

TENDENCIAS

Una empresa alienta a sus empleados a criticarla y gana fortunas

El Ciudadano · 13 de noviembre de 2015



Appster, una empresa que asesora en el desarrollo de apps y juegos virtuales, se atrevió a aceptar todas las críticas de sus empleados cada semana y a trabajarlas adecuadamente. Lo

negativo le trajo una nueva cultura laboral y millones de dólares.

¿Cuántas veces te ha invitado tu jefe a quejarte? Probablemente, cero. Y si alguna vez lo ha hecho, es cara a cara, donde atreverse sería un suicido laboral gratuito. En Appster, en cambio, existe un sistema especial para darle tribuna a todas las quejas de los trabajadores.

Cada semana, los empleados reciben un mail preguntándoles una serie de cosas, como su estado de ánimo durante la semana y si recomendarían la empresa a un amigo como buen lugar de trabajo. Si la puntuación es baja, se abren las puertas a las quejas con las siguientes preguntas: ¿Qué cambiarías si estuvieras a cargo de la compañía? ¿Hemos hecho algo estúpido en el último tiempo?

Pueden criticar lo que sea. Esto, al contrario de contaminar el ambiente creando una horda de zombies quejones, ha dado resultados beneficiosos no solamente para los empleados, sino que ha derivado en nuevas ideas, llenado de algunos millones de dólares a la empresa.

Alerta: ¿Conviene liberar tanta negatividad?

La herramienta abre un espacio poco desarrollado en las oficinas, “les da la oportunidad de sentarse y pensar en esas cosas y ser escuchados”, comenta Mark McDonald, Co-CEO y cofundador de Appster.

Pero dar rienda suelta a las quejas puede tener un final desastroso si éstas se dejan en el aire. Permitir quejarse sin hacerse cargo, anima a los empleados a “odiar” más aquello que les molesta de la empresa, haciendo crecer una bola de nieve de comentarios negativos que permanecerán constantemente en la mente de los trabajadores.

“Creo que la ventilación (de quejas) puede ser muy productiva y que puede ser útil en la medida en que la administración es capaz de convertir la emoción en una especie de conversación constructiva sobre cómo abordar la situación de manera diferente”, dice Supriya Desai, consultora de gestión y creadora de Desai Transformation.

Para salvarse de la negatividad pura y dura, **en Appster invitan también a dar felicitaciones a los colegas que están aportando en el trabajo o que encarnan el espíritu de la empresa y evitan las descalificaciones.** A fin de cuentas, este canal de quejas busca una combinación entre lo que está bien y lo que está mal.

Las respuestas las leen solamente un puñado de personas: los co-fundadores y los directores generales de las oficinas y luego viene la acción.

Para no quedarse en la palabrería y el rumeo de quejas, se juntan con los empleados para discutir los problemas que se han planteado, que ofrezcan sugerencias y diseñar soluciones con ellos. Les dan el espacio, herramientas necesarias o incluso dinero si es necesario. Con esto se involucran a las personas más interesadas en cada tema, las lleva a hacerse cargo de sus comentarios y se demuestra que sus opiniones y aportes realmente importan. Las reuniones deben ser frecuentes, pues que los problemas deben ser abordados antes de convertirse “problemas culturales”, dice McDonald.

También advierte que se deben mantener algunos límites ante todos estos alegatos: “Sólo porque alguien se queje de algo, no significa que debes hacer algo al respecto”, pero si no se hace, es importante explicar por qué no se está tomando ninguna acción.

Quejas mil, beneficios mil

La retroalimentación negativa ha sido una de las cosas más importantes para el crecimiento de Appster, asegura el co-fundador de la empresa.

Ha generado un mejor compromiso de parte de los empleados, que al poder compartir sus molestias de manera abierta y sin peligro de consecuencias negativas, se sienten mucho más cómodos en la empresa.

“Tienes la oportunidad de saber si tus empleados están descontentos antes, así que te das cuenta mucho antes, si quieres mantener a tus jugadores”, dice McDonald.

Y la apertura a las críticas no solo tiene empleados más a gusto, sino que ha sumado bastantes números a las cuentas finales. “Cada nuevo producto, cada nueva forma en que realizamos un servicio se puede vincular a la retroalimentación negativa” y eso genera un valor que se ve reflejado en mayores ingresos.

Un caso ejemplar es el “Taller de Concepto Rápido”, que surgió a partir de estos feedback para mejorar las comunicaciones y avances de diseño con los clientes, un proceso que podía demorar meses y que hoy solo demora de dos a tres días. Gracias a su eficiencia ha sumado “millones de dólares a los balances finales”.

¿Cómo funciona en tu trabajo la retroalimentación? ¿Consideras positivo para cualquier empresa permitir las quejas de sus empleados?

Fuente: [Buen diario](#)

Fuente: [El Ciudadano](#)