

ASPIRAR A LLEGAR MÁS LEJOS

GUÍA CULTURAL



KONE

¿EN QUÉ TIPO DE EMPRESA LE GUSTARÍA TRABAJAR?

NUESTROS COLEGAS HAN EXPRESADO SU OPINIÓN



PÁGINA 10
“Una en la que me sienta parte de un equipo”

IRATXE,
Ventas

FOTOGRAFÍA DE IRATXE VICENTE



PÁGINA 17
“Excelentes conversaciones con colegas y clientes”

– ANDREW,
Marketing y comunicaciones

FOTOGRAFÍA DE ANDREW TODD



PÁGINA 28
“Un lugar socialmente responsable que apoye las actividades de la comunidad”

JULIE, Recursos humanos

FOTOGRAFÍA DE JULIE HAMMOND



PÁGINA 34
“En última instancia, si los empleados están satisfechos, los clientes también lo estarán”.

LYDIA,
Comunicación y formación

FOTOGRAFÍA DE LYDIA PRASAD



PÁGINA 13
“Un buen lugar donde trabajar es uno en el que me siento segura y puedo abrirme a compartir ideas, sin límites”.

ASTRID, KONE Way

FOTOGRAFÍA DE ASTRID HUETING



PÁGINA 35
“Vivir nuevas historias y aventuras juntos”

MANUEL, Modernización

FOTOGRAFÍA DE MANUEL JIMÉNEZ

ASPIRAR A LLEGAR MÁS LEJOS

HA ABIERTO NUESTRA GUÍA CULTURAL. ESTÁ LLENA DE IDEAS Y SUGERENCIAS PARA REFLEXIONAR, COMPARTIR, DEBATIR Y EXPERIMENTAR. ES UNA INVITACIÓN A AVANZAR EN NUESTRA FORMA DE TRABAJAR COMO UN SOLO EQUIPO EN KONE.

Tanto si decide mirar páginas sueltas como si la lee de principio a fin, esta guía será más provechosa cuanto más comparta las reflexiones que le provoque con quienes le rodean. Cada observación que hacemos y cada conversación que mantenemos sobre nuestra cultura nos hace pensar y comportarnos de un modo ligeramente diferente.

Ese tipo de cambio gradual ocurre una y otra vez. Piense en cómo era hace una década, o incluso hace solo unos años. En retrospectiva, es fácil ver cómo ha cambiado el mundo y cómo se han desarrollado también nuestra forma de trabajar.

Cada uno de nosotros crea nuestra cultura con cada una de nuestras acciones, cada día, en todo el mundo. Se trata de lo que hacemos y que hace sonreír a nuestros clientes y colegas, de los actos que inspiran a quienes nos rodean y que hacen que el mundo sea mejor. Está integrada en nuestras formas de cooperar, en el modo en que vemos el mundo y nuestro efecto en él, y en la manera en que ponemos en práctica nuestros principios y valores básicos.

Eso es la cultura. No tiene nada de difuso. La cultura es acción pura, es nuestra forma de trabajar y nuestro comportamiento diario. La cultura también es increíblemente poderosa. Todos los aspectos de una compañía se pueden copiar o modificar, salvo su cultura. La cultura solo puede moldearse y evolucionar, elemento a elemento.

Hemos creado esta guía por y para nosotros. Se basa en nuestra sólida base cultural y persigue una visión compartida de aquello en lo que aspiramos a convertirnos.

Adelante, pase la página e iniciemos el viaje. 

UN MUNDO EN MOVIMIENTO	4
LO MEJOR OCURRE CUANDO INVOLUCRAMOS A TODOS	10
PENSAR Y VER DE FUERA-A DENTRO	16
ELEGIR LA SOSTENIBILIDAD TODOS LOS DÍAS	24
QUÉ DA SENTIDO AL TRABAJO	34

UN MUNDO EN MOVIMIENTO

LA URBANIZACIÓN, LA SOSTENIBILIDAD Y LA TECNOLOGÍA SON MEGATENDENCIAS QUE YA DEFINEN HOY INELUDIBLEMENTE NUESTRO MUNDO DEL FUTURO.

Estas megatendencias no solo afectan a las economías, negocios y a toda la sociedad, sino que también modelan el trabajo diario y nuestra vida personal.

Cada día, más de 200.000 personas se trasladan a zonas urbanas, lo que hace de la urbanización una de las principales tendencias mundiales que impulsan el crecimiento de KONE.

Podemos mejorar la calidad de vida de las ciudades incorporando la sostenibilidad a todo lo que hacemos. Nuestra posición a la vanguardia de los avances digitales nos permite participar en la creación de las mejores soluciones para las ciudades.

La **urbanización** sigue siendo nuestro principal factor de crecimiento. El mundo continuará urbanizándose, pero la naturaleza y las oportunidades que se derivan de ello están cambiando. Nuestra forma de vivir, trabajar y trasladarnos también continuará transformándose.

La **sostenibilidad**, satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, siempre ha sido importante en KONE. Todos los días trabajamos duramente para avanzar hacia nuestro objetivo estratégico de convertirnos en un líder en todos los aspectos de la sostenibilidad: ambiental, social y económica.

Tecnología: El desarrollo tecnológico se acelerará. Podemos aprovechar la tecnología para aportar nuevas soluciones y valor a los clientes de KONE. La tecnología también hace posibles prácticas de trabajo más inteligentes para nuestros empleados.

Estas observaciones de otros colegas son apuntes que indican el modo en que las megatendencias influyen hoy en nuestra forma de vivir y trabajar:

INDIA "Los entornos de aprendizaje virtuales y el aprendizaje a distancia se han abierto a todos y tenemos la opción de usar pagos digitales para casi todo, ya sea para aplicaciones de transporte o para pagar la cena".*



ESPAÑA "Cada uno de nuestros distritos tiene un punto de recogida al que podemos llevar distintos tipos de residuos cualquier día de la semana. Se pueden donar muebles, juguetes, libros y otros artículos para dar una segunda vida a lo que ya no se usa".*



CHINA "Para mí es importante estar familiarizado con la tecnología, no solo para la vida diaria, sino también para el trabajo y para mejorar continuamente. Muchas ideas tecnológicas para el trabajo se inspiran en situaciones de la vida real".*



Estados Unidos "La urbanización del área de Dallas-Fort Worth está cambiando nuestra forma de vivir y trabajar. Lo vemos a diario, en las nuevas carreteras que aparecen, las escuelas que se construyen y las empresas que se han mudado. El crecimiento ha traído nueva industria, atrayendo a grandes talentos de todo el país. La urbanización ha permitido vivir, trabajar y relacionarse en una sola área, lo que supone tener más opciones para vivir".*

"La urbanización ofrece más opciones para nuestro modo de vivir".

CUESTIONARIO SOBRE MEGATENDENCIAS

1. ¿Qué porcentaje de la población mundial vivirá en ciudades en 2030?
2. ¿Cuántas personas usarán las redes sociales en 2025?
3. ¿Cuál será la edad mediana mundial en 2030?

RESPUESTAS AL CUESTIONARIO:
60 % (Fuente: Informe de Naciones Unidas sobre las ciudades del mundo 2020)
Casi 4410 millones (Fuente: Statista)
33 años (Fuente: Statista)

BIENVENIDOS AL VIAJE CULTURAL

NUESTRA CULTURA ESTÁ FORMADA POR MUCHOS INGREDIENTES DISTINTOS, DE MODO QUE ES ÚTIL VERLOS TODOS EN UNA SOLA PÁGINA.

Esta es nuestra declaración cultural

Trabajamos juntos para marcar la diferencia: como un solo equipo en KONE

La seguridad es nuestra máxima prioridad

Diseñamos nuestros productos y procesos para conseguir los mejores niveles de seguridad del sector. Trabajamos de forma segura, nos preocupamos de los demás y fomentamos las prácticas seguras de forma activa.

Todos tenemos un papel en la calidad

Durante todo el proceso del cliente y el ciclo de vida de las soluciones, pensamos y actuamos de forma proactiva. Una cultura de mejora ajustada y continua nos hace ser la opción preferida por nuestros clientes y genera la mejor experiencia de usuario.

Todos los días elegimos la sostenibilidad

Somos justos e inclusivos. Tenemos el compromiso de la neutralidad en las emisiones de carbono. Marcamos el camino con las soluciones y servicios más sostenibles para lograr una sociedad mejor.



CUIDAR



CLIENTE



COLABORACIÓN



CORAJE

Nos preocupamos unos de otros

Al abrazar la diversidad y la inclusión

Al mostrar comprensión

Al cuidar de las ciudades y el medioambiente

Estamos comprometidos con el éxito de nuestros clientes

Al interesarnos por nuestro entorno

Al centrarnos en la experiencia del usuario final

Al trabajar con una mentalidad de servicio

Colaboramos como un solo equipo

Al escuchar para aprender

Al crear algo nuevo junto con nuestros clientes y socios

Al celebrar juntos nuestros logros

Actuamos con valentía

Al aspirar continuamente a llegar más lejos

Al cumplir nuestras promesas o superarlas

Al innovar y liderar el avance del sector

Nuestra cultura, cimentada en nuestros principios y valores fundamentales, es la base de todo lo que hacemos.

Nuestra misión de **mejorar el flujo de la vida urbana** es el propósito que inspira a cada una de nuestra acciones.

¿CUÁL ES EL CENTRO DE NUESTRO LIDERAZGO?

→ ¿CÓMO MARCAMOS LA SENDA EN KONE?



ESTABLECER EL ESCENARIO PARA EL FUTURO

Dedicamos tiempo de nuestras apretadas agendas al desarrollo propio y de los demás. Pensamos continuamente en formas de aprender y mejorar. Hacemos preguntas abiertas y nunca damos nada por sentado. Cuando tomamos decisiones, pensamos en su impacto a largo plazo.



CREAR UNA SENSACIÓN DE PROPÓSITO Y PERTENENCIA

Valoramos la diversidad en los equipos. Promovemos un entorno inclusivo donde todos puedan ser su verdadero y auténtico yo. Nos aseguramos de tener siempre un lugar seguro para trabajar. Compartimos, escuchamos y discutimos abiertamente todas las ideas.



EMPODERAMIENTO PARA CONSEGUIR MEJORES RESULTADOS

Ponemos alto el listón y confiamos en que nuestros colegas harán un esfuerzo adicional cuando sea necesario. No tenemos miedo de admitir lo que no sabemos y delegamos tareas para que otros puedan crecer. Celebramos juntos y abiertamente nuestros logros.

¿SE PUEDE CUANTIFICAR?

KONE tiene más de 60.000 empleados en todo el mundo que representan unas 150 nacionalidades distintas.¹ Trabajamos en cada país con clientes entre los que se cuentan constructores, propietarios de edificios, gerentes de instalaciones y desarrolladores, así como con arquitectos, entidades públicas y consultores.

6,700,000,000

Se estima que en 2050 la población urbana mundial ascenderá a 6700 millones de personas. A medida que las ciudades crecen, contribuimos a mejorar el flujo de la vida urbana con soluciones inteligentes y sostenibles.



Estamos presentes en más de 60 países, con una mayoría en Asia-Pacífico

A fin de modelar nuestra ambición cultural, 25.370 colegas han respondido a la pregunta: "¿Qué tipo de cultura, valores y formas de trabajar le gustaría que construyéramos juntos para KONE?". (en 2020). Más del 65 % de las respuestas proceden del área de operaciones.

En 2020, los empleados remitieron unas 2300 innovaciones con la herramienta KONE Idea Flow.

Esta herramienta, introducida para fomentar la innovación entre los empleados de KONE, ofrece un modo de convertir ideas brillantes en una realidad comercial.

¹ En 2021

² Naciones Unidas 2018

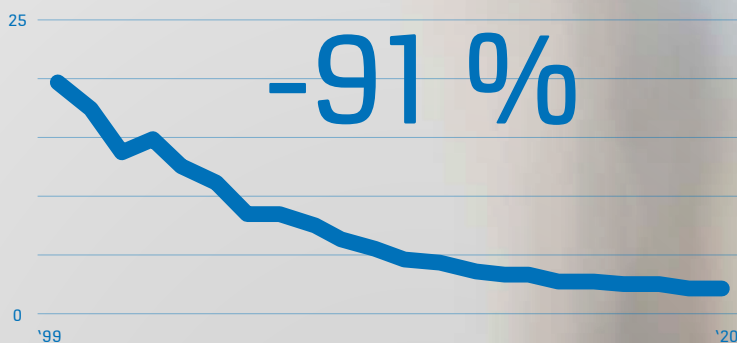
Cada día KONE trabaja con
>550.000
CLIENTES

La calidad es uno de los principales motivos por los que nuestros clientes eligen a KONE como socio

LA SEGURIDAD ES NUESTRA MÁXIMA PRIORIDAD.

Para aumentar la concientización y reforzar aún más nuestra cultura de la seguridad, KONE organiza cada año una semana mundial de seguridad desde 2012.

El número de incidentes que causan lesiones por cada millón de horas de trabajo en KONE ha descendido considerablemente con los años.

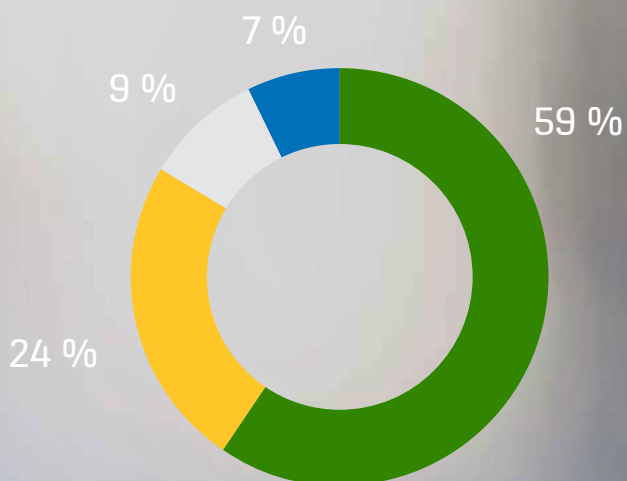


Frecuencia de accidentes laborales en KONE

CADA DÍA, MÁS DE LA MITAD DE NUESTROS COMPAÑEROS TRABAJA EN EMPLAZAMIENTOS EXTERNOS

Empleados por categoría de trabajo, 2020

- Mantenimiento y modernización
- Equipos nuevos, ventas e instalación
- Administración, TI e I+D
- Fabricación



Se recogieron más de 35.000 comentarios de empleados de KONE de todo el mundo en las conversaciones en línea y encuestas a los empleados. Una vez analizados, se tuvieron en cuenta en la actualización de los valores de KONE en 2020.

83 %

En 2020, el 83 % de las contrataciones externas para puestos de liderazgo se hicieron con candidatos del país local.

LO MEJOR OCURRE CUANDO INVOLUCRAMOS A TODOS

La investigación cultural de KONE ha descubierto que algunos de los hábitos y comportamientos que contribuyen a la sensación de inclusión de los empleados son la franqueza y la confianza, que alientan la responsabilidad personal y la innovación por parte de los empleados. ¿Cómo practicar esos comportamientos en nuestro trabajo diario?

Las preguntas abiertas son una forma segura y sencilla de buscar comentarios e inspirar a otros a compartir sus opiniones e ideas. Al mostrarnos abiertos invitamos a otros a serlo y a darnos su confianza.

Conseguimos la confianza para hacernos responsables y tomar la iniciativa cuando sabemos que estamos empoderados para ello. Nuestro apoyo a los demás les anima a experimentar y probar cosas nuevas.

Las ideas brillantes se hacen realidad cuando nos esforzamos por implicar a los demás, compartimos nuestros métodos, debatimos y aprendemos de nuestros errores.

↑ **35 %
EN 2030**

KONE se ha comprometido a que la proporción de mujeres en puestos directivos alcance el 35 % en 2030.



EN ESTE CAPÍTULO EXPLORAREMOS EL MODO DE REFORZAR LAS PRÁCTICAS QUE NOS AYUDAN A TRABAJAR MEJOR JUNTOS.

CUANDO UNO SE SIENTE INCLUIDO

EL CUERPO
LIBERA
ENDORFINAS

LOS CONTRATIEMPOS
SE ASUMEN COMO
LECCIONES

UNO SE SIENTE
MÁS CÓMODO



UNO SE SIENTE
CÓMODO, SABE QUE
OTROS LE PROTEGEN



FOTOGRAFÍA DE DANITA VICENTE MAYORAL

NUESTRAS DIFERENCIAS SON NUESTRA FUERZA

Cada uno de nosotros es único en su personalidad, aspecto, capacidad, procedencia y experiencia, entre muchas otras cualidades, y así es exactamente como debe ser. Son nuestras diferentes perspectivas las que nos permiten impulsar la innovación, crear la mejor experiencia de People Flow y conseguir ciudades mejores y más sostenibles.

→ Danita Vicente, de Gestión de talento y formación en KONE América, relata su propia experiencia:

“Cuando me invitaron a las primeras reuniones de diseño para un proyecto global en Finlandia, fui con ideas establecidas sobre el modo de organizar el sistema, partiendo de mi experiencia. Sin embargo, una vez que supe de la complejidad que el sistema tendría para nuestra organización y después de escuchar los puntos de vista de los demás, cambié mi opinión por completo. Estar allí presente me permitió transmitir con confianza los motivos a los demás y ayudarles a comprender por qué se tomaron algunas decisiones”.

TODOS SOMOS EXPERTOS EN NUESTRO PROPIO TRABAJO

ESTOS COLEGAS NOS MUESTRAN LAS CUALIDADES QUE LOS HACEN ÚNICOS. ¿CUÁLES SON SUS HABILIDADES ÚNICAS?



FOTOGRAFÍA DE MATHILDA CHUA

“Trato a los demás como iguales y estoy abierta a los comentarios de todos. Es una cualidad única que me ayuda a relacionarme con mis compañeros de equipo, que a menudo me dicen que sé cómo expresar sus ideas en palabras”.

Mathilda, Singapur



FOTOGRAFÍA DE MOHAMMED AIYAZ

“Mis compañeros vienen a mí en busca de soluciones, porque suelo ver el lado positivo de las cosas. Confío en mis habilidades y experiencia únicas para apoyarles y crecer juntos”.

Mohammed, Dubai



FOTOGRAFÍA DE ALJA LEPISTÖ

“Creo que ser mitad suiza y mitad finlandesa me ha hecho valorar diferentes puntos de vista, ser empática y resiliente. Encuentro inspiración muy fácilmente y siempre veo la forma de mejorar las cosas”.

Alja, Finlandia

MOMENTOS QUE IMPORTAN



- Reflexione y piense en un momento en el que se sintió valorado y comprendido en el trabajo.
- ¿Puede recordar una situación en la que podría haber hecho más para que alguien se sintiera incluido? ¿Qué podría hacer para empoderar a los demás?



¿POR QUÉ NO PRUEBA A...

... invitar a un compañero de otro equipo o función a que le acompañe a comer o a tomar un café? Nunca se saben las ideas que pueden surgir en una conversación.

... asegurarse de que todos tengan oportunidad de hablar? Dedique un momento a considerar las diferentes perspectivas que se exponen en las reuniones e intente averiguar más.



“La innovación es un deporte de equipo, se basa en la colaboración. Valorar las nuevas ideas y experimentar con ellas es el fundamento de la innovación. **Si no corremos riesgos y fracasamos a veces, la innovación seguirá siendo una excepción y no la regla.** Mantener la curiosidad, aprender de los demás y preguntar el porqué con más frecuencia son prácticas sencillas que todos podemos aplicar y que pueden llevar a acciones mayores”.

Maciej Kranz, EVP, director de tecnología de KONE

¡CONSEJO ÚTIL!
Hay que interesarse,
no hacerse el interesante.

¿QUÉ LE PARECE...
 ... hacer una pregunta abierta?
 La forma en que hacemos preguntas puede marcar la diferencia en una conversación.

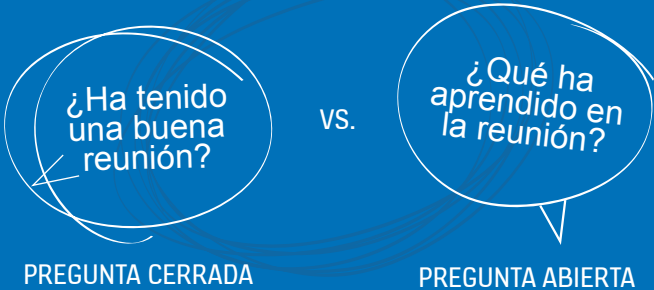
Aunque las preguntas cerradas pueden ser útiles para comprobar hechos, las preguntas abiertas funcionan mejor cuando deseamos recopilar y compartir información.



FORMAS DE INVOLUCRAR A SUS COLEGAS Y CONECTAR CON ELLOS:

- “Sea franco y respetuoso sin dejar de mostrar una curiosidad genuina”
 - “Consiste en escuchar, tan sencillo como suena”
 - “Pida la opinión de los demás”
 - “Diálogo y debate”
 - “Haga un seguimiento periódico”
- DEBATES EN LÍNEA SOBRE EL VIAJE CULTURAL DE KONE, NOVIEMBRE DE 2021

A CONTINUACIÓN SE INDICAN ALGUNOS EJEMPLOS



PREGUNTA CERRADA

PREGUNTA ABIERTA

CREATIVIDAD
 /kre:ˈa:ti:βi:ˈðað/ nombre
 uso de la imaginación o de ideas originales para crear algo.

¿Cuándo fue la última vez que hizo una pausa, se permitió pensar libremente y dejó vagar su mente?
 ¿Dónde y cuándo puede pensar mejor? ¿Mientras va al trabajo? ¿Mientras lee?

CUANDO INCLUIMOS A LOS DEMÁS, TODOS GANAMOS

Cuando nos reunimos con los clientes, siempre vamos preparados. No obstante, eso no significa que debamos empezar imponiendo nuestra agenda. Todo lo contrario. Al participar en reuniones no podemos dar nada por sentado. Aunque conozcamos bien a nuestros clientes, sus prioridades y dificultades aún pueden sorprendernos.

Por eso siempre empezamos animando a los clientes a que nos cuenten cómo va su negocio y cuáles son sus prioridades y objetivos. Esta sencilla práctica tiene dos magníficos resultados.

En primer lugar, nos ayuda a establecer un puente entre las prioridades del cliente y la forma en que KONE las aborda. Eso no solo demuestra que les hemos escuchado, sino que también es vital para llegar a soluciones idóneas con mayor rapidez. De modo que sí, nos preparamos, pero el verdadero sentido de la conversación es buscar juntos las soluciones correctas, no presentar una idea y desaparecer.

En segundo lugar, ayuda a conjuntar a todos los presentes en un solo equipo dedicado a resolver los retos comunes y a convertirlos en oportunidades compartidas. Así creamos una relación con nuestros clientes orientada a un éxito sostenible.

Una costumbre que me funciona personalmente durante las reuniones es tomar notas. En vez de pensar en lo que voy a decir a continuación, me centro en escuchar.

Lo bueno de trabajar estrechamente con los clientes es que nunca se sabe de antemano lo que se puede lograr juntos.

Anna Tiri, directora de mantenimiento de unidades, Ascensores KONE, Finlandia y países bálticos



“Comience siempre animando a los clientes a que cuenten cómo va su negocio y cuáles son sus prioridades y objetivos”.



¿CUÁL ES SU IDEA DE UN BUEN LUGAR DE TRABAJO?



¿Y CÓMO VE SU PAPEL PARA CONSEGUIRLO?

HE AQUÍ ALGUNAS IDEAS

"Un lugar en el que las personas tienen una actitud positiva, se preocupan por los demás y se apoyan entre sí".

"Donde se aprecian las diferentes personalidades y estilos de trabajo".

"Donde ya no hay silos y podemos trabajar en los proyectos basándonos en nuestros intereses, habilidades y motivación".

"Donde se es libre para innovar, aprender cosas nuevas y superar los límites".

DEBATES EN LÍNEA SOBRE
EL VIAJE CULTURAL DE KONE,
NOVIEMBRE DE 2021



PENSAR Y VER DE FUERA-A DENTRO

EL ENFOQUE EN EL CLIENTE ES UNA PARTE ESENCIAL DE NUESTRA CULTURA. SIN EMBARGO, PARA SERVIR MEJOR A NUESTROS CLIENTES Y CREAR VALOR PARA LOS USUARIOS FINALES, DEBEMOS ADOPTAR UNA PERSPECTIVA AÚN MÁS AMPLIA.

¿En el centro de qué se encuentran nuestros clientes exactamente? Ciertamente, no solo de nuestra atención. Lo que les rodea son entornos urbanos llenos de gente, tráfico, sonidos, olores y necesidades y oportunidades para el usuario final que le permitan moverse con más rapidez. Es un mundo en el que las tendencias, las tecnologías y los servicios se desarrollan a velocidades increíbles.

Interesarse por nuestros clientes y el mundo que les rodea es la esencia del pensamiento de fuera-a dentro. Asumir este enfoque implica también adoptar una visión de fuera-a dentro con respecto a nuestros productos y servicios.

Cuando nos observamos a nosotros mismos desde la perspectiva más amplia del mundo que nos rodea, ¿vamos al ritmo de lo que sucede? Y lo que es más importante: ¿qué perspectivas interesantes podría aportarnos como empresa una perspectiva más amplia? ¿Qué más podríamos hacer para mejorar el flujo de la vida urbana?

Solo podemos responder estas preguntas abordando el mundo con una mentalidad abierta, escuchando con atención y sin dar nada por sentado.

Pensar de fuera-a dentro es algo que todos podemos hacer. Hablando con personas diferentes, explorando conceptos distintos y siguiendo medios diversos nos llegan ideas que no podríamos haber tenido solos.

¿PUEDE SER LA EMPATÍA EL SUPERPODER MÁS IMPORTANTE DEL FUTURO?

COMPRENDER EL CONCEPTO DE PENSAMIENTO DE FUERA-A DENTRO



DE DENTRO-A FUERA

vs.



DE FUERA-A DENTRO

EN ESTE CAPÍTULO EXPLORAREMOS ALGUNOS DE LOS COMPORTAMIENTOS Y PRÁCTICAS QUE NOS PERMITEN AMPLIAR NUESTRAS PERSPECTIVAS Y PENSAR DE FUERA-A DENTRO.





EL ARTE DE ESCUCHAR

Escuchar abiertamente lo que está sucediendo a nuestro alrededor requiere que empecemos por dejar de lado nuestras propias suposiciones. Todos sufrimos sesgos que afectan diariamente a nuestro pensamiento. Algunos estudios apuntan a que existen más de 200 sesgos cognitivos que pueden enturbiar nuestra capacidad de ver y escuchar los puntos de vista de los demás. Aunque esos sesgos nos ayudan a tomar decisiones rápidas y ahorrar energía, también pueden volverse en nuestra contra.

➔ La verdad es que no vemos la realidad como es, sino como la percibimos.

Comprender y aceptar que nuestro pensamiento siempre tiene errores puede inspirarnos a hacer más preguntas abiertas y a descubrir nuevos hallazgos. También puede ayudarnos a considerar las opiniones ajenas y a tomar mejores decisiones. Al ser conscientes de nuestros sesgos, aprendemos a pensar más de fuera-a dentro.

➔ ¿Qué percepción tienen otros cuando ven el mundo? ¿Qué es importante para ellos?

Pensar de fuera-a dentro y escuchar abiertamente nos ayudará a descubrir puntos de entendimiento y, en última instancia, a conseguir mejores resultados.

Antes de una reunión, anote sus suposiciones en un papel. A continuación, intente descartar esas suposiciones y escuche realmente. Puede que se sorprenda.

DESCUBRIR LAS MUCHAS OPORTUNIDADES EN LAS QUE PODEMOS MARCAR LA DIFERENCIA



“La capacidad de escuchar es una de las cualidades más importantes en mi trabajo”, declara el diseñador de iluminación Jukka Korpihete.

“Tenemos equipos que hacen entrevistas constantemente para averiguar qué necesitan y desean los usuarios. Hay que mantener los ojos y la mente abiertos y estar siempre dispuestos a aprender algo nuevo”, afirma.




Jesús González, técnico de servicio en España, nos cuenta cómo explica KONE 24/7 Connected Services a los clientes: “Yo vengo para las visitas de mantenimiento mensuales, pero el sistema vigila el ascensor constantemente y hace análisis para asegurarse de que funcione correctamente noche y día. Hoy es posible analizar datos de más de 200 parámetros. El sistema puede supervisar acciones como el comportamiento de apertura y cierre de las puertas, la posición y el movimiento en el hueco del ascensor, estadísticas de uso, la precisión de parada, la distancia recorrida y el tiempo de funcionamiento”.



Miguel Falcao Fernandes, arquitecto de Aedas, en Singapur, explica la forma en que las herramientas digitales, como KONE Elevator Planner, ayudan a los profesionales del diseño a planificar unas soluciones de flujo óptimas con un esfuerzo mínimo: “Con las herramientas de planificación de KONE tenemos una visión clara en una fase mucho más temprana. Solo tenemos que introducir los parámetros para tener acceso instantáneo a datos valiosos en las fases de concepto iniciales”.




“Los ascensores ya tienen código Braille junto a los botones, pero muy pocos ciegos saben Braille”, declara Ilkka Pirttimaa, consejero delegado de MIPSsoft, la empresa detrás de BlindSquare, una aplicación de navegación para personas ciegas o con deficiencia visual. A quienes sufren pérdida de visión, la aplicación les cambia la vida. “La voz de la aplicación permite al usuario llamar a un ascensor e ir directamente a su piso siguiendo las indicaciones”, señala Pirttimaa.



ESCUCHAR Y APRENDER

Escuche y suscríbase a “El flujo de la vida urbana”, un podcast de KONE que explora el modo en que la urbanización y la digitalización están transformando nuestra forma de vivir, trabajar y desplazarnos por las ciudades.

Visite [KONE.com](https://www.kone.com) y siga a KONE en las redes sociales como inspiración y para participar en conversaciones sobre una amplia variedad de temas, desde los edificios inteligentes y la colaboración hasta la productividad y el bienestar.



Para mantenerse al día de las actividades en su área, considere seguir las noticias y publicaciones de su comunidad local en las redes sociales.

Averigüe también qué tipo de planes y objetivos se han fijado localmente en materia de sostenibilidad.

DE FUERA-A DENTRO

PÓNGASE EN SU LUGAR: UN EJERCICIO

PARA PODER CREAR VALOR PARA LOS CLIENTES, TENEMOS QUE COMPRENDER LO QUE LES IMPORTA.

En KONE, trabajamos con una amplia variedad de clientes que tienen requisitos y expectativas muy diversos.

Siempre tenemos en cuenta la seguridad, la calidad y la sostenibilidad, y colaboramos con nuestros clientes y socios para proteger estos aspectos.

¿Qué más suele interesar a nuestros clientes?

El siguiente es un ejercicio para ayudarle a averiguar hasta qué punto conoce a los distintos tipos de clientes a los que atendemos.

Asigne a estos ocho tipos de clientes sus posibles necesidades y expectativas.

Rellene los cuadros de las notas adhesivas amarillas con la carta que corresponda al conjunto de requisitos de ese tipo de cliente.

Encontrará las respuestas más habituales en la parte inferior de la página.

A

- Diferenciación, flujo de personas mejorado y experiencia del usuario
- Propiedad e inversión atractivas (preservación del valor)
- Optimización de costes y gestión de riesgos
- Reducción del impacto medioambiental

B

- Buena reputación y alta satisfacción del cliente
- Opciones de soluciones y detalles técnicos
- Costes optimizados y preservación del valor
- Conocimientos sobre legislación, seguridad, sostenibilidad y mantenimiento

C

- Mejora del atractivo del edificio
- Aumento del valor de la propiedad
- Flujo de personas mejorado
- Accesibilidad y experiencia del usuario

D

- Funcionamiento y mantenimiento fiables
- Accesibilidad y experiencia del usuario
- Mejora del atractivo y preservación del valor del edificio
- Aumento del valor de la propiedad

E

- Fiabilidad y flujo de información
- Accesibilidad y experiencia del usuario

F

- Coste total de propiedad
- Mantenimiento y modernizaciones fiables
- Previsibilidad
- Proceso de trabajo mejorado

G

- Solución que responde a las necesidades y es adecuada para el objetivo
- Gestionar riesgos
- Optimizar costes
- Proceso de instalación fluido

H

- Flexibilidad de diseño y sencillez del proceso de diseño
- Diseño funcional y buena imagen del edificio
- Reducción del impacto medioambiental
- Flujo de personas mejorado
- Mejor accesibilidad y experiencia del usuario



INQUILINO
Y USUARIO
FINAL



COOPERATIVA
DE VIVIENDAS



ADMINISTRADOR



PROPIETARIO



CONSTRUCTOR



CONSULTOR



PROMOTOR



ARQUITECTO

RESPUESTAS:
INQUILINO Y USUARIO FINAL = E
COOPERATIVA DE VIVIENDAS = D
CONSULTOR = B
ARQUITECTO = H
ADMINISTRADOR = F
PROPIETARIO = C
CONSTRUCTOR = G
PROMOTOR = A

VER EL MUNDO COMPLETO VA MÁS ALLÁ DE LOS CLIENTES

LOS SIGUIENTES SON ALGUNOS EJEMPLOS DE LO QUE EL SIGNIFICA EL PENSAMIENTO DE FUERA-A DENTRO PARA EMPLEADOS DE KONE DE TODO EL MUNDO:

“Se trata de pensar desde diferentes puntos de vista, no solo los de los clientes, sino también los socios, colegas y los ecosistemas de los que formamos parte”.
Maelle, Francia



FOTOGRAFÍA DE MAELLE PERNELLE

“Aprender del entorno que nos rodea, de cómo se innova en el mercado y cómo las decisiones de los clientes cambian en tiempo real”.
V Premkumar, India



FOTOGRAFÍA DE V PREMUMAR

“Tener en cuenta las aportaciones desde fuera de la compañía, escuchar e interiorizar”.
Aleksandar, Serbia



FOTOGRAFÍA DE ALEKSANDAR KNEŽEVIĆ

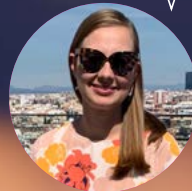
¿Y usted? ¿Qué le parece el pensamiento de fuera-a dentro? ¿De qué maneras influye en su forma de trabajar?

“Colaborar continuamente con el exterior para aprender y seguir desarrollando nuestras habilidades a través de la formación externa, la lectura y la escucha”.
Maria, Finlandia



FOTOGRAFÍA DE TOM WAVRE

“Es el compromiso de comprender y adaptar nuestro negocio a los factores externos”.
Tom, Reino Unido



FOTOGRAFÍA DE MARIA SUORSA

“Se trata de comprender que necesitamos una red de socios a nuestro alrededor”.
Rita, Singapur



FOTOGRAFÍA DE RITA MALLIUS

ORIGINALIDAD

¿Con quién trabaja para que las ciudades sean un mejor lugar donde vivir?

¿Qué tipos de colaboración necesitaremos en el futuro para modelar ciudades mejores, y con quién?

NO OLVIDE EXPLORAR LAS PLATAFORMAS DE APRENDIZAJE DISPONIBLES PARA LOS EMPLEADOS DE KONE EN NUESTRA INTRANET.



CONSEJO ÚTIL

Las universidades abiertas de todo el mundo ofrecen decenas de miles de cursos gratuitos cada año que permiten una formación flexible y a distancia.

¿CÓMO ENCUENTRA INSPIRACIÓN Y CÓMO LA COMPARTE CON SUS COLEGAS?

ELEGIR LA SOSTENIBILIDAD TODOS LOS DÍAS

NUESTRA AMBICIÓN ES SER LÍDERES EN TODOS LOS ASPECTOS DE LA SOSTENIBILIDAD.

Que la sostenibilidad sea uno de los principios fundamentales de nuestra cultura significa que en nuestras decisiones somos conscientes del medioambiente, la diversidad, la inclusión, la ética y la integridad en todo lo que hacemos. Esas decisiones hacen posible la transición hacia sociedades sostenibles, cíclicas y neutras en carbono.

Nos hemos comprometido a crear entornos urbanos mejores para todos, involucrando a nuestros clientes, proveedores y socios en la acción climática y medioambiental.

La diversidad y la inclusión forman parte de nuestra cultura y valores. Creemos que la innovación crece y las comunidades de trabajo prosperan cuando valoramos a las personas por lo que son realmente. Por eso defendemos explícitamente la ecuanimidad y la igualdad de oportunidades.

Nos enorgullecemos de hacer nuestro trabajo con responsabilidad y de hacer lo correcto.

Todos podemos contribuir a la sostenibilidad en nuestras acciones cotidianas, por ejemplo, concientizando sobre un problema medioambiental, siendo más conscientes de nuestros prejuicios y familiarizándonos más con el Código de Conducta de KONE.*

¿De qué maneras puede contribuir a los esfuerzos de sostenibilidad?



EXPLOREMOS LOS COMPORTAMIENTOS QUE NOS AYUDAN A AVANZAR EN LA SOSTENIBILIDAD.

* Siga leyendo en la página 29.





UNA PRIORIDAD GLOBAL

Es comprensible sentir frustración por la lentitud con que se toman medidas para abordar los problemas sociales y el cambio climático. Nos pasa a todos. Sin embargo, el cambio ya ha empezado. Con el establecimiento de más marcos políticos y regulatorios sobre sostenibilidad, las grandes entidades financieras también se están actualizando. En otras palabras: se están reescribiendo las normas de nuestra economía y sobre quién hace negocios con quién. Ser capaz de demostrar que las cifras propias son aceptables desde el punto de vista social y del medioambiente se está convirtiendo en algo crucial.

➔ **No puede haber negocios no sostenibles.**

Como líderes en nuestro sector, decidimos ir más allá y ser uno de los agentes que impulsan la transformación, en lugar de limitarnos a cumplir con nuestras obligaciones. El modo en que tratamos a las personas, nos ocupamos del medio ambiente y realizamos nuestro trabajo afecta en último término al negocio de nuestros clientes y a los usuarios finales. Si, como algunos dicen, la sostenibilidad es un rompecabezas, asegurémonos de que nuestra pieza sea lo más sólida posible.

AYUDAR A LAS CIUDADES A CRECER DE MANERA SOSTENIBLE



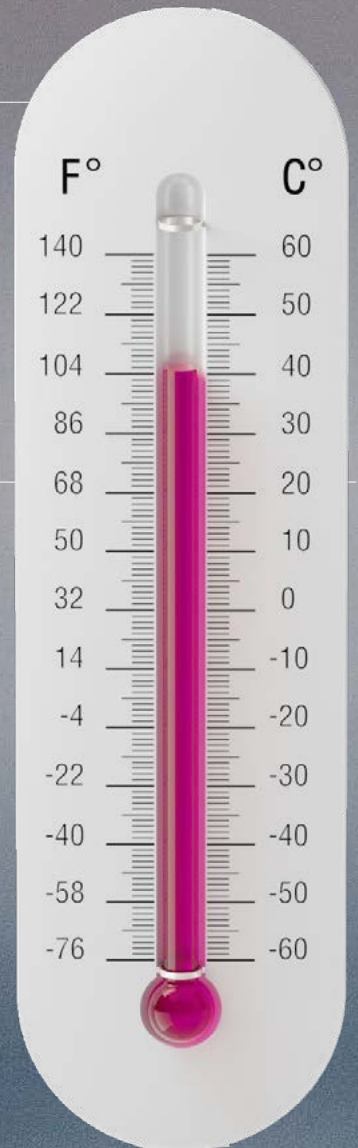
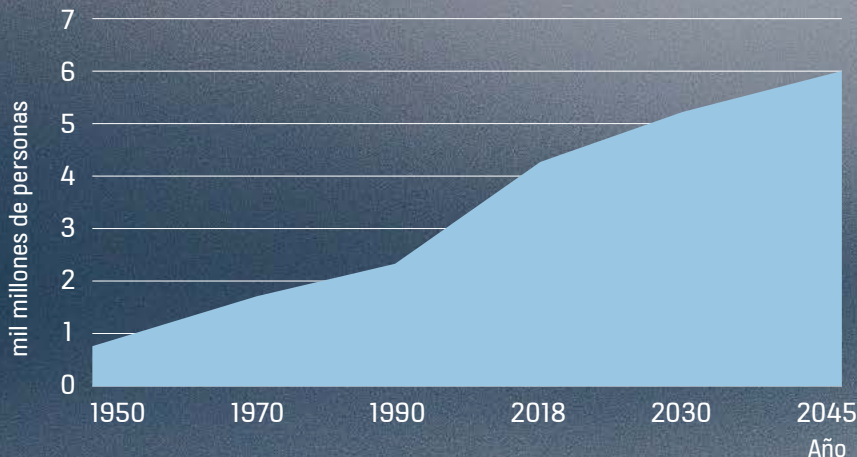
En KONE, nuestro objetivo es ser líderes en sostenibilidad en nuestro sector y aún más allá. Con el fin de ayudar a crear mejores entornos urbanos, colaboramos con nuestros clientes a lo largo de todo el ciclo de vida de sus edificios. Así también les ayudamos a alcanzar sus objetivos de sostenibilidad.

Con el aumento de las temperaturas globales y la cascada de efectos que provoca, existe una necesidad creciente de entender el modo en que las ciudades pueden formar parte de la solución, mitigando y adaptándose a estos cambios.

¿Lo sabía? El compromiso climático de KONE en 2020 fue el más ambicioso del sector.

6000 MILLONES

En 2045, se estima que el número de personas que vivirán en ciudades aumente hasta 6000 millones.



40 %↓

ESTAMOS COMPROMETIDOS CON LA INICIATIVA OBJETIVOS BASADOS EN LA CIENCIA (SBTI): Uno de nuestros objetivos principales es reducir hasta 2030 las emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con nuestros productos en un 40 % con respecto a la referencia de 2018. Nuestras acciones para alcanzar este objetivo ayudarán a nuestros clientes a reducir su huella de carbono y contribuirán a lograr cadenas de suministro más sostenibles. Otro objetivo es reducir las emisiones absolutas de nuestras propias operaciones en un 50 % entre 2018 y 2030.

NOS COMPROMETEMOS QUE NUESTRAS OPERACIONES SEAN NEUTRAS EN CARBONO EN 2030.

¹ Los objetivos basados en la ciencia marcan a las empresas un camino claramente definido para reducir sus emisiones de acuerdo con los objetivos del Acuerdo de París. Numerosas empresas de todo el mundo ya están trabajando con la iniciativa Objetivos basados en la ciencia (SBTi). Más información en <https://sciencebasedtargets.org/>

Para ilustrar el impacto medioambiental durante toda la vida de nuestras soluciones, publicamos las Declaraciones medioambientales de producto (EPD). También publicamos Declaraciones sanitarias de producto (HPD) para informar de los materiales contenidos y los efectos de nuestros productos en la salud, respondiendo así a la creciente necesidad de entornos de vida saludables. Más información en <https://www.kone.com/en/products-and-services/green-building/lifecycle-impact-assessments/>

COMO UN SOLO EQUIPO, EN KONE MARCAMOS LA DIFERENCIA EN LA CREACIÓN DE CIUDADES SOSTENIBLES

AL PROPORCIONAR LA OFERTA MÁS SOSTENIBLE.

¿Sabía que KONE contribuye a la construcción ecológica con nuestra oferta innovadora y eficiente energéticamente y con el uso de materiales saludables, funcionales y sostenibles? También ofrecemos documentación transparente sobre el impacto medioambiental de nuestros productos.

AL CONTRIBUIR A UN FUTURO MÁS SOSTENIBLE

¿Conoce el modo en que perseguimos el objetivo de las operaciones neutras en carbono?

EMPODERAMOS A NUESTROS EMPLEADOS Y ATRAEMOS EL MEJOR TALENTO

¿Sabía que KONE aplica políticas justas en la contratación y ofrece trayectorias profesionales únicas mediante disposiciones flexibles y que apoya un equilibrio saludable entre la vida laboral y personal?

CONTRIBUIMOS A LA PROSPERIDAD DE NUESTROS SOCIOS Y DE LA SOCIEDAD

¿Sabía que trabajamos con aproximadamente 30.000 proveedores y que estamos comprometidos a tener un impacto positivo en toda nuestra cadena de valor?

Descubra cómo KONE contribuye al desarrollo económico en los más de 60 países en los que operamos.

DESCUBRA MÁS EN NUESTRO INFORME SOBRE SOSTENIBILIDAD
MÁS RECIENTE EN [KONE.COM/SUSTAINABILITY](https://www.kone.com/sustainability)

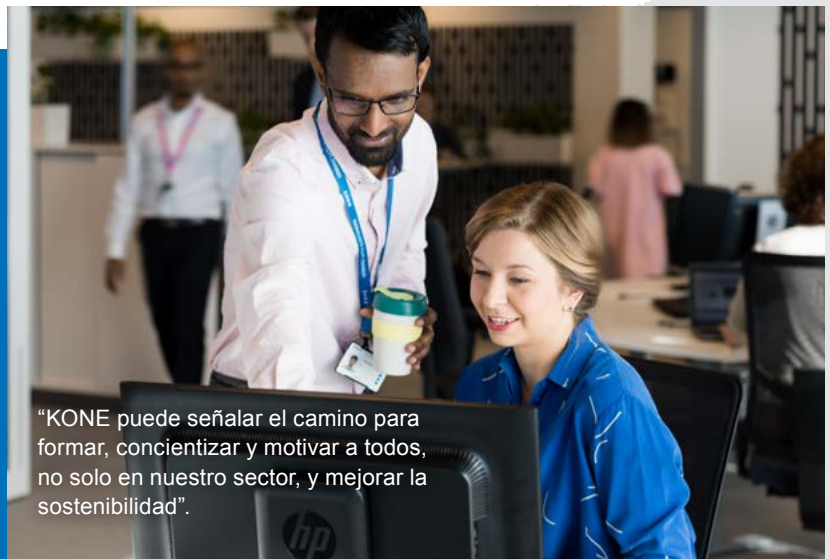
CREAR UN FUTURO SOSTENIBLE PARA TODOS

A MEDIDA QUE ELEVAMOS NUESTROS OBJETIVOS DE SOSTENIBILIDAD Y LOS INCORPORAMOS CON MÁS PROFUNDIDAD A TODOS LOS ASPECTOS DE NUESTRO TRABAJO, ESTO ES LO QUE ALGUNO DE NUESTROS COLEGAS DE TODO EL MUNDO TIENEN QUE DECIR AL RESPECTO.

“Sin duda, la sostenibilidad es una de las cuestiones más importantes que afronta nuestra sociedad. Me enorgullece trabajar en una empresa que lo reconoce así”.

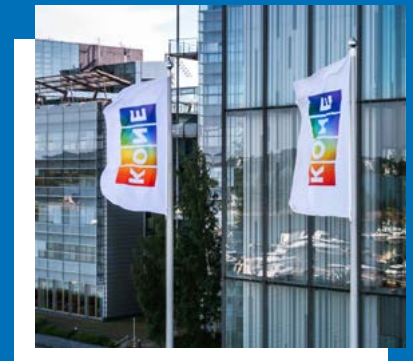
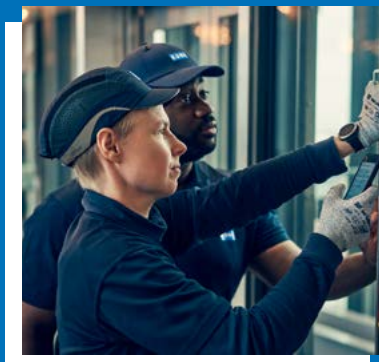


“Aunque KONE pone gran atención en desarrollar nuestra oferta y nuestras forma de trabajar, no podemos resolver la crisis climática y la pérdida de la naturaleza solos. Queremos invitar a nuestros clientes, socios, proveedores y a sus suministradores a unirse a nuestro esfuerzo”.



“KONE puede señalar el camino para formar, concientizar y motivar a todos, no solo en nuestro sector, y mejorar la sostenibilidad”.

“Si todos ponemos de nuestra parte para ser más sostenibles, el mundo será un lugar mejor durante más tiempo”.



“Sigamos adoptando constantemente cambios positivos como un solo equipo en KONE para la prosperidad de la compañía y el éxito sostenible con nuestros clientes”.

¿CÓMO SERÍA UNA KONE MÁS DIVERSA, EQUITATIVA E INCLUSIVA?

Aprovechar nuestras diferencias es la clave para desbloquear nuestro potencial creativo e innovador. La inclusión es esencial para empoderar a nuestros colegas y que contribuyan con todo su potencial en el trabajo, exponiendo abiertamente y con confianza nuevas ideas y conceptos. Solo si fomentamos un entorno inclusivo podrá prosperar la diversidad y alcanzaremos una auténtica igualdad.

“KONE ha dado grandes pasos en favor de la diversidad, la igualdad y la inclusión. Es algo que me apasiona y me enorgullece el modo en que hemos concientizado de ello en KONE. Todos podemos hacer aún más para aumentar la diversidad y fomentar un entorno inclusivo y ecuánime cuestionándonos constantemente a nosotros mismos y al status quo, cuidando unos de otros, alzando la voz y aprendiendo continuamente”.



MATHEW HARRIS
Especialista global en diversidad e inclusión

FOTOGRAFÍA DE MATHEW HARRIS CON SU HIJO EZRA



PARA HACER LO CORRECTO NO BASTA CON LIMITARSE A CUMPLIR LAS REGLAS. SE TRATA DE MANTENER NUESTRO COMPROMISO CON LA HONESTIDAD, LA INTEGRIDAD Y EL JUEGO LIMPIO.

Aquí encontrará nuestro Código de Conducta y otras políticas e instrucciones clave como guía.



PÁRESE A PENSAR
¿TOMA DECISIONES
ÉTICAS HOY?

DESARROLLO SOSTENIBLE

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas.

Fuente: Naciones Unidas

¡TODAS LAS ACCIONES CUENTAN!

NUESTROS COLEGAS OFRECEN SUS IDEAS SOBRE LOS PASOS QUE, COMO INDIVIDUOS, PODEMOS DAR PARA CREAR UN FUTURO SOSTENIBLE.

FOTOGRAFÍA DE NICOLE KÖSTER



“Conversaciones en equipo sobre cómo incorporar la sostenibilidad a nuestro trabajo diario, ya sea en eventos, anuncios, la forma en que nos desplazamos al trabajo o en el trato que nos dispensamos”.

NICOLE, ALEMANIA

FOTOGRAFÍA DE DANIELE CAPRA



“Empezar con cosas pequeñas: optimizar los desplazamientos en automóvil, usar menos papel y apagar las luces cuando no sean necesarias”.

DANIELE, ITALIA

FOTOGRAFÍA DE JAMIE HICKS



“Incorporar de forma activa la sostenibilidad a nuestro pensamiento y a nuestras evaluaciones. Tomarse el tiempo de comprender los objetivos de los clientes y averiguar cómo podemos ayudarles”.

JAMIE, REINO UNIDO



FOTOGRAFÍA DE NGOC ANH TRAN

“Escuchar opiniones diversas, distintas de la mía, y acallando mi visión para escuchar de verdad lo que los demás tienen que decir”.

NGOC ANH, SINGAPUR



¿CUÁLES SON SUS HÁBITOS SOSTENIBLES?
¿SE LE OCURREN COSAS QUE PUEDE HACER
PARA EMPEZAR A CREAR HÁBITOS SOSTENIBLES?





FOTOGRAFÍA DE SVEN HULT

DESCUBRIR OPORTUNIDADES PARA IMPULSAR LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD

“Hacemos recorridos Gemba* en fábricas, oficinas, centros de clientes y otros lugares en los que se genera valor para el cliente. Los hacemos para observar y comprender la realidad, descubrir oportunidades de mejora continua y encontrar nuevas formas de apoyar a los equipos de trabajo. Estos recorridos se basan en el diálogo abierto y la colaboración. Son oportunidades reales, no solo para mejorar la calidad y la seguridad, sino también para establecer relaciones y trabajar como un solo equipo en KONE”.

SVEN HULT,
Jefe de calidad, Modernización, Finlandia

*GEMBA,
que significa “el lugar real” en japonés es un término muy utilizado en prácticas lean.

Tenemos el compromiso de la neutralidad en las emisiones de carbono. Una de las principales medidas que estamos adoptando a cabo es la transición a una flota de vehículos de bajas emisiones.

Hasta aquí, hemos
explorado los aspectos
clave que crean el tipo
de cultura que nos
permite...

... MEJOR
FLUJO
VIDA URBANA

A man in a dark blue KONE jacket is looking at his phone on a city street. Another man in a dark suit and light blue shirt is walking behind him. The background is a blurred city street with other people.

ORAR EL DE LA RBANA.

Pero queda
una pregunta
importante



¿QUÉ DA SENTIDO AL TRABAJO?

Todos buscamos un propósito en la vida. Si trabajamos juntos, podemos marcar la diferencia.

Los estudios muestran que cuanto más nos ayudamos unos a otros, más significado vemos en el trabajo que hacemos. A su vez, esto tiene implicaciones en nuestra productividad, implicación y bienestar general. De hecho, está demostrado que el simple hecho de colaborar con un compañero y después mostrarle gratitud aumenta su confianza y su sensación de valía.

¿Cómo les pide sus comentarios y orientación? ¿Está abierto a sus ideas y opiniones? ¿Cómo demuestra agradecimiento por los consejos recibidos? ¿Reconoce la autoría y difunde las mejores prácticas?

Todos podemos influir en la sensación de propósito que los demás tienen del trabajo. Puede comenzar con algo tan sencillo como reconocer la ayuda recibida con un “**gracias**”.

¿Con quién trabaja en su puesto? ¿De qué

1

¿SE SIENTE INCLUIDO EN EL TRABAJO? ¿IMPLICA PLENAMENTE A SUS COLEGAS?

- Sí
- En cierto modo
- No

2

¿PIENSA DE FUERA-A-DENTRO? ¿ANIMA A LOS DEMÁS A HACER LO MISMO?

- Sí
- En cierto modo
- No

4

¿SU TRABAJO LE
MOTIVA A USTED
Y A QUIENES
LE RODEAN?

- Sí
 En cierto modo
 No

3

¿SON SOSTENIBLES
SUS DECISIONES
DIARIAS?

¿CONTRIBUYE
A QUE OTROS
CREEN HÁBITOS
SOSTENIBLES?

- Sí
 En cierto modo
 No

IMAGINE ASPIRAR A LLEGAR MÁS LEJOS

Si nadie nos dice que somos idealistas, probablemente nuestros sueños no son lo bastante ambiciosos.

La cultura no es algo que pueda cambiarse sin más. Es un sueño que se convierte en realidad con lo que hacemos cada día.

Imaginemos la diferencia que supondría que todos lográramos empoderarnos mutuamente hasta alcanzar todo nuestro potencial.

Imaginemos que pudiéramos reunir toda nuestra creatividad y curiosidad con toda nuestra visión de lo que está sucediendo en el mundo. Imaginemos los avances que podríamos lograr en nuestro sector y las ventajas que podríamos generar junto con nuestros clientes en el suyo.

Imaginemos los beneficios para el mundo y para las generaciones futuras si todas nuestras acciones estuvieran dirigidas a impulsar un éxito sostenible, la acción climática, los avances en diversidad e inclusión y la mejora del flujo de la vida urbana.

¿Ingenuo? Quizás.

¿Merece la pena aspirar a algo así?

100 % Sí.

JUNTOS,
PODEMOS
MARCAR LA
DIFERENCIA.



A lo largo de nuestra historia, el éxito de KONE se ha basado en nuestra sólida cultura y valores. La superación de los retos ha sido una forma de seguir fortaleciendo nuestro negocio.

A medida que KONE continúa creciendo, todos y cada uno de nosotros tenemos un papel en el desarrollo de nuestra empresa y en el avance de nuestra cultura.

Con un gran trabajo en equipo, nuestro viaje nos ha visto renovarnos para crear nuevas relaciones con los clientes y afrontar un entorno de mercado cambiante. Eso nos muestra el camino a seguir: si trabajamos juntos, lo lograremos.



HENRIK EHRNRÖÖTH,
consejero delegado y presidente de KONE



01 / 2022

Este documento se publica exclusivamente a título informativo. Nos reservamos el derecho de modificar en todo momento su contenido. Ninguna manifestación incluida en la presente publicación se debe considerar garantía o condición, expresa o implícita, en referencia a cualquier producto, su comerciabilidad o idoneidad para un determinado fin o calidad, o como una modificación o afirmación de los términos de un acuerdo de compra. Copyright © 2022 KONE Corporation.