



¿Cómo se encuentra su activo más importante?

Ganar clientes, crecer, expandir el territorio de demanda para su producto o servicio, posicionar su marca, ganar reputación. Para toda compañía en crecimiento estas metas sin duda están en su lista de alcanzables. Lo normal es que una empresa quiera crecer y posicionarse como favorita en su nicho de mercado, pero en ocasiones, se olvida en el camino una meta clave que no debería faltar en esta lista de objetivos, ¿Cómo se encuentra su activo más importante?.

En el libro “Karaoke Capitalism” de Jonas Ridderstrale y Kjell Nordstrom, estos afirman que el balance clásico capta menos del valor real de una empresa, quiere decir que hay aproximadamente un 75% de valor que los viejos balances no pueden ver.

Este 75% representa la lealtad e imagen positiva de sus trabajadores, clientes, socios, proveedores, tienen para con la empresa. Parece ser un porcentaje muy alto como para simplemente dejarlo pasar y no darle la importancia que requiere.



Alguna vez se ha detenido a pensar, que sus colaboradores, al salir de su empresa tienen una vida y que esa vida, podría influir en la imagen de cómo se expande su marca, ¿Piensa que es una locura?, pues bien, cuando sus colaboradores salen de su jornada laboral, llegan a sus casas y comparten con familia, amigos, conocidos, las experiencias buenas y malas vividas en su empresa, y pueden influir positiva o negativamente en la imagen que otros a nivel externo tienen sobre la misma. De igual forma, sus socios e incluso proveedores, son capaces de crearse una imagen diferente a la que

puede tener un cliente común, ya que poseen acceso a información más cercana de la realidad que se vive dentro de su compañía. Es hora de darle la importancia que requiere, a su público más importante.

Como espectadores bajo el seudónimo de clientes, creemos en lo que ofrece una empresa, su imagen, la marca que representan, pero cuando estamos bajo el papel de trabajadores, no creemos en promesas, vivimos la realidad de la empresa y más aún, vivimos la realidad de la imagen que se vende al público, me animo a decir que en muchas ocasiones la imagen que se vende, no es la misma que se vive dentro.

Si usted nota que su empresa está creciendo y que sus ganancias aumentan, es porque tiene a un gran equipo de colaboradores trabajando todos los días para que eso suceda. ¿Desea clientes satisfechos? Tenga a sus colaboradores felices y ellos se encargaran de tener a sus clientes satisfechos. No solo se trata de tener la mejor materia prima, contar con sistemas operativos de punta o contratar a los mejores en cada área, se trata, de que su empresa, sea un lugar en el que todos quieran trabajar.

La lealtad de sus trabajadores se verá reflejada en el trato a sus clientes y por ende, sus clientes no dudarán de mantener intacta su lealtad para con su empresa. Es una cadena e inicia dentro de sus instalaciones, ahí, donde se encuentra su activo más importante.



Ante tantos avances tecnológicos y sociales, hoy se hace más énfasis a la importancia de este tema.

Desde hace algunos años, se ha solicitado a los diferentes profesionales en Recursos Humanos, que se refieran a los trabajadores de una empresa como colaboradores, se recalca que como funcionarios, no solo son trabajadores, son colaboradores, porque colaboran, aportan con sus tareas a que dicha empresa pueda seguir creciendo y por ende, pueda lograr sus objetivos.

Es importante que sus colaboradores tengan claro que su trabajo es vital para el funcionamiento de la empresa, sin importar el cargo que se ocupe, todos son piezas importantes para el logro de metas.