



**slik** RESEARCH  
CENTER

LATAM & SPAIN

**People  
Experience**

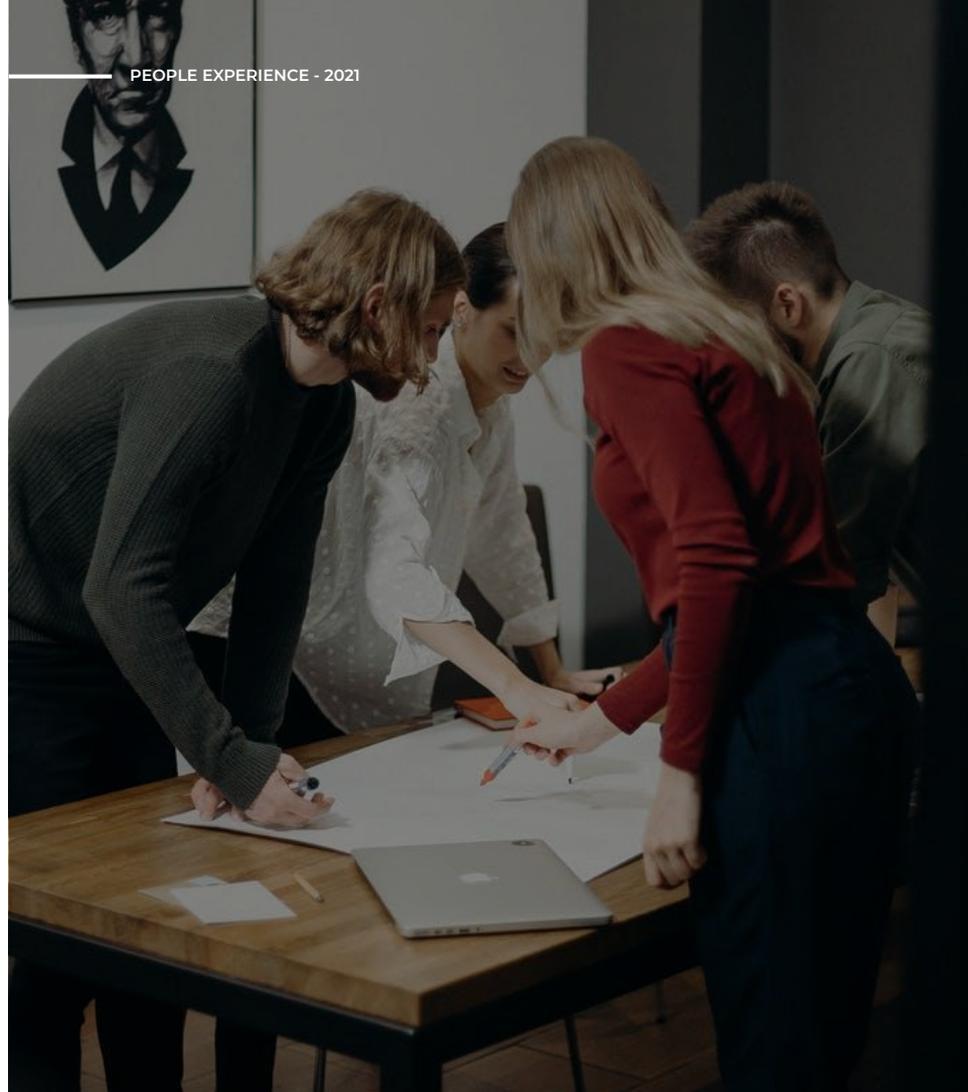
BENCHMARK 2021

# SOBRE SLIK RESEARCH CENTER

El objetivo de Slik Research Center es identificar cuales son las mejores prácticas en cuanto al **diseño, implementación y mejora continua de estrategias de “People Experience”**, para luego ayudar a las organizaciones a que puedan incorporarlas y así desatar el máximo potencial de sus personas y organización.

Nuestra misión es co-crear un mundo en donde todos podamos ser nuestra mejor versión.

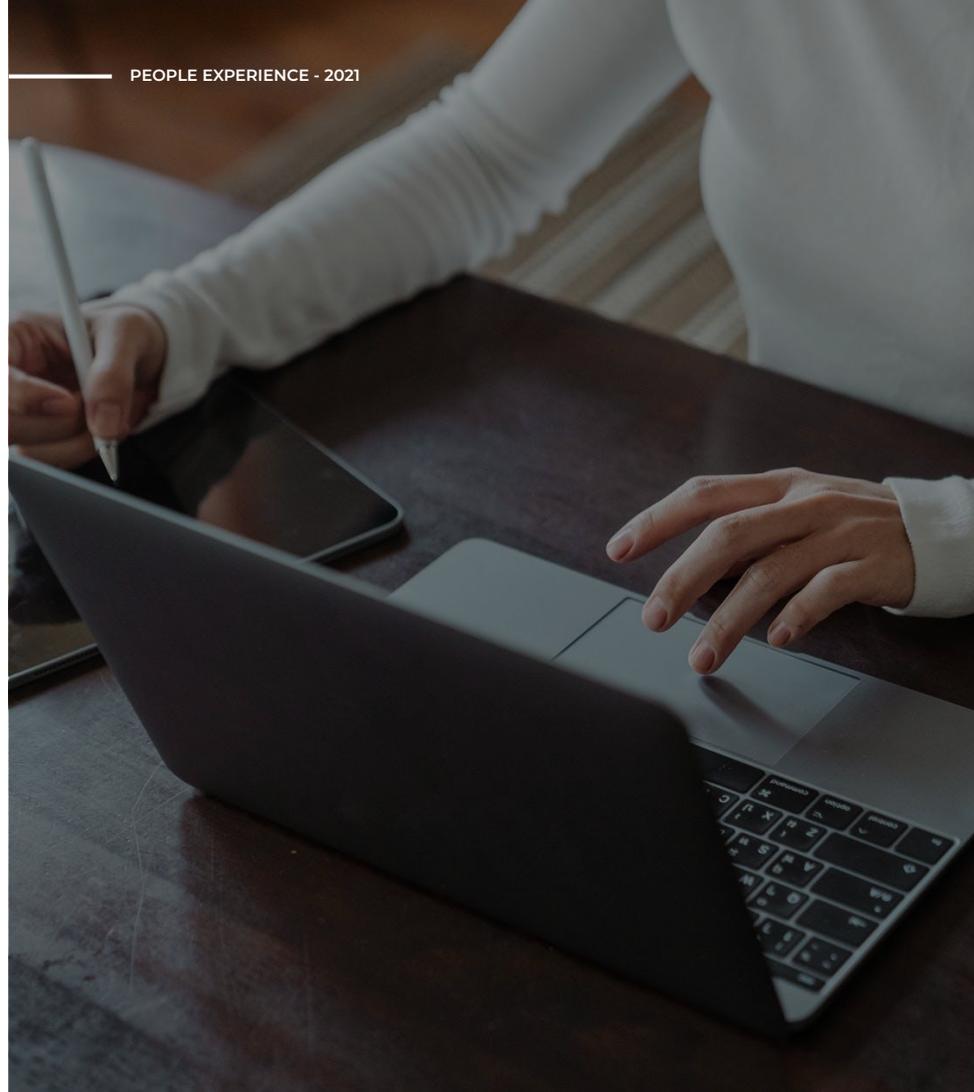
## 01. Shaping the future of job



# INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO

El estudio se realizó entre octubre y noviembre de 2021 en el cual se hicieron 17 preguntas relacionadas a cómo las organizaciones están gestionando su estrategia de diseño, implementación, feedback y mejora continua del **“People Experience”**.

El objetivo de este estudio es mostrar cuáles son las mejores prácticas para ofrecer **“Experiencias Organizacionales Irresistibles”**, que puedas identificar dónde se encuentra hoy tu organización y qué podrías hacer en 2022 para ofrecer Excelentes Experiencias a tus personas.



# CONCEPTOS IMPORTANTES

Antes de comenzar a leer el informe, queremos explicarte algunos términos y conceptos que usaremos a lo largo de esta presentación.

# PEOPLE EXPERIENCE

---

## Por qué utilizamos el término **People Experience vs Employee Experience.**

Las personas somos el corazón de las organizaciones. Por eso, queremos darle un enfoque más **amplio y humano**. No solo somos “empleados”, en nosotros coexisten **diversos roles** a lo largo de nuestra vida. Además, tenemos expectativas, metas y deseos personales y profesionales.

Por ello, desde Slik creemos que debemos generar **experiencias** para las **PERSONAS** de nuestras organizaciones.

# IMPORTANCIA DEL PEOPLE EXPERIENCE

---

¿Por qué el **People Experience** será  
**más importante** que nunca en 2022?

## Esto dicen los últimos estudios



Actualmente con la globalización se han ampliando considerablemente las posibilidades laborales de las personas.

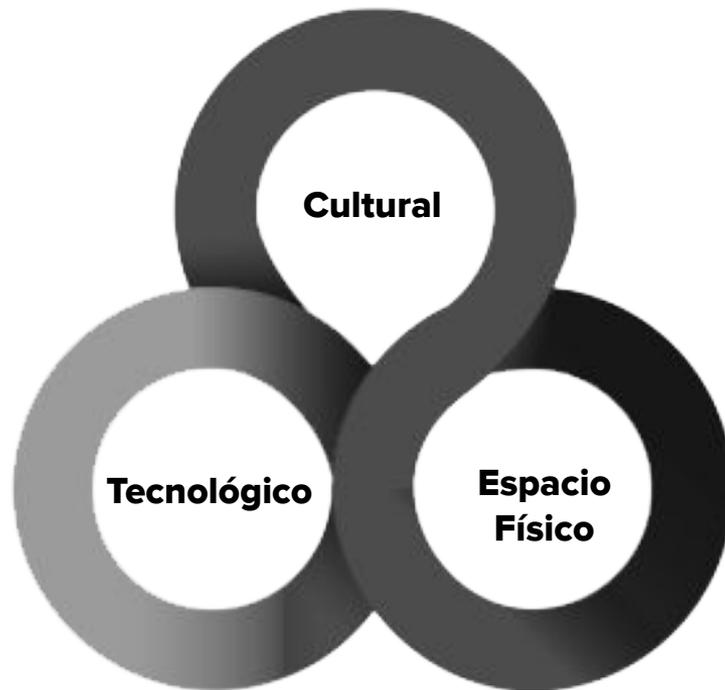
Los últimos estudios indican que el **29% de las personas apuntan a tener su propio emprendimiento** porque las organizaciones no ofrecen la **libertad, flexibilidad y oportunidades de crecimiento** que quieren tener.

Dicho lo anterior aquellas organizaciones que inviertan recursos en crear **“Experiencias Organizacionales irresistibles”**, son las que podrán atraer y retener al mejor talento en los próximos años.

# LOS 3 ENTORNOS

Según **Jacob Morgan** (uno de los principales referentes en “People Experience” y “El Futuro del Trabajo” a nivel global), **existen 3 entornos clave en cuanto a la propuesta de valor** para ofrecer una “Experiencia Organizacional Irresistible” (compuestas por 17 variables) y 9 niveles de madurez del People Experience.

Utilizaremos estos conceptos durante el estudio con el fin de darle un marco teórico a las conclusiones y recomendaciones.



# LAS 17 VARIABLES

Están son las 17 variables de la propuesta de valor que componen los 3 entornos de Jacob Morgan.

Estas 17 variables son las que Jacob Morgan ha identificado como las que ofrecen aquellas organizaciones que se encuentran en los niveles de madurez de “People Experience” más altos.

Sin duda estas variables irán cambiando a lo largo del tiempo. Un buen ejemplo es la “Diversidad e Inclusión” que tomó mucha relevancia en los últimos 2 años.

## ESPACIO FÍSICO

<b>C</b>	Choose to Bring in Friends or Visitors
<b>O</b>	Offers Flexibility
<b>O</b>	Organization's Values Are Reflected
<b>L</b>	Leverages Multiple Workspace Options

## TECNOLOGÍA

<b>A</b>	Availability to Everyone
<b>C</b>	Consumer Grade Technology
<b>E</b>	Employee Needs versus Business Requirements

## CULTURA

<b>C</b>	Company is Viewed Positively
<b>E</b>	Everyone Feels Valued
<b>L</b>	Legitimate Sense of Purpose
<b>E</b>	Employees Feel Like They're Part of a Team
<b>B</b>	Believes in Diversity and inclusion
<b>R</b>	Referrals Come from Employees
<b>A</b>	Ability to Learn New Things and Given Resources to Do So and Advance
<b>T</b>	Treats Employees Fairly
<b>E</b>	Executives and Managers Are Coaches and Mentors
<b>D</b>	Dedicated to Employee Health and Wellness

# LOS 9 NIVELES DE MADUREZ

Las organizaciones se ubican en diferentes **niveles de madurez** según qué variables están ofreciendo en su **propuesta de valor**, y cuán mal, bien o excelente están percibiendo los colaboradores cada una de esas variables.

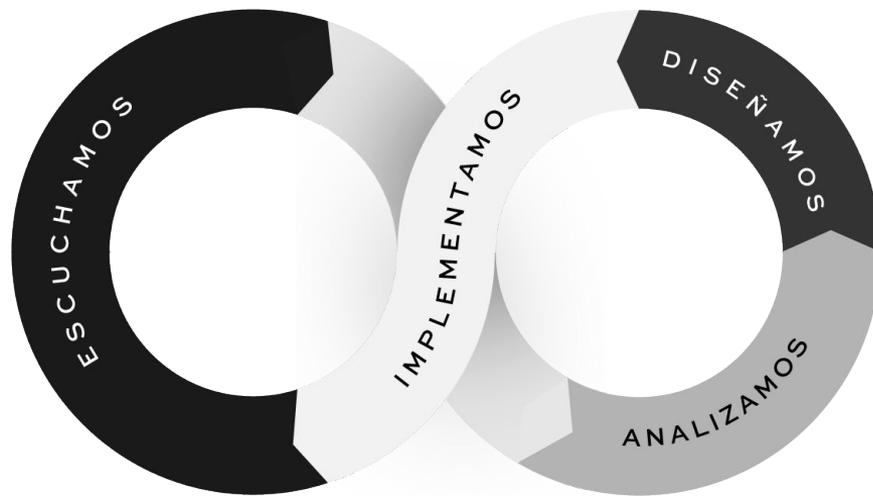
	CULTURA	TECNOLOGÍA	FÍSICO
<b>Experiential</b>	☆	☆	☆
<b>pre Experiential</b>	👍	👍	👍
<b>Engaged</b>	👍	☹️	👍
<b>Empowered</b>	👍	👍	☹️
<b>Enabled</b>	☹️	👍	👍
<b>Culturally Emergent</b>	👍	☹️	☹️
<b>Physically Emergent</b>	☹️	☹️	👍
<b>Technology Emergent</b>	☹️	👍	☹️
<b>inExperienced</b>	☹️	☹️	☹️

☹️ Mal | 👍 Bien | ☆ Excelente

# DESIGN LOOP

El “People Experience” (experiencia del colaborador), no es algo que se diseña e implementa una vez, **sino que es un proceso continuo de diseño, implementación, escucha y análisis.**

Qué los colaboradores logren percibir de manera positiva la “Propuesta de Valor” que queremos ofrecerles lleva tiempo, sumado a que las cosas cambian muy rápido.



COLABORADORES

ORGANIZACIÓN

# RESULTADOS DE LA ENCUESTA

# RESUMEN EJECUTIVO

**97% de las organizaciones** tienen grandes oportunidades de mejora en sus estrategias de “People Experience”.

3%

Solamente el **3% de las organizaciones** están implementando las prácticas necesarias para ofrecer “**Experiencias Organizacionales Irresistibles**”.

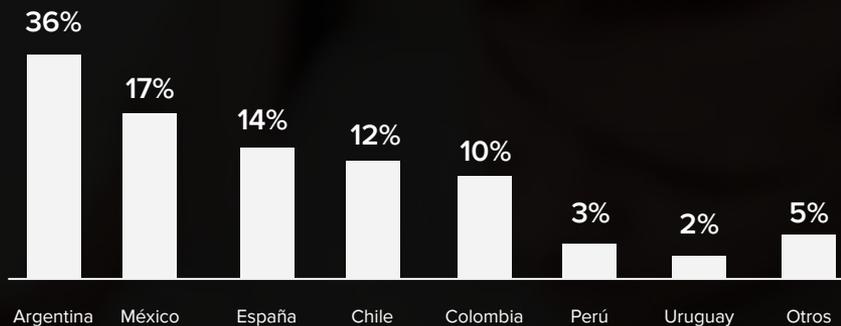
43%

Un **43% de los líderes** indican que en sus organizaciones siguen **sin desarrollar la experiencia** de sus colaboradores.

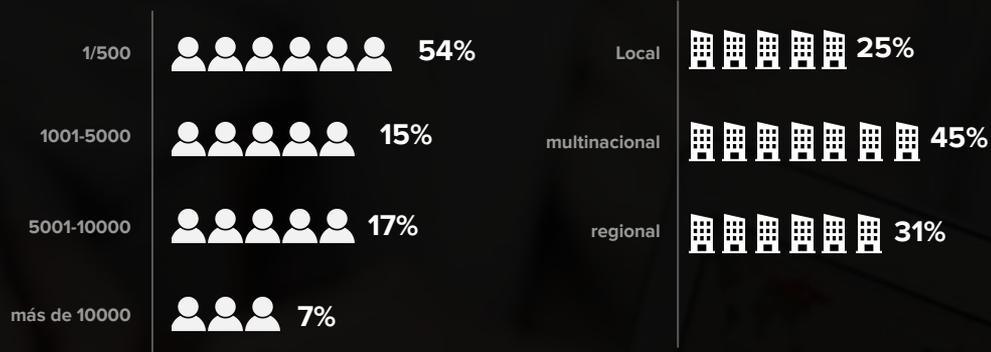
# PARTICIPANTES

En este estudio han participado 206 líderes de distintas organizaciones de Latinoamérica y España.

## ¿En qué país trabajas?



## ¿Cual es el tamaño de tu organización?

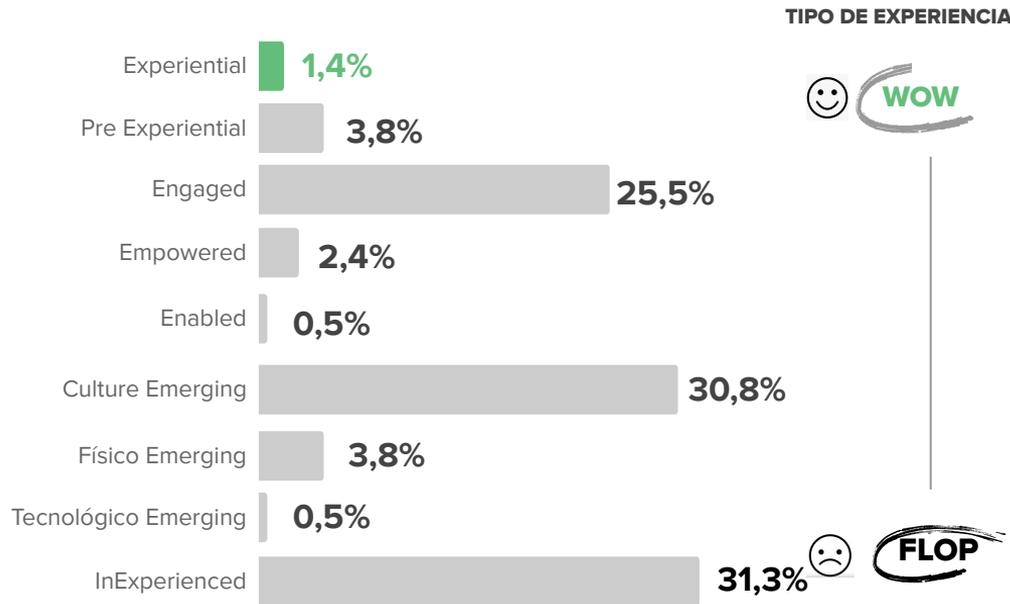


# NIVELES DE MADUREZ DEL PEOPLE EXPERIENCE DE LOS PARTICIPANTES

Menos del 2% de las organizaciones se encuentran en el nivel de madurez más alto y el 31,3% en el nivel más bajo.

Estos son los resultados estimados del % de organizaciones que participaron, en cada nivel de madurez.

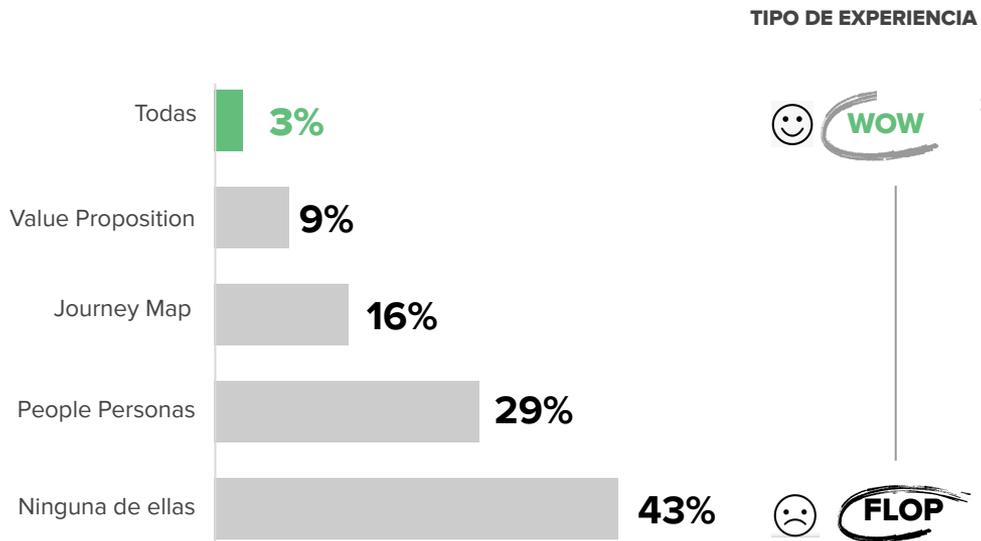
## Niveles de Madurez



# 3 PRÁCTICAS FUNDAMENTALES DE PEOPLE EXPERIENCE

Solamente el **3%** de las organizaciones están implementando **las prácticas necesarias** para crear “Experiencias Organizacionales WOW”.

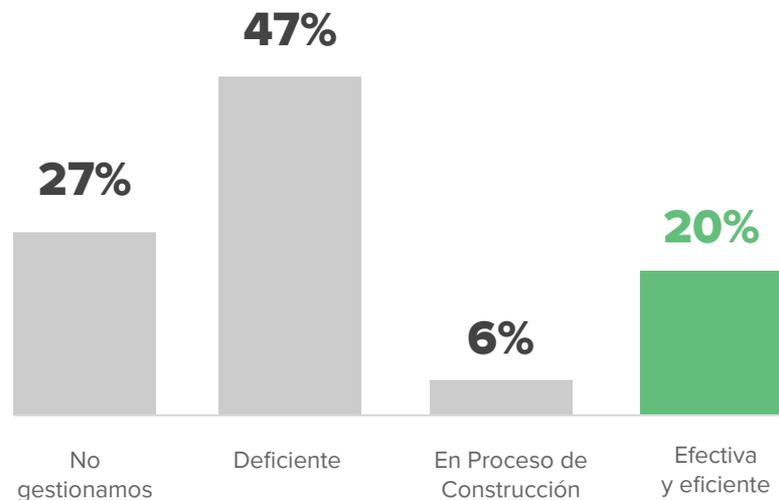
¿Qué prácticas de “People Experience” tienen desarrolladas formalmente en tu organización?



# CALIDAD DE LA GESTIÓN DE PEOPLE EXPERIENCE

**20% de las organizaciones** considera que la gestión de “People Experience” en su organización es Efectiva y Eficiente.

¿Cómo consideras que es la gestión de “People Experience” en tu organización?

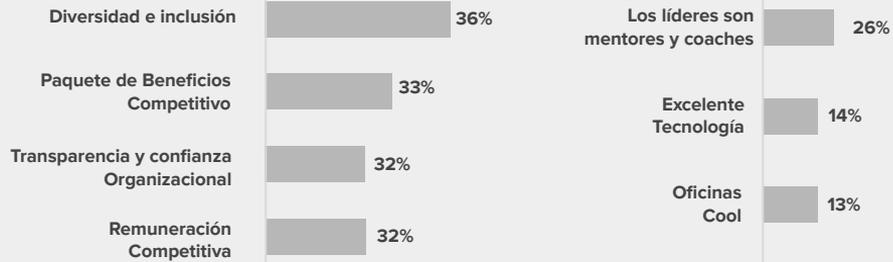
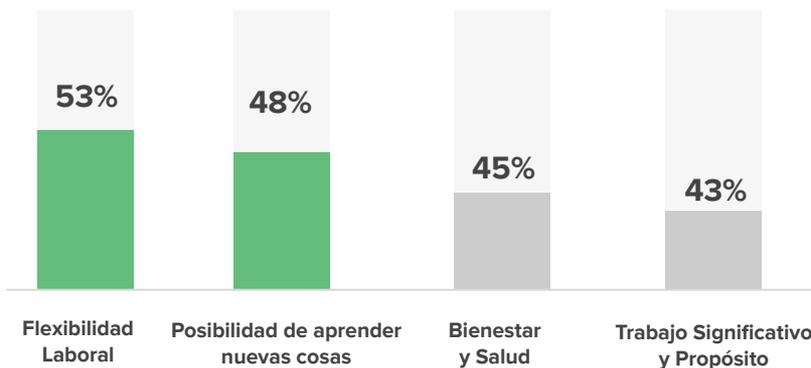


# PILARES DEL “VALUE PROPOSITION”

Según los líderes las 4 principales pilares de su propuestas de valor son:

- Flexibilidad laboral.
- Posibilidad de Aprender nuevas cosas
- Bienestar y Salud.
- Trabajo significativo y con Propósito.

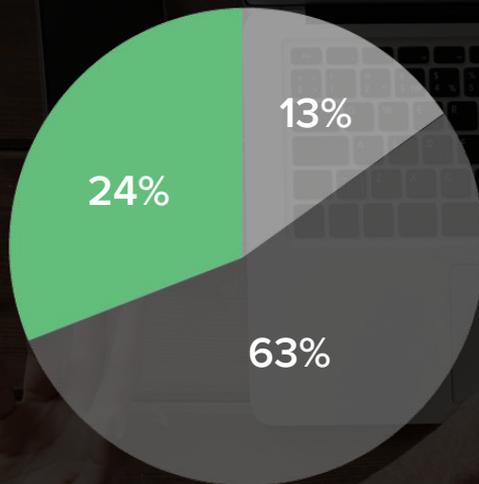
¿Cuáles son los principales pilares del "People Value Proposition" de tu organización?



# EQUIPO DE PEOPLE ANALYTICS

Solo 1 de cada 4 líderes dicen que en sus organizaciones tiene un Equipo People Analytics

¿Cuentan con un equipo de People Analytics?

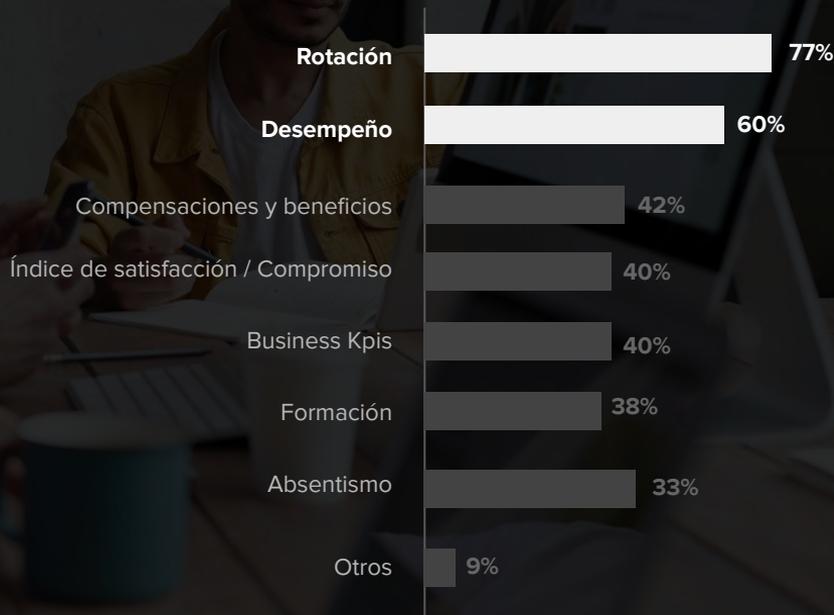


- Si tiene un equipo de P.A.
- Está en proceso de armado
- No tiene un equipo de P.A.

# INDICADORES DE PEOPLE ANALYTICS

La mayoría de los **líderes** que realizan **analytics** usan indicadores principalmente de **Rotación y Desempeño**

¿Qué indicadores utilizan en  
People Analytics?



# INDICADORES ENGAGEMENT

El **53%** de los líderes indican que relacionan el "Engagement" con sus encuestas de clima.

Selecciona con qué indicadores relacionan el "Engagement" en tu organización



# SUPERARON LAS EXPECTATIVAS DE ENGAGEMENT

¿Qué tienen en común quienes lograron alcanzar o superar sus expectativas de engagement”?

## ETAPAS DEL PEOPLE JOURNEY

Las principales etapas del “**People Journey**” (viaje del empleado) son, proceso de **selección, ingreso, inducción, carrera, crecimiento y salida.**

Tradicionalmente las organizaciones han medido el clima laboral y no la **experiencia de las personas** en cada una de las etapas dentro de la compañía.

Hay una correlación entre cada una de las etapas y por eso es de vital importancia **medir todas e identificar oportunidades** de mejora para no afectar las etapas de desarrollo y carrera que impactan en la retención y desempeño.

### ¿Estas midiendo las distintas etapas del people journey map?

# 69%

Miden alguna o todas las etapas del “**People Journey Map**”



## PEOPLE JOURNEY MAP

# DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

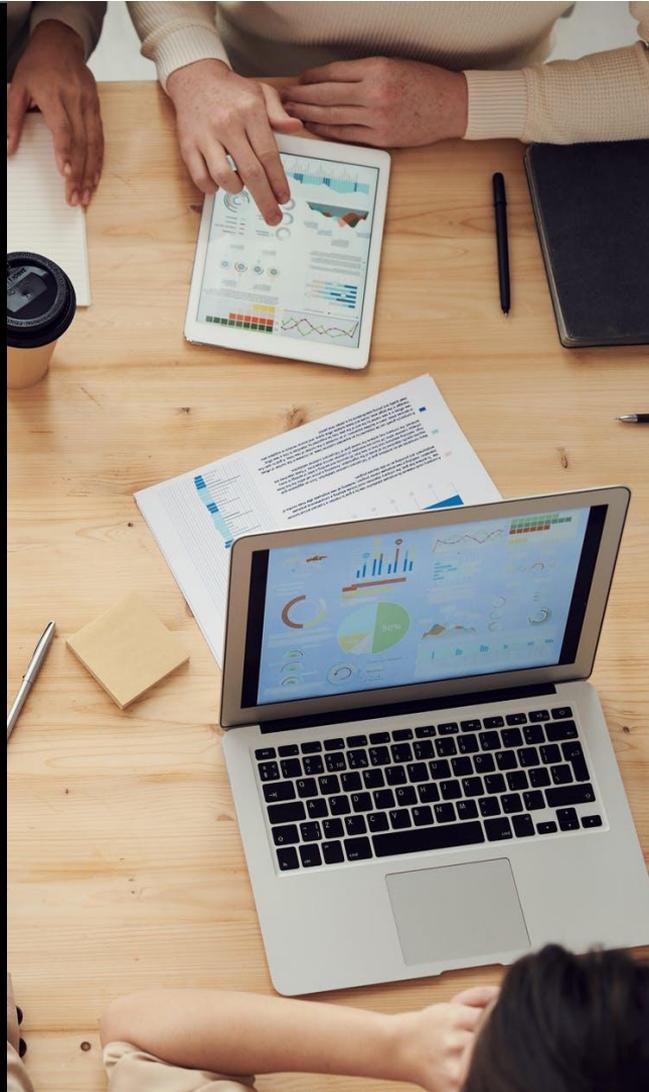


¿Estas compartiendo los  
resultados de las  
encuestas con los líderes ?

# 79%

Comparten los **resultados**  
en **tiempo real** con los  
líderes,

# PLATAFORMAS ESPECIALIZADAS EN MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE PEOPLE EXPERIENCE



**¿Utilizas una plataforma especializada en medición, reportes y toma de acción de People Experience?**

**77%**

**Utilizan plataformas especializadas para medir, analizar y gestionar el “People Experience”**

# RECOMENDACIONES DE MEJORES PRÁCTICAS

---

A continuación podrás encontrar nuestras recomendaciones para que puedas diseñar y ofrecer una “**Experiencia Organizacional Irresistible**” a tus colaboradores y así desatar su máximo potencial y el de tu organización.

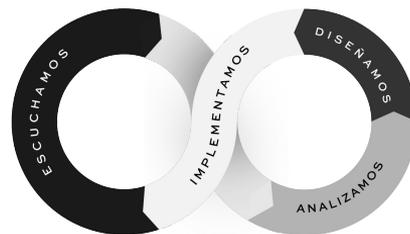
# 1

## CREA UNA EXPERIENCIA ORGANIZACIONAL IRRESISTIBLE

“ Teniendo en cuenta los **distintos niveles de madurez** del **“People Experience”** de una organización, pasar de un nivel al siguiente puede llevar 1 año o más, por lo cual llegar al nivel más alto, puede llevar de **algunos años”**.

Dicho lo anterior, **ofrecer una “Experiencia Irresistible”, no es una tarea sencilla** y necesita de una planificación, ejecución y mejora continua. La buena noticia es que existen muchos expertos que te pueden ayudar a lograrlo ; )

### MODELO DE MEJORA CONTINUA



COLABORADORES

ORGANIZACIÓN

# 2

## CREA LAS BASES FUNDAMENTALES PARA OFRECER UNA EXCELENTE EXPERIENCIA

PP

**Crea tus “People Personas”.** Entre 3 y 6 grupos que compartan intereses y características similares, para poder personalizar la experiencia de tus colaboradores ya que no todos los grupos tienen las mismas expectativas. Puedes conocer más sobre cómo crearlos en [este artículo](#).

PJM

**Crea un “People Journey Map”** con los diferentes “Touchpoints” y “Moments that Matter”, es decir cuáles son las etapas por las que van a pasar los colaboradores desde que ingresan a la compañía, hasta que salen y cuáles son los momentos que más valoran. Puedes conocer más sobre cómo crearlos en [este artículo](#).

PVP

**Define el “People Value Proposition”** para cada “Persona”. Puedes conocer más sobre cómo crearlos en [este artículo](#).

Si necesitas asesoramiento  
puedes escribirnos a

[consulting@slikpro.com](mailto:consulting@slikpro.com)

# 3

## UTILIZA UNA HERRAMIENTA ESPECÍFICA DE MEDICIÓN Y ANALYTICS

- Luego de definir las bases de tu estrategia de Employee Experience (propuesta de valor, journey map y arquetipos), el siguiente paso es definir tu **estrategia de “People Voice”** (voz del empleado).
- La estrategia de voz del empleado consiste en definir qué etapas del People Journey vas a medir y qué vas a preguntar en cada una de ellas para identificar qué debes mejorar en cada una de las etapas. Ten en cuenta que las etapas de selección, ingreso e inducción tienen un gran impacto en el engagement y performance y es por eso que es clave medirlas y analizarlas para identificar su correlación.
- Una herramienta específica de “People Experience”, además de ahorrarte mucho tiempo operativo, te va a permitir darle visibilidad a todo el equipo de HR y a los líderes, de cuales son los momentos que importan qué debes mejorar y cómo están impactando las acciones tomadas en la mejora de esos indicadores a lo largo del tiempo. Si lo haces en excel (lo cual sin duda es más económico), tardaras en tener los resultados, será difícil darle visibilidad a todos y ver la trazabilidad.

# 4

## ESTUDIA, ACTUALIZATE Y ASESORATE

- **Josh Bersin, Jacob Morgan y Ben Whittier**, son las principales autoridades a nivel global en **People Experience y Analytics**. Te recomendamos seguirlos en las redes sociales y leer sus libros e informes.
- También y muy recomendable, existen excelentes **cursos online** postgrados universitarios que puedes hacer.
- También existen consultoras como “Slik People Consulting” que pueden ayudarte a diseñar, implementar y gestionar tu estrategia.

## Lecturas recomendadas:

- **The Employee Experience Advantage** - Jacob Morgan
- **Employee Experience** - Ben Whitter
- **Great Mondays** - Josh Levine

*Los puedes conseguir en Amazon o Audible.*

# ¿CÓMO PODEMOS AYUDARTE DESDE **slik**?

En Slik nos especializamos en ayudar a las organizaciones a diseñar, implementar y mejorar de forma continua el “People Experience”, con el fin de entregar “Experiencias Organizacionales Irresistibles” a sus personas.

Esto permitirá mejorar la marca empleadora para atraer al mejor talento que hace fit con la cultura de la organización y a que tengan una excelente experiencia para que puedan desatar su máximo potencial. Por último, esto tendrá un impacto significativo en el éxito de la organización.

## ¿Cómo lo hacemos?

- ★ Equipo de “People Experience Consulting”
- ★ Equipo de “Employee Experience Specialists”
- ★ Equipo de “People Analytics”
- ★ Por medio de nuestra Tecnología

**Escribenos a [consulting@slikpro.com](mailto:consulting@slikpro.com)**



**Shaping the Future of Work**

**Esperamos que este  
informe te haya sido de  
gran utilidad.**

Cualquier consulta puedes  
escribirnos a  
[consulting@slikpro.com](mailto:consulting@slikpro.com)