

## CONTENIDO:

<i>Editorial</i>	1
<i>Noticias</i>	2
<i>Convocatorias</i>	3
<i>Cuaderno de Ideas</i>	4 y 5

### Puntos de Interés Especial:

- Plan de Inserción Laboral "Equal Naranco".
- Telémaco 2005.
- Coloquio Internacional "Evaluación del Evento Turístico".
- IV Edición Inturnegocios.

## Publicidad

### TÉCNICO EN MEDIACIÓN SOCIAL

### Contenidos:

- Resolución de conflictos.
- La mediación en contextos educativos
- La mediación en contextos legales.
- Mediación familiar
- Mediación Comunitaria
- Evaluación del proceso de mediación

Información e Inscripciones:  
DIVULGACIÓN DINÁMICA, S. L.,

## EDITORIAL

### EL ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN COMO YACIMIENTO DE EMPLEO

Los cambios sociales que se han producido en Europa y en el conjunto de las sociedades occidentales han sido muy profundos y han afectado intensamente el mercado de trabajo, la economía y los estilos de vida de los ciudadanos.

Si tratamos de sintetizar las principales transformaciones sociales y en las mentalidades que han afectado al empleo y, en general, a toda la actividad económica europea, podemos señalar entre otras:

- **La modificación de las pirámides demográficas** causada por el alargamiento de la esperanza de vida y la caída de la natalidad.
- **La importante, aunque aún insuficiente, incorporación de la mujer en el mercado de trabajo** una vez alcanzado un nivel de escolarización y de éxito escolar superior al de los varones **y una radical transformación de las estructuras familiares.**
- **Los cambios en las pautas de consumo, en la interrelación con el entorno y el tiempo y en los estilos de vida** que se expresan en cambios en los gastos de las familias y la necesidad de adquirir nuevos servicios, la organización distinta del tiempo de trabajo y del tiempo libre y la modificación del sistema de valores.
- **La aceptación social que la marginación y la exclusión de algunos colectivos** exige la dedicación de esfuerzos económicos y la implicación de las administraciones y de la sociedad civil en su resolución
- **El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación** ha supuesto no sólo un cambio radical en los sistemas de producción y comercialización de las empresas y organizaciones sino, también, una notable modificación de las pautas de consumo.

En 1994, Jacques Delors, en aquel momento Presidente de la Comisión Europea, detectó estas cuestiones y se planteó, en forma de libro blanco, cuáles eran los retos y principales pistas para que Europa entrara en el siglo XXI bajo una perspectiva de crecimiento, competitividad y empleo y lanzó a la palestra pública conceptos como los de **Nuevos Yacimientos de Empleo (NVE)** y su repercusión en las nuevas ocupaciones y en las nuevas profesiones.

Los nuevos yacimientos de empleo (NVE), también denominados filones de ocupación, son el término utilizado por el Libro Blanco de Delors para describir aquellas actividades laborales que satisfacen las nuevas necesidades sociales. Estas actividades son muy heterogéneas, pero obligatoriamente deben tener en común cuatro características:

- Cubren necesidades sociales insatisfechas.
- Se configuran en mercados incompletos.
- Tienen un ámbito de producción o prestación localmente definido.
- Tienen un alto potencial en la generación de puestos de trabajo.

El envejecimiento de la población y, por ende, el aumento de la esperanza de vida es una de las transformaciones sociales que básicamente más estamos denotando las familias, la sociedad en general y el estado, por cuanto ello conlleva prestaciones, cuidados y

apoyo que antes eran posible dentro del ámbito intra y extrafamiliar, tal y como se describe en **los servicios de la vida cotidiana:**



"En el ámbito de la vida diaria de la familia y el hogar hay actualmente altos niveles de autoaprovechamiento de distintas actividades, entre ellas, la atención a personas dependientes (mayores o con alguna disminución), la limpieza y el cuidado del hogar y de la ropa, la compra diaria, las reparaciones del hogar. Estas actividades que, "naturalmente" las desarrollaba algún miembro de la familia extensa -normalmente de sexo femenino-, están siendo traspasadas a "proveedores" externos por los cambios en el papel de la mujer en la familia y el trabajo y la modificación de la familia tradicional. Actualmente, hay una alta demanda insatisfecha de puestos de trabajo relacionados con la vida cotidiana de las familias y un destacado nivel de insatisfacción de cómo se resuelven en el presente."

Existe una relación psicógena entre el aumento de la esperanza de vida de nuestros ancianos y la calidad de vida de éstos: no sólo basta con vivir más, sino que es importante vivir mejor. El incremento de prestaciones y recursos para que este supuesto se cumpla ha generado un mercado exclusivo dirigido a este núcleo de población: viajes para los perfiles requeridos, incursión de profesiones para el ocio y el tiempo libre, otrora dirigidas más a la población juvenil,... pero también proliferación de servicios y ocupaciones a situaciones de dependencia producida por enfermedades (Alzheimer, Parkinson, etc.), incremento de las enfermedades mentales,... que requieren de atención por:

- La soledad de muchas personas mayores que han accedido a una mayor esperanza de vida pero en malas condiciones físicas.
- El incremento del número de personas mayores que viven aisladas.
- La escasez de recursos públicos para atender a las necesidades de este colectivo en cuanto a cuidado y salud.
- La diferente cultura familiar de la generación más joven, en la que se han modificado la organización y la dedicación al trabajo doméstico y al cuidado de personas dependientes.
- Las posibilidades de integración de estas personas que, a su vez, exigen mejores condiciones de vida.

La generación de profesiones, tales como: Animadores, Educadores, Trabajadores Sociales, Psicólogos, Médicos, Enfermeros, Auxiliares del Servicio de Ayuda a Domicilio,... se convierten, por tanto, en agentes de transformación de la sociedad del siglo XXI, no sólo porque prestan apoyo y ofrecen recursos a este colectivo, sino porque también aportan las herramientas necesarias para que estas situaciones se palien y no redunden en la exclusión social o se cronifiquen. Por lo que el envejecimiento de la población, en suma, y como se predicaba en 1994 ha supuesto un yacimiento de empleo que cubre las necesidades sociales en nuestros días.

## Publicidad

**Divulgación Dinámica**  
formación a tu alcance

DIVULGACIÓN DINÁMICA  
D+D

## NOTICIAS

[31/10/2005]

### El MAPA estudia separar en dos leyes la Agricultura y el Desarrollo Rural

EFE

El Ministerio de Agricultura estudia separar la agricultura de la Ley de Desarrollo Rural que está elaborando, ya que, pese a que inicialmente se ha trabajado en un borrador de Ley de Orientación del Desarrollo Rural y de la Agricultura, se cree mejor diferenciarlos en dos normas distintas.

Según indicaron a Efeagro fuentes del Ministerio, por un lado se realizaría una Ley de Desarrollo Rural con un enfoque territorial y, por otro, una Ley de Orientación Agraria.

Hasta ahora, el Ministerio ha trabajado tres borradores de una Ley conjunta con once títulos dedicados a la explotación agraria, a la actividad agraria en el medio rural, a la diversificación económica, a la pluriactividad, al cambio climático, al asociacionismo, a las mujeres, a los jóvenes, a las relaciones entre Administraciones e institucionales y a la

financiación.

El tercer borrador de la Ley conjunta, al que ha tenido acceso Efeagro, recoge entre otras medidas ayudas a la inversión y a la creación de agrupaciones o entidades para el cultivo en común, así como ayudas a la gestión profesional de explotaciones para el cultivo en común.

También incluye beneficios fiscales para el impulso de las explotaciones, como la de transmisión, permutas y amortización del inmovilizado e inmaterial de las explotaciones asociativas.

El capítulo dedicado a la mujer, prevé una política transversal en la que se contempla la cuestión de género, propiciando, donde sea procedente, la discriminación positiva para la mujer y el establecimiento de ayudas al fomento del empleo por cuenta propia, o mediante integración en sociedades.

Además estipula el incremento de diez puntos en las ayudas públicas contempladas en esta ley, destinadas a la agricultura, a las

explotaciones agrarias y a la diversificación de las actividades económicas de las empresas establecidas en el medio rural, cuando las beneficiarias sean mujeres.

También establece la cotitularidad y una bonificación del treinta por ciento en las cotizaciones a la Seguridad Social del segundo cónyuge, en las condiciones y durante el tiempo que se determinen reglamentariamente.

Además, incluye un artículo mediante el que benefician con ayudas y subvenciones a las organizaciones que tengan al menos un 25 por ciento de presencia femenina en sus órganos de dirección.

En el borrador también se incluyen medidas especiales para la incorporación de jóvenes al medio rural con servicios, ayudas a la creación de empresas, infraestructuras y el acceso a la vivienda.

## El plan de inserción laboral 'Equal Naranco' arrancará en enero con 250 usuarios

Tras los buenos resultados del programa 'Gira-Sol', el Ayuntamiento está inmerso en la preparación de un nuevo proyecto de inserción laboral para personas que carecen de formación reglada y tienen dificultades en encontrar un empleo: el 'Equal Naranco'. Si el primero atendió a 70 personas y contó con un presupuesto de poco más de un millón de euros, el segundo «beneficiará a 250, dispondrá de 2,1 millones y comenzará en enero», según detalló ayer la concejala de Servicios Sociales, Isabel Pérez-Espinosa.

De momento, la concejala ha seleccionado al «coordinador y auxiliar» del programa y en breve hará lo propio

con el equipo directivo, al que es necesario formar en temas relacionados con igualdad de género, igualdad de oportunidades o relaciones laborales, antes de que se inicien los cursos, que concluirán en diciembre de 2007.

El 75% del coste del proyecto está subvencionado por el Fondo Social Europeo. La parte restante, la afrontarán las arcas municipales.

### Programa Gira-Sol

'Gira-Sol' fue diseñado para mejorar la empleabilidad de personas con dificultades de inserción laboral en el

municipio de Oviedo.

Su desarrollo se extendió entre mayo de 2004 y este noviembre de 2005.

El mayor grueso de los beneficiarios tenía entre 25 y 45 años y sólo contaba con estudios de Secundaria. Recibieron clases de animación infantil, ayuda a domicilio, animación a la tercera edad y control higiénico-sanitario. Del conjunto de seleccionados, 64 terminaron la formación y 56 realizaron prácticas profesionales en diferentes empresas públicas y privadas.

Finalmente, 'Gira-Sol' propició 31 inserciones laborales.

En cuanto al Ingreso Mínimo de Inserción (IMI), Pérez Espinosa garantizó su continuidad hasta el próximo mes de marzo. El Ayuntamiento está a la espera de que la Junta General del Principado apruebe la Ley del Salario Social, que sustituirá al IMI, y le indique cuáles serán las pautas a seguir con la nueva normativa. De momento, el Consistorio sólo puede esperar.

## Telémaco 2005: El programa formativo diseñado por la Escuela de Negocios atrae a profesionales tecnológicos de pymes andaluzas gracias a su alto nivel de especificidad.



Publicidad

U

niversidad

Personal

La edición de 2005 del programa formativo Telémaco ya cuenta con hasta 255 alumnos –profesionales tecnológicos– seleccionados a partir de 503 solicitudes y procedentes de 65 empresas andaluzas. Un proyecto diseñado por la Escuela de Negocios de la ciudad, dependiente de la Delegación de Formación y Empleo, que tiene como objetivo general incrementar los conocimientos y habilidades de estos profesionales en activo mediante acciones de formación, adiestramiento y acompañamiento en su adaptación progresiva.

Para esta nueva edición se han introducido diversas novedades. Por ejemplo, se abren nuevas áreas formativas y se profundiza en los planes formativos anteriores: 16 de los 17 cursos (644 horas lectivas en total) corresponden a nuevas temáticas.

En esta ocasión se ha tomado la determinación de dar un giro hacia el nuevo horizonte para quienes desarrollan las tecnologías de la información y las comunicaciones: el llamado "software libre". Y, al tiempo, también se ha llevado a cabo una apuesta decidida por las nuevas metodologías formativas, como la

teleformación o formación a distancia vía Internet, con un porcentaje en horas lectivas superior al 50 por ciento. Unos cursos que se imparten a través de la plataforma de teleformación propia de la Escuela de Negocios.

El perfil habitual del alumno de Telémaco es el del profesional tecnológico que se forma por voluntad propia, es decir, su participación no parece responder a una estrategia de la empresa en la que trabaja. En este sentido, a los responsables del proyecto les llama la atención la variedad de sectores participantes y además deducen que hay pocas empresas pymes con una fuerte base tecnológica (seguramente por el coste de la formación especializada y de calidad), lo que conlleva que se justifiquen proyectos como Telémaco, que imparten gratuitamente formación tecnológica de alto nivel.

El plazo de presentación de solicitudes está abierto hasta una semana antes del comienzo de cada curso y los formularios se pueden descargar en [telémaco2005.org](http://telémaco2005.org).

# CONVOCATORIAS



## Coloquio internacional «Evaluación del evento turístico»

El Grupo de investigación TPM (Turismo: Mercado y políticas) reúne a miembros de diferentes laboratorios de investigación de la Universidad de Nice-Sophia Antipolis y del CNRS, así como a profesionales del turismo. Éste organiza, los días 8 y 9 de diciembre de 2005 (Palacio de Congresos de Antibes-Juan les Pins), un coloquio, en colaboración con el Ministerio del Turismo, sobre «La evaluación del evento turístico».

El «evento» se refiere aquí al conjunto de actos, manifestaciones y fenómenos vinculados a diversos eventos que son a la vez significativos, organizados voluntariamente y de carácter turístico.

El evento puede ser artístico, cultural, comercial, educativo, publicitario, profesional, deportivo, médico o religioso ... pero:

- Deberá reflejar una voluntad declarada y anunciada por una o varias organizaciones o instituciones públicas, para públicas o privadas.
- Deberá ser de carácter excepcional, o por lo menos notable en comparación con otras manifestaciones de la actividad turística (lo que de ningún modo excluye eventos turísticos que se celebren de forma regular).
- Deberá ser «turístico», es decir, que tiene que reunir a un conjunto de participantes que incluya por lo menos a un 50% de turistas (no residentes); los demás participantes podrán ser visitantes de un día (residentes locales).

### OBJETIVOS

Este coloquio internacional se fija como objetivo reunir a diferentes tipos de público con el fin de analizar los trabajos y los últimos avances en lo que respecta a la evaluación del evento turístico. Se trata también de poner de manifiesto nuevos métodos de evaluación que puedan aplicarse a diferentes tipos de eventos y a diversas regiones.

Este coloquio se dirige tanto a los enseñantes dedicados a la investigación como a los profesionales, a los representantes políticos y a los funcionarios que, en todo el mundo, se interesen por dicho tema.

### TEMAS

En sus anteriores trabajos, los miembros del Seminario TPM han observado que existía una necesidad real entre los profesionales y los agentes públicos en cuanto a la evaluación de las consecuencias de los eventos turísticos. En efecto, frente a una oferta importante y a una competencia creciente de dicho sector, es imprescindible que los proveedores de servicios y los responsables de las instituciones tengan una visión más clara del mercado. Por otra parte, un evento puede ser beneficioso para ciertos colectivos en detrimento de otros. ¿Cuál es el resultado global? ¿Hay un **impacto positivo o negativo en el territorio**? O, en otras palabras, ¿cuáles son los efectos de un evento turístico **en el terreno económico, sociocultural y medioambiental**?

### PERSONA DE CONTACTO

Madame Elisabeth PASSERON – Faculté de Droit, des Sc. Economiques et de Gestion  
06050-NICE Cedex 1 France  
Tfn.: +33.(0)4.92.15.70.88  
Fax: +33(0)4.92.15.70.87  
O por e-mail: epassero@unice.fr

## CUARTA EDICIÓN DE INTUR NEGOCIOS

Intur Negocios es una iniciativa que se dirige exclusivamente a los profesionales y que se celebra en el recinto de la propia Feria de Valladolid durante los días 24 y 25 de noviembre. En la pasada edición participaron alrededor de un millar de profesionales procedentes de países como Alemania, Italia, Holanda, Argentina, España, Gran Bretaña, Puerto Rico, Polonia, Portugal, Francia, etc. Intur Negocios está organizado por la Feria de Valladolid en colaboración con la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León.

### Datos de interés:

INTUR – Feria Internacional del Turismo de Interior  
Edición: novena  
Fecha: 24 al 27 de noviembre de 2005  
Horario:  
Jueves y viernes --- 10.30 a 20.00 horas  
Sábado y domingo --- 10.30 a 20.30 horas  
Organiza: Institución Ferial de Castilla y León  
Recinto Feria de Valladolid  
Avda. Ramón Pradera, s/n

Visitantes: Profesionales del sector turístico y consumidores finales  
Expositores: 1.163 (edición anterior)  
Área exposición: 30.000 metros cuadrados (edición anterior)  
Telf +34 983 429 208 / 300  
Fax: +34 983 355 935  
Información comercial:  
[comercial@feriavalladolid.com](mailto:comercial@feriavalladolid.com)  
Información visitantes:  
[visitantes@feriavalladolid.com](mailto:visitantes@feriavalladolid.com)  
[www.feriavalladolid.com/intur](http://www.feriavalladolid.com/intur)

### INTUR NEGOCIOS

Edición: cuarta  
Fecha: 24 y 25 de noviembre de 2005  
Horario: 11 a 13.30 horas  
Organiza: Institución Ferial de Castilla y León  
Colabora: Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León  
Periodicidad: Anual  
Visitantes: Profesionales del sector turístico nacional e internacional  
Empresas participantes: 600 (edición anterior)  
Mesas de trabajo: 138  
Teléfono: +34 983 429 208 / 300  
Fax: +34 983 355 935  
Información: [inturnegocios@feriavalladolid.com](mailto:inturnegocios@feriavalladolid.com)

## CENTRO INFORMAJOVEN.

Primer Centro de Información Juvenil, de carácter municipal, creado en España.



El **Centro INFORMAJOVEN** es un servicio de la **Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Murcia**. Fue el primer Centro de Información Juvenil de carácter municipal que se creó en España, y en su primer año de vida se contó con la cooperación directa de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia en su gestión y puesta en marcha. Su concepción y estructura han servido de modelo o referente para la mayoría de C.I.J. de ámbito local de España. Su labor permanente y la experiencia acumulada lo han consolidado como un servicio fundamental para los jóvenes de Murcia.

Los temas que abordan se encuadran, en los siguientes apartados: *Convocatorias* diversas, *Educación*, *Trabajo*, *Cultura*, *Tiempo Libre*, *Deportes*, *Programas de Juventud*, *Derechos y Deberes* – Servicio Militar, *Objeción*, *Vivienda*, etc., *Participación*, *Salud*, *Sociedad* – asuntos sociales- y servicios diversos de *Información*.

### PROGRAMAS DE ACTUACIÓN:

- **Información.**
- **(Descentralización y Difusión).**
- **Servicio Documental.**
- **Asesoramiento.**

<http://www.informajoven.org/index.asp>

## Publicidad



### COLECCIÓN LIBROS DIGITALES



### “El Agente de Desarrollo Local en la Creación y Desarrollo de Empresas”

**Autor:** José Ramón Sanchis Palacio y col.

**Precio** (incluye IVA): 13'92 €



### “Técnicas Participativas de Orientación e Inserción Laboral”

**Editor:** José Joaquín Caballero Trigo y col.

**Precio** (incluye IVA): 34'80 €



### “Manual de Formador de Formadores”

**Autor:** Soledad Romero Rodríguez y col.

**Precio** (incluye IVA): 34'80 €



### “Métodos y Herramientas para el Agente de Desarrollo Local”

**Editor:** Pedro Maya Álvarez y col.

**Precio** (incluye IVA): 34'80 €

# CUADERNO DE IDEAS

## EL PODER DEL RECONOCIMIENTO

Por: **Raúl Abad**

Responsable y fundador de **MOTIVAZIONA**

Publicado en [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

**Vivimos un momento donde el talento en la empresa se ha convertido en la clave para el éxito de las empresas; más competitivas. Existe una escasez de recursos humanos; cualificados; y esta nueva realidad exige que, entre todos, avancemos en soluciones que permitan atraer y retener el talento en las organizaciones. Es importante que las organizaciones comprueben que mediante la puesta en marcha de programas de reconocimiento es posible crear un nuevo escenario laboral, en donde las personas se sientan motivadas y apoyadas, generando una plantilla más comprometida, productiva y fiel.**

El *reconocimiento* como herramienta estratégica trae consigo fuertes cambios positivos dentro de una organización. Según el último estudio de la prestigiosa consultora Gallup sobre el *reconocimiento* al empleado, los lugares de trabajo más eficientes y eficaces, poseen una cosa en común, una *cultura de reconocimiento*. Reconocer el comportamiento y desempeño de los empleados se traduce en tangibles y positivos efectos al ampliar los niveles de satisfacción y retención así como al mejorar la rentabilidad y productividad de la organización a todos los niveles y a un bajo costo. La gente que se siente apreciada posee una actitud positiva, mayor confianza en sí mismos y habilidad por contribuir y colaborar. La gente con suficiente autoestima son potencialmente sus mejores empleados. Estas creencias sobre el *reconocimiento* son comunes y globales entre los empleados.

### Potencial desconocido

Muchas empresas no consideran el *reconocimiento* como parte fundamental de sus prácticas de gestión. El problema es que muchos directivos piensan que el salario es el único *reconocimiento* que necesitan los empleados, o se resisten porque están demasiado ocupados en su propio trabajo para dedicar tiempo al *reconocimiento* o porque creen que supone un gasto para su organización. Nunca pueden estar más lejos de la realidad, pues está contrastado mediante multitud de estudios que el *reconocimiento* es una grandiosa herramienta para motivar y retener al empleado. Existe un gran poder en el *reconocimiento* y las grandes empresas, las que atraen el mejor talento, lo saben, pues ya destinan hasta un 3% de su presupuesto de RRHH a ello.

### Reconocimiento es tocar el corazón de sus empleados

Una de las quejas más frecuentes de los empleados es 'Nadie se entera de lo que hacemos aquí y dentro de una *cultura de reconocimiento*, se refuerzan los valores de la empresa por el comportamiento que reflejan al reconocer a sus empleados y colaboradores. Los grandes líderes utilizan el *reconocimiento* para comunicar la visión y valores de la organización. Reconocen a sus empleados o colaboradores de manera frecuente y son sinceros en sus elogios hacia ellos. Realizan presentaciones profesionales preocupándose de que se realice correctamente y sin fallos. El efecto en sus empleados es sorprendente y... muy rentable. Para destacar y triunfar en nuestro competitivo mercado, debemos extraer el mayor potencial y talento de nuestros empleados. La mejor forma de lograrlo es ofreciendo un eficaz, sincero, público y frecuente *reconocimiento* al empleado para que nuestro mensaje llegue directo a su corazón.

### Seamos honestos, ¿quién no desea ser reconocido por su trabajo?

Las necesidades básicas personales son las mismas, en todos los países, en todas las culturas y son compartidas tanto por hombres como por mujeres. ¿Pero cuantos directivos consideran el apreciar a otros como parte fundamental de su trabajo?

Cuando los empleados ven a sus superiores que dedican parte de su tiempo en preparar un buen *reconocimiento*, la moral de éstos sube como la espuma. Sencillamente les motiva, les retiene, les fideliza. Se desarrolla una conexión que vincula al empleado con la empresa de forma especial. Ello fortalece la cultura corporativa y permite a los directivos ofrecer más a la organización a través del esfuerzo de su gente.

### Cómo usar un reconocimiento eficaz

El tiempo es oro y admitámoslo, el *reconocimiento* requiere su tiempo y dedicación. Siempre hay cualquier cosa más importante que priorizar el *reconocimiento*. Por mi experiencia, el *reconocimiento* cojea por una serie de diferentes factores. La gente no sabe realmente cómo darlo eficazmente, por lo que tiene malas experiencias cuando lo hace. Extienden el 'café para todos' cuando lo hacen y finalmente las empresas dudan sobre sus efectos. Para ello es necesario inculcar la *cultura del reconocimiento* a través de una buena formación y preparación de los mandos y directivos. La claridad y la consistencia son fundamentales. La gente necesita ver que cada persona que hace la misma contribución recibe un mismo *reconocimiento* por sus esfuerzos, así como es muy importante reconocer el trabajo de todos los que contribuyeron al éxito de un proyecto.

Recomiendo a las empresas que establezcan criterios que definan claramente a la persona adecuada para recibir el *reconocimiento*. Decida qué es lo que realmente desea alcanzar, a través de sus esfuerzos en *reconocimiento* y establezca oportunidades que enfatizen y refuercen sus objetivos. Las estadísticas demuestran que la forma más eficaz de *reconocimiento* tanto formal como informal para organizaciones de tamaño medio, es la que proviene del superior directo al empleado. Tiene sentido desde el punto en que el supervisor es el vínculo tangible entre el empleado y el nivel superior de la empresa.

### ¿Qué ocurre en la cultura hispana?

En un estudio de BearingPoint sobre las '*Políticas de Reconocimiento y Recompensas en España*', se destaca que la mayoría de las empresas del estudio están convencidas de que el *reconocimiento* y la recompensa tienen una influencia decisiva en el desempeño de sus profesionales.

Pero mientras las *políticas de reconocimiento* tanto formales como informales son práctica habitual en empresas norteamericanas y inglesas, son muy pocas las organizaciones españolas que tienen un sistema formal para gestionar este tipo de acciones. En las empresas españolas, aunque no se gestionan, se hacen cosas aisladas en materia de *reconocimiento* y recompensa para propiciar un entorno de trabajo más agradable.

No obstante, las empresas hispanas están descubriendo el verdadero *poder del reconocimiento*. Con mayor frecuencia importan políticas de compensación de otros países, sobre todo de Estados Unidos, y comienzan a implantar *estrategias de reconocimiento* para sus empleados adaptando sus sistemas a nuestra cultura.

**Somos humanos**

Cada día miles de personas se esfuerzan en su trabajo, desean alcanzar el éxito, quieren que su trabajo sea apreciado y sus esfuerzos reconocidos. Se trata de una cuestión de necesidades básicas humanas, de *reconocimiento* y aprecio que todos necesitamos. Si logramos satisfacer de este modo a nuestros empleados, crearemos un entorno vital, agradable, motivador y enérgico para triunfar y destacar en el mercado. Haga del *reconocimiento* una fuerte cultura de empresa y se asegurará un clima laboral positivo y productivo.

Un buen salario y unos buenos beneficios harán que la gente esté satisfecha con su trabajo. Pero al igual que ocurre con los clientes, la satisfacción no significa fidelidad. Sin una clara y definida identificación con los valores y cultura de la empresa, atractivas oportunidades de desarrollo profesional y una eficaz política de *reconocimiento*... no podremos retenerlos.

**Descubra los beneficios de implantar una cultura de *Reconocimiento***

Si se toma en serio y se preocupa por lo que hacen y cómo lo hacen sus empleados, tómese muy en serio el *reconocimiento*, ya que es la mayor herramienta de motivación para ello.

Los directivos en la mayoría de organizaciones probablemente no conocen cómo se sienten realmente sus empleados. Si dedicaran parte de su tiempo a reconocerles su trabajo obtendrían un impacto extraordinario en el desempeño y rendimiento de sus empleados. A través del *reconocimiento* sus empleados reflejarán su marca, visión, valores y estrategia cada día y en cada ocasión, lo vivirán y lo transmitirán a través de su comportamiento.

Nos estamos moviendo en escenarios empresariales cada vez más exigentes, en los que se pide un aumento de la productividad y de la calidad del trabajo. De igual forma, tenemos que aumentar nuestra sensibilidad hacia el entorno personal de nuestros trabajadores. Las organizaciones que no utilicen estratégicamente el *reconocimiento*, renuncian a atraer el talento, desmotivan al que ya tienen, afrontan mayores costes laborales, reducen su productividad y no consiguen establecer un compromiso humano

Revista Digital para Profesionales

# ENTRE AGENTES



Edita: Divulgación Dinámica, S.L.

Produce: Divulgación Dinámica, S.L.

Sierpes, 54, Edificio 1, 3º C

41004-Sevilla

Telfs.: 95 421 65 53 – 95 456 37 19 – 95 456 50 15

información@divulgaciondinamica.es