

Bienestar físico y psicológico: las claves de Saint-Gobain para acompañar a sus equipos en el confinamiento

Durante los meses de confinamiento, se han desarrollado iniciativas destinadas a mantener la cohesión y el bienestar psicológico de los equipos. Entre los proyectos llevados a cabo, destacan las cuatro ediciones de Saint-Gobain Contigo Live, en el que, desde YouTube, se han realizado en directo talleres para afrontar la nueva normalidad: yoga, lettering, gimnasia, pilates, costura, cocina y actividades para los más pequeños

Los meses de confinamiento han supuesto un reto inédito para los departamentos de recursos humanos y comunicación de las empresas. En Saint-Gobain han maximizado sus posibilidades tecnológicas para iniciar una nueva etapa en su política de relación con el empleado, poniendo el acento sobre su cuidado emocional y psicológico. Así, la compañía, además de las acciones vinculadas a la gestión del talento y experiencia del trabajador, ha centrado sus esfuerzos durante la pandemia en velar por el bienestar emocional de las personas más allá del propio entorno laboral.

Para ello, la compañía ha creado y puesto en marcha Saint-Gobain Contigo Live. Orquestado bajo el claim “Queremos estar cerca de ti y de los que te rodean”, ha servido de catalizador para levantar el ánimo de los equipos y de sus familiares durante los momentos más duros del confinamiento. Durante las tardes, desde las 18h a las 20h, se han sucedido talleres impartidos por expertos: deportivos, lúdicos, gastronómicos y, los más destacados, sobre cuidado personal y psicológico.

La campaña se ha articulado sobre tres pilares claves para la organización en estos momentos complejos: la prevención, entendida en términos sanitarios para evitar posibles contagios; el acompañamiento, estando cerca de las personas y sus intereses personales; y la generación de marca, pensada para reforzar la cohesión entre colaboradores y empresa.

Todo ello ha propiciado una magnífica recepción de las actividades, contando con unas cifras de participación e interacción muy altas entre los empleados y superando las 10.000 visualizaciones. En palabras de Ainhoa Macia, Directora de Comunicación de Saint-Gobain, “esta iniciativa ha logrado traspasar la barrera de lo profesional convirtiéndose en un espacio de acompañamiento, de motivación y animación compartida, y de interacción desde cada rincón de nuestras casas”.

“En un primer momento, como es lógico, las empresas nos hemos centrado en la parte preventiva. No obstante, según han avanzado estas semanas de confinamiento, hemos entendido imprescindible trabajar la faceta psicosocial: un aspecto que puede parecer menos evidente pero que resulta ser de vital importancia”, aseguran desde la Dirección de Comunicación. “Cuidar de nuestras personas y de cómo se encuentran emocionalmente, se ha convertido en la clave para afrontar la nueva normalidad”.

“Hemos querido ayudar no sólo psicológicamente -mediante talleres de expertos para gestionar el

estrés en familia, psicología con adolescentes, dinámicas con niños...- sino también con sesiones para identificar alteraciones anímicas y físicas consecuencia del confinamiento”, señala Ainhoa. Además, para mejorar su experiencia durante estos meses, los empleados y sus familias han tenido acceso a diversos consejos prácticos para minimizar los efectos adversos en su vida diaria, fomentando con ello un estilo de vida saludable en todos los ámbitos.

A esta acción se ha sumado la campaña “A los que ves y no ves... A todos, gracias”, que busca dar reconocimiento a todas las personas que trabajan en este contexto, publicándose una cadena de reconocimiento tanto en canales internos como en RRSS. De esta forma, la compañía pretende dar visibilidad a todas las personas de la organización. “Creemos firmemente en la importancia de reconocer a nuestros equipos, poniendo en valor a todos, sea visible o no hoy su labor. Desde colaboradores de negocios esenciales que han continuado en el centro de trabajo, como aquellos que han trabajado sin descanso también desde sus casas”, acentúa Ainhoa Macía. “Con esto, queremos crear una cadena de reconocimiento más fuerte que el propio virus y demostrar que juntos somos más fuertes y lo superaremos”.

Además, para establecer un canal de comunicación continuo en el que difundir estas iniciativas, se ha puesto en marcha una newsletter, denominada Algo + Nuestro, en la que, junto a contenidos corporativos, se han incluido pasatiempos, música solidaria y actividades de ocio. Cada semana, en este canal, también se han promovido los llamados CORONATIPS, consejos útiles en formato vídeo para hacer frente a la nueva cotidianeidad: "cómo salir con tu mascota, cómo desinfectar tu vehículo, cómo salir a bares y terrazas, cómo desinfectar tu puesto de trabajo o cómo realizar visitas a clientes", entre otros.

Con este tipo de iniciativas, que serán ampliadas en los próximos meses, Saint-Gobain pretende dar forma a la nueva normalidad, que ha traído consigo la consolidación del teletrabajo y la digitalización de muchos de los procesos analógicos.

Datos de contacto:

Romain Titaud
667632519

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

Categorías: [Nacional](#) [Sociedad](#) [Entretenimiento](#) [Recursos humanos](#) [Industria](#) [Automotriz](#) [Construcción](#) y [Materiales](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>