

Del Cumpli-miento al Compromiso

OBJETIVOS:

Cuando uno tiene claro el fin, los medios son más fáciles. Si lo que estás haciendo hoy no te acerca adonde quieres estar mañana, es como correr como “pollos sin cabeza”. Se hace mucho, pero no se hace bien. Piense si cuando va a un concierto quiere que el pianista toque mucho o toque bien.

¿Ocurre eso con la gente de su empresa? Si es así, para que se produzca un cambio, requiere una inversión en su equipo y una transformación cultural en su empresa.

La actitud típica de las compañías es destinar la mayor parte de su inversión a la adquisición de capital inconsciente y gastar relativamente poco en el desarrollo del capital consciente, es decir, el capital humano.

El cambio cultural se inicia con un nuevo conjunto de mensajes. La comunicación de ese cambio no es verbal, se trata de “hacer” más que de “decir”, y se comprende más nítidamente a partir de las conductas de los líderes.

Yo puedo hacer escribir mil veces a mi hijo que mentir es malo, pero si mientras está haciendo esa tarea me llaman al teléfono, lo coge él, y le digo “... dile que no estoy...” todo se habrá estropeado. El pensar, sentir y actuar deben ser coherentes.

Piense en su equipo. Si a la habilidad en sus capacidades no le vamos sumando profundidad en sus actuaciones nos costará que den sentido a lo que hacen y a su vez lo logren transmitir a los demás.

Hoy ya no basta que las personas hagan bien su negocio, sino que personas de bien hagan negocio. Antes que el éxito está la excelencia. Cuando sólo hay éxito, habrá excesos.



Hay quien me dice, no sin la razón del momento, que para qué va a invertir en su capital humano si hasta ahora le ha ido bien. Correcto. Pero tenga la seguridad que un día le podrá ir mal. Y ese día, según como haya edificado su empresa, sobre arenas movedizas o granito, así le responderá su equipo. Quedándose o marchándose. De usted depende hacer de su gente apóstoles, mercenarios o rehenes.

No evalúe a la gente que tiene a su cargo solo por la eficiencia de lo que hace. Fíjese en la parte invisible del mismo. En su generosidad, su actitud ante los demás, su gratitud, su humildad, sus ganas de cooperar y contribuir en bien del equipo... Sus valores además de su conocimiento.

¿Cuánto tiempo dedica para hacer las cosas bien y cuanto para ser mejor persona?

No se hace un mundo (ni una empresa, ni una familia) diferente, con gente indiferente.

Pregunte a una limpiadora de la NASA cuál es su trabajo. Le responderá con rotundidad “ayudar a que el ser humano llegue a la Luna”.

Pregunte a los suyos a qué se dedican.

DESTINATARIOS:

Cualquier trabajador de la empresa.



CONTENIDOS:



Basado en las siguientes temáticas que se van desarrollando en distintos sub puntos:

La actitud como motor de nuestras relaciones profesionales y familiares.

Del cumpli-miento al compromiso.

Culpables e inocentes.

La entrega no se exige, se regala.

El egoísmo y el amor a uno mismo.

El liderazgo personal y el profesional.

Vivir desde el ego o desde la conciencia.

La consistencia y la inconsistencia personal y grupal

Pensamientos, emociones, sentimientos y experiencias.

¿Cuánto tiempo dedicamos a trabajar mejor y cuanto a ser mejores personas?

Nadie es mejor profesional que no lo sea como persona.

Atrévete iii

