



EMPLEADOS EN ASCENSO:

Cómo aprovechar el activismo de nuestros colaboradores

Los colaboradores activistas hacen que su compromiso sea visible, defienden a sus empleadores de la crítica y actúan como defensores activos de su empresa, tanto en las redes sociales como fuera de ellas. Con una fuerza laboral cada vez más conectada y con más ganas de hacer oír su voz, los empleadores no pueden permitirse perder la oportunidad de acoger y aprovechar este movimiento.

En este estudio, nuestro socio estratégico Weber Shandwick analiza el movimiento de los empleados activistas para ayudar a las organizaciones a entender qué se debe hacer para aprovechar el activismo de los empleados. Weber Shandwick, en asociación con KRC Research, realizó una encuesta mundial en línea a 2,300 empleados en 15 mercados en todo el mundo.

FUERZA LABORAL INQUIETA



84%

de los colaboradores ha experimentado recientemente un cambio en su empresa (Ej. cambios en el liderazgo, crisis, etc.).



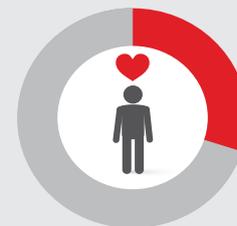
56%

de los colaboradores ha defendido a su empleador de las críticas.



solo **42%**

de los colaboradores puede explicar qué hace su empleador.



solo **30%**

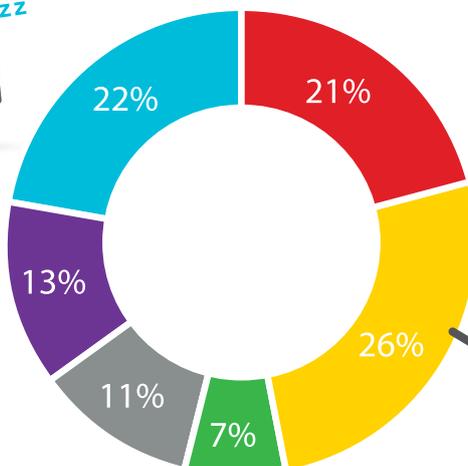
de los colaboradores está muy comprometido con su empleador.

FORMAS DE ACTIVISMO EN LOS COLABORADORES

Sobre la base de un modelo de segmentación, todos los encuestados fueron clasificados según las acciones que declararon haber realizado con respecto a sus empleadores – tanto de apoyo, como de crítica en 6 diferentes grupos.

InActivos

Declararon poco o ninguna conducta de apoyo a su empleador. Están casi tan poco comprometidos como los Detractores. Son los que tienen menos probabilidades de hacer un gran esfuerzo en su trabajo, y pocos de ellos pueden explicar a los demás qué hace su empleador. No hay muchas cosas que los motive a trabajar bien, ni siquiera aumentos de sueldo.



ProActivistas

Son la encarnación del activismo de los empleados. Realizan la mayoría de las acciones positivas sin casi ninguna acción negativa. Tienen el nivel más alto de compromiso con el empleador. Son muy sociables.



PreActivistas

Todos realizan acciones positivas pero no tantas como los ProActivistas. Participan en más acciones negativas que los ProActivistas. Las acciones no son tan sociales como los ProActivistas. Tienen un nivel de compromiso promedio.



Detractores

Realizan acciones negativas contra sus empleadores. Son los menos comprometidos y los que más desconfían de los líderes. No son sociables, por lo que el daño está limitado fuera del Internet.



ReActivistas

La mayor parte de sus acciones son positivas, pero también son muy propensos a la crítica. Tienen un nivel de compromiso promedio. Son críticos sobre las condiciones del lugar de trabajo. Son muy sociables.



HiperActivos

Los impredecibles del activismo de los empleados. Tienen el mayor potencial tanto para dañar como para ayudar a la reputación del empleador. La mitad de ellos ha publicado algo en Internet sobre su empleador de lo cual se arrepienten. Son los más comprometidos después de los ProActivistas. Dos tercios de ellos tienen un trabajo que se relaciona con las redes sociales, por lo cual, son muy sociables.

EL COLABORADOR ACTIVISTA ESTÁ ENTRE NOSOTROS



¿QUÉ IMPULSA ESTE ACTIVISMO?

El liderazgo es lo más importante para influir sobre el activismo de los empleados, pero no excluye a la comunicación interna, las políticas de RRHH, el desarrollo de los empleados, y la responsabilidad social empresarial.



LAS REDES SOCIALES ENCIENDEN EL ACTIVISMO DE LOS COLABORADORES

De los colaboradores en nuestro estudio...

