

ORGULLO DE PERTENENCIA

Sergio Sánchez Sánchez

Empleados satisfechos con su trabajo están más integrados en la organización

Para que una empresa, pequeña, mediana e incluso los grandes corporativos generen ganancias y sean productivos es necesario que cuenten con personal que se sienta identificado con su trabajo, formen parte del éxito, y su labor sea apreciada.


Consultoría entrevistó a expertos quienes nos comentan lo que significa el Desarrollo Humano para contar con trabajadores comprometido, porque saben apreciar su labor, la empresa comprende la relevancia de integrar a sus empleados y brindarles la posibilidad de incrementar sus capacidades.

Rafael Navarro, director General de Human Quality, dijo que las personas están en constante capacitación en diferentes áreas de su vida, en cuestiones tanto personales como profesionales brindándoles así mayor conocimiento y experiencia. "Las empresas invierten en tecnología y en todos sus procesos para ser más eficientes, e invertir en su gente es más redituable que no hacerlo".

El tema del Desarrollo Humano, explicó el especialista, redundará de forma positiva para que las empresas formen líderes, es importante tomar en cuenta a las personas en las decisiones, hacerles saber que son escuchadas; además influye que su lugar de trabajo sea confortable, con posibilidades de crecimiento, la integración del personal es resultado de comprometerlos con la organización.

Una de las preocupaciones es la rotación de personal, Rafael Navarro manifestó que con la continuidad del personal, la gente se vuelve experta, está capacitada y contribuye al éxito de la compañía.

Por su parte Gwenaelle Gerard, directora de ResponSable expresó que desde la responsabilidad social, el Desarrollo Humano implica un trabajo más sobre los comportamientos de un individuo o de un grupo, diferenciándose de la capacitación técnica.

Gerard señaló que los colaboradores orgullosos de su organización están motivados y son más productivos; si la empresa se interesa, se preocupa por el desarrollo de sus trabajadores, hace una inversión porque un empleado más satisfecho con sus labores es más ágil en su proceso y se queda en la compañía. 





CADENA DE VALOR EN LAS EMPRESAS

Ahorros e incrementos en las compañías

— Michel A. Olguín Lacunza

Para que su empresa sea competitiva, obtenga grandes ahorros, ofrezca calidad de vida a sus empleados, y además respete el medio ambiente, entonces debe considerar implementar la responsabilidad social en su empresa.

¿Cómo añadir este nuevo ingrediente a su negocio? Gwenaelle Gerard, directora General de ResponSable explicó en entrevista, que sólo se trata de desarrollar una relación *ganar-ganar* con todas sus partes interesadas.

¿En que consiste esta relación? La entrevistada detalló que se trata de establecer una relación con las personas y organizaciones con impacto en tu empresa, como son tus accionistas, la comunidad en general, el gobierno, entre muchos otros.

¿Cómo surgió esta tendencia?

La responsabilidad social apareció mundialmente con la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés), quienes crearon la norma ISO 26000 a petición de los consumidores. El objetivo era que las empresas ya no pudieran jactarse de ser socialmente responsables sin cumplir con todas los requisitos.

El ISO 26000 da la pauta a las empresas sobre que características y actividades deben cumplir. Una compañía que se dice socialmente responsable trabaja bajo esta norma avalada por 99 países, destacó la especialista.

¿Cómo surge la responsabilidad social en México? Primero de la influencia internacional de Estados Unidos y sobre todo de Europa, quienes están muy avanzados sobre el tema, declaró Gerard.

Como México trata con otros países por las exportaciones e importaciones, sus clientes y proveedores regularmente preguntan si las empresas mexicanas cuentan con el ISO 26000 o manejan algo de responsabilidad social. Se trata de un requisito que impacta e influencia tanto en el trato como en la colaboración.

De acuerdo con lo expresado por Gerard, las grandes empresas debieron cumplir con esta obligación, y de esta forma a su vez, exigen a su cadena de distribuidores que también adopten esas prácticas. Ahí es donde entran las pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Compromiso con los clientes

A decir de Gwenaelle Gerard no se puede obligar a una Pyme a ser socialmente responsable, pero tal vez el mercado, los clientes, la comunidad, los empleados y hasta el medio ambiente lo hagan, porque puede ser un requisito para permanecer en la cadena de valor.

En la actualidad, explicó la Directora General de ResponSable, cada vez más empresas se unen y buscan como definir su estrategia de responsabilidad social.

Para que se convierta en una estrategia rentable y conlleve beneficios, primero debe involucrarse a toda la organización. Es decir, hacer lo mismo pero de forma diferente, explicó la experta.

El factor diferenciador

¿Por qué la responsabilidad social brinda beneficios a una compañía? Gwenaelle Gerard, destacó que primero brinda competitividad, además sirve como una herramienta tanto para introducirse como para mantenerse en la cadena de valor, se podrá diferenciar y sobresalir de las demás.

En la actualidad una empresa que busca nuevos proveedores a precios y productos de servicios iguales o a precios similares, por supuesto que la mayoría preferirá a quienes cuenten con la responsabilidad social, especificó Gerard.

El siguiente beneficio está en los ahorros. Cuidar el medio ambiente no sólo favorece el entorno, sino también ayuda a economizar a la empresa. Por ejemplo, cuidar el agua, la luz, el papel, la tinta, además de apagar la luz reduce considerablemente los gastos de las organizaciones.

La consultora explicó que si una empresa tiene un proceso de fabricación a través del uso de agua, el hecho de estudiar la eficiencia de sus procesos y disminuir su utilización, al final genera ahorros bastante significativos.

Otro punto indispensable, es cuidar a los trabajadores. Los empleados deben sentirse felices en su lugar de trabajo, la idea es que crezcan con la empresa, adquieran experiencia y sean más eficientes. Al ser más eficientes rinden más y la organización crece. Es un círculo virtuoso; puntualizó.

En cambio, si un empleado no se siente feliz en el lugar donde labora impactará negativamente en la empresa. Por ejemplo, las personas pueden renunciar, y traer un costo extra para la organización.

¿En qué sentido afecta a la empresa que sus empleados renuncien? El hecho de tener una rotación constante de personal genera costos, porque tendrían que seleccionar de nuevo al personal. En este punto se pierde tiempo. Después tienen que capacitar a nuevos elementos. "De aquí a que pasan seis meses para que aprenda bien su actividad, ya generó un costo en cuanto a productividad", enfatizó la Directora General de ResponSable.



A juzgar de Gerard estas acciones funcionan, porque generan más clientes si son mejor atendidos, en cambio si se rompe la cadena se genera un gasto porque se requiere reiniciar el proceso de contratación y capacitación de personal.

Diagnóstico empresarial

De acuerdo con la consultora, lo primero para ser una empresa socialmente responsable es hacer un diagnóstico. "Nos hemos topado con empresas que se dicen así y no lo son; en cambio hemos encontrado otras que no conocen el término, no saben nada del tema pero tienen valores que llevan a cabo y se acercan más".

Con el diagnóstico, la especialista consideró que se deben identificar cuáles son las partes interesadas para el negocio, cuáles son importantes y me conviene atender.

Aquí empieza la relación *ganar-ganar*, donde se debe cumplir con expectativas y necesidades. Lo primero es fijarse en los colaboradores y en asuntos como son el desarrollo personal y profesional, capacitación, seguridad, así como equilibrio entre vida profesional y familiar.

Una vez resuelto este punto, el siguiente paso es atender a los proveedores: puntualidad en los pagos, negociar un precio justo para las dos partes, porque al final se afecta al proveedor. "No le das ni utilidad ni liquidez".

A continuación se atiende la parte de la sociedad y el medio ambiente, donde se cuidan los riesgos legales por contaminación, ruido o cualquier forma de afectar a la comunidad, destacó la entrevistada.

En este punto no sólo se tratan los impactos negativos, sino también los positivos que tiene la empresa en la comunidad, como es la creación de empleo, y empujar a emprendedores locales junto con la comunidad, entre otras.

Para lograr todos los puntos, es necesaria una capacitación donde se implanten las prácticas de responsabilidad social. Se consigue determinando que le conviene a la



empresa con base en su contexto, sector, organización, así como recursos humanos, financieros y económicos.

El ideal del país

En México la tendencia está en aumento, señaló Gerard. Desde hace cinco años se incrementó el interés en cuanto a la responsabilidad social, sobre todo en las grandes empresas, porque son las más sensibilizadas y preocupadas; en este sentido impulsan a las Pymes.

Sin embargo, queda mucho por hacer. Falta difundir el tema de la responsabilidad social entre otros sectores para que se entienda que es una herramienta de competitividad, detalló la entrevistada.

Es una cuestión de pro-actividad frente a las exigencias del mercado, ya que pronto será una necesidad y un requisito indispensable para entrar en el mercado.

Gwenaelle Gerard finalizó que las organizaciones deben de replantearse su forma de producir, comercializar y redistribuir sus productos globalmente para adaptarse a las nuevas reglas y hábitos de consumo llevadas a cabo internacionalmente. ●