

ELIMINAR LOS SLOGANS, EXHORTACIONES Y METAS PARA LA MANO DE OBRA

Cuando se hace referencia en este punto a eliminar slogans, no es precisamente a eliminar el slogan de promoción de la empresa, ni mucho menos que lo cambie, ya que solo es utilizado para hacer mercadotecnia del producto, en cuanto a las extorsiones hace hincapié en que no le podemos pedir al operario o trabajador que haga bien su trabajo porque es absolutamente absurdo, ya que este lo tomara como una petición, no como un deber. Finalmente en cuanto a las metas, a los operarios no hay que darles metas específicas, ya que existe una meta general, que es; producir con calidad a menores costos y ganar dinero. Simplemente debemos darle las herramientas necesarias y adecuadas para que puedan desarrollar su trabajo con la mayor comodidad posible, para que de este modo, puedan laborar con mayor rapidez, disminuyendo la fatiga, y dando así un óptimo desempeño en su jornada laboral.

Por supuesto que la calidad ocupa un gran espacio en este punto, debido a que, se supone que minimizando o desechando los slogans, extorsiones y metas impuestas desde la administración hacia los operarios, estos podrán tener una mayor eficiencia y eficacia, siempre y cuando la empresa le otorgue las herramientas necesarias, así como, un material de calidad (con las especificaciones correspondientes). Ya que si el trabajador cuenta con material defectuoso, el cual deben armar, modificar o ensamblar, difícilmente o inútilmente podrán transformarlo en un producto de calidad, por el simple hecho de que el proceso estuvo mal desde un principio (recepción de materia prima o suministro).

Ahora bien, desde la parte psicología o emocional, las extorsiones o los carteles pueden generar frustraciones y resentimientos hacia la administración de parte de los trabajadores. Por supuesto que la administración no lo ve desde ese punto de vista. Lo ve de tal forma de que los trabajadores se sientan orgullosos de su trabajo y puedan esforzarse mas. El efecto que ocasionan las campañas de carteles, exhortaciones y promesas son pasajeras, ya que los operarios pueden adoptar las campañas por un tiempo, pero a la larga pueden causarles resentimientos, molestias, o cansancio en cuanto a la presión que estás pueden ejercer hacia el trabajador. Es aquí cuando el personal baja su rendimiento físico y mental, ocasionando; unidades defectuosas, aumento de los costos, desmoralización, falta de respeto hacia la dirección, retrasos, etc., es aquí cuando la administración deberá entender que no se trata de hacer campañas para mejorar el desempeño de los trabajadores y mejorar la calidad, sino mejorar y optimizar los sistemas de producción, desde la materia prima, hasta el producto terminado, junto con su distribución, sin dejar a un lado la motivación del personal y la estandarización.

Carlos Alberto Nava Tornel