

## Conceptos y consideraciones adicionales de la autora

### Falta de ética de los líderes

El CEO es el responsable de establecer la visión, la misión, los objetivos y los valores de la organización. Sus decisiones y actos impactan directamente en el clima de la compañía. *“Teniendo en cuenta la influencia del liderazgo del CEO sobre los empleados, está claro”,* según la autora, *“que las propias características del líder influyen en su sentido de entender la ética”*.

### Características el líder ético

De ahí la necesidad de la autora de redefinir el concepto de líder ético: *“es un individuo cuyas características personales impregnan y guían sus acciones y decisiones, que también están presentes en la interlocución con los empleados, explicando la forma correcta de ser y de hacer, promoviendo así la conducta ética a su alrededor”*.

*“La ética es un lujo al alcance de todos. No desperdiciemos los recursos más valiosos que poseemos, nuestro tiempo y nuestra mente, en busca de soluciones menos humanas y desprovistas de visión y sentimientos. Los CEO deben ser visionarios, y la solución está en la armonía y en la felicidad de todos”,* comenta esta experta en *personal branding* y relaciones personales.

Las características personales de un CEO pueden potenciar el *work engagement*, sobre todo si su liderazgo es ético. Este estado de gran implicación en el trabajo es muy deseado por las empresas. Numerosos estudios sobre gestión indican que el *engagement* es sinónimo de buena productividad y buenos resultados.

### Sobre la ética del líder

Como experta en recursos humanos, Leonor Reis cree que una forma eficiente de mantener altos niveles de ética en la empresa es ser coherente entre lo que se dice y lo que se hace, actuando de acuerdo con los valores de la organización.

Según la autora, los empleados perciben que existe un buen liderazgo ético cuando su jefe o el director general escuchan lo que los empleados tienen que decir, cuando hay normas claras de comportamiento, cuando se sancionan comportamientos antiéticos, o cuando los altos directivos actúan de forma ética tanto en el ámbito profesional como en el personal.

En este ambiente organizacional positivo y ético, las personas sienten la voluntad interna de dar lo mejor de sí. Las compañías en las que hay este clima, suelen destacar, ser altamente competitivas y obtener mejores beneficios, aparte de tener mejor imagen, confianza y reputación entre sus grupos de interés.

## Conceptos que configuran el *engagement*

Los conceptos que conforman el *engagement* son los siguientes:

| Concepto  | Definición   |
|---|--|
| <b><i>Burnout/Engagement</i></b>                                  | El <i>burnout</i> es un síndrome psicológico caracterizado por el agotamiento, cinismo e ineficacia, que ocurre como respuesta a elementos estresantes del trabajo. El agotamiento (energía baja), el cinismo (la baja implicación) y la ineficacia, son sus características. El <i>engagement</i> es lo opuesto al <i>burnout</i> , donde la persona tiene mucha energía, está muy implicado y es muy eficaz.   |
| <b><i>Personal engagement</i></b>                                 | Es la expresión física y emocional del individuo durante su desempeño en el trabajo. Cuando el empleado se encuentra en el estado de <i>personal engagement</i> se siente física y emocionalmente implicado, vigilante y atento.   |
| <b><i>Work Engagement</i></b><br>(antítesis positiva del burnout) | Es un estado mental positivo y de realización, relacionado con el trabajo, que se caracteriza por el vigor, la dedicación y la absorción. El <u>vigor</u> alude a altos niveles de energía y la capacidad de resistencia o resiliencia mental durante el trabajo. La <u>dedicación</u> refiere al estado de alta implicación en el trabajo y a un sentimiento de entusiasmo, inspiración, orgullo y desafío. La <u>absorción</u> conlleva una total concentración y una absorción alegre por el trabajo, en la que el tiempo pasa rápido y existe dificultad para desvincularse del trabajo. |
| <b><i>Employee engagement</i></b>                                 | Alude a la “implicación y satisfacción del individuo, así como al entusiasmo por el trabajo”.  |

Fuente: Adaptación de la autora.

*“Es un estado en el que prevalece el sentimiento de realización en el trabajo, que traspasa la frontera del campo personal mediante la sensación de bienestar general, físico y emocional; y esto se traduce en plenitud y felicidad, que en contextos adversos de trabajo permite resistir, persistir y concretar”*, expone la autora.

Cuando el CEO se preocupa por el bienestar de los empleados y el cumplimiento de las normas y reglamentos y toma decisiones correctas, está contribuyendo a un mayor nivel de *work engagement*.

Los empleados comprometidos se sienten identificados con su empresa, presentan bajos niveles de absentismo y no sienten la necesidad de cambiar de puesto de trabajo. Además, reflejan emociones positivas y disfrutan de muy buena salud mental y psicosomática, sobre todo cuando se comparan con los *workaholics*. Y también presentan iniciativa personal y tienen una fuerte motivación para aprender.

El *work engagement* es un concepto que está negativamente relacionado con el burnout. Se define como un estado de espíritu positivo, relacionado con el trabajo, y una sensación de realización, que se caracteriza por el vigor, la dedicación y la absorción.

# Leonor Reis

## **Biografía**

Leonor Reis es autora del libro *Éxito en la gestión de la marca personal... Branding personal*, y coautora del libro *Marketing Highlights*.

Vive en Oporto (Portugal) y habla cuatro idiomas: portugués, español, inglés y alemán. Vivir en Alemania le ayudó a descubrir el mundo y lo místico de los ambientes multiculturales.

Tiene un **doctorado** en Ciencias Empresariales por la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid); un **master** en Gestión de Marketing por el IPAM (Oporto) y es **licenciada** en Física y Química por la Universidad de Aveiro.

Su creencia de que los recursos humanos son la base del éxito de una organización, la llevaron a certificarse en **branding personal**, que presupone una evolución orgánica, es decir, una evolución integrada de la imagen, características personales y profesionales del ser humano. Además, es experta en **marketing, relaciones interpersonales y recursos humanos**.

Fue administradora de una fundación, diputada de la asamblea municipal de su región, fundadora y propietaria de negocios en el área del inmobiliario y de la consultoría en la gestión de la marca personal.

Tiene un blog [www.leonorreis.com](http://www.leonorreis.com) y colaboró con un movimiento feminista que defiende la igualdad de oportunidades entre géneros.

Es amante de la vida sana, la buena alimentación y la práctica de deporte. Le gusta practicar la meditación trascendental, el yoga, lee y se inspira en los mejores ejemplos. La degustación de platos y vinos, en espacios de referencia, es un hobby.

Es de convicciones fuertes, pero permite que la flexibilidad y la ponderación tengan voz en sus decisiones.

Trabaja su perfección diaria, no con la intención de alcanzarla, sino como vehículo de motivación de su evolución personal y profesional.

## Para más información:

CSP Consultores de Comunicación  
Carlos Sánchez Palazón  
[carlospalazon@csp-comunicacion.com](mailto:carlospalazon@csp-comunicacion.com)  
649 42 67 32

