

La transparencia en la empresa genera confianza

Recopilado por Amalia Beltrán

Ser transparente implica ser claro, expresar sin ambigüedad, ser congruente. Es un valor que mejora la reputación de alguien y lo mismo pasa cuando se practica en una empresa. La transparencia empresarial genera la confianza entre los que se relacionan con la organización, es decir, los empleados, los proveedores, los clientes y accionistas. Ponemos atención a la falta de transparencia en las empresas públicas o privadas, pero tal vez no hemos revisado la transparencia de nuestra empresa a detalle. La responsabilidad social corporativa o transparencia en una empresa se desarrolla voluntariamente, más que por cumplir con las leyes, por crear una imagen de confianza. Ha de trabajarse en ello de manera formal en base a un plan. Gracias a que opera de manera transparente, la empresa comunica a la sociedad qué hace, lo que puede crearle posibles juicios. Para conseguir aumentar la transparencia y proyectar tu organización en la comunidad, se requiere tener una metodología que permita controlar los aspectos financieros para que la misma cumpla con su misión y visión. La transparencia se genera con la participación de todas las personas involucradas con la empresa y sus valores, y con su entorno social. Actualmente, las organizaciones sin fines de lucro han mejorado en el tema. Cada vez tienen mayor visibilidad, más reconocimiento por parte de los integrantes de las comunidades. Estas fundaciones han de ser capaces de mostrar y explicar cómo trabajan y si lo hacen apegándose a su misión y valores. Hay igualmente nuevos tipos de

público y colaboraciones con otros agentes como empresas, agencias de gobierno, escuelas, hace que la rendición de cuentas se convierta en una meta dentro del área de Comunicación de una empresa. Mediante una campaña de comunicación se difundirán los valores, actividades y resultados, impacto en la sociedad, la financiación, la política de gestión, desarrollo de personas, la visión, entre otros temas. Las memorias anuales de actividades, redes sociales, boletines y revistas internas ofrecen espacio para el encuentro y participación de los involucrados, generando transparencia, que a su vez, permite a la empresa ser confiable. Comunicar abiertamente promocionando el acceso libre a la información y fomentar la participación de todos los profesionales en la toma de decisiones genera una imagen transparente. Comunicación interna: Se trata de informar los sucesos importantes, resultados positivos o negativos, pues tener acceso a la información evita la incertidumbre entre el personal, lo que genera un lugar seguro para trabajar. Comunicación externa: Para proyectar una imagen transparente se requiere que haya congruencia entre comunicación interna y externa. De esta forma la empresa evita contrariarse y mandar un mensaje doble. Los datos que se emiten han de ser veraces, sin juicios, basados en la evidencia y la lógica. No confundir la información con asuntos personales, sino que sea ética, moral, honesta. Una empresa que aplica estos principios

será un lugar donde las personas quieran trabajar, un lugar donde se crea compromiso entre los que ya trabajan ahí. Este compromiso, además de fomentar el trabajo en equipo

para mejores resultados, afectará directamente las pérdidas o ganancias de la organización. El valor de la transparencia logrado con esfuerzo y disciplina, generará una empresa fuerte.

