



World's Best Workplaces™ 2020

A la altura de desafíos históricos

El 2020 es un año con grandes desafíos históricos.

Apareció un nuevo virus, el COVID-19. El cierre de los mercados, con el objetivo de "aplanar la curva", desencadenó una gran recesión de una magnitud similar a la Gran Depresión. Y, en medio de estos desafíos, el asesinato de George Floyd que provocó un estallido en contra del racismo que comenzó en los Estados Unidos e impulsó protestas solidarias en todo el mundo.

Este año, estos hechos afectaron a casi todas las partes del mundo. Los dos virus del COVID-19 y el racismo se combinaron para generar gran incertidumbre, caos y dolor tanto en los países como en las organizaciones.

Pero 2020 también es una historia de respuestas profundamente humanas por parte de los World's Best Workplaces™ (Los Mejores Lugares para Trabajar del Mundo).

Este informe cuenta la prometedora historia de los World's Best Workplaces en un año sin precedentes. Estas compañías convirtieron esta situación en una oportunidad para mejorar, para ser creativos en la forma en que cuidan a las personas, para profundizar su compromiso con la comunidad y para conectarse con gran valentía a través de nuevas formas.

En conjunto, los World's Best Workplaces aceleraron el movimiento hacia un futuro mejor, en el que todas las organizaciones se transforman en excelentes lugares para trabajar para todos. Su historia de este año, en última instancia, es de esperanza.

La ciencia detrás de la selección de los World's Best Workplaces™

La lista de los World's Best Workplaces™ 2020 es el producto de las encuestas de Great Place to Work® que representan a 10.2 millones de colaboradores que trabajan en más de 10.000 organizaciones en todo el mundo.

Desde 2019 hasta mediados del 2020, los colaboradores respondieron más de 60 preguntas a través de nuestra encuesta Trust Index®. En base a ese conjunto de datos, Great Place to Work reconoció también a Los Mejores Lugares para Trabajar en los Estados Unidos y Canadá, América Latina, Europa, África, Asia y Oceanía.

A partir de toda esa información, el equipo de Great Place to Work identificó a los World's Best Workplaces 2020. Las 25 organizaciones que conforman esta lista se destacan por crear grandes culturas a nivel mundial y emplean aproximadamente a 2.1 millones de personas en todo el mundo en industrias que van desde la manufactura hasta la tecnología y el transporte.

- Encuestamos al mundo

- 10.2 millones de empleados representados
- 3.3 millones de personas que respondieron
- 10.000 Empresas
- 97 Países
- 92 Idiomas





1

2



3

- | | | | | |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|----------------|
| 1. Cisco | 6. Mars, Incorporated | 11. Intuit, Inc. | 16. Daimler Mobility AG | 21. Roche |
| 2. DHL Express | 7. The Adecco Group | 12. SAP SE | 17. Dell Technologies | 22. Deloitte |
| 3. Hilton | 8. Mercado Libre | 13. Adobe | 18. Cadence | 23. Santander |
| 4. Salesforce | 9. SAS Institute | 14. Admiral Group plc | 19. Marriott International, Inc | 24. Natura |
| 5. Stryker Corporation | 10. EY | 15. AbbVie | 20. Volvo Group | 25. Scotiabank |

Los Mejores de
este año terminaron
la década con una
nota alta

Los World's Best Workplaces™ 2020
mantuvieron niveles notables de confianza,
orgullo y camaradería, igualando el puntaje
más alto de la última década.

World's Best Workplaces™
Promedio de todas las sentencias del Trust Index©



Ser mejor para las personas es mejor para los negocios, especialmente en tiempos difíciles.

La última vez que nuestra economía mundial se sacudió con tanta fuerza fue durante la Gran Recesión. Esa recesión resultó en una pérdida de más de \$2 billones de dólares en el crecimiento económico mundial.

¿Qué podemos aprender de la Gran Recesión para sortear las incertidumbres actuales? Great Place to Work estudió su base de datos de 2007 a 2009 para ver qué experiencias de los empleados podían predecir sobre el éxito de una empresa durante las recesiones económicas.

Nuestra investigación reveló un hallazgo esperanzador: las organizaciones con una estrategia centrada en las personas, para toda su gente, se recuperaron rápidamente durante la última recesión.

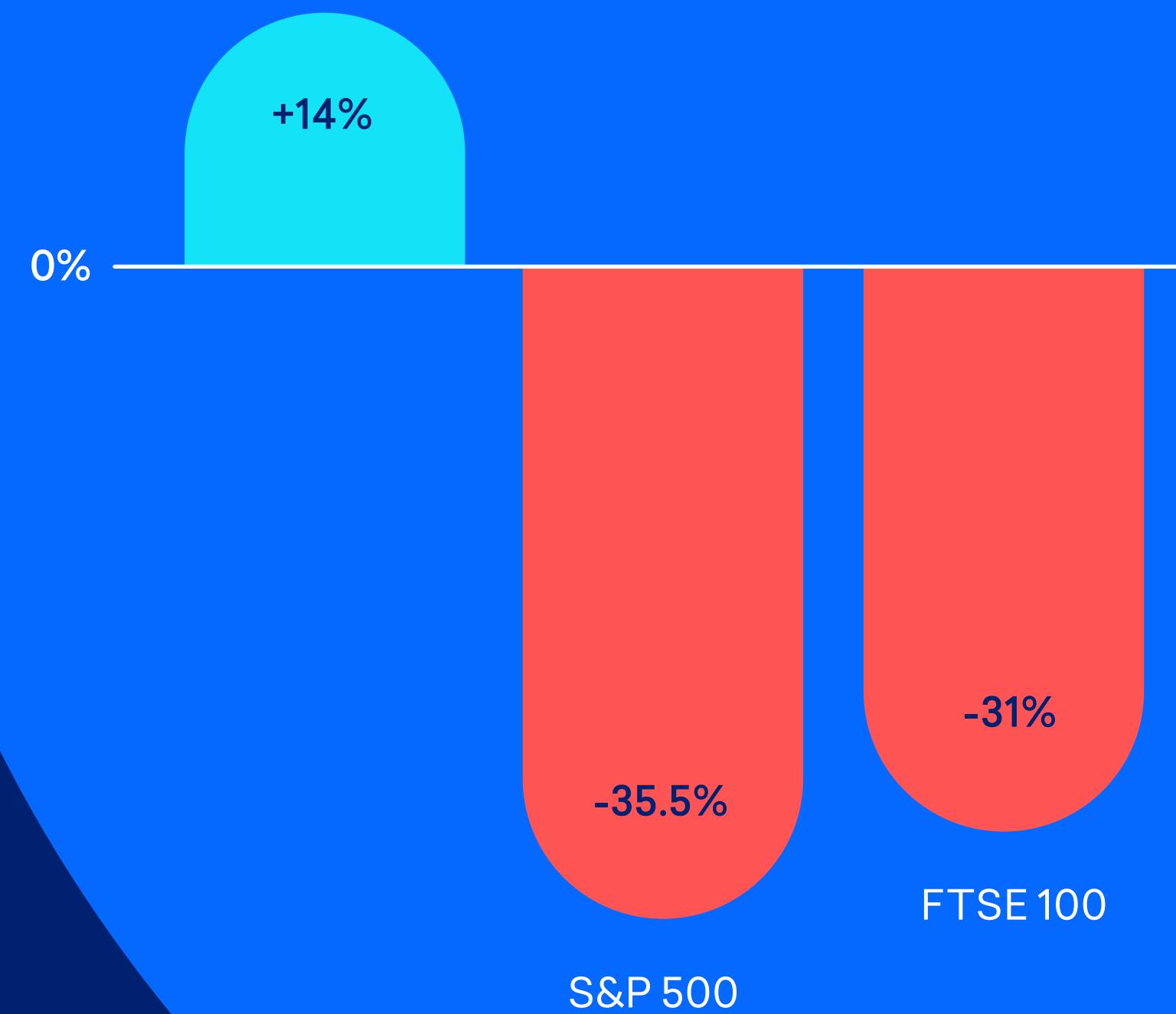
Las empresas con experiencias consistentemente positivas para todos sus empleados, incluidas personas de grupos históricamente marginados, registraron una ganancia del 14,4% durante 2007-2009, el mismo período en el que el S&P 500 perdió un 35,5% y el FTSE 100 un 31%.

En resumen, las empresas más humanas demostraron ser más resistentes y, en última instancia, más rentables.

Y estamos viendo el comienzo de esa historia nuevamente.

Retornos de 2007 a 2009

Empresas con experiencias consistentemente positivas para todos sus empleados

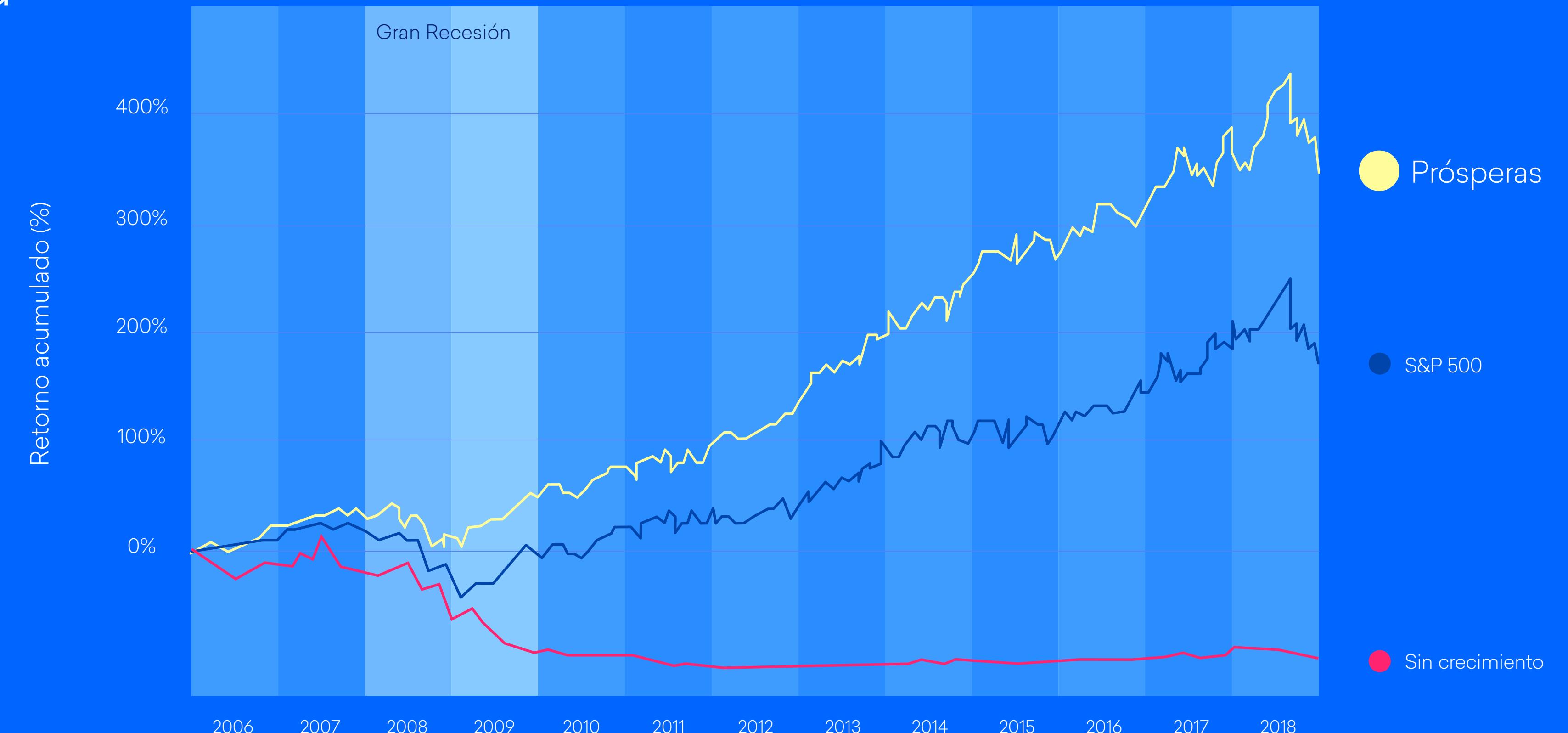


Retorno de la bolsa de valores

Las empresas con lugares de trabajo consistentemente inclusivos prosperaron antes, durante y después de la Gran Recesión, obteniendo un rendimiento anualizado cuatro veces mayor.

"Prósperas" describe las empresas que cotizan en bolsa en el conjunto de datos de Great Place to Work que lograron retornos del 14% o más entre 2007-2009.

Retorno de la bolsa de valores 2006-2018



Tres historias de respuestas humanas y esperanzadoras

Cada una se centra en uno de los World's Best Workplaces.



Hilton: creatividad en el cuidado.

La industria hotelera fue devastada por COVID-19. Pero incluso en los casos en que tuvo que despedir o suspender colaboradores, los líderes de Hilton idearon formas novedosas de apoyar a los empleados y ayudarlos a conseguir trabajos en otros lugares.

También fueron creativos sobre el uso de habitaciones de hotel vacías para albergar a los profesionales de la salud en el frente de la pandemia. Durante la crisis, Hilton innovó para estar a la altura de su misión de ser la empresa más hospitalaria del mundo.



DHL: comprometidos con la comunidad.

Cuando se produjo la pandemia y el comercio prácticamente se detuvo, DHL Express siguió cumpliendo sus promesas a los empleados, los clientes y la sociedad global.

Al salvaguardar el bienestar físico y emocional de su gente y utilizar la crisis de salud como una razón para redoblar su misión de mejorar vidas, la organización más global del mundo profundizó su compromiso con la comunidad.



Cisco: el valor de conectarse.

A medida que millones de trabajadores en todo el mundo se volvieron remotos, la demanda de la tecnología de colaboración de Cisco se triplicó. Pero la empresa mostró su determinación.

Los empleados trabajaron las veinticuatro horas del día para proporcionar esas conexiones críticas para los equipos, y los líderes de Cisco se animaron a confiar en los clientes con nuevas líneas de crédito. La valentía continuó mientras los líderes de Cisco enfrentaron la crisis racial, creando valientemente un espacio para conversaciones difíciles pero necesarias de apoyo.



Creatividad en el cuidado

COVID-19 fue un invitado no deseado en la industria hotelera.

A medida que el virus se extendió por todo el mundo, los hoteles vieron cómo el negocio se agotaba prácticamente de la noche a la mañana. En Estados Unidos, por ejemplo, las tasas de ocupación de habitaciones se desplomaron, los ingresos cayeron estrepitosamente y las empresas hoteleras y de ocio despidieron a aproximadamente la mitad de sus trabajadores.

El gigante hotelero Hilton, con 6.200 propiedades en todo el mundo, no fue inmune. La pregunta era, ¿cómo respondería la empresa? ¿Cómo preservaría su cultura y valores de lugar de trabajo igualitarios y de alta confianza, incluida la hospitalidad, la integridad y el trabajo en equipo?

Lo haría con cuidado y creatividad.

Descripción general de Hilton



24 países reconocidos en una lista de Los Mejores Lugares para Trabajar

173.500 colaboradores en todo el mundo



Una decisión difícil

El CEO de Hilton, Chris Nassetta, describió el efecto de la crisis de COVID-19 en términos épicos a principios de este año. “Nunca en los 101 años de historia de Hilton, nuestra industria se ha enfrentado a una crisis global que prácticamente paraliza los viajes”, dijo.

Chris dijo esas palabras en junio en medio de una difícil decisión que tomaron él y otros líderes de la empresa. La compañía dijo que estaba recortando 2.100 puestos de trabajo corporativos en todo el mundo, alrededor del 22 por ciento de su fuerza laboral corporativa total, además de extender los permisos previamente anunciados, reducir las horas de trabajo y disminuir los salarios corporativos.

Hilton no fue el único que tomó tales acciones. Aún así, Chris dijo que la decisión fue dolorosa.



“La hospitalidad siempre será un negocio de personas que sirven a las personas, por lo que estoy devastado porque, para proteger nuestro negocio, nos hemos visto obligados a tomar medidas que impactan directamente a los miembros de nuestro equipo.”

Chris Nassetta, CEO de Hilton



Cuidar en tiempos difíciles

No es raro que los líderes empresariales que anuncian recortes de puestos de trabajo hagan comentarios altruistas sobre el cuidado de los empleados. Otra cosa es respaldar esas palabras con acciones. Pero eso es lo que Hilton ha hecho por su gente.

Para apoyar a los miembros del equipo licenciados en todo el mundo, Hilton creó una asociación con empresas líderes con vacantes de trabajo.

La iniciativa mundial conecta a los empleados de Hilton desplazados de hoteles y oficinas corporativas con más de un millón de empleos a corto plazo creados por la pandemia.

A mediados de septiembre, Hilton había colocado a miles de miembros del equipo en puestos temporales en todo el mundo. Algunas de las empresas asociadas incluyen Albertsons, Amazon, CVS, Lidl, Wegmans y Walgreens.

Resource Center para empleados de Hilton

The screenshot shows a web browser window with the URL teammembers.hilton.com in the address bar. The main content area features a dark blue header with the text "HILTON WORKFORCE RESOURCE CENTER" in white. Below this, a smaller "Hilton" logo is visible. To the right, a section titled "RESOURCES FOR DISPLACED TEAM MEMBERS" is displayed in large, bold, blue capital letters. The text below it reads: "These are unprecedented times and we are all in this together. That's why Hilton is partnering with leading companies to connect our talented Team Members to short term jobs and full-time opportunities. Check out the latest list of opportunities." Below this text are three buttons with icons and labels: "US Team Members", "UK Team Members", and "APAC Team Members".



El cuidado continúa

Además del programa de reinserción laboral, Hilton demostró interés por los empleados despedidos de otras formas novedosas. Aquí están algunos ejemplos:

- Activó su Asistencia para Colaboradores para distribuir ayuda en efectivo a los miembros del equipo de Hilton que sufrieron un impacto directo, o tienen un familiar afectado por COVID-19.
- Continuó brindando cobertura médica a los empleados en licencia durante la pandemia.
- A través de su Alumni Talent Network, los ex empleados de Hilton tuvieron acceso a oportunidades permanentes de tiempo completo en más de 60 organizaciones asociadas.
- Su CEO, Chris Nassetta, dejó de percibir su salario a finales de marzo.
- Su comité ejecutivo aceptó un recorte salarial del 50 por ciento, a continuar mientras dure la crisis.
- Proporcionó servicios personalizados de recolocación para varios ex empleados.
- Lo más importante es que los ex empleados de Hilton recibirán la primera notificación de nuevos trabajos de Hilton y un proceso de reclutamiento acelerado cuando Hilton pueda reconstruir su fuerza laboral.

“Gracias por su ayuda para asegurar este puesto mientras estaba de licencia. Pasé las últimas 18 semanas atendiendo las compras online en una tienda Safeway, ganando alrededor de \$10.000, una suma muy buena para ganar durante mi licencia con Hilton. Disfruté mucho ser parte del equipo de Safeway al que anteriormente solo conocía como cliente. Vuelvo a Hilton ahora, pero espero ver a todos mis nuevos amigos cuando vuelva a comprar en la tienda de mi vecindario”.

John, un colaborador de Hilton de McLean, Virginia, Estados Unidos

Extender el cuidado a la comunidad

Hilton no solo ideó formas innovadoras de apoyar a los empleados desplazados, sino que también improvisó en la forma en que contribuyen a la comunidad en general, convirtiendo las habitaciones desocupadas en un recurso vital en medio de COVID-19.

En abril, Hilton anunció una asociación con American Express para donar hasta 1 millón de noches de habitación de hotel a profesionales de la salud de primera línea que lideran la lucha contra el COVID-19.

En mayo, Hilton extendió este importante trabajo mediante una contribución de American Express de \$1 millón de dólares a World Central Kitchen para brindar comidas frescas y saludables a los héroes de la salud que se hospedan en las propiedades participantes.



“¡Muchas gracias a @hiltonhotels por ofrecer habitaciones de hotel gratuitas a los trabajadores de la salud durante esta pandemia! Mi esposo ha tenido una cirugía a corazón abierto y sufre de hipertensión y diabetes. Soy un RN de la UCI; desde que esto comenzó, algunos fines de semana he trabajado en nuestra unidad de cuidados intensivos Covid, algunos he sido la enfermera del equipo de respuesta a emergencias. Saber que hay un lugar al que puedo ir para descansar bien, ducharme y ponerme ropa limpia antes de irme a casa, con la esperanza de reducir el riesgo de llevar algo a casa, a mi familia, ha marcado una gran diferencia para mi tranquilidad”.

@meghanpawlowski



El camino de regreso

Durante un año devastador para la industria hotelera, Hilton sintió el dolor junto con sus pares. A lo largo de este tiempo, sin embargo, trabajaron duro para mantenerse fieles a su misión y valores.

En particular, la empresa ha demostrado creatividad en el cuidado de sus empleados y de la comunidad en general.

Es probable que esa atención y la cultura inclusiva y de alta confianza de Hilton ayuden a esta marca icónica a recuperarse a medida que la pandemia disminuya.

Chris Nassetta, por su parte, confía en que la cultura de Hilton le permitirá recuperarse de estos tiempos difíciles.

“El espíritu de nuestra empresa siempre se ha basado en una cultura que apoya a los miembros de nuestro equipo y brinda hospitalidad a nuestros huéspedes. Mantendremos vivo ese espíritu, y cuando el mundo comience a viajar nuevamente, estaremos listos para darles la bienvenida”.





Creatividad en el cuidado

Cuando los empleados se sienten genuinamente cuidados y saben que la empresa se está ocupando de su seguridad financiera, su lealtad y compromiso se fortalecen y ayudan a la compañía a recuperarse más rápido después de su caída.

Como atestiguan los empleados de Hilton, su empresa nunca vacila en cuidarlos. Y están listos para ayudarla a recuperarse.

Porcentaje de empleados que perciben “Creatividad en el cuidado”

88%
Hilton 2020

84%
2020 World's Best Workplaces

63%
Otros empleadores globales



Estos datos se basan en los resultados de las encuestas a las empresas sobre las percepciones de los empleados relacionadas al cuidado en el lugar de trabajo y a que los líderes están comprometidos a utilizar los despidos solo como último recurso.



Comprometidos con la comunidad

Puede que no haya ninguna empresa más global que DHL Express.

El negocio de entrega de paquetes y logística opera en más de 220 países y territorios. Sin embargo, el alcance mundial de DHL significó que la pandemia mundial de COVID-19 planteó enormes desafíos para la empresa.

¿Qué significaría la crisis para los 104.000 empleados de DHL?

¿A sus medios de subsistencia y a sus vidas, dados los riesgos para la salud y la naturaleza física e internacional del trabajo? ¿Cómo continuaría DHL sirviendo a los clientes mientras los países cierran sus economías para frenar la propagación del nuevo coronavirus?

¿Podría DHL continuar cumpliendo con su misión de “Excelencia. Simplemente entregado”?

En pocas palabras, sí, podría. Y pudo.

La empresa es un testimonio vivo de la noción de que un problema global requiere una solución global coordinada, basada en la confianza mutua y el compromiso incansable.

Descripción general de DHL Express



39 países reconocidos en una lista de Los Mejores Lugares para Trabajar

104.000 colaboradores en todo el mundo



Comprometidos con la seguridad de los colaboradores

Considere cómo DHL respondió a su gente.

La seguridad de los empleados es la máxima prioridad para los líderes. Frank Appel, CEO de Deutsche Post, empresa matriz de DHL Express, conformó un grupo de trabajo COVID-19 desde el principio. Este grupo se reunió diariamente, en parte para garantizar que la organización, en todos los países, siga los protocolos de seguridad de las autoridades sanitarias locales e internacionales. Se establecieron grupos de trabajo similares en DHL a nivel mundial y regional, con reuniones diarias.

Los protocolos de seguridad protegieron a decenas de miles de empleados de DHL en el campo, incluidos los mensajeros en primera línea que entregaban paquetes a los clientes. DHL también tomó medidas para proteger a sus 30.000 empleados en oficinas. Todos pasaron al trabajo virtual. DHL preparó rápidamente equipos de TI móviles para muchos para asegurarse de que todos tuvieran una configuración adecuada en el hogar.



“

“Las personas importan y esto fue claramente evidente en el manejo de una pandemia. La seguridad de los empleados era primordial y los empleados tenían la libertad de trabajar desde casa y administrar / garantizar su propia seguridad y la de sus familias ”.

Empleado de DHL en Malasia



Comprometidos más allá de la seguridad física

Los líderes de DHL también trabajaron para ayudar a los empleados con su bienestar mental y sentido de seguridad financiera. Con personas de todo el mundo temerosas de perder empleos e ingresos en medio de los cierres económicos, DHL prometió no despedir a ningún empleado y seguir pagando el 100% de los salarios.

Las promesas tenían peso. Al entrar en la pandemia, el 88% de los empleados de DHL confiaban en la dirección para cumplir sus promesas.

DHL fue más allá para tranquilizar a los empleados durante la pandemia. Por ejemplo, la empresa envió mensajes de motivación a los empleados a través de sus dispositivos de escaneo de paquetes.

También ofreció clases virtuales de yoga y facilitó sesiones de meditación.

Y DHL reconoció la carga emocional de los empleados con responsabilidades de cuidado que trabajan desde casa. La compañía dejó en claro que los deberes familiares son lo primero. Una de sus comunicaciones decía: "¿Estás preocupada/o por tener que hacer malabares entre el trabajo y la familia mientras trabajás desde casa? **No lo estés**".



NUESTRA GENTE. NUESTRA FAMILIA.

¿Estás preocupada/o por tener que hacer malabares entre el trabajo y la familia mientras trabajás desde casa? **No lo estés**.

Sabemos que es desafiante, pero recordá, **estamos todos juntos en esto**.



Durante una reunión virtual, no te preocupes por los ruidos de fondo que generen los niños. **Lo entendemos**.



Estás haciendo lo mejor que podés manejando las demandas de ser un parente full-time y un empleado full-time. **Lo sabemos**.



Durante una video llamada, si los mayores a tu cargo o los niños precisan tu ayuda, por favor no dudes en excusarte. **Nos importa**.



Por favor continuá quedandote en casa, mantené la distancia, cuidate y cuidá a otros. Vos y yo – **NOSOTROS** – estamos ayudando a salvar vidas.



Comprometidos con sus comunidades

DHL tiene una larga historia de retribuir a las comunidades en las que opera. Llevó ese sentido de responsabilidad social al siguiente nivel en medio de la pandemia.

Desde el comienzo del brote de COVID-19, DHL priorizó el envío de suministros médicos críticos, como equipos de protección personal. La empresa tiene su propia flota de 250 aviones que dedicó a esta tarea. Pero esos aviones no fueron suficientes para garantizar que las comunidades de todo el mundo recibieran envíos urgentes. De modo que la empresa coordinó una red de vuelos charter y compró espacio de carga en vuelos de pasajeros, a veces a precios tres veces superiores a la tarifa habitual.

DHL no tomó decisiones durante este período basándose en la fría lógica financiera de las planillas de cálculo. En cambio, las decisiones fueron impulsadas por un propósito más grande y de gran corazón: ayudar al mundo a superar el COVID-19.





Una base de confianza, una misión de servicio

La respuesta positiva de DHL al COVID-19 fue posible porque entró en la crisis con una base de confianza y una misión de servicio.

Una señal de esa profunda confianza entre empleados y líderes fue la forma en que los ejecutivos de DHL decidieron realizar una encuesta en toda la empresa durante la pandemia. Si bien algunas empresas cancelaron o pospusieron las encuestas a los empleados durante este momento difícil, DHL mostró a los empleados que los respetaba lo suficiente como para escuchar sus necesidades y conocer su experiencia en medio de COVID-19.

Utilizando la encuesta de empleados Trust Index[®] de Great Place to Work, encuestaron a más de 18.000 empleados en 15 idiomas en 23 países desde marzo.

Las respuestas de la encuesta mostraron que una comunidad de personas se unía. Los empleados de DHL describieron su lugar de trabajo con palabras como "cuidado", "familia", "bienestar" y "camaradería".

Con esta base de empleados que se sienten física y psicológicamente seguros, el servicio al cliente ha sido estelar en DHL. Su tasa de entrega a tiempo durante

la pandemia ha sido superior al 99%.

En efecto, DHL utilizó la crisis de COVID-19 para profundizar su compromiso con su comunidad de empleados, clientes y la humanidad en general.

Ese compromiso quedó plasmado a la perfección en un nuevo lema de la empresa, maravillosamente simple:

"Seguimos moviéndonos, para que tú no tengas que hacerlo".



Comprometidos con la comunidad

Cumplir las promesas es un predictor fundamental de la capacidad de una organización para prosperar durante una recesión.

Mezclar esa habilidad con un impacto positivo en la comunidad es clave para mejorar las empresas y el mundo. Pregúntele a un empleado de DHL en cualquier lugar donde se encuentre y le dirán que su empresa está haciendo precisamente eso.

Porcentaje de empleados que perciben “Comprometidos con la comunidad”

91%
DHL 2020

86%
2020 World's Best Workplaces

59%
Otros empleadores globales



Estos datos se basan en los resultados de las encuestas a las empresas sobre las percepciones que tienen los empleados de que los líderes cumplen las promesas y el impacto de su organización en la comunidad.



El coraje de conectarse

El gigante tecnológico Cisco es quizás mejor conocido como la empresa que conecta personas y datos. Comenzó hace más de 20 años ayudando a construir las bases de Internet.

Sin embargo, durante la pandemia de COVID-19, la dedicación de la empresa a conectar sistemas y clientes se puso a prueba como nunca antes. La demanda de la herramienta de colaboración de video Webex de Cisco se disparó, lo que requirió resolución por parte de los Cisconianos de primera línea y ejecutivos por igual.

La compañía también tuvo que demostrar valor al enfrentarse a la crisis racial. Al conectarse con las personas de nuevas formas, los líderes de Cisco enfrentaron el desafío de combinar valentía con humildad.

Descripción general de Cisco



21 países reconocidos en una lista de Los Mejores Lugares para Trabajar

79.300 colaboradores en todo el mundo

de los colaboradores de Cisco dice que es un excelente lugar para trabajar



La perseverancia para conectar

A medida que la pandemia de COVID-19 llevó a empresas de todo el mundo a cerrar oficinas y enviar trabajadores a casa, la demanda de tecnología y aplicaciones de Cisco se disparó.

De repente, millones de empleados que solían reunirse en persona ahora se reunían en línea. Mucha más gente a lo largo el mundo comenzó a poner en marcha el software de colaboración Webex de Cisco para poder realizar su trabajo.

Tanto es así que los volúmenes en la plataforma Webex se triplicaron en abril.

Eso ejerció una gran presión sobre la fuerza laboral de Cisco para cumplir. Y lo hicieron, dijo Chuck Robbins, CEO de Cisco.

A black and white portrait of Chuck Robbins, CEO of Cisco. He is a middle-aged man with short, light-colored hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a light-colored, collared shirt. The background is a soft-focus outdoor scene with a body of water and a distant shoreline.

"Los equipos que estaban construyendo nuestra infraestructura para esta plataforma, trabajaron 24 x 7 durante probablemente un mes solo para lidiar con el incremento en los volúmenes... Porque estas plataformas nunca fueron diseñadas para que el mundo entero trabajara desde casa".

Chuck Robbins, CEO de Cisco



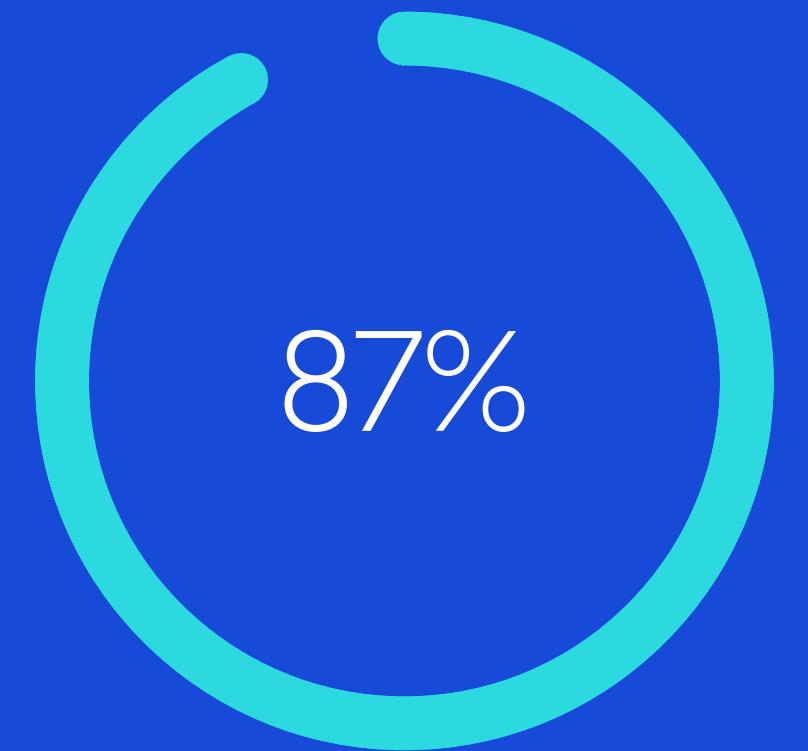
Lo suficientemente seguro para tener éxito en una crisis

¿Cómo estaban los empleados de Cisco dispuestos y con la posibilidad de trabajar tan duro, durante tanto tiempo, en un momento estresante? Tuvo mucho que ver con la cultura de confianza y seguridad psicológica que Cisco había construido antes de la pandemia, y cómo Cisco profundizó sus vínculos internos en medio de la crisis de COVID.

Una vez que ocurrió la pandemia, Chuck y su equipo de líderes comenzaron a realizar reuniones semanales de 75 minutos para escuchar a los empleados y responder preguntas.

Cisco también procedió a encuestar a sus empleados sobre su experiencia en el lugar de trabajo, lo que en sí mismo es un signo de preocupación y voluntad de conocer cómo les está yendo.

Los empleados respondieron que apreciaban cómo el equipo de liderazgo ejecutivo manejó la crisis de COVID.



El 87% de los empleados de Cisco a nivel mundial calificaron a la compañía como un lugar de trabajo psicológica y emocionalmente saludable en el pico de la pandemia.



“Nos sentimos conectados mentalmente aunque estemos confinados en casa. Durante COVID, a veces pasaba por las oficinas solo para ver los logotipos de Cisco y el campus. Estoy deseando volver a la oficina de Cisco nuevamente después de COVID, porque Cisco es parte de mi identidad.”

Empleado de Cisco en Estados Unidos



El coraje de confiar en los clientes

Aunque los clientes de todo el mundo necesitaban desesperadamente la tecnología y el soporte de Cisco para seguir operando en medio de la pandemia, muchos de estos clientes estaban pasando por una situación compleja.

La recesión económica provocada por los cierres de los mercados como consecuencia del COVID-19 ocasionó una disminución del ingreso monetario de los clientes.

Cisco respondió permitiendo a muchos clientes financiar sus compras. En efecto, Chuck y su equipo se atrevieron a confiar en que estos clientes saldrían bien más adelante. Y en lugar de centrarse en los pagos a corto plazo, Cisco se inclinó hacia el propósito más amplio de mantener el mundo funcionando.

A large, high-contrast portrait of Chuck Robbins, CEO of Cisco. He is a middle-aged man with short, light-colored hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored, striped shirt. The background is a soft-focus image of a cloudy sky.

“No dijimos, 'Bueno, envíenos una orden de compra y los ayudaremos'. Simplemente fuimos hasta allí, pusimos a disposición nuestros servicios y dijimos: 'Lo resolveremos más tarde'.”

Chuck Robbins, CEO de Cisco



El coraje de confrontar

Se necesita valor para enfrentar al racismo ya que es un tema polémico y complejo. Especialmente cuando la problemática se reaviva sorpresivamente a partir de un acontecimiento puntual. De hecho, la crisis racial desencadenada por la muerte de George Floyd sorprendió a muchas organizaciones.

Pero no a Cisco. Los líderes de la empresa ya venían gestionando cuestiones en torno a la equidad racial.

En el otoño de 2019 Chuck leyó “White Fragility” (Fragilidad Blanca) y, a través de este libro, aprendió más sobre las disparidades raciales en la empresa.

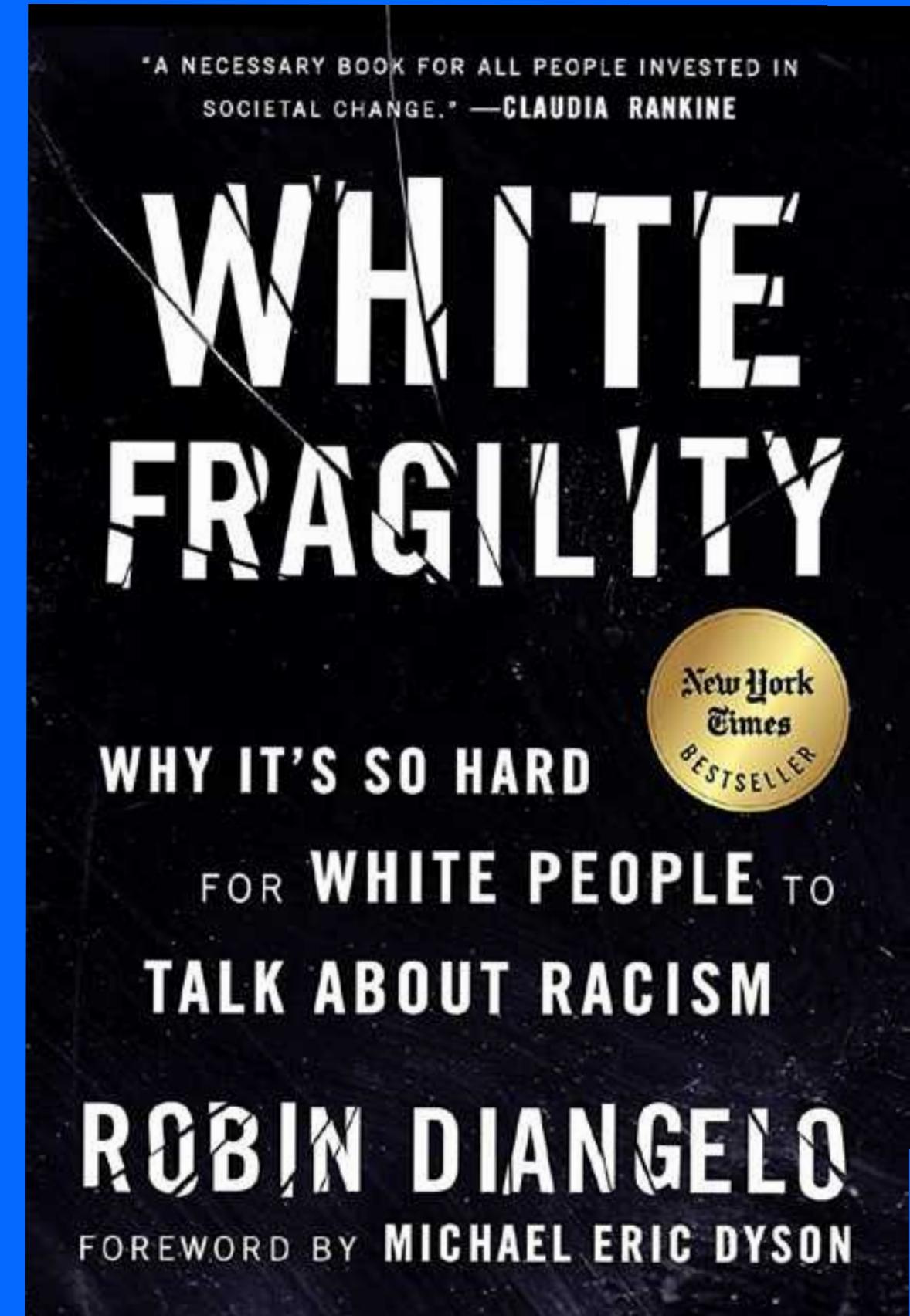
En enero, Chuck organizó para su equipo ejecutivo, una sesión de escucha en la que participaron 18 líderes de color de Cisco.

Fue un momento emotivo ya que los ejecutivos senior se encontraron con una cultura que no era tan inclusiva como pensaban.

Chuck dice que el 90 por ciento de su equipo “tenía lágrimas en los ojos” al reflexionar sobre lo que habían escuchado de sus colegas de color.

Pero las lágrimas no impidieron progresar, como sucedió en otras organizaciones.

De hecho, Cisco lanzó una propuesta de 100 días para abordar áreas de inequidad racial dentro de la empresa. Y esos esfuerzos ayudaron a preparar a Cisco para el estallido social en contra del racismo provocado por el asesinato de George Floyd.





Permanecer conectados a través de conversaciones polémicas

El fin de semana posterior al asesinato de Floyd, Chuck invitó a expertos en equidad racial para hablar con todo el equipo de Cisco. Este encuentro generó polémica.

"Hubo algunos comentarios en el chat que consideramos inapropiados", recuerda Fran Katsoudas, Chief People Officer en Cisco. "Y lo que decidimos hacer en la reunión de seguimiento fue llevar a la discusión este espectro de colores del lugar de trabajo que tenemos".

Ese espectro de colores consistía en definir qué tipo de comentarios son "verdes", "amarillos", "naranjas" y "rojos". Los comentarios verdes son respetuosos, productivos e invitan, incluso si cuestionan un punto de vista. Fran y su equipo proporcionaron ejemplos de cada tipo de

comentario para ayudar a los colaboradores a saber cómo mantener una conversación constructiva.

Con la ayuda de las pautas definidas en base al espectro de colores, las conversaciones se han vuelto más constructivas.

Como dice un colaborador: "Estoy muy impresionado con nuestro equipo ejecutivo ya que ha impulsado la reflexión y los debates sobre el impacto del racismo en nuestra comunidad y cómo nosotros, internamente como cultura, pero también globalmente, necesitamos mejorar nuestro enfoque. Todos los niveles de la organización se están conectando de forma activa y entusiasta".

"Cuando tuvimos la primera conversación, hubo mucha emoción. Y casi se siente como si abrieras la caja de Pandora en lo que respecta al racismo, qué es lo aceptable, qué no lo es. Es increíblemente emotivo".

Fran Katsoudas, Chief People Officer en Cisco



Conectados para un futuro mejor

Considerando la reacción positiva de los colaboradores frente a la conversación sobre equidad, el coraje de Cisco para hablar de esto está promoviendo la causa de la justicia racial, incluso cuando motiva a los empleados a dar lo mejor de sí mismos en el trabajo.

“

Cisco es una empresa muy humana de corazón, con un Equipo de Liderazgo Ejecutivo (ELE) ESPLÉNDIDO.

En esta inusual situación de COVID, se toman un tiempo para reunirse cada semana con toda la familia de Cisco para discutir no solo las actualizaciones de estado general en todo el mundo, sino también los problemas incómodos que nos angustian, como el problema del racismo/George Floyd.

Teníamos un ELE emocional que quería que nuestros colegas de color se sintieran seguros, incluidos y, lo que es más importante, IGUALES. Se discutieron las acciones y se tomaron medidas, junto con una gran cantidad de apoyo de todo el mundo. Es asombroso cómo los altos ejecutivos ponen a disposición no sólo sus capacidades sino también su corazón. Dios bendiga a Cisco. Es la mejor empresa para la que he trabajado, sin duda”.

Empleado de Cisco en Estados Unidos



El coraje de conectarse

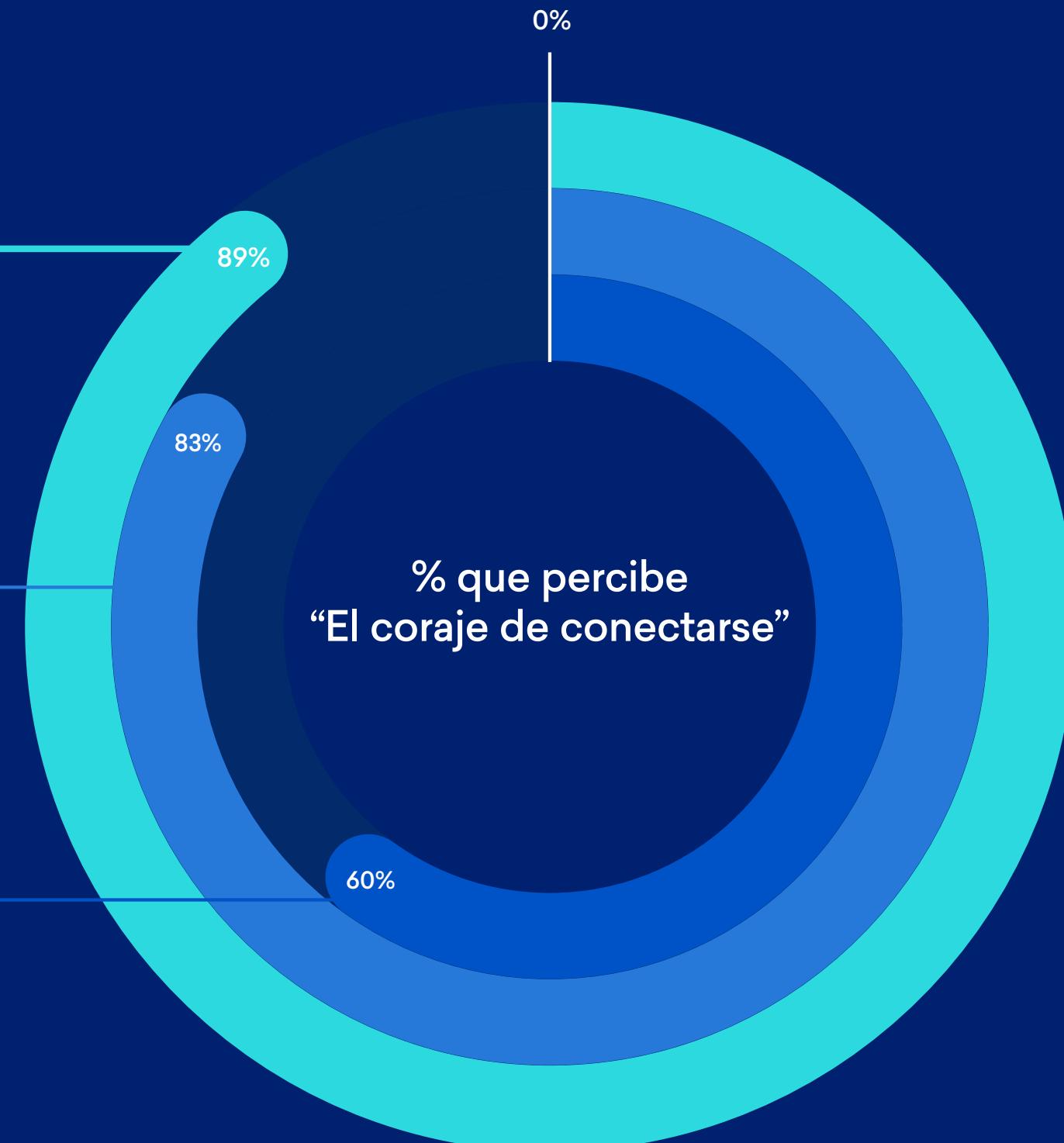
El coraje para conectarse proviene de un fuerte sentido de seguridad psicológica entre los empleados, combinado con un historial confiable de cooperación. Cuando los empleados experimentan ambos —como los Cisconianos, de manera abrumadora— las organizaciones tienen la resiliencia para tener conversaciones difíciles y navegar a través de circunstancias complejas.

Porcentaje de empleados que perciben “El coraje de conectarse”

89%
Cisco 2020

83%
2020 World's Best Workplaces

60%
Otros empleadores globales



Estos datos se basan en los resultados de las encuestas a las empresas sobre las percepciones que tienen los empleados sobre seguridad psicológica y cooperación en su lugar de trabajo.

Un futuro más humano y esperanzador

Este año no ha sido fácil. Los líderes empresariales y las personas de todo el mundo enfrentaron los inmensos obstáculos de una pandemia mortal, una grave recesión económica y una crisis racial, todo al mismo tiempo.

Sin embargo, a pesar de todos sus desafíos históricos, 2020 también representó una oportunidad. Una oportunidad para ser mejores negocios. Mejor para la gente. Mejor para el mundo. Y eventualmente, mejor para los resultados.

Los World's Great Workplaces encontraron el momento. Como vimos en el caso de Hilton, DHL y Cisco, estos lugares de trabajo demostraron creatividad en el cuidado, un compromiso con la comunidad y el coraje para conectarse.

Trajeron respuestas profundamente humanas en tiempos difíciles.

Demostraron que las personas pueden abordar colectivamente algunos de los problemas más difíciles del mundo. Demostraron el poder de los líderes dispuestos a ser vulnerables, humildes y motivados por propósitos mucho mayores que las ganancias trimestrales. Han señalado, en medio de una gran presión, cómo ser excelentes lugares para trabajar para todos.

En el peor de los tiempos, los mejores han mostrado el camino hacia un mundo mejor. Nos han dado esperanzas para el futuro.



Construí una gran cultura organizacional a nivel global

Encuestá a tus empleados de todo el mundo en Emprising™, la plataforma creada para vos por Great Place to Work®, la autoridad mundial en cultura laboral.

Encuestá a los colaboradores en cualquier lugar

- Emprising permite encuestar a los empleados en más de 40 idiomas y en más de 75 países/regiones.
- Solo el modelo de encuesta Trust Index™ está probado para medir con precisión la experiencia de los empleados en todas las culturas organizacional de todo el mundo.
- Agregá contenido customizado ilimitado a nivel local, regional o global.
- El módulo de Manager Access distribuye fácilmente los resultados a los líderes en cualquier lugar.

[CONOCER MÁS](#)

Obtené reconocimiento en todo el mundo

- Great Place to Work es la autoridad mundial en cultura laboral.
- Con solo una encuesta, podés obtener reconocimiento en más de 70 listas de Mejores Lugares para Trabajar en todo el mundo.
- Nuestros media partner de primer nivel dan visibilidad a tu marca como un empleador de preferencia en las publicaciones y sitios web más respetados a nivel mundial.

[CONOCER MÁS](#)

Acerca de Great Place to Work®

Great Place to Work® es la autoridad mundial en cultura laboral.

Desde 1992, hemos encuestado a más de 100 millones de empleados en todo el mundo y en base a esa información pudimos definir lo que hace que un lugar de trabajo sea un excelente lugar para trabajar: la confianza.

Ayudamos a las organizaciones a cuantificar su cultura y obtener mejores resultados de negocio al crear una experiencia laboral con altos niveles de confianza para todos los empleados.

Todo lo que hacemos está impulsado por la misión de construir un mundo mejor ayudando a las organizaciones a transformarse en excelentes lugares para trabajar Para Todos™.

Para conocer más sobre cómo transformarse en un excelente lugar para trabajar, visitanos en:
www.greatplacetowork.com.ar

Autores



Ed Frauenheim
Senior Director of Content



Chandni Kazi
Data Scientist



Nancy Ceseña
Data Scientist



Cessi Riva Mosquera
Global PR and
Communications Director



Marcus Erb
VP of Data Science
and Innovation