

3 tips para que tu equipo haga crecer tu negocio



Para retener a empleados valiosos, sigue estos consejos y motívalos para mejorar el clima laboral al mismo tiempo que aumentan los ingresos.

Por Antonio Piñón
12-11-2014

Actualmente los negocios no necesitan empleados; sino socios. Convertir a cada integrante del equipo de trabajo en un miembro activo del resultado final es una buena manera de fortalecer el [clima laboral](#) al mismo tiempo que crecen tus utilidades.

Un socio es alguien que pertenece y se siente parte del negocio, lo cual es muy diferente a un trabajador que sólo obtiene un salario. Para lograr lo anterior, hay que romper

paradigmas y tener un **estilo de liderazgo** diferente y estar conscientes de que el rol de un jefe es también servir a su gente.

Toma nota de estas prácticas de éxito que pueden generar un mayor compromiso de tu gente hacia tu visión y resultados:

1. Comunica los objetivos, logros, estrategias y acciones

En diversas encuestas de clima organizacional, uno de los temas que tiene calificación baja es la [comunicación](#), pues muchos no saben qué rumbo tomará el negocio. Cuando ocurre lo anterior los resultados son visibles: las personas trabajan sólo porque se les pide, los resultados no son los esperados y la gente se resiste a los cambios y nuevas estrategias.

¿Por qué? Las personas pueden estar motivadas únicamente por el hecho de obtener un buen sueldo y no les importa si el negocio está cumpliendo sus objetivos.

Una solución es informar a todos los miembros de la organización los objetivos, cambios importantes, resultados en los principales indicadores, la estrategia a seguir y las iniciativas y próximos proyectos.

Muchas empresas organizan eventos trimestrales y tienen buenos resultados. También es buen momento para celebrar y resaltar los logros. El resultado: todos los miembros apuntarán hacia la misma dirección, entenderán mejor el negocio y las acciones a seguir. Les aseguro que habrá menos apatía hacia los cambios e iniciativas.

El equipo debe tener un **motivador tangible** que lo comprometa al logro de los objetivos globales. Lo recomendable es generar incentivos asociados a la venta, ahorro y productividad que puedan ser otorgados a corto plazo y que realmente contribuyan al resultado financiero global de tu negocio.

Por ejemplo, una campaña de ahorro en insumos o un premio por estándares de calidad. El arte de esto es analizar cuidadosamente los indicadores individuales y de grupo y que se conviertan en algo redituable para la compañía.

2. Genera cohesión entre áreas a través de objetivos compartidos

Uno de los grandes errores en las organizaciones es aislar los objetivos de las áreas (o incluso ponerlas en conflicto). Esto hace que la identidad y la búsqueda de resultados no sean como una unidad (empresa), sino más bien como departamentos.

¿Qué pasaría si hicieras una campaña para que toda la gente que no es propia del área de ventas te apoyara a conseguir más clientes? En muchas ocasiones ellos tienen redes de socialización que pueden favorecer tus productos o servicios.

Recuerda, el [talento](#) es fugaz y estará y rendirá mejor si recibe un mejor trato. Si eres sensible a los problemas, necesidades, bienestar y desarrollo de tu equipo lograrás no sólo retener al talento, sino también tendrás un compromiso instantáneo con tus metas. El mensaje es: “Preocúpate por sus intereses para que ellos se preocupen por los tuyos”.

Para este fin es muy útil pensar en **políticas** que fortalezcan el entorno laboral. Por ejemplo, busca un código de vestimenta cómodo, brinda espacios de esparcimiento, haz convenios para conseguir descuentos y lo que no hay que olvidar es: “A todo mundo se le escucha, se le atiende y se le brindan opciones para resolver sus inquietudes y problemas”.

3. Fomenta la participación y las nuevas ideas

No hay que dejar sólo en manos de los líderes de la organización las estrategias o iniciativas. Existen muchas respuestas e ideas valiosas en la gente que ejecuta. Por ejemplo, pueden aportar nuevas maneras para optimizar tiempos, materiales y recursos. Incluso, son los que más contacto tienen con el producto o servicio así como con los clientes.

La clave es (nuevamente) motivarlos. Propón premios y concursos enfocados en un tema particular y hazlo cada mes. Otra idea que ha tenido éxito en distintas empresas es organizar proyectos con objetivos específicos y dirigidos por miembros de distintas áreas.

Siempre considera una mentalidad **ganar-ganar** y dile a tu equipo que, en la medida que el negocio crezca y genere mayor utilidad, también ellos se verán beneficiados.