

Caso de éxito tatum

Modelo TEE[®] (Tatum Experiential Engagement) de Evaluación y Desarrollo del Compromiso

1. El reto

Una importante empresa del sector distribución, realiza evaluaciones periódicas de la experiencia de sus profesionales, a través de un cuestionario en papel para medir sus satisfacción, y uno online para medir Experiencias, Percepciones, Actitudes y Comportamientos. Buscaban la inclusión de la evaluación del compromiso.

2. La solución

Aplicando el concepto de experiencia cliente a la relación del profesional con su organización, tatum presentó su modelo de evaluación y desarrollo del Compromiso, el Modelo TEE (Tatum Experiential Engagement), que completaba el modelo que venía utilizando la Compañía en los últimos años, y que permitía evaluar directamente el Compromiso, en vez de inferirlo.

Las variables que afectan al Modelo TEE[®] son:

- las condiciones de trabajo en que se desenvuelve la actividad laboral (Experiencia Perceptiva);
- las vivencias que genera en cada persona (Experiencia Emocional);
- y, por último, los comportamientos resultantes.

En tatum sabemos que las organizaciones necesitan un estilo homogéneo de dirección de personas, por lo que aplicamos técnicas de investigación y modelos propios testados de análisis para definir antes de trabajar con las personas qué estilo de dirección se requiere. Así, ponemos las habilidades al servicio de los comportamientos, sacándoles mayor partido y midiendo el impacto de las acciones, el grado de implantación y su relación con los kpis de negocio.

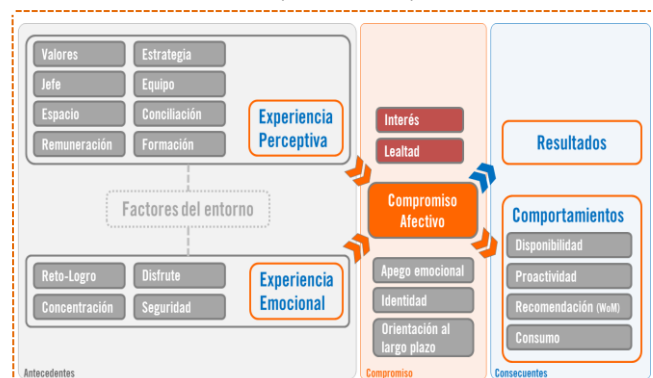
Caso de éxito



Personas

3. Metodología de actuación

Como resultado de la aplicación del Modelo TEE[®], se pueden proponer actuaciones en las condiciones de trabajo y actuaciones que incidan sobre la experiencia laboral. Todo ello, mejorará el nivel de Compromiso y, como resultado, su comportamiento profesional.



Alcance del proyecto, metodología y entregables

Alcance del proyecto:

Toda la plantilla de la Compañía, clasificada por sexo, edad, antigüedad y cargo, desagregada en Servicios centrales y Puntos de venta.

Metodología:

- Cuestionario auto-administrado y online del Modelo TEE[®]: Experiencia Perceptiva, Experiencia Emocional, Compromiso afectivo, Compromiso normativo, Compromiso continuo, Comportamientos.
- Accionariado.
- Actitudes y Comportamientos del modelo anterior.

Entregables:

- Reporte de datos.
- Informe de Resultados.
- Aplicación online de Consulta de Datos.

3. Metodología de actuación

Desarrollo del proyecto

Muestra

- La aplicación del cuestionario fue censal y respondió al cuestionario un 83% de la plantilla.

Análisis estadísticos

- Los resultados se analizaron estadísticamente para obtener puntuaciones medias y desviaciones típicas, y para calcular las diferencias entre las medias. Además se calculó el grado de relación entre las dimensiones de la Experiencia, de éstas con el Compromiso y de todo ello con los Comportamientos. Finalmente, se obtuvieron tipologías de profesionales en función de su nivel de Compromiso.

Resultados Globales

El reporte de datos global incluía:

- Los datos de las puntuaciones medias de la muestra global marcando las dimensiones que eran diferentes a la media de la Experiencia.
- Las puntuaciones medias en cada dimensión de la muestra global agrupada por Sexo; por Edad; por Antigüedad y por Cargo, y las diferencias con las puntuaciones medias de la muestra global.
- Las relaciones entre las dimensiones de la Experiencia. El impacto de las dimensiones de la Experiencia sobre el Compromiso, y las diferencias en función del Sexo, de la Edad, de la Antigüedad y del Cargo.
- La identificación de tipologías de profesionales en función de su Compromiso y la distribución de la muestra global y de la muestra agrupada por Sexo; por Edad; por Antigüedad y por Cargo en cada una de las tipologías:
 - Lovemarks, con una experiencia muy gratificante, altamente comprometidos.
 - Convertibles, que no sienten una pasión tan elevada pero, adoptando medidas de mejora en su experiencia, podían evolucionar hacia los primeros,
 - Desenganchados, cuya experiencia, compromiso y proactividad era inferior y se mostraban críticos con la organización.
- Un mapa de posicionamiento de cada Punto de venta en función del nivel de Compromiso y de la resistencia al cambio.
- Las conclusiones derivadas de los anteriores análisis.

Resultados por Punto de venta y por Departamento

- Las puntuaciones medias de la muestra del Punto de venta en cada dimensión del Modelo y la comparación con la media del Territorio y con la media Global.
- La distribución de la muestra del Punto de venta en las tipologías de profesionales en función de su Compromiso y la comparación con la distribución del Territorio y con la distribución global.
- Las conclusiones derivadas de los anteriores análisis.
- La propuesta de actuaciones de mejora en función del posicionamiento en el mapa de constelaciones del Punto de venta.

Propuesta de actuaciones de mejora a nivel Territorial y Global

Aplicación online de consulta de datos

- Se diseñó una herramienta de consulta de la puntuación media en cada dimensión, en función del Punto de venta y del Cargo, de modo que a través de permisos, cada profesional solo pudiera consultar los datos de su cargo y de sus subalternos, pero no de sus superiores.

4. Los Resultados

Conclusiones

El compromiso de las personas de la Compañía estaba asociado a los Valores corporativos, a las buenas relaciones personales y a la capacidad de disfrutar con el trabajo.

El compromiso de los Directores era mayor que el de los Colaboradores, el de los hombres era mayor que el de las mujeres, el compromiso de los senior era mayor que el de los de edad intermedia, y el compromiso de los novatos era mayor que el de los veteranos.

Recomendaciones

El Modelo TEE® de Evaluación y Desarrollo del Compromiso no sólo describe los niveles de compromiso de las personas de la organización, si no que explica sus causas y predice su mejora en función de las decisiones que tome la organización...

Se recomendó al CLIENTE implantar una serie de actuaciones de mejora:

Blueprint de RRHH, Puesta en valor de la función de RRHH, Implantación de modelos de dirección de personas, Implantación de programas de coaching, Reconocimiento del liderazgo, Sistematización de la comunicación, Comunicación a través de entornos 2.0...