

- 01** Introducción
- 02** Tips para mejorar el employer branding
- 03** Importancia del bienestar emocional para la productividad
- 04** Lo que debes evitar para no dañar el employer branding en tu organización
- 05** Procesos de selección saludables
- 06** Preguntas diagnóstico

01 Introducción

La forma en que las empresas son percibidas por sus stakeholders ha cambiado y por eso las organizaciones requieren **implementar cambios que les permitan avanzar** hacia nuevas tendencias.

Hace unos años, la salud emocional en el trabajo o la relevancia del employer branding eran temas sin prioridad para las compañías.

Con los cambios en los hábitos de trabajo, **los entornos laborales saludables son imprescindibles y repercuten directamente en la productividad** y employer branding.

En esta guía que hemos preparado junto a **Psonrie**, te invitamos a conocer más sobre la salud emocional del equipo así como la importancia del employer branding y la repercusión de estos temas sobre tu organización.



02 Tips para mejorar el Employer Branding



Empecemos por recordar en qué consiste el **Employer Branding**. Es un concepto muy relacionado a la marca corporativa y los valores que le ofrece a sus clientes.

Describe las emociones y opiniones que despierta la empresa como lugar ideal para trabajar según las experiencias directas o indirectas de su audiencia. Esta información puede ser verdadera o falsa, se trata más de la percepción que se tiene sobre la organización, pero claro, hay que trabajarla con honestidad y coherencia para que funcione.

Este término es cada vez más importante para las compañías en medio de la **competencia que hay en el mercado**, donde muchas veces los profesionales reciben varias ofertas a la vez, teniendo la capacidad de escoger la empresa que más les gusta.

Si te preguntas **por qué es importante tener un buen Employer Branding**, te mencionamos algunas razones:

- Posibilidad de atraer el mejor talento
- Fortalecer la retención y conexión con el talento actual
- Mejorar la percepción de la marca global
- Mejora la propuesta de valor (EPV) que le da la empresa al empleado por trabajar allí.
- Reducción de costes por alta rotación de personal
- Aporta a la ventaja competitiva de la organización

De este modo, trabajar en el desarrollo del employer branding será una parte muy importante para el crecimiento de tu proyecto. **A continuación, te damos algunos tips que pueden ayudar.**



Observa y analiza

La mejor forma de empezar es **hacer un análisis interno sobre las acciones de tu compañía** en cuanto a la gestión del personal, a los procesos de selección, a los procesos de onboarding, procesos de comunicación y todos aquellos procedimientos que son relevantes para crear valor en tu organización.

Aquí puedes incluir a tu equipo, **escucharlos será una gran forma de empezar y tener un punto de partida.**

También podrás ver lo que hacen otras empresas de tu sector, lo que se dice de ellas y las tendencias que hay en el mercado para mejorar la atracción de talento y la cultura corporativa.

¿Recuerdas el famoso DAFO? Bueno, pues será una herramienta muy útil para recopilar toda la información que obtengas y así verás con claridad tus

puntos fuertes y las oportunidades de mejora que tienes de acuerdo al entorno.

Ajusta y mejora

El análisis por sí solo no nos sirve para generar cambios, hay que trabajar en los puntos a mejorar y ser creativos para desarrollar nuevas estrategias. No tengas miedo de ser disruptivo, estamos en la sociedad de la innovación, se requieren ideas novedosas.

Es también muy importante siempre tener en cuenta **los canales de comunicación externa** de la organización, estos necesitan estar en una actualización y mejora continua de acuerdo a las tendencias del mercado.



Cuida tu proceso de selección

La atracción del talento no inicia desde que publicas una oferta, comienza cuando planeas cómo será el proceso de selección. Sí, como siempre, la planificación es clave.

Cuidar del paso a paso de tu proceso de selección mejorará la percepción de los candidatos hacia tu marca y acá hacemos un énfasis relevante en la importancia de escribir una oferta de empleo atractiva y clara.

Cultiva tu cultura corporativa

El lugar de trabajo ideal no se enmarca solo en el salario o satisfacción profesional. Según el informe de 2021 de [Randstad](#), en España el 64% de los candidatos a un empleo les interesa trabajar en una organización con un buen ambiente laboral.

De este modo, la creación de una cultura corporativa fuerte que promueva los valores de la compañía y el cuidado por los colaboradores harán que el sentimiento de pertenencia hacia la organización sea mayor, y no hay mejores embajadores de una empresa que sus propios empleados.

El word of mouth de tu organización mejorará, posicionando a tu compañía como un lugar ideal para trabajar.



Cree en tu marca

¿Si tu no lo crees, entonces quién lo hará? **Confiar en lo que hace tu campaña y en sus valores ayudará en la creación de estrategias** que fortalezcan la cultura organizacional, la confianza de los empleados en la compañía y el employer branding.

Crear en tu compañía, también es creer en tu equipo.

Anímate a crear mecanismos que incentiven el liderazgo y creatividad de tus compañeros de trabajo frente a proyectos y necesidades de la organización, siempre teniendo en cuenta las cargas laborales para evitar las sobrecarga de trabajo.

Estos tips te ayudarán a mejorar tu employer branding, pero recuerda, todo empieza desde casa. Es vital que tus colaboradores estén rodeados de las mejores condiciones para hacer su trabajo y disfrutar de su vida profesional en tu compañía.

Uno de los principales factores que determinará la buena disposición laboral será la salud emocional de tu equipo, un tema muy importante más aún en la nueva era de trabajo remoto o híbrido.



03 Importancia del bienestar emocional para la productividad



Pero, ¿a qué nos referimos con bienestar emocional?

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la salud mental y emocional como un estado general de bienestar que comprende los ámbitos físico, mental y social, y que permite a las personas utilizar sus propias capacidades para responder con eficacia a situaciones de estrés cotidiano y desenvolverse en su trabajo con niveles idóneos de rendimiento, contribuyendo al mismo tiempo con su comunidad.

Algunos datos

Los efectos sobre el bienestar emocional que ha provocado la pandemia por covid son evidentes. Durante el último año, **1 de cada 4 trabajadores ha sufrido algún problema relacionado con su salud mental** y 1 de cada 3 problemas psicológicos

vinculados al mundo laboral han requerido tratamiento. Según la revista científica The Lancet, esta pandemia de salud mental puede costarle a la economía global más de 5.000 millones de euros en 2030 y generar pérdidas millonarias motivadas por las bajas laborales, el presentismo, el bajo rendimiento y otros costes económicos asociados.



Por este motivo, cada vez son más las empresas que apuestan por priorizar la salud mental y el bienestar emocional en sus organizaciones. Según un estudio de la agencia internacional Deloitte, las **organizaciones sensibilizadas con la importancia de la salud mental** y que proactivamente han establecido iniciativas concretas para promover el bienestar emocional de sus trabajadores **han alcanzado un retorno sobre la inversión (ROI) seis veces mayor que aquellas que no lo hacen**, como consecuencia de una mejora en el rendimiento laboral de sus empleados.

Asimismo, el bienestar emocional se ha relacionado con niveles más altos de compromiso o engagement laboral de los empleados y niveles más bajos de absentismo y rotación de personal. La teoría de las

relaciones humanas de Elton Mayo establece que **promover emociones positivas conduce a mejores actitudes y motivación y, por lo tanto, a mejores resultados laborales y una mayor productividad empresarial.**

Por otra parte, según el estudio “Emotional Intelligence” del Instituto Capgemini, una plantilla de trabajadores con una alta inteligencia emocional aumenta un 20% la productividad empresarial. Esta capacidad para reconocer emociones propias y ajenas mejora la toma de decisiones, protege del estrés y mejora el rendimiento laboral y el estado de ánimo del trabajador.



¿Cómo podemos proteger la salud mental y promover el bienestar emocional dentro de las organizaciones?

Según David Tomás, CEO de Cyberclick, existen **8 medidas clave** que pueden ayudar a convertir una empresa en una **organización saludable con trabajadores felices**:

- Crear la figura del **Chief Happyness Officer**: persona responsable del bienestar emocional del equipo.
- Entrenar a los empleados en inteligencia emocional.
- Dar un feedback constante para evolucionar y mejorar
- Trabajar por objetivos para medir el desempeño y la consecución de los logros

- Aportar flexibilidad en los horarios para conciliar y compaginar vida personal y profesional.
- Fomentar el teletrabajo para evitar el estrés de la oficina y la presencialidad.
- Permitir la formación continua y flexible.
- Crear oficinas con servicios complementarios (cafeterías, guarderías, etc..)



Los datos son claros y dejan patente que **las empresas tienen que dar un giro de 180° en la forma que tenían de entender las relaciones con los empleados**. Este cambio de paradigma debe ser, además, rápido. En la era de la inmediatez no hay tiempo para la duda.

En este sentido, **es importante que las organizaciones se dejen ayudar y guiar** por las ciencias del comportamiento y, especialmente, la psicología. Eso sí, a través de espacios que garanticen una psicología científica, profesional y especializada.

La salud, tras la pandemia, se ha convertido en uno de los focos principales de atención. La actividad física, la mejora nutricional, la salud medioambiental...

Pero, como dice la OMS, *“no existe la salud sin la salud mental”*, así que aprovechemos este punto de partida para crear empleados sanos en empresas sanas que nos ayuden a tener sociedades cada vez más saludables.



04 Lo que debes evitar para no dañar el employer branding en tu organización



No fortalecer la propuesta de valor para el empleado

El employer branding no es un proceso para trabajar de puertas para afuera, para decir que tu organización es la mejor. ¡NO!

Este proceso debe tener una estrategia que fortalezca el cómo se llevan los procesos en tu organización en relación con los empleados y que su buena ejecución sea un motivo tan fuerte que la cultura organizacional pasa a ser muy interesante o preferida por los candidatos.

Si no trabajamos en lo que pasa adentro será imposible lograr una buena imagen al exterior de la empresa.

No tener un plan para el Employer Branding

La mayoría de las veces en que hacemos cosas sin planear no salen bien y esta no es la excepción.

Es importante tener una estrategia para el fortalecimiento del Employer Branding, es un proceso que requiere un análisis previo, un objetivo claro, unas tácticas de acción, indicadores de medición y un proceso de ajustes y optimización.

Dentro de este plan debes tener claro cuales son tus fortalezas y oportunidades de mejora, para comprometerte de forma honesta y clara a gestionar los cambios necesarios.



No incluir a tu equipo

Este es un proceso de todos, en el que **tu equipo debe estar implicado**. Por lo que escuchar sus comentarios y recomendaciones será tu punto de partida. A su vez **ellos se convierten en multiplicadores de tu mensaje** y en embajadores de la marca. sus contenidos en redes sociales sobre tu organización tendrán en ocasiones mucho más valor ya que son orgánicos y conectan con la audiencia.

Los candidatos seguro querrán saber cómo es trabajar en tu compañía y nadie mejor para contarles que los propios colaboradores, con lo que su voz es muy relevante.

Lograr que este sea un proceso de equipo hará que el employer branding sea más fuerte ya que **estará basado en la honestidad de un verdadero trabajo en grupo**.

No creer en las redes sociales

Las redes sociales son el universo donde encontramos de todo, entre muchas cosas trabajo. De este modo, la presencia de nuestras ofertas en las redes tiene que ser considerada. **Para esto es necesario definir muy bien el Candidate Persona** que te permitirá conocer más sobre la personalidad e intereses de tu postulante ideal con lo que sabrás en cuales redes puedes hablarle.

Las redes sociales se convierten en una **oportunidad no solo para dar a conocer tu oferta sino para mostrar cómo es la cultura organizacional de tu compañía** y enamorar a los candidatos que esperas tener.

Recuerda siempre planear, crear contenidos desde la honestidad de lo que sucede en tu organización, estar abierto a la gestión de cambios, escuchar e involucrar a tu equipo y abrir tu mente hacía nuevos canales de conexión con tus candidatos.



05 Procesos de selección saludables



Hablar de procesos de selección nos transporta, en muchos casos, a sensaciones desagradables. Sentirse juzgado, tener miedo a ser uno mismo, no ser el elegido...

Durante años, **los procesos de selección han sido un examen en el que lo único que importaba era tener la respuesta correcta** para el reclutador, es decir, lo que el reclutador quería oír, tuviera o no tuviera que ver con la realidad de la persona entrevistada.

Por suerte, parece que nos dirigimos a prácticas más productivas, lógicas y saludables.

Seleccionar a una persona que no se muestra como es solo nos llevará a perder tiempo y recursos en formación para, finalmente, darnos cuenta de que no encaja en nuestra empresa.

Qué debe tener, hoy por hoy, un buen proceso de captación de talento:

- **Deben valorarse las soft skills igual o más que los conocimientos académicos o la experiencia laboral.**

Las soft skills o habilidades blandas son aquellas relacionadas con los rasgos de personalidad del candidato (sentido común, actitud positiva, valores...). Con la sabiduría de la humanidad en la palma de la mano es más importante que un potencial empleado reúna los valores de la empresa o muestre interés en nuevos aprendizajes y en el trabajo en equipo que tener muchos conocimientos que podrá ir aprendiendo según las necesidades de la organización.



- **Relación de igualdad:**

La empresa no está en una posición de poder frente al candidato. La colaboración va a beneficiar en ambas direcciones y la relación debe ser de igualdad. Es importante que el candidato cumpla con las expectativas de la empresa, pero igual de importante es que la empresa cumpla con las expectativas del candidato.

- **Honestidad:**

Si queremos que nuestros potenciales trabajadores sean honestos con nosotros y partamos de una relación de confianza, nosotros también debemos de ser honestos y dejar claras las reglas del juego. Atrás quedaron los secretos acerca de condiciones y sueldos. La empresa no puede perder el tiempo, pero el candidato tampoco. Hablemos claro y acortaremos los procesos.



Presente y futuro en selección

La pandemia también ha acelerado el uso de nuevas vías para realizar estos procesos y, actualmente, **es más habitual que las entrevistas se realicen por videollamada que presencial.** Esto ahorra tiempo y desplazamientos a los candidatos que acuden más seguros a las reuniones.

Para el reclutador, una charla a través del ordenador le permitirá conocer al candidato y, aunque es cierto que perderá algún tipo de lenguaje no verbal, por regla general es tan válida como si fuera en presencial. **Al reclutador también le permite agendar más entrevistas y planificar mejor los tiempos.**

Otra de las novedades en selección que viene pisando fuerte **es la gamificación.** Ya existen software y herramientas que permiten validar

actitudes y aptitudes de los candidatos de forma rápida y entretenida para el potencial reclutado.

Según el informe “Gamification at Work 2019” de Talent LMS, **el 78% de los empleados ven positivo que los procesos de selección utilizaran algún elemento de gamificación,** aunque solo el 45% admitió haber visto elementos de gamificación en los últimos procesos de selección en los que había participado.

La principal ventaja para el reclutador es que le permite analizar los perfiles de varios candidatos a la vez de forma sencilla y eficaz.



Bienvenida a la plantilla

Por último, pero no menos importante, una vez que el seleccionado forme parte de la plantilla **debemos realizar un cuidadoso proceso de onboarding**, tanto para el nuevo integrante como para los empleados que lo recibirán en su equipo.

Muchas veces no damos importancia a este paso y relegamos su responsabilidad a los trabajadores; esto es un gran error. La empresa debe tener sistematizado el proceso de bienvenida de los empleados con toda la información que estos puedan requerir para **adaptarse rápidamente a su nuevo empleo**.

Este proceso, además, debe ser amable, dinámico y preciso para que la experiencia de comenzar un nuevo trabajo que, de por sí es estresante, sea más agradable.

También es importante pensar en los que ya estaban y tratar de que, nuevos y veteranos, se conozcan,

se ayuden y se acepten abriendo un canal de comunicación para que cualquiera que lo necesite encuentre en la empresa los apoyos para facilitar la adaptación.

En la selección de personal también hay mucho por mejorar. Aprovechemos la oportunidad que nos brinda la nueva situación para optimizar procesos pero, sobre todo, para humanizarlos. Las empresas no son nada sin las personas que las componen.



06 Preguntas diagnóstico



Estas preguntas te ayudarán a reflexionar sobre el accionar de tu organización en cuanto a los temas propuestos. Podrán ser el comienzo de los cambios a los que haya lugar para mejorar la salud emocional de tu equipo y el employer branding de tu organización.

Employer branding

- ¿Cuáles son las fortalezas de mi cultura organizacional?
- ¿Cuáles son las oportunidades de mejora de mi cultura organizacional?
- ¿Cuál es la propuesta de valor de mi empresa hacia los colaboradores?
- ¿Tengo un plan para la gestión de los procesos de selección?
- ¿Tengo un plan para el Employer Branding?
- ¿Mis empleados están incluidos en la formulación del plan de Employer Branding?

Bienestar emocional del empleado

- ¿Sabes cuál es el coste que tienen las enfermedades relacionadas con el estrés, la ansiedad o la depresión de los empleados en tu organización?
- ¿Conoces el elevado impacto que tiene el bienestar emocional de los empleados en el ausentismo y presentismo de tu organización?
- ¿Crees que el bienestar emocional de los empleados puede afectar a su rendimiento laboral?
- ¿Crees que los líderes de la organización están capacitados para generar un clima laboral óptimo para tu equipo?
- ¿Crees que los recursos que dispone la organización para gestionar el bienestar emocional de los empleados son suficientes?
- ¿Crees que los empleados valorarán incluir en su paquete salarial un programa de bienestar emocional?



Gracias



atencion@ytenantfy.com

ytenantfy.com



psonrie.com

