

Conversia crea su propio laboratorio de ideas y reafirma su apuesta por el ‘employee engagement’

Empleados y managers comparten su visión desde sus puestos de trabajo y trazan a través de diversos ‘think tanks’ las bases del manual operativo de la compañía

Conversia, la empresa líder en servicios de cumplimiento normativo para pymes y profesionales, sigue apostando por la retención del talento y por fomentar el compromiso de empleados y managers de la compañía. A través de diversos ‘think tanks’, organizados en el marco de la X Convención Anual de Conversia, los trabajadores elaboraron de forma colaborativa los manuales operativos en Comercialización, Comunicación interna, aportación de Servicios Centrales o Seguimiento del cliente, entre otras materias. Todas las propuestas recogidas fueron analizadas, a posteriori, por el staff de mandos intermedios en el Kickoff de Responsables, durante el cual se expusieron la interpretación, síntesis y conclusiones de las diversas aportaciones, que acabarán conformando el Manual Operativo de Conversia.

En alusión a otra novedad introducida en la Convención Anual, tras el laboratorio de ideas de los ‘think tanks’ se dio paso a una sesión de debate que, bajo el título Let’s Talk, permitió al equipo de Conversia adquirir una visión holística de la compañía con los testimonios de ocho compañeros, que compartieron su opinión sobre distintos temas desde la perspectiva de sus respectivos puestos de trabajo.

Al margen de conocer de primera mano las dinámicas de las distintas áreas en el marco de la X Convención Anual de la empresa, los empleados asistentes también pudieron participar en actividades de ‘team building’ como The Exam, un juego diseñado para ejercitar la velocidad de pensamiento y decisión en una trepidante dinámica de inteligencia colectiva, así como en sesiones de Body Attack, Tai Txi Kung y en un torneo de pádel.

Acciones como éstas, unidas al plan de hábitos saludables con el que la compañía pretende promover aquellas actividades que favorezcan el bienestar del equipo, reafirman la inversión en employee engagement de Conversia dentro de la estrategia ‘great place to work’, que incide directamente en la calidad de vida de los trabajadores y les hace partícipes del crecimiento progresivo de la empresa.

Claros ejemplos de esta orientación ‘Best Workplaces’, así como del grado de implicación y adhesión de los empleados de Conversia, son los resultados tan favorables que se extraen de la encuesta de clima laboral que la compañía lleva desarrollando desde hace casi dos años, así como del éxito de la campaña de captación de personal “Tráenos un amigo”, a través de la cual se fomenta que sean los propios empleados los que aporten candidatos procedentes de su entorno, que sepan que pueden encajar con los perfiles demandados por la empresa. Solo a través de esta acción, durante 2019, se integraron al proyecto 26 personas, del total de 167 nuevas incorporaciones que tuvo Conversia en el global del año.

Conversia nace en 2001 con el objetivo de consolidar un modelo de trabajo propio y afianzar un equipo profesional con una contrastada experiencia en materias de cumplimiento normativo. Hoy la compañía cuenta con más de 90.000 clientes, una amplia red de colaboradores y 13 delegaciones en España para ofrecer un servicio local y personalizado. Conversia pertenece al Grupo HFL, consolidada corporación empresarial que integra diversas compañías de diferentes sectores a nivel nacional, cuya solvencia está plenamente avalada por su capacidad financiera y por una contrastada experiencia en la provisión de servicios de valor añadido.

Datos de contacto:

Conversia
902 877 192

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Cataluña](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>