



Humanizar las organizaciones o Building Communities

FRANCISCO GIMÉNEZ PLANO, consejero delegado de Augere, y MARIA MORENO, socio gerente de Grupo Integral.

Hoy, la idea de Comunidad y de su capacidad para crear vínculos sólidos y duraderos, está atrayendo la atención de las organizaciones empresariales. Podemos definir a una Comunidad como la materialización del propósito reiterado de compartir un espacio común a largo plazo por parte de un grupo de seres humanos.

Cuando nos aproximamos a una Comunidad vemos como en la misma se realizan intercambios que aparecen como la finalidad de la Comunidad, sin embargo siempre, en una Comunidad exitosa, al lado de esos intercambios que podemos definir como "materiales" aparecen otras cuestiones que resultan ser más relevantes para explicar porqué la Comunidad

tiene éxito, esas cuestiones tienen que ver con los aspectos intangibles, como es compartir valores, creencias y actitudes que "dan sentido" a la Comunidad, que hacen que "valga la pena" pertenecer a ella.

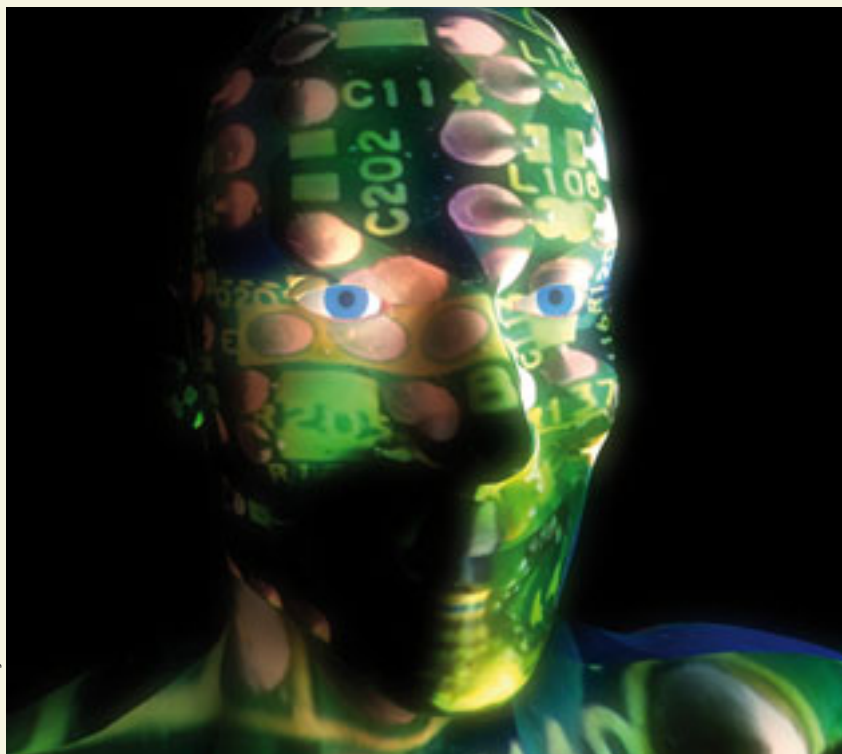
El objetivo del Programa Building Communities (BC) es lograr que las organizaciones se reconozcan a sí mismas como una Comunidad, una Comunidad que debe pasar de un mero estado "potencial" a un estado "consciente". Las organizaciones empresariales pueden y muy probablemente "deben" crear una Comunidad con todas las personas con las que se relacionan, consolidando vínculos a largo plazo entre ellas y generando así ventajas competitivas reales. Las

ventajas que se derivan de que reiteradamente las personas clientes quieran adquirir sus productos y servicios, las personas empleadas aporten todo su talento, las personas proveedoras mejores constantes y las personas accionistas mantener estable la propiedad.

HACIA LA COMUNIDAD CONSCIENTE

Desde BC lograr esa Comunidad Consciente significa superar la situación actual donde en demasiadas ocasiones preguntas como estas no encuentran una respuesta satisfactoria: ¿Pueden los trabajadores decidir cómo quieren que sea su trabajo? Y los clientes, ¿son realmente escuchados?, ¿son capaces los empresarios y los accionistas de ver quién está detrás de una cuenta de resultados? Todo un reto: para crear una Comunidad Consciente, las organizaciones van a construir su futuro junto a todas las personas que las conforman y esto requiere una actitud valiente e innovadora.

Building Communities aporta a las organizaciones empresariales las claves para el desarrollo y sostenibilidad de las relaciones entre los grupos humanos que forman parte de una organización. Estas claves son las mismas y comunes a todos los grupos humanos, y nos sirven para entender porqué tienen éxito, porqué son sostenibles aquellos grupos que perduran en el tiempo. Podemos tomar estas claves y aplicarlas en el entorno empresarial, eso es perfectamente posible y un primer apunte es que para ello debemos colocar al ser humano en el punto central del desarrollo y dinamización de la organización.



© Chrisarvey

Como hemos apuntado, una Comunidad es exitosa cuando las personas que la forman tienen el deseo reiterado de compartir un espacio común a largo plazo, satisfaciendo valores comunes y estableciendo vínculos amplios de confianza. Contribuir a que esto suceda requiere generar acciones que “hablan a la emoción”, que tienen en cuenta el intercambio de conocimiento, que mantienen alto el nivel de comunicación y que comparten toda la información. Si a esto se añade una relación basada en el diálogo y el acuerdo, el buen trato y el disfrute de las personas, estamos ante una organización donde las personas van a encontrar y desarrollar “sentido”.

Las organizaciones empresariales han focalizado muy a menudo sus acciones y resultados en los intercambios tangibles, unos intercambios que pueden no ser tan sólidos como parece, tal y como demuestra a menudo la experiencia los precios, los salarios o los dividendos pueden carecer de real capacidad para retener a la persona en la organización, la construcción de una Comunidad opta decididamente por lograr que la persona aúne aspectos tangibles con elementos intangibles de manera que surja algo decisivo: Una genuina emoción asociada al acto de pertenencia de cada una de las personas que la conforman.

BC sostiene que una organización que construye una Comunidad es una organización que se humaniza, y en ese tránsito va a acabar con conceptos abstractos como “empleados”, “clientes”, “proveedores”, “accionistas” y va a dar la bienvenida a las

personas: La persona cliente, la persona empleada, la persona proveedora, la persona accionista, no es un juego de palabras, es una diferencia fundamental en el enfoque.

UN CAMBIO DE CONCEPTO

Vemos como un cliente, en demasiadas ocasiones, tiende a ser considerado como algo muy parecido a un objeto que compra o consume el producto. Aquello que interesa es que el cliente se sienta atraído por el producto y lo compre. Este planteamiento se basa en un intercambio exclusivamente basado en la perspectiva material, donde el “cliente objeto” se cruza con “otro objeto”, que es el producto, y lo compra. No se da más diálogo que el que se lleva a cabo entre dos objetos, en ese marco la compra está presidida por la “oportunidad”. La oportunidad de que el “cliente objeto” se cruce con el “producto objeto” y lo adquiera, pero no hay vínculo, en cada nueva ocasión de compra el “cliente objeto” tiene una nueva oportunidad de cambiar su “producto objeto”. Hablar de fidelidad es simplemente una quimera.

Sin embargo, si pensamos en una “persona cliente”, los intercambios no estarán gobernados por la oportunidad sino que están concebidos para el largo plazo desde la voluntad de un encuentro reiterado. La oportunidad es cortoplacista y deshumaniza, la creación de vínculo es a largo plazo y humaniza.

Podemos establecer un razonamiento similar con los empleados de una organización. La empresa humanizada

habla naturalmente de “persona empleada”, desmarcándose claramente de situaciones, demasiado reiteradas, donde el trabajo de las personas es tratado también como un “trabajo objeto”, donde literalmente “da igual” quién lo realice y que deshumaniza a la persona que lo ejerce. En lugar de considerar que una tarea determinada la va a realizar un equipo de personas concretas, se piensa en “operarios” o en “técnicos”.

Esto resta a la aportación de las personas sus capacidades concretas e individuales. Si el trabajador llega a la conclusión de que lo único que la organización espera de él es una determinada cantidad de trabajo a cambio de un determinado salario, y además, percibe que a la organización “le da igual” quién haga el trabajo, va a ser difícil que se implique, que lleve más allá de entregar simplemente la “cantidad de trabajo” pedida. Bien al contrario debemos buscar el reconocimiento de la individualidad, que la persona asuma que el resultado de su trabajo es “cosa suya” y que puede colocar su sello, su esfuerzo y asumir de manera natural su responsabilidad.

Las organizaciones empresariales pueden generar Comunidades Conscientes, la inmensa mayoría de ellas ya disponen de una Comunidad en estado latente y pueden hacerlo dando un paso que va a resultar decisivo, reconociendo y asumiendo como propias las claves de la construcción de un grupo humano sostenible, de un grupo humano con sentido, en definitiva de un grupo humano con futuro. ▲



y **Santillana formación** abren sus puertas.

CON MÁSTERS ONLINE

- MBA
- Dirección Comercial y Marketing
- Dirección Estratégica y Gestión de la Innovación
- Finanzas
- Dirección Bancaria
- Dirección y Gestión Turística
- Periodismo y Comunicación Digital
- Edición
- Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación

ELIGE YA TU MÁSTER
Y TU MODALIDAD
DE APRENDIZAJE



CON MÁSTERS PRESENCIALES

MBA en Empresas e Instituciones Culturales
Máster en Edición

Másters
presenciales
organizados
junto con



UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA

Titulos emitidos por:



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona



Universidad
Carlos III de Madrid

INFÓRMATE www.iup.es 902 215 512

INFÓRMATE

www.santillanaformacion.com/masters
902 215 513