

Se busca Tribu...

Por: Carlos V. Lozano (carlosvlozano@gmail.com)

Ese mismo día al final de la tarde, manejaba distraído por una calle vecina al centro comercial y por casualidad tropecé con el amable joven, quien distraído con cara de fastidio, tiraba una botella de cerveza vacía en la acera detrás de una mata. No era ni la sombra del amable joven que me convenció de comprar los brownies en la mañana. Eso trajo a mi mente el reciente libro de Seth Godin, "Tribes".

Godin nos dice (entre muchas más cosas), que todos buscamos hacer una diferencia, queremos ser recordados una vez que no estemos acá. Esperamos cambiar las cosas, aportar algo original que nos haga relevantes, dignos de ser apreciados y queridos. Para conseguir esto nos juntamos con gente que busca cosas parecidas y creamos nuestra tribu. Una tribu que promueve su mensaje y que gracias al liderazgo de sus miembros cuenta una historia que trasciende y persigue el fomento del cambio.

Ese joven, que en la mañana era un ejemplo de servicio y amabilidad, no llevaba su conducta amable y atenta fuera del local donde trabajaba. Ese joven no era ejemplo, ni estaba cambiando las cosas. Era sólo un buen empleado. Esa franquicia está haciendo poco para lograr que su gente se comporte diferente fuera del trabajo y sean al menos mejores ciudadanos.

Cada uno, desde donde nos encontremos, debemos empezar a reflexionar que las cosas que hacemos en nuestras empresas, para mejorar los procesos y cambiar a nuestros empleados, debe proyectarse hacia afuera y buscar formar también mejores ciudadanos. Esto tiene que ver con responsabilidad social, sustentabilidad y calidad de vida. En final de cuentas, con nuestros deberes más elementales para con la sociedad.

Siempre debemos buscar ser mejores y conectarnos con quienes buscan cosas parecidas. Las tribus comienzan a crearse, cuando los empleados notan que hay otros parecidos a ellos que comparten inquietudes semejantes. No son objetivos monetarios al principio, ni quizá son metas del negocio. Son intenciones de cambiar las cosas y procurarnos apoyo, para hacernos de espacios más amigables y donde nuestras ideas puedan florecer.

Generalmente, los esfuerzos de mercadeo y marcas comienzan de arriba hacia abajo. Son directrices que se vienen desplegando, hasta conseguir en cada nivel se comprenda un tramo de responsabilidad y, en conjunto, se logren metas del negocio. Las tribus se forman de abajo hacia arriba. Son procesos graduales, donde se van incorporando, de manera voluntaria, todos aquellos que sienten una identificación suficiente, como para disponer de su tiempo y hacer un grupo invisible que va forjando un carácter de negocio distinto.

Las tribus comienzan a crecer, cuando logran la autorización de una pequeña minoría que las funda. El entendimiento, que es el activo que muchas empresas no pueden construir, no es una marca amorfa aquí. Se convierte en el privilegio de crear un canal, que logra enviar un mensaje relevante, personal, anticipado a gente que lo está esperando, a veces sin saber.

Este se refiere al hecho, que las personas lo que realmente buscan, es la habilidad de conectarse con otros, no con la empresa. Así, el permiso es usado para construir una tribu, unir personas que quieren escuchar algo que las haga mejorar, que los ayuda a conectarse a conseguir a otros, les da una historia que contar y algo sobre lo cual hablar.

Tenemos el mandato de fomentar redes, en las cuales, nuestra gente, sean agentes de cambio y las distintas políticas de mejoramiento y servicio, que trasciendan al entorno social que nos rodea. Debemos lograr que el esfuerzo que hace cualquier director de empresa, porque su negocio funcione mejor, trascienda a la sociedad y a la comunidad que nos aloja.

Hay que hacer que los miembros entiendan el mensaje, que lo hagan suyo, que sientan que son parte de algo, que su tribu tiene algo que decir y que el trabajo que realizan es importante. Las tribus siempre han existido con distinto nombre o distinta intención. Hoy, se trata de colaborar de forma organizada, en la creación de grupos de trabajo que persigan el bien común, la ayuda mutua y la superación.

Las empresas son la semilla del bienestar social y el crecimiento de la sociedad. Debemos empezar a buscar, que la forma como llevamos el desarrollo de nuestro negocio, incorpore a la comunidad y busque hacerla crecer también.

*Artículo publicado en la revista virtual www.entorno-empresarial.com