



ASÍ LO HICIERON LAS MEJORES

Ambientes motivadores, comunicación efectiva y un interés genuino por el bienestar y el desarrollo profesional de sus colaboradores caracterizan las acciones de este grupo de compañías que, en medio de la pandemia, siguieron siendo las mejores para trabajar.

Con menos de 300 colaboradores

GIP
Puesto n.º 1

LA GENTE EN LA ESTRATEGIA

Buscando marcar diferencia en el mundo de la consultoría, en 2000 nació Gestión Integral de Proyectos (GIP). Desde el inicio su objetivo fue diseñar una estrategia para lograr un clima organizacional de excelencia, con políticas de bienestar para sus 150 empleados. Este enfoque ha sido consistente con el principio orientador: entender el desarrollo de cada colaborador como parte del desarrollo integral de la firma.

Para el ingeniero José Gregorio Ramírez, su gerente, lograr empleados orgullosos de trabajar allí se ha conver-

tido en una ventaja competitiva frente a otros actores de su industria. De hecho, dice que el valor fundamental de GIP es la fraternidad porque hace que todos se sientan parte de una familia. Y eso incide de manera positiva en los resultados.

Líderes de su equipo de trabajo mencionan que sin una convicción real de la alta gerencia sería imposible generar e implementar estrategias que promuevan el bienestar en todos los ámbitos de la vida de sus colaboradores. Tienen programas que han permitido que, incluso en un año tan particular como lo fue 2020, las mediciones de ambiente laboral fueran positivas y se mantuvieran por encima de 90 por ciento de satisfacción. GIP le apuesta al compromiso de sus equipos de trabajo mediante el fomento de la felicidad de cada uno de sus miembros.



José Gregorio Ramírez
Gerente de GIP



tampoco fue fácil llevar el trabajo a la virtualidad. Si bien venían implementando como beneficio el teletrabajo un día a la semana, el hacerlo con casi 100 por ciento de su planta en Colombia fue un desafío: lo digital estaba eliminando el entorno colaborativo y de innovación que se daba en sus oficinas.

Jaime Ramírez, director sénior para la región andina de Mercado Libre, dijo que eso llevó a los líderes a buscar alternativas para traspasar esa frontera digital y generar nuevos vínculos con sus equipos. A distancia crearon espacios de ocio, como eventos virtuales en los que además de compartir una bebida realizaban juegos, catas y clases de cocina. También, charlas y conversatorios sobre el balance laboral.

La clave para ser uno de los mejores sitios para trabajar en Colombia es escuchar. Muchas de sus políticas se han basado en lo que dicen sus empleados: de las conversaciones y encuestas de clima laboral han salido iniciativas, como el crecimiento y desarrollo profesional, en la que los colaboradores pueden postularse a vacantes disponibles en rangos mayores o en otras áreas de su interés.

11 EFIGAS

En Efigas, una compañía prestadora de servicios públicos del Eje Cafetero, tienen muy claro que saber escuchar es clave a la hora de relacionarse con sus 465 trabajadores directos. ‘Cumplir metas con calidad de vida’ es el eslogan que menciona el gerente general de la empresa, Carlos Alberto Mazeneth Dávila.

Una de las innovaciones de esta firma, dedicada a suministrar gas natural, es la ‘chequera del tiempo’: una cuponera que “tiene diez cheques y cada uno representa un permiso especial para algún trámite personal o familiar”, explicó Mazeneth. Si el colegio convoca a una reunión entre semana, el padre o la madre puede entregar a su jefe inmediato el citado cheque. Algunos empleados devuelven los cheques no utilizados al finalizar cada año: este tipo de beneficios se usa con responsabilidad.

La empresa vincula a los contratistas en labores de campo a los beneficios para sus colaboradores de planta: se entregan

bonos de Sodexo o se extienden invitaciones a las reuniones de fin de año.

Efigas está pensando en una nueva forma de operar en lo que algunos llaman la pospandemia. Se trata del *coworking*, para combinar el teletrabajo con las labores de campo.

12 BAYPORT COLOMBIA

La empresa llegó a Colombia en 2011 con la misión de proveer soluciones financieras acordes a las necesidades de sus clientes. Consideran que su valor agregado radica en el estilo de liderazgo promovido a través de su programa de formación Líder Sherpa, “que tiene como fin formar desde el ser para el hacer”, según lo explican.

Este modelo de liderazgo ha establecido un ambiente laboral basado en la confianza, que se fortalece cuando los colaboradores perciben que sus líderes conducen el negocio de forma competente y transparente, comparten la visión, reconocen los esfuerzos adicionales, incentivan la participación y dan un trato justo y equitativo.

Para Bayport es claro que contar con un buen ambiente laboral agrega valor a la compañía al contribuir al logro de los objetivos del negocio. Construir un ambiente basado en la confianza es una invitación para que los colaboradores den lo mejor de ellos, desplieguen su propósito, se comprometan con los resultados y, a su vez, quieran permanecer en la firma.

13 ESENTTIA

La pandemia generó incertidumbre en los ámbitos personal y organizacional. Los ciudadanos, las empresas y todo el país trataban de entender lo que iba a pasar, resalta Juan Diego Mejía, presidente de Esenttia.

Lo más importante fue proteger a sus colaboradores. Decidieron que todo el personal que no fuera indispensable para las operaciones en el campo podía trabajar desde casa. Se elaboró un plan para garantizar que quienes tenían que ir estuvieran seguros. Igualmente, afirma Mejía, los mayores esfuerzos estaban enfocados en conectarse como compañía y que cada miembro entendiera que lo que estaba sucediendo no lo estaba viviendo solo.

Con su Plan de Ayuda País, en alianza con otras industrias nacio-

nales, llevaron a cabo iniciativas como prestar ayuda humanitaria, dotar de elementos de protección al personal médico, producir alcohol en vista de la escasez del producto y llevar alimentos a las poblaciones más vulnerables. Así expresaron su compromiso social.

“Más que nunca quedó claro que uno no puede hacer las cosas solo”, recalca Mejía. Es necesario que “sintamos que al entrar en contacto con lo que hacen los demás nuestro aporte es importante y el resultado es de todos”.

14 SIIGO

Uno de los propósitos de Siigo es que sus colaboradores trabajen porque les apasiona, no porque les toca. Esto es clave, pues creen fielmente que para que una empresa tenga buenos resultados no solo debe tener al mejor equipo, sino también al más contento.

Por la pandemia, Siigo trasladó a más de 1.400 empleados al mundo digital. Según David Ortiz, su CEO, apostaron por una comunicación abierta y transparente con los trabajadores. Cada viernes se reunía con ellos y mostraba lo que pasaba con la compañía para vencer la incertidumbre.

Buscaron un balance entre el hogar y el trabajo, por lo que se volvió una regla respetar los horarios de almuerzo y desconexión laboral en cada uno de los equipos, y se abrieron espacios para compartir en familia, como clases de yoga, dibujo y pintura para los más pequeños y hasta fiestas empresariales.

15 SOPHOS SOLUTIONS

La multinacional colombiana de *software* descubrió durante la pandemia que el trabajo remoto no solo requiere de buenas capacidades tecnológicas, sino también de buenos líderes.

Al decretarse la primera cuarentena en el país, la compañía logró que 99 por ciento de sus colaboradores pudieran trabajar desde casa con los equipos y las herramientas necesarias. Tras realizar un plan de trabajo muy estructurado para cuidar a las personas en sus hogares, el siguiente paso estableció un programa de apoyo focalizado hacia los líderes con el ánimo de garan-