

Análisis

CLAUDIO PIZARRO

Profesor Adjunto, Ingeniería Industrial, Universidad de Chile, Managing Partner, CIS Consultores



LA CONFIANZA CREA VALOR...

... y la desconfianza lo destruye. No solo valor material, sino que también emocional y espiritual. No sirve crear más riqueza, si no se hace con un propósito que nos movilice, dando sentido a lo que hacemos. Es la forma de motivar y comprometer, la única manera que una organización sea sostenible en el tiempo. La humanidad enfrenta una crisis de confianza —no creemos en otros sin pruebas— no vista en muchas décadas. La falta de confianza está condicionada por tres aspectos: (i) la transformación digital, que acelera y profundiza cambios disruptivos y, por lo tanto, alta y creciente incertidumbre, a lo que se suma la manipulación y polarización en redes sociales; (ii) las promesas incumplidas para grupos amplios de la población, muchos de los cuales han experimentado avances significativos respecto de sus padres, pero que no viven con la tranquilidad suficiente; y (iii) la globalización y el libre mercado que trajeron alta concentración de la riqueza, lo que muchas veces se traduce en una sensación de trato desigual, profundizando las diferencias (Johnston, 2018).

Nuestro país muestra bajos niveles de confianza por cerca de cinco años (Icreo, 2020), en tanto que mediciones recientes indican que cerca del 70% de los chilenos no confía (Visión Humana, 2021). El estallido social es una expresión de esta desconfianza, pero no es lo mismo dentro de las empresas e instituciones, en espacios reducidos. Las empresas son comunidades virtuosas para crear valor y construir confianza, ya que estamos más cerca (y no solo físicamente), pudiendo construir vínculos, donde el contacto cercano, la comunicación y los afectos son fundamentales. La estrategia y la capacidad de gestión (procesos, tecnología y talento) son claves, pero sin confianza no logramos resultados sostenibles.

Cuando las empresas tienen mayores niveles de confianza entre sus colaboradores, responden mejor a los problemas que enfrentan.

Mientras más nos conocemos e interactuamos dentro de una comunidad, más construimos espacios de conversación, juego, apoyo y reflexión. Si hay confianza hay afectos. Y si hay afectos hay colaboración y compromiso. Mientras más confianza hay en la empresa, mejores resultados se logran, ya que nuestros análisis, decisiones y adaptación mejoran. De cara a los clientes y a los inversionistas ocurre lo mismo. Cuesta mucho construir confianza y nada perderla. Cuando el ambiente competitivo es cada vez más hostil, nada mejor que tener a nuestro lado a aquel en quien confiamos.

Bumble
citas ti
cauda
llones
inicial
aume
acue
nea
acc
US
par
ran
Bu
m
n