

# Cynthia Sánchez: La voz del colaborador como pilar de las organizaciones

Durante muchos años las empresas adquirieron el hábito de crear y diseñar planes y estrategias sin considerar el aporte de los/as colaboradores/as, quienes son los/as que trabajan día a día para lograr dichos objetivos. Hoy en día el surgimiento de la voz y el activismo se vuelve fundamental para la transformación de las organizaciones.

Según el reporte de ManpowerGroup *“The Great Realization: Una mirada al panorama laboral 2022”*, tomar en consideración la voz del **colaborador** a través de distintos canales y formatos (foros, comités, encuentros y mesas de innovación, buzón de sugerencias, sesiones de feedback, one and one, encuestas, entre otros.) nos ofrece la posibilidad de conocer sus puntos de vista, opiniones e inquietudes, influyendo de esta manera en las decisiones organizacionales y haciéndolos sentir más cómodos, satisfechos y conectados.

**Los colaboradores que sienten que sus voces son escuchadas tienen 4.6 veces más probabilidades de ser más productivos, de acuerdo a datos de Forbes.** Además, la seguridad psicológica proporciona una base importante para dicha voz ya que se fomentan las relaciones de confianza, se crean entornos seguros e inclusivos, se impulsa la innovación y se reducen las emociones negativas y los conflictos, brindando así una alerta temprana hacia problemas emergentes que podrían impactar en la marca empleadora.

Tras la llegada de la pandemia y el aumento del trabajo remoto, es posible que algunos colaboradores sientan que no son escuchados debido a la dispersión y falta de conexión física. Aquí los líderes juegan un rol muy importante en la interacción e influencia con sus equipos, ya que con una fuerza laboral cada vez más conectada y con más ganas de hacer oír su voz, los empleadores no podemos perder la oportunidad de acoger ese activismo.

**El 64% de los colaboradores quiere que su trabajo ayude a mejorar la sociedad, siendo 2 de cada 3 quienes desean trabajar para organizaciones con valores similares a los suyos, de acuerdo con la encuesta “Lo que los trabajadores quieren”, de ManpowerGroup.** También Forbes señala que el 29% de trabajadores dejaría su compañía en el largo plazo si ésta no se esfuerza para hacer una diferencia en una causa importante.

Este activismo es un reto constante para las organizaciones, pues la idea arcaica de que solo un grupo tomará las decisiones en una mesa, sin escuchar a los que ejecutan la operación, va cobrando menos fortaleza. Si decidimos trabajar de manera consciente en escuchar y tomar en cuenta las voces de nuestros colaboradores, debemos comprometernos de forma genuina para co-crear de la mano con ellos nuestros planes, estrategias y procesos. La voz es clave para mantener la honestidad y fundamental para garantizar el cumplimiento de objetivos organizacionales.