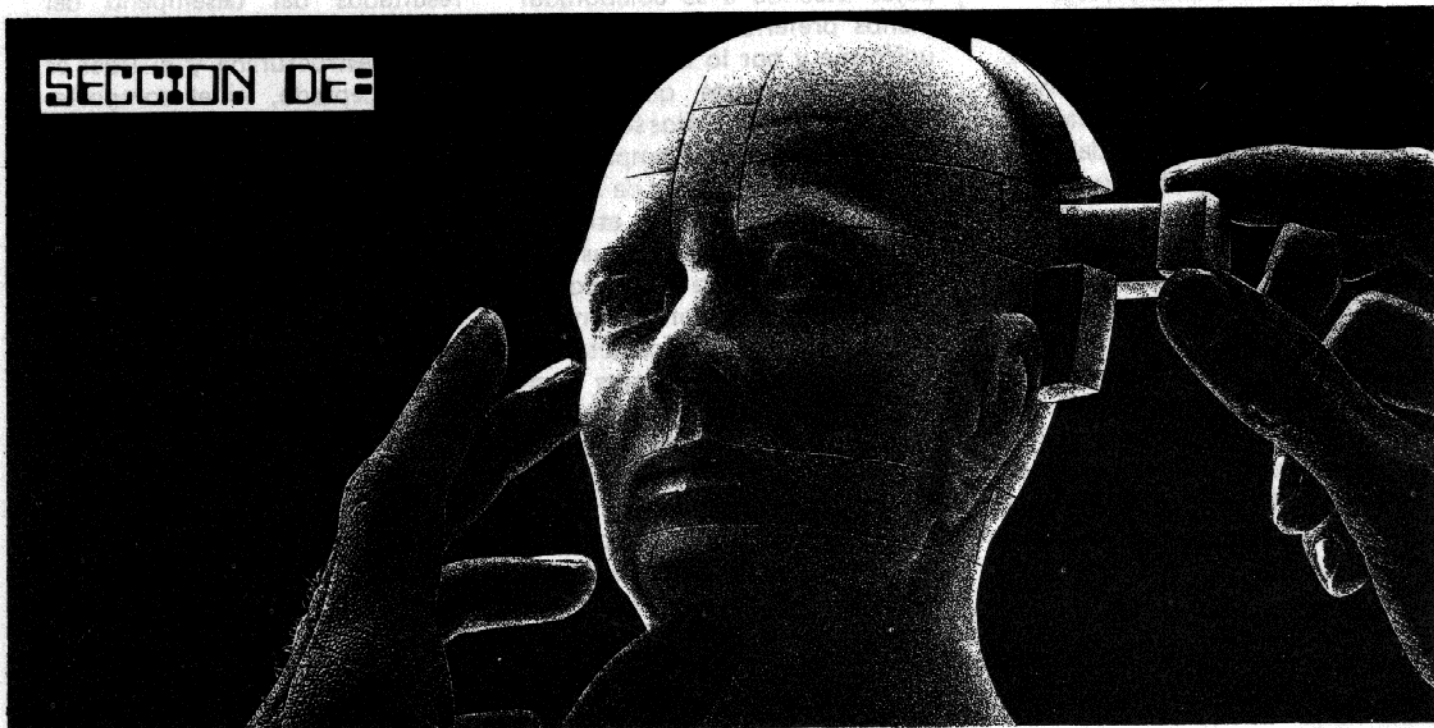


SECCION DE:



FILOSOFIA ADMINISTRATIVA

FIRMAS SIN COMPASION HACIA EL MINUSVALIDO

Un patrono en Francia se negó recientemente a considerar la candidatura de un solicitante de una vacante porque era físicamente minusválido. Las puertas de acceso a la firma, explicó el patrono, (suponiendo que el candidato utilizaría una silla de inválido) eran demasiado estrechas.

En realidad se trata de un sor-domudo.

"Desafortunadamente, los empresarios aún tienen ideas estereotipadas acerca de las personas minusválidas," dice Bernard Bachelot, quien narró estas anécdotas durante una reciente conferencia de la Federación Patronal francesa. Bachelot es el presidente de Groupements Interprofessionnels Regionaux pour la Promotion de l'Emploi des Handicapés (Girpeh), una organización francesa para fomentar el empleo de personas físicamente desventajadas.

Al igual que otras muchas gentes, explica Bachelot, patronos y administradores piensan en los minusválidos sólo en términos de incapacidades físicas obvias. "En realidad, hay otros muchos cuyas desventajas no son tan evidentes."

Y añade que los patronos debieran considerar qué son capaces de realizar los minusválidos, en lugar de analizarlos puramente desde el ángulo médico. "Un individuo jamás está incapacitado para toda actividad y en toda situación," dice.

Alterar las actitudes hacia el minusválido será, no obstante, un lento proceso. "El hecho de que digamos incapacitado a causa de en lugar de incapacitado para; demuestra ya lo arraigado del problema".

Y confía que, en el futuro, los empresarios estudiarán más a fondo lo que el minusválido no está incapacitado para hacer. "Abundan las personas cuya minusvalidez reside tan sólo en haber sido clasificadas como minusválidos."

COMO TRATAR CON LA PRENSA

Los administradores y empresarios no son la única gente que experimentan "tropiezos" en sus tratos con los medios de información pública. Los problemas que acosan a los sindicatos laborales en sus relaciones con 'reporteros de radio, Prensa y televisión, suelen ser aún más agudos. No obstante, el Congreso de Sindicatos británicos (TUC) está procurando superar algunas de dichas dificultades mediante la distribución de un librito a sus gremios afiliados, titulado *How to handle the Media* (literalmente, por supuesto, 'Cómo manejar a los Medios de Información').

Más caritativamente traducido, 'Cómo llevarse con la Prensa').

Entre las sugerencias, en su mayoría de igual aplicación a los gerentes de empresa, figura el modo de contender con los interrogatorios inesperados por vía telefónica. El librito aconseja:

. Si Ud. lo cree útil, pida unos cuantos minutos para meditar su respuesta y ofrezca telefonarle luego. Pero cerciórese de que lo hace, o el periodista volverá a llamarle, y esta vez con enfado. Y un reportero iracundo no es persona dada a escribir un artículo benévolo.

. Responda sólo a las preguntas que le han hecho, a no ser que Ud. desee proporcionar información adicional. Gran parte de las historias más perjudiciales aparecidas tienen su origen en 'inconscientes aportes'.

. No mienta. Si le atrapan en una mentira, probablemente será considerado como algo peor que la ofensa original.

. Maneje con cautela su vena humorística. Lo que parece divertido al teléfono, en una conversación, suele saber a pesacado frío al ponerlo en letra de molde.

. Evite el uso de la expresión "Sin comentarios, "Ello implica que Ud. tiene algo que ocultar, especialmente cuando la declaración aparece impresa al final de una serie de alegaciones perjudiciales.

. Recuerde que, si Ud. no le dice alguna cosa al reportero, éste se limitará simplemente a buscar la respuesta en otro sitio, para completar su historia

. Cerciórese bien de que el reportero comprende plenamente lo que Ud. le ha dicho. Abundan los que no son duchos en materias sindicales laborales.

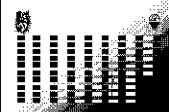
. Una vez que Ud. haya dicho lo que quería decir, no le adorne con más palabras. Un entrevistador pudiera no añadir nada más, confiando en que usted llenará ese silencio.

COMO SOBREVIVIR DURANTE LA RECESION

Tal como van las cosas, si desea conservar su empleo en la supervaticinada recesión que se cierne sobre los países desarrollados, hará bien en escuchar los consejos de Jon Wareham, el presidente de Warcham Associates Inc., consultoría norteamericana para la contratación de ejecutivos. Damos a nuestros lectores cuatro de sus fórmulas prácticas, dirigidas a altos ejecutivos que quieran cabalgar la cresta de una depresión económica.

. Cerciórese de que su cargo está en la esfera de adopción de decisiones. Al llegar la recesión, los primeros en irse a la calle son los ejecutivos en funciones con personal. Y se debe, según Warcham, a que su aeroportación a la rentabilidad corporativa no es cuantificable. Los más vulnerables son los ejecutivos en departamentos de personal y promoción

. Esté dispuesto a aceptar una categoría inferior, e incluso una rebaja de su sueldo, Wareham afirma que siempre hay demanda para gerentes regionales y de zona. Un traslado geográfico y un sueldo más bajo pudieran merecer la pena, si significan continuar empleado.



. Dé la apariencia de intensa dedicación. Llegue temprano a la oficina; cerciórese de que sus subordinados cumplen puntualmente sus tareas; asista a todo evento corporativo; e invite a sus colegas superiores a cenar en su casa.

. No sienta pánico. Wareham recomienda firmeza de acción si Ud. ve en peligro su empleo. Pero no inicie una búsqueda indiscriminada de nuevas posiciones. Nada perjudicará más su puesto actual si su jefe llega a enterarse de que Ud. está pensando en marcharse, antes de que le despidan.

Pero William H. Billington Jr., el presidente de otra importante agencia de contratación de ejecutivos en EUA, la Billington, Fex & Ellis Inc., sugiere que el momento de actuar es el de ahora mismo: incluso, si su despido es solamente una posibilidad remota, nada le perjudicará si usted se ha preparado, por si se queda en la calle durante la recesión".

Y Billington ofrece también dos consejos confidenciales sobre cómo conducirse durante las entrevistas de reclutamiento para nuevas posiciones, si Ud. fuese de los desdichados que han recibido el despido:

"No mienta sobre por qué se quedó sin empleo, dice, "Gene-

ralmente, el haber perdido el puesto a causa de reducciones recessionarias no conlleva estigma alguno. Y no mendigue que le den empleo, sus habilidades, conocimientos y experiencias son valiosos, y Ud no debiera venderse demasiado barato"

NO BASTA TENER UNA ALTA PRODUCTIVIDAD

Los bajos costos laborales, o una elevada productividad, no son de por sí suficientes para dar a un país una ventaja competitiva en el mercado internacional. Según una encuesta publicada por el Dresdner Bank AG, de la República Federal de Alemania; la piedra de toque' de la competitividad internacional es la relación productividad-costos.

El estudio, basado en los hallazgos de una organización investigadora de la Alemania del Oeste, lo resumimos en la adjunta tabla. Las cifras citadas son los índices utilizando a Alemania Federal como base de valor 100.

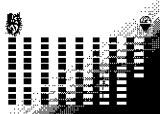
Se demuestra que, aunque Alemania Federal paga los salarios más altos de los 10 países encuestados, también goza de la tercera más alta productividad. En realidad, el informe que acompaña el estudio del banco comenta que 'los altos costos de mano de obra

y una elevada productividad tienden a hacer buenas parejas'.

Pero en términos de "valor unitario de salida", el valor de producción por cada "unidad de aporte (entrada) laboral, "Alemania Federal sólo ocupa el sexto lugar, lo mismo que Gran Bretaña, cuyos costos laborales y cuya productividad son la mitad que los de Alemania Federal. La razón reside en que, en el caso alemán, cada unidad de producción es costosa en términos de los salarios de trabajadores usados para hacerla.

El informe del Dresdner Bank concluye que los altos costos laborales en Alemania Federal "no se ven enjugados por la productividad, comparativamente elevada". Como contraste, hay países que como Gran Bretaña (la última en la tabla) e Italia, no se aprovecha de los bajos salarios pagados porque su productividad es igualmente baja.

Los verdaderos ganadores en esa liga internacional de competitividad son Japón y EUA, que se han apañado para combinar salarios relativamente bajos, con una alta productividad. Como resultado de ello, el valor de la producción por cada unidad de costo (aporte) laboral es el 280/o más alto en EUA, y el 390/o más alto en Japón, que en Alemania Federal.



COSTOS LABORALES Y PRODUCTIVIDAD DE LAS PRINCIPALES NACIONES INDUSTRIALIZADAS

Indice: (Alemania Federal 100)

país	Costos laborales Horarios,	Produc- tividad.	Prod. valor unitario de salida/ Costos
Alemania Federal	100	100	100
Bélgica	100	98	98
Holanda	99	110	111
Suecia	98	76	78
EE UU.	80	102	128
Francia	69	75	109
Italia	68	75	72
Japón	54	75	139
España	53	58	109
GB	48	48	100

